

Informe de Resultados: Encuestas a Micro y Pequeñas Empresas 2023.

Tramo de empresas de 1 a 9
personas ocupadas.

El informe presenta los principales resultados obtenidos en la Primera Encuesta Nacional de Microempresas (1 a 4 personas ocupadas) y en la Encuesta a Pequeñas Empresas en el tramo de 5 a 9 personas ocupadas. Los relevamientos alcanzan a los sectores de Industria, Comercio y Servicios, y cubren una porción importante del entramado empresarial del país no alcanzado por otros relevamientos a empresas realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Ambos relevamientos fueron financiados de forma conjunta entre la Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas del Ministerio de Industria, Energía y Minería (Dinapyme-MIEM) y la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE). El relevamiento a Pequeñas Empresas contó además con el apoyo técnico del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Equipo Redactor:

Ec. Gastón Carracelas (Coordinador).

Ec. Mercedes Bosco.

Ec. Paola Regueira.

Lic. en Desarrollo Mariana Vaz.

Área Evaluación y Monitoreo

Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE)

Contacto: evaluacionymonitoreo@ande.org.uy.

Contenido

I.	Introducción.....	5
II.	Características de los relevamientos.....	6
III.	Caracterización de las empresas.....	8
	III.1 Perfil etario.....	8
	III.2 Naturaleza Jurídica y Régimen Tributario.....	10
	III.3 Personal ocupado.....	13
IV.	Nacimiento y expectativas de crecimiento.....	14
	IV.1 Inicio de actividades, financiación inicial y motivaciones para emprender... 14	
	IV.2 Aspiraciones de crecimiento.....	18
V.	Perfil del empresario.....	20
	V.1 Empresariado: características del titular principal.....	20
VI.	Mercados	24
VII.	Uso de servicios bancarios y acceso al financiamiento.	27
	VII.1. Servicios bancarios utilizados.....	27
	VII.2 Fuentes de financiamiento.	28
	VII.3 Uso de crédito bancario y no bancario.	29
VIII.	Prácticas Empresariales y Gestión Organizacional.	31
	VIII.1 Prácticas Empresariales.....	31
	VIII.2 Contabilidad suficiente.	33
	VIII.3 Asociatividad.....	34
	VIII.4 Asesoramiento.....	35
	VIII.5 Certificaciones.	36
	VIII.6 Toma de decisiones.	37
	VIII.7 Solicitud de apoyos públicos.....	39
IX.	Adopción tecnológica y uso de TICs.....	40
	IX.1 Incorporación de tecnología.	41
	IX.2 Uso de TICs.	41

IX.3 Comercio electrónico.....	45
IX.4 Ciberseguridad.....	47
X. Síntesis Final.....	49
XI. Referencias Bibliográficas.....	53
XII. Anexo.....	55
XIII. Anexo II: Formularios.....	66

I. Introducción.

Con el objetivo de conocer las principales características, comportamiento y desempeño de las micro y pequeñas empresas con entre 1 y 9 personas ocupadas, se implementaron durante el año 2024 dos relevamientos: la Encuesta Nacional de Microempresas (1 a 4 personas ocupadas) y la Encuesta a Pequeñas Empresas en el sub-tramo de 5 a 9 personas ocupadas. Ambos relevamientos alcanzan a los sectores de Industria, Comercio y Servicios. Las empresas alcanzadas por ambos relevamientos, representan en el año 2023 el 93.3% de las empresas formales con actividad, por lo que se trata de una porción sumamente relevante del tejido empresarial del país.

Las encuestas son una iniciativa conjunta de la Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas del Ministerio de Industria, Energía y Minería (MIEM-Dinapyme) y de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE). En el caso de la Encuesta al tramo de 5 a 9 personas ocupadas, se contó también con la supervisión técnica del Instituto Nacional de Estadística (INE) en el marco del Convenio Tripartito de Cooperación Interinstitucional celebrado en Julio de 2023.

Uruguay tiene una larga tradición de encuestas empresariales. A partir del Censo Económico de 1997, el Instituto Nacional de Estadística ha venido realizando la Encuesta Anual de Actividad Económica (EAAE). La encuesta es representativa de los sectores de industria, comercio y servicios. Sin embargo, no alcanza a las unidades productivas de menos de 10 personas ocupadas. Por otra parte, Dinapyme (MIEM) ha venido realizando esfuerzos para relevar al universo de Mipymes, habiéndose realizado tres ediciones de la Encuesta Nacional de Mipymes en los años 2008, 2012 (con un seguimiento de tipo panel para una submuestra en el año 2013) y 2017.

Basados en la imperiosa necesidad de contar con información periódica y de calidad sobre las micro y pequeñas empresas no alcanzadas por los mencionados relevamientos anuales del INE, Dinapyme (MIEM) y ANDE decidieron cofinanciar ambos relevamientos. Las encuestas cuyos resultados aquí se presentan, introducen

algunas diferencias relevantes con respecto a los relevamientos anteriores. En primer lugar, en virtud de sus cometidos, ambas instituciones deciden coordinar esfuerzos con un objetivo común. En segundo lugar, se decidió que era imprescindible contar con el apoyo del Instituto Nacional de Estadística, referencia técnica ineludible para la producción de estadísticas nacionales de calidad¹. En tercer lugar, se reconoce la calidad y representatividad de la EAAE, decidiendo por tanto focalizar los esfuerzos en las empresas no alcanzados por dicha encuesta (empresas de 1 a 9 personas ocupadas). En cuarto lugar, y relacionado con lo anterior, los formularios diseñados tienen capítulos temáticos muy similares a la EAAE y profundizan en aspectos de interés relevantes para las empresas más pequeñas de la economía (motivaciones para emprender, prácticas de gestión, expectativas de crecimiento, entre otras).

Finalmente, en virtud de la relevancia de este tramo de empresas en el tejido empresarial y en su capacidad de generar empleo, es imperioso seguir trabajando conjuntamente para realizar nuevos relevamientos de forma periódica, que garanticen un correcto seguimiento de la evolución de un segmento altamente representativo del universo de empresas del país.

II. Características de los relevamientos.

En la Tabla II.1 se presentan las principales características de ambos relevamientos. Los dos relevamientos alcanzan a los sectores de Industria, Comercio y Servicios. En el caso del relevamiento de Microempresas se excluyen algunos sectores de servicios que sí fueron incluidos en la encuesta de pequeñas empresas. El detalle a nivel de letra de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU revisión 4) de los sectores alcanzados por cada relevamiento se presenta en la Tabla AII.1 del Anexo I.

En ambas encuestas, el marco muestral utilizado fue confeccionado a partir del Directorio de Empresas y Establecimientos elaborado por el INE en base a registros administrativos de DGI y BPS, correspondiente al año 2022. El año de referencia de ambas encuestas es el 2023.

En ambos relevamientos se obtuvo la muestra teórica a partir de un muestreo aleatorio estratificado. Los estratos fueron definidos a nivel de letra (sección) de la CIIU rev. 4. En el relevamiento del tramo de pequeñas empresas se incluyen un total de 16 estratos (sectores de actividad a nivel de letra). Adicionalmente, en el caso de la encuesta de microempresas se considera también una apertura a nivel de Montevideo / Interior, totalizando 18 estratos: 9 sectores económicos (letra) por dos regiones (Montevideo / Interior).

¹ Si bien formalmente el INE participó solamente del relevamiento a Pequeñas empresas en el tramo de 5 a 9 personas ocupadas, sus aportes enriquecieron ambos relevamientos en las tareas de supervisión y organización del trabajo de campo.

Tabla II.1: Principales características del Diseño Muestral y la implementación de ambos relevamientos (campo).

	Encuesta Nacional de Microempresas (ENM)	Encuesta Pequeñas empresas (5 a 9 po)
Población Objetivo	Empresas activas de 1 a 4 ocupados totales (incluye empresas sin dependientes) de los sectores de Industria, Comercio y Servicios.	Empresas activas de 5 a 9 ocupados totales de los sectores de Industria, Comercio y Servicios.
Tamaño Población Objetivo	126.162	
Marco Muestral	Construido a partir del Directorio de Empresas y Establecimientos (INE). Año 2022,	
Diseño Muestral	Aleatorio estratificado. Se definen estratos a nivel de letra de la CIU rev 4 y región (Montevideo / interior).	Aleatorio estratificado. Se definen estratos a nivel de letra de la CIU rev 4.
Responsable Diseño Muestral	Empresa Clio Consulting (Chile).	INE
Tamaño de muestra teórico	5.800	5.493
Tamaño de muestra esperado	3.400	3.300
Tamaño de muestra efectiva	1.532	1.683
Tasa de Efectividad	26,4%	30,6%
Informe Diseño Muestral	Proximamente disponible en: https://www.ande.org.uy/monitor-mipymes.html	Proximamente disponible en: https://www.gub.uy/instituto-nacional-estadistica/datos-y-estadisticas/encuestas/encuesta-pequenas-empresas-2024
Ejecución de los relevamientos (campo)		
Empresa Responsable	Opción Consultores	Opción Consultores
Tipo de Relevamiento	Envío vía mail de formulario web autoadministrado. Seguimiento telefónico.	
Fecha del Relevamiento	Del 25/03/2024 al 25/09/2024,	Del 25/03/2024 al 25/09/2024,
Proceso de crítica (re-llamadas)	Del 27/08/2024 al 25/09/2024 y del 20/12/2024 al 31/12/2024.	Del 27/08/2024 al 25/09/2024.

Fuente: Elaboración propia.

A partir de estas definiciones se obtuvieron las muestras teóricas correspondientes. Como consecuencia de las muestras efectivas obtenidas, la **tasa de efectividad** se sitúa en 26.8% y 30.6%, en los relevamientos de microempresas (1 a 4 po) y el tramo de pequeñas (5 a 9 po), respectivamente. La muestra efectiva obtenida en cada caso es sensiblemente menor a la muestra esperada, lo que limita la representatividad estadística a nivel de estrato, generando errores muestrales superiores a los habitualmente aceptados (+/- 5%) bajo los supuestos de varianza máxima y niveles de confianza del 95%. Sin embargo, las encuestas son representativas a nivel agregado (pequeñas empresas) y a nivel de región Montevideo / Interior (microempresas). En los correspondientes informes de Diseño Muestral se presentan con mayor detalle los aspectos técnicos de cada encuesta.

Como consecuencia de estos resultados, ambos relevamientos presentan la limitante de que no permiten realizar inferencia a nivel sectorial (letra) con los niveles de precisión adecuados, por lo que los resultados que se presentan en el resto del documento serán siempre a nivel agregado y/o regional (Montevideo /

interior). Solamente se desagregan otros niveles en los casos en los que los márgenes de precisión así lo permiten.

El trabajo de campo fue realizado por la empresa Opción Consultores, en permanente coordinación con los equipos técnicos de las instituciones participantes, y bajo la supervisión técnica del INE. El procedimiento implementado para el relevamiento fue el siguiente. En un primer paso, se realizó un trabajo de revisión de los datos de contacto del marco muestral, implementando llamadas telefónicas para establecer un primer contacto, donde se informaba del relevamiento y se solicitaba a las empresas confirmar o brindar un mail de contacto². Posteriormente, se remitía la encuesta vía mail y se realizaban llamadas de seguimiento de aquellos no respondientes. Ambas encuestas estuvieron seis meses en campo (marzo a setiembre de 2024). En el último mes de campo, se realizó un proceso de crítica a partir de la identificación de inconsistencias, iniciando un proceso de re-llamadas en los casos que así lo ameritaban.

El formulario fue elaborado de forma conjunta por las instituciones financiadoras (ANDE y DINAPYME-MIEM), con posteriores ajustes a partir de la revisión de técnicos de INE y Opción Consultores. Los formularios de ambos relevamientos son muy similares (“espejos”), existiendo alguna pregunta adicional de profundización en el caso del relevamiento de pequeñas empresas (5 a 9 po). Ambos formularios se adjuntan en el Anexo II.

La distribución territorial y sectorial de las muestras efectivas obtenidas se presentan en las Tablas AII.2 y AII.3 del Anexo I.

III. Caracterización de las empresas.

En esta sección se caracteriza brevemente a las micro y pequeñas empresas a partir de los resultados obtenidos en los relevamientos. En particular se indaga en la edad de las empresas, su naturaleza jurídica, el régimen de tributación y la estructura de personal ocupado (dependiente y no dependiente).

III.1 Perfil etario.

En primer lugar, es sumamente relevante indagar en la ***estructura etaria de la población de empresas*** analizada. Por un lado, la evidencia empírica disponible

² Uno de las principales dificultades que enfrentó el relevamiento se encuentra vinculada a la “mala” calidad del marco muestral. Se realizó un “barrido” de toda la muestra para confirmar contactos. En los casos en que no se disponía de la información, se realizó un trabajo de búsqueda en la web y otros registros administrativos. A pesar de estos esfuerzos, el 40% y 46% de las correspondientes muestras teóricas de pequeñas (5 a 9 po) y microempresas (1 a 4 po) fue finalmente clasificada como “inubicable”

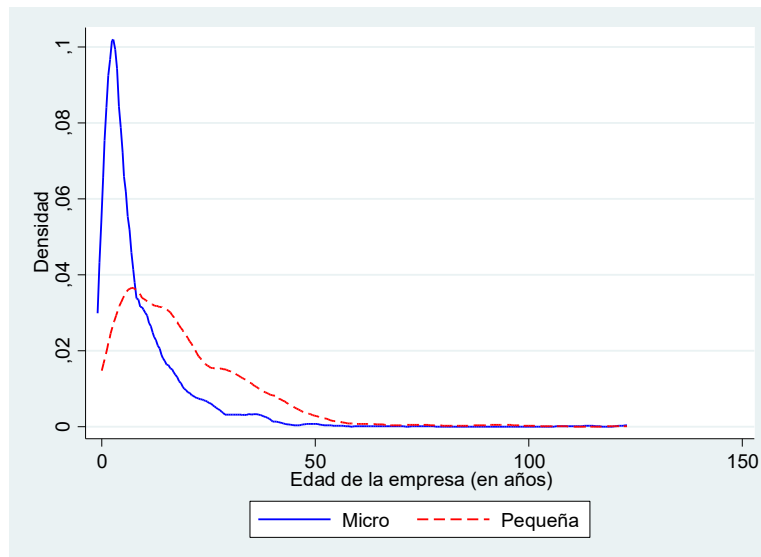
indica que las empresas más jóvenes son más vulnerables a los shocks externos, dado que se encuentran transitando el inicio de su curva de aprendizaje y ajustando su proceso productivo y comercial. Adicionalmente, la casi totalidad de las empresas nacen micro, y se encuentran inicialmente operando en escalas sub-óptimas, lo que las torna menos productivas. Como consecuencia, las empresas jóvenes tienen mayores probabilidades de salir del mercado. Sin embargo, las empresas pequeñas y jóvenes suelen ser de suma relevancia para las dinámicas de creación de empleo neto en las economías (Ayyagari et al, 2014).

Los resultados obtenidos, indican que existen diferencias significativas en el perfil etario de las micro y pequeñas empresas. En promedio, las microempresas tienen 8,3 años de edad, mientras que las empresas pequeñas (5 a 9 personas ocupadas) tienen una edad promedio de 21.8 años. Por otra parte, la mitad de las micro tienen menos de 5 años (mediana), mientras que una de cada dos empresas pequeñas tiene menos de 15 años (mediana). La distribución de la edad de las empresas para ambos grupos se presenta en el Gráfico III.1.

Por otra parte, dos de cada tres microempresas (68%) no contratan trabajo asalariado. Estos casos de “autoempleo” suelen encontrarse más cercanos a las lógicas del mercado laboral y prácticas de contratación tercerizada, y se caracterizan por la venta de servicios personales o profesionales. En este grupo de empresas no empleadoras (“autoempleo”), la edad promedio es aún menor (6.6 años), en tanto que la mediana es de 4 años de edad (véase Anexo I Gráfico AIII.1).

También la evidencia obtenida indica que en el interior del país las empresas son aún más jóvenes, particularmente entre las microempresas (véase Anexo I Gráfico AIII.2). Estos resultados van en línea con estudios anteriores, que muestran a partir del uso de registros administrativos que existe una alta turbulencia empresarial (dinámica de entrada y salida de empresas), particularmente en el grupo de microempresas e incluso un poco superior en el interior del país (Carracelas & Regueira, 2022). La contracara de este proceso dinámico de entrada y salida de firmas, es una estructura empresarial relativamente joven.

Gráfico III.1: Distribución etaria de la población de micro y pequeñas empresas (5 a 9 po), según tamaño.



Fuente: Elaboración propia en base a datos de las encuestas.

Otro aspecto relevante entre las empresas más pequeñas de la economía, es identificar si cuentan con **local independiente**. Nuevamente el tamaño importa. Poco menos de la mitad de las microempresas (47.7%) y poco más de una de cada tres microempresas sin dependientes (no empleadoras) cuenta con local propio (37.8%). En el tramo de pequeñas empresas analizadas (5 a 9 po), la situación es muy diferente, dado que casi nueve de cada diez cuenta con local (89.2%). En este caso no se observan diferencias relevantes entre Montevideo y el interior del país (véase Tabla AIII.1 en Anexo I).

III.2 Naturaleza Jurídica y Régimen Tributario.

Otros dos aspectos importantes para dimensionar las características de las micro y pequeñas empresas son su **Naturaleza Jurídica** y el **Régimen Tributario** bajo el cual abonan sus impuestos. En lo referente a la naturaleza jurídica, se pueden clasificar en sociedades personales (Empresa Unipersonal (EU)³ y Sociedades de Hecho (SDE)) y sociedades de capital (Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), Sociedad Anónima (SA) y Sociedad por Acciones Simplificada (SAS)). La diferencia de estos dos grupos de sociedades es fundamentalmente la necesidad de constituir capital societario⁴, lo que también se ve reflejado en los costos de apertura, tanto

³ Es la forma jurídica más simple. La persona física se inscribe y desarrolla sus actividades económicas. No tiene personería jurídica, por lo que los derechos y obligaciones recaen sobre el titular. Asimismo, es importante destacar que no tienen límites ni en la facturación ni en el número de empleados.

⁴ La Sociedad de Hecho es en rigor una persona jurídica independiente, pero muy irregular, en el sentido no solamente de que el acuerdo constitutivo no se documenta formalmente (art. 36 a 43 de Ley de Sociedades Comerciales), sino que no establece límites y condiciones para realizar el aporte de capital, quedando a lo que las partes acuerden libremente. Requiere un mínimo de 2 socios.

en términos de dinero como de tiempo. Las sociedades personales (EU y SDH) son las más simples de constituir y de bajo costo⁵.

El 77% de las microempresas son sociedades personales (EU 72.1% y SDH 4.9%), mientras que el 14.8% están constituidas como sociedades de capital (véase Tabla III.1). En las pequeñas empresas la situación es bastante diferente, dado que solamente una de cada tres (34.4%) se constituye como sociedad personal y casi seis de cada diez (59.2%) son sociedades de capital. En particular, aumenta sustancialmente el peso relativo de las SRL (33.1%) y las SA (20.5%).

Tabla III.1: Naturaleza Jurídica según tamaño de empresa.

Naturaleza Jurídica	Micro (1 a 4 po)	Pequeñas (5 a 9 po)
Empresa Unipersonal	72,1%	28,0%
Sociedad de Hecho	4,9%	6,5%
Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)	6,5%	33,1%
Sociedad por acciones simplificada (SAS)	4,6%	5,5%
Sociedad Anónima (SA)	3,6%	20,5%
Cooperativa		1,6%
Asociación Civil, Club o Fundación	0,7%	2,0%
Otra	7,7%	2,8%
Total	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

En lo referente a la región (Montevideo - Interior), se observa que, para ambos grupos de empresas, la participación relativa de las sociedades personales es siempre superior en el interior del país. Como contrapartida, las sociedades de capital tienen una importancia relativa mayor en las empresas de la capital (véase Anexo I Tabla AIII.2).

Como es esperable, los *regímenes especiales de tributación* son más relevantes para las microempresas (véase Tabla III.2). Mientras el 86.5% de las pequeñas empresas (5 a 9 po) tributan bajo el régimen general, solamente una de cada tres microempresas (33%) no se encuentra amparada por un régimen especial de tributación. En particular, en el caso de las microempresas se observa que casi una de cada cinco (18.7%) tributa bajo el régimen de pequeña empresa (literal E), lo que requiere una facturación inferior a 305.000 Unidades Indexadas (UI) anuales (lo que equivale a una facturación aproximada de 160 mil pesos uruguayos mensuales). Se trata, por tanto, de negocios de muy reducida escala también en términos de facturación.

⁵ Por mayor información jurídica sobre las características de cada tipo de sociedad puede verse Belloq & Grilli (2019).

Por otra parte, casi una de cada tres microempresas tributa bajo algún régimen de monotributo: Monotributo (21.0%)⁶ y Monotributo Social Mides (10.5%). Ambos están diseñados para unidades empresariales de reducida dimensión económica, en tanto que el Monotributo Social Mides es exclusivo para aquellos titulares y socios en situación de vulnerabilidad social⁷. Como resultado, la mitad de las microempresas son unidades empresariales de muy reducida escala. A esto hay que sumarle que el 11.9% de las microempresas tributa bajo el régimen de servicios personales (profesionales y no profesionales) fuera de la relación de dependencia.

Tabla III.2: Régimen Tributario según tamaño de empresa.

Régimen Tributario	Micro (1 a 4 po)	Pequeñas (5 a 9 po)
Régimen general (IVA, IRAE	33,0%	86,2%
Servicios Personales	11,9%	2,0%
Monotributo	21,0%	0,2%
Monotributo social Mides	10,5%	0,1%
Pequeña empresa (Literal E)	18,7%	4,3%
Otra	5,0%	7,2%
Total	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Como ya fue mencionado, la situación de las pequeñas empresas (5 a 9 po) es muy distinta. En este grupo de empresas, los regímenes especiales de Monotributo son muy marginales (0.2% Monotributo y 0.1% Monotributo Social Mides), un 2% tributa bajo el régimen de servicios personales fuera de la relación de dependencia (profesionales y no profesionales) y el 4.3% bajo el régimen de pequeña empresa (Literal E).

Nuevamente, se identifican diferencias importantes entre Montevideo y el interior del país (véase Tabla AIII.3 del Anexo I). En las microempresas, mientras que en Montevideo el 37.9% tributa bajo el régimen general, en el interior dicho porcentaje se reduce en casi 10 puntos porcentuales (28.7%). Las diferencias radican fundamentalmente en los regímenes de monotributo, muchos más utilizados por las microempresas del interior (40.9% vs 20.6% en Montevideo). Por otra parte, no hay diferencias significativas en el uso del régimen de pequeña empresa (18.9% Interior vs 18.4% Montevideo), mientras que los servicios personales son relativamente más

⁶ El régimen de Monotributo está reservado además para un listado taxativo de actividades tales como artesanías, clases particulares, venta minorista y diversos servicios personales. Por más información véase: <https://www.bps.gub.uy/10441/monotributo.html>.

⁷ Por más información sobre el Monotributo Social Mides puede consultarse: <https://www.bps.gub.uy/10449/monotributo-social-mides.html>.

importantes en las microempresas de Montevideo. En las pequeñas empresas (5 a 9 po), las diferencias por región prácticamente desaparecen.

Las sociedades personales (EU y SDH) son las que utilizan mayormente los regímenes especiales de tributación (73.7% de las EU y 58% de las SDH) (véase Tabla AIII.4 del Anexo I), mientras que la gran mayoría de las empresas constituidas como sociedades de capital (SRL, SAS y SA) aportan bajo el régimen general.

Por otra parte, la edad de las empresas no solo se vincula con el tamaño, sino también con la naturaleza jurídica y el régimen tributario (véase Tabla AIII.5 del Anexo I). Las empresas constituidas como sociedades personales (EU y SDH) son relativamente más jóvenes que las empresas constituidas como sociedades de capital⁸, tanto en las micro como en las pequeñas empresas. Esto se encuentra vinculado a la mayor turbulencia observada en las empresas constituidas como sociedades personales. De hecho, es el propio crecimiento el que lleva a las empresas a transformarse en sociedades de capital.

En lo referente al Régimen Tributario, las empresas usuarias de regímenes especiales de monotributo y pequeñas empresas son más jóvenes (en promedio y en la mediana), lo que refleja el reducido tamaño económico de las empresas al iniciar su actividad productiva. Asimismo, en el caso de las pequeñas empresas (5 a 9 po), el promedio del monotributo y el Literal E alcanza los 8 y 13.7 años, respectivamente, lo que es un reflejo de las dificultades de crecimiento de muchas empresas⁹.

III.3 Personal ocupado.

Como se indicará anteriormente los relevamientos aquí presentados abarcaron un universo de empresas compuesto por microempresas, que ocupan de 1 a 4 personas con actividad en la empresa¹⁰, y el tramo de las pequeñas empresas que ocupa entre 5 a 9 personas (con actividad en la empresa).

La Tabla III.3 presenta los principales indicadores para el personal ocupado. Con el objetivo de aproximar al personal con efectiva actividad en la empresa, se considera personal remunerado tanto a socios que reciben remuneración por su actividad en la empresa como a dependientes, excluyendo por tanto a los socios sin remuneración.

Las microempresas tienen en promedio un total de 1,8 personas ocupadas, mientras que el promedio se reduce a 1,4 cuando se considera únicamente el personal remunerado. Las microempresas emplean en promedio 0,5 personas en régimen de

⁸ Con excepción de las Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), creadas por la Ley 19.820 del 18 de setiembre de 2019.

⁹ En este caso también es importante mencionar que pueden existir incentivos a mantenerse bajo los regímenes especiales de tributación, y podría haber problemas de sub-facturación en este grupo de empresas.

¹⁰ Para establecer los límites de personal ocupado se consideraron socios con remuneración en la empresa y personal dependiente, excluyendo socios sin remuneración.

dependencia y cuentan con 1,3 socios (remunerados y no remunerados). La mediana es aún menor (1 en todos los casos), lo que evidencia que la distribución de las microempresas es asimétrica hacia la izquierda. En otras palabras, dentro de las microempresas predominan las empresas más pequeñas (al menos una de cada dos no tiene dependientes). En estas empresas el 41,7% del personal remunerado total son mujeres.

Tabla III.3 Personal ocupado según categoría y tamaño de la empresa (media y mediana).

	Micro (0 a 4 PO)		Pequeñas (5 a 9 PO)	
	Media	Mediana	Media	Mediana
Personal dependiente	0,5	0,0	5,6	5,0
Personal no dependiente	1,3	1,0	1,9	2,0
Personal remunerado*	1,4	1,0	6,5	6,0
Personal ocupado total**	1,8	1,0	7,5	7,0
Participación Mujeres***	41,7%	0,0%	43,6%	40,0%

*Incluye socios y dependientes remunerados

**Total de Personas ocupadas, incluye socios sin remuneración

***No se consideran socios no remunerados

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a empresas pequeñas (de 5 a 9 PO).

Entre las pequeñas empresas el personal ocupado total promedio asciende a 7,5 personas, incluyendo socios remunerados y no remunerados, así como personal dependiente. El personal remunerado promedio alcanzó las 6,5 personas. La media del personal ocupado dependiente se ubicó en 5,6 personas mientras que el personal no dependiente promedio fue de 1,9 socios o titulares. Nuevamente, dentro de este grupo de empresas, predominan las más pequeñas. De hecho, una de cada dos tiene entre 5 y 6 personas remuneradas. En este caso el porcentaje de mujeres en el personal remunerado se ubicó en 43,6% en promedio.

IV. Nacimiento y expectativas de crecimiento.

En empresas de reducida escala es importante indagar en las condiciones en la que los actuales propietarios iniciaron el negocio, como financiaron el nacimiento, cuales eran sus principales motivaciones y cuales son sus expectativas actuales con respecto a la empresa.

IV.I Inicio de actividades, financiación inicial y motivaciones para emprender.

La gran mayoría de los empresarios socios o titulares de las empresas de menos de 10 personas ocupadas, son fundadores de la empresa (véase Tabla IV.1). En el caso de las microempresas más de ocho de cada diez (84.0%) fueron fundadas por sus propietarios actuales, mientras que en el caso de las pequeñas empresas analizadas (5 a 9 po), este guarismo se reduce a siete de cada diez (69.2%). Por otra parte, en el caso de las microempresas un 4.7% declara que compró la empresa, mientras que en el caso de las pequeñas el porcentaje que declara haber comprado la empresa se incrementa en 10 puntos porcentuales (14.7%).

Tabla IV.1: Condiciones en las que propietarios actuales adquirieron la empresa, según tamaño.

Los propietarios actuales...	Micro (1 a 4 po)	Pequeñas (5 a 9 po)
La fundaron	84,0%	69,19%
La compraron	4,7%	14,66%
La heredaron	3,1%	6,79%
Otra situación	8,3%	9,36%
Total	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Vinculado con la relativa joven edad de las empresas analizadas, el porcentaje de propietarios que declara haber heredado la empresa es muy bajo en ambos casos: 3.1% en el caso de las microempresas y 6.8% en el tramo de pequeñas de 5 a 9 personas ocupadas.

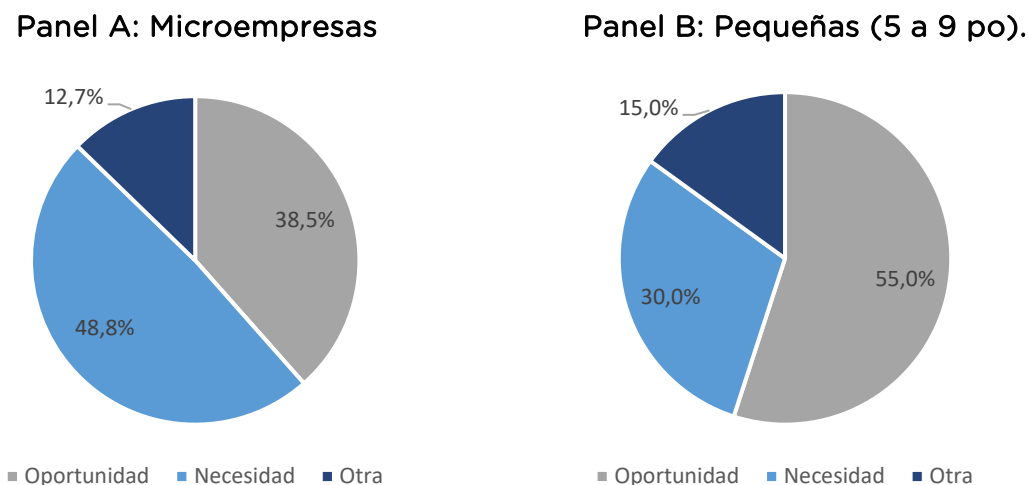
En el caso de las microempresas, no se observan diferencias significativas entre la capital y el resto del país (véase Tabla AIV.1 del Anexo I). En el caso de las pequeñas empresas, sin embargo, se observa que el porcentaje de propietarios de Montevideo que declara haber comprado la empresa es seis puntos porcentuales mayor al observado en el interior (17.5% Montevideo vs 11.1% Interior), con la contracara de una mayor proporción de fundadores en el interior del país (72.8% Interior vs 66.3% Montevideo).

Aquellos empresarios que declararon que habían fundado o comprado la empresa, fueron consultados sobre su **motivación principal (oportunidad / necesidad)** y adicionalmente se les solicitó que indicaran de un listado de razones para emprender, con cuales se sentían identificados.

Con respecto a la ya clásica distinción entre emprender por necesidad o por oportunidad, casi la mitad de los propietarios de una empresa micro declara haber emprendido por necesidad (48.8%), en tanto que un 38.5% declara haberlo hecho para aprovechar una oportunidad (véase Gráfico IV.1). Los resultados son un poco diferentes entre aquellos propietarios de una pequeña empresa (5 a 9 po), dado que menos de uno de cada tres declara haberlo hecho por necesidad (30%), y más de la mitad declara que inició el negocio para aprovechar una oportunidad (55%). No se identifican diferencias relevantes entre Montevideo e Interior, aunque parece

ser un poco más frecuente la motivación por necesidad en el interior del país (véase Tabla AIV.2 del Anexo I).

Gráfico IV.1: Principal motivación para emprender (necesidad / oportunidad).



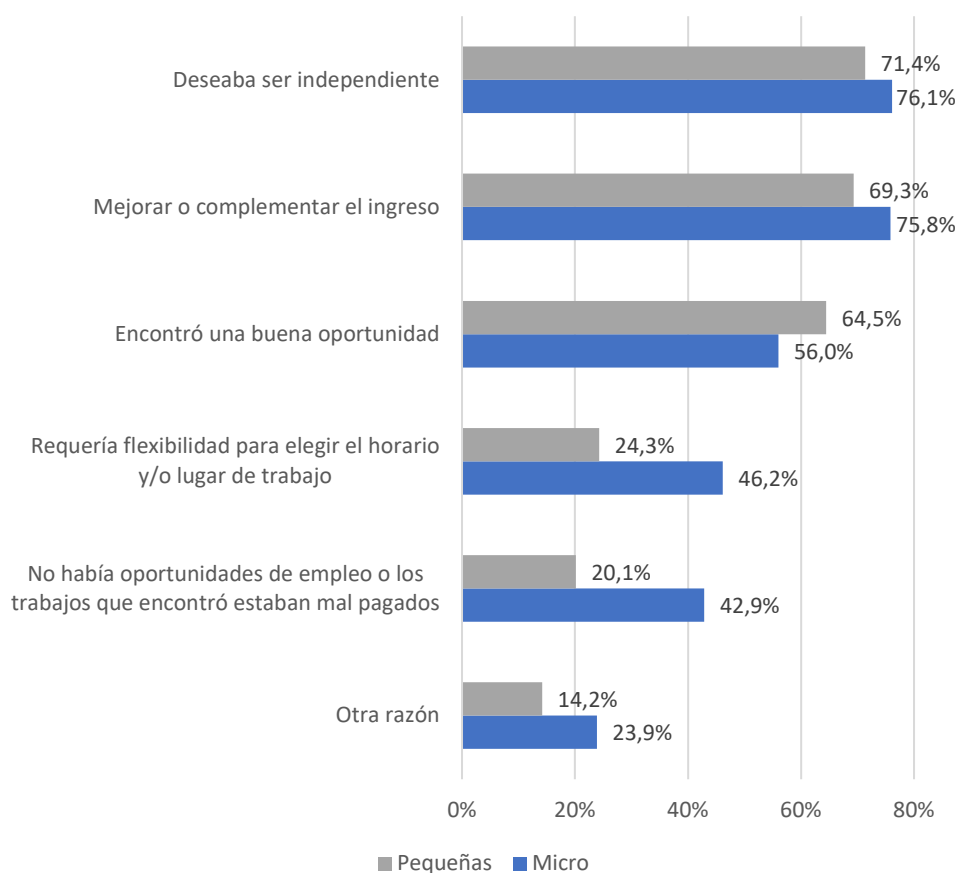
Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Los empresarios fueron también consultados sobre las *razones que lo llevaron a emprender*. En este caso, se ofreció a los empresarios un listado de afirmaciones, y se les solicitó que seleccionaran aquellas con las cuales se sentían identificados. En el listado se incluían algunos motivos de tipo pecuniario (mejorar o complementar ingresos) y motivos de tipo no pecuniario (deseaba ser independiente, requería flexibilidad horaria, entre otras). Los empresarios podían indicar todas aquellas que consideraran aplicaba a su situación. Los resultados se presentan en el Gráfico IV.2.

Es importante tener presente que en la decisión final de iniciar un negocio se encuentran ambos tipos de motivaciones. Para ambos tamaños de empresas (micro y tramo pequeñas), se observa que alrededor de ocho de cada diez menciona al menos un motivo no pecuniario en su decisión de emprender. Entre éstos, el más mencionado es el deseo de ser independiente (76.1% en micro y 71.4% en pequeñas).

Entre los pecuniarios, los empresarios declaran con una frecuencia similar la búsqueda de mejorar o complementar el ingreso (75.8% micro y 69.3% pequeñas). En otras motivaciones se observan diferencias importantes entre los propietarios de micro y pequeñas empresas. Por ejemplo, mientras que dos de cada cinco microempresarios (42.9%) declara que emprendió porque “no había buenas oportunidades de empleo”, solamente uno de cada cinco empresarios propietarios de pequeñas empresas menciona este aspecto como relevante (20.1%). Una situación similar se observa en el caso de “requerir flexibilidad horaria y/o en el lugar de trabajo”: lo mencionan como importante casi uno de cada dos microempresarios (46.2%), mientras que lo mencionan solamente uno de cada cuatro empresarios propietarios de pequeñas empresas (24.3%).

Gráfico IV.2: Principales razones para emprender, según tamaño.



Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

La evidencia obtenida indica que, en la decisión de iniciar un negocio, influyen con similar intensidad motivos de orden pecuniario como aquellos no pecuniarios. Los resultados son relativamente similares en Montevideo y en el interior del país, con la particularidad de que los empresarios del interior del país seleccionan con mayor frecuencia cada una de las opciones. Los resultados por región se presentan en la Tabla AIV.3 del Anexo I).

Los empresarios también fueron consultados sobre la fuente principal de financiamiento utilizada para iniciar la actividad productiva (“**capital inicial**”). Tanto en el caso de las micro como de las pequeñas empresas, casi nueve de cada diez declaran que financió el inicio de su negocio con capital propio y/o préstamos de familiares y amigos (véase Tabla IV.2 y AIV.4 en Anexo I).

Como contracara, es realmente reducido el uso del sistema financiero para financiar el inicio del negocio: el 5.6% de los propietarios de pequeñas y el 2.8% de los dueños de microempresas declara haber usado un crédito como fuente principal para financiar el inicio de actividades (crédito al consumo, crédito bancario y crédito de Instituciones de Microfinanzas). Finalmente, es marginal el uso de aportes no reembolsables brindados por el sector público (0.2% en ambos tamaños de empresas).

Tabla IV.2: Fuente de financiamiento del capital inicial, según tamaño.

Capital inicial	Micro (1 a 4 po)	Pequeñas (5 a 9 po)
Capital propio	69,0%	66,7%
Préstamos de familiares y/o amigos	20,0%	19,6%
Crédito al consumo	0,7%	0,9%
Crédito bancario para empresas	1,4%	3,8%
Crédito de instituciones de microfinanz	0,7%	0,8%
Crédito de proveedores	1,4%	3,3%
Aporte no reembolsable de organismos pú	0,2%	0,2%
Otros	6,6%	4,6%
Total	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

IV.2 Aspiraciones de crecimiento.

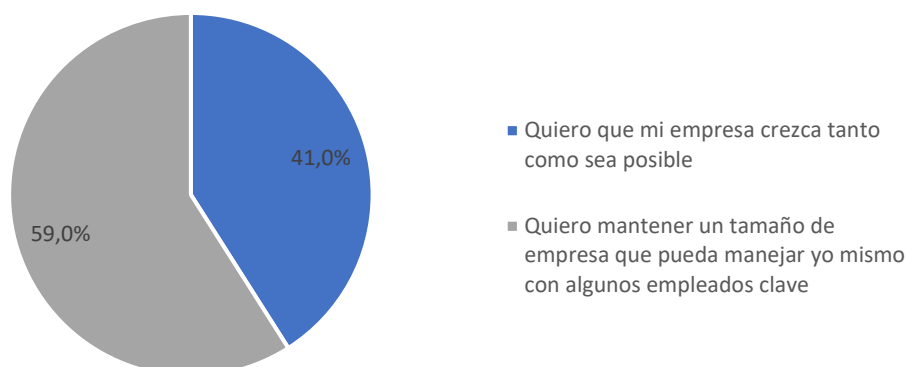
Los empresarios también fueron consultados sobre sus aspiraciones de crecimiento. Esta pregunta es muy relevante, porque contrario a la intuición popular y a algunos desarrollos teóricos importantes¹¹, algunos estudios empíricos recientes evidencian con rigurosidad que las empresas más pequeñas de las economías son de propiedad de empresarios que no tienen grandes ambiciones de crecimiento (Hurst and Pugsley, 2011). La mayoría de los emprendedores suelen ser individuos sin grandes ambiciones empresariales, no son innovadores (venden productos/servicios a mercados ya existentes) y no toman riesgos económicos relevantes.

Los resultados obtenidos se presentan en el Gráfico IV.3. Para ambos grupos de empresas analizados se observa que la mayoría de los empresarios quiere mantener la empresa en un tamaño reducido, de forma que la pueda manejar directamente con algunos empleados claves. No se evidencian diferencias significativas entre Montevideo y el resto del país, aunque los propietarios de pequeñas empresas de Montevideo parecen ser levemente más ambiciosos que los del resto del país (véase Tabla AIV.5 del Anexo I).

¹¹ En particular la visión del emprendedor innovador de Shumpeter (1942), pero también la visión de individuos emprendedores tomadores de riesgos económicos (Jovanovic, 1982) y emprendedores con un amplio conjunto de habilidades (Lazear, 2005).

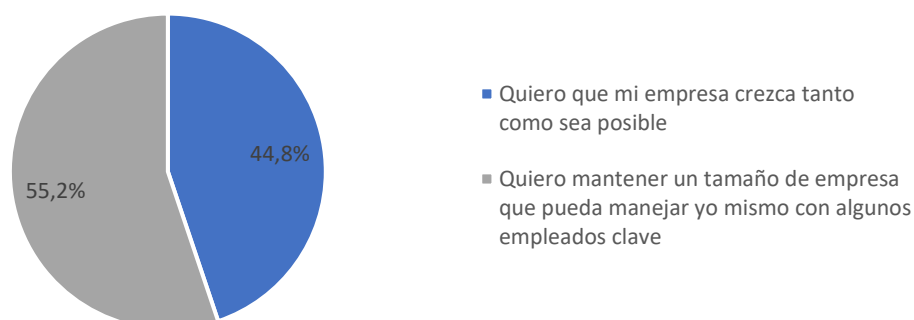
Gráfico IV.3: Aspiraciones de crecimiento, según tamaño.

Panel A: Microempresas (1 a 4 po).



Panel B: Pequeñas empresas (5 a 9 po).

Pequeñas (5 a 9 po)



Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Los resultados presentados en este capítulo evidencian que los emprendedores y empresarios propietarios de empresas de reducida dimensión económica (menos de 10 personas ocupadas), se caracterizan por ser mayormente fundadores de sus emprendimientos, financian el inicio de actividades con capital propio y préstamos de familiares y amigos, manifiestan en gran proporción que iniciaron el negocio por necesidad y son motivados en similar intensidad tanto por factores pecuniarios como no pecuniarios, al tiempo que la mayoría no tiene grandes ambiciones de crecimiento. Estos resultados muestran un retrato alejado de la visión de emprendedores ambiciosos propietarios de empresas dinámicas con grandes capacidades de generación de empleo; y tienen importancia vital para el diseño de política de desarrollo productivo con foco en mipes. En el capítulo siguiente, se profundiza en las características sociodemográficas de estos empresarios.

V. Perfil del empresario.

Este capítulo explora algunas características de los empresarios (socios y/o titulares) de micro y pequeñas empresas considerando factores como el género, la edad, el nivel educativo y la realización de otras actividades económicas.

V.I Empresariado: características del titular principal.

Tanto en el caso de las micro como de las pequeñas empresas los titulares principales son mayormente hombres (58,1% y 69,1% respectivamente). Los resultados van en línea con los obtenidos en análisis realizados a partir del uso de registros administrativos (Carracelas et. al, 2024). Esta brecha de género es mayor en Montevideo que al Interior del país (véase Tabla V.1).

Tabla V.1 Titular principal por género, región y tamaño de empresa (en porcentajes)

Género	Micro (0 a 4 PO)			Pequeñas (5 a 9 PO)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Mujer	45,1%	35,5%	40,6%	33,1%	26,9%	29,6%
Varón	54,7%	62,0%	58,1%	65,9%	71,7%	69,1%
No definido / Otro	0,2%	2,5%	1,3%	1,0%	1,4%	1,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a empresas pequeñas (de 5 a 9 PO).

En línea con la evidencia previa, la participación de las mujeres en el empresariado se reduce a medida que aumenta el tamaño de empresa, pasando de 40,6% en las microempresas a 29,6% en las pequeñas empresas (de 5 a 9 PO). Adicionalmente, se encuentra que la participación de las mujeres varía según la naturaleza jurídica de la empresa, siendo mayor en el caso de las empresas unipersonales o sociedades de hecho (sociedades personales) que en sociedades de mayor complejidad (sociedades de capital) (véase Tabla V.2).

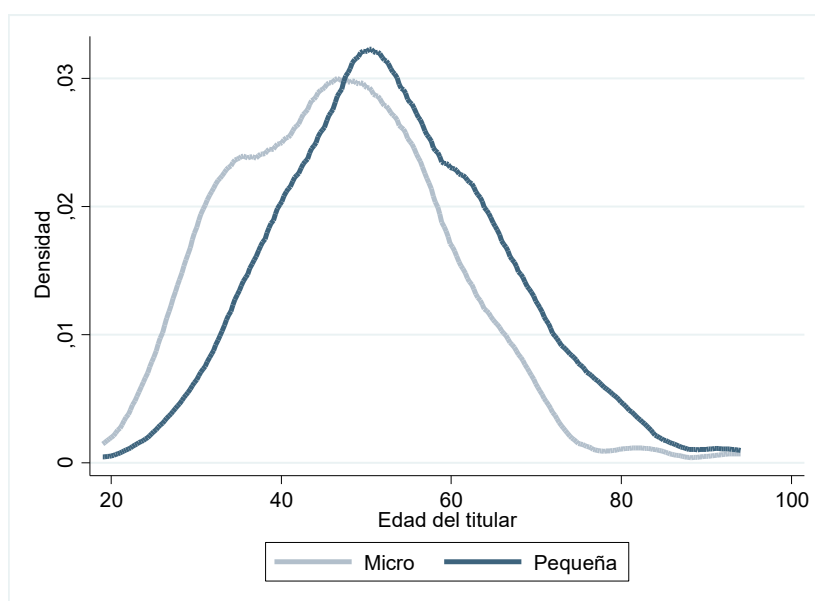
Tabla V.2 Participación de las mujeres en el empresariado según naturaleza jurídica y tamaño.

Naturaleza Jurídica	Micro (0 a 4 PO)	Pequeñas (5 a 9 PO)
Empresa Unipersonal	43,7%	37,0%
Sociedad de Hecho	38,6%	45,5%
Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)	21,6%	26,2%
Sociedad por acciones simplificada (SAS)	16,0%	24,2%
Sociedad Anónima (SA)	14,5%	19,4%
Cooperativa	-	33,1%
Asociación Civil, Club o Fundación	33,6%	27,7%
Otra	56,5%	45,2%
Total	40,6%	29,6%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a empresas pequeñas (de 5 a 9 PO).

En cuanto al perfil por edad, la media del empresariado se ubica en torno a los 47 años para los microempresarios y supera levemente los 53 años en promedio para los titulares de empresas pequeñas (0 a 4 po) (véase Tabla AV.1 del Anexo I). El Gráfico V.1 modela la distribución por edad de los titulares principales según tamaño de empresa. Puede observarse que la distribución de las microempresas tiene mayor concentración a la izquierda, lo que indica mayor participación de titulares jóvenes. La distribución de las pequeñas empresas muestra mayor concentración entorno a la mediana (52 años), con menor presencia de jóvenes y mayor presencia de titulares adultos mayores. Estos resultados son consistentes con lo observado para la edad de la empresa: las empresas micro son en promedio más jóvenes que las pequeñas.

Gráfico V.1 Distribución por edad del titular según tamaño de empresa.



Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a empresas pequeñas (de 5 a 9 PO).

En tercer lugar, se consultó por el máximo nivel educativo finalizado alcanzado por el titular o socio principal. En todos los casos el nivel registrado con mayor frecuencia es la educación media superior (28,6% en microempresas y 33,8% en pequeñas) (véase Tabla V.3). Más de la mitad de los empresarios cuentan como mínimo con educación media superior, este porcentaje aumenta en Montevideo respecto al interior del país (véase Tabla AV.2 del Anexo I) y en las pequeñas empresas respecto a las micro.

Tabla V.3 Empresas según el máximo nivel educativo finalizado alcanzado por el titular, tamaño (en porcentajes).

Nivel educativo	Micro (0 a 4 PO)	Pequeñas (5 a 9 PO)
Primaria incompleta	2,3%	1,4%
Educación Primaria	8,0%	5,0%
Educación media básica	22,7%	16,3%
Educación media superior	28,6%	33,8%
Terciario no universitaria	13,4%	12,8%
Magisterio o profesorado	1,2%	2,1%
Universidad	19,4%	23,0%
Posgrado	4,4%	5,6%
Total	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a empresas pequeñas (de 5 a 9 PO).

Los empresarios con educación terciaria finalizada superan el 38% en las microempresas y alcanzan el 43,4% en las pequeñas empresas. Las cifras son sustancialmente superiores en Montevideo, y de igual magnitud para micro y pequeñas (49,4%), con respecto al interior del país (29,1% y 35,9% para micro y pequeñas, respectivamente). Por tanto, la diferencia en incidencia de los empresarios con educación terciaria entre micro y pequeñas empresas es explicada esencialmente por lo que sucede en el interior del país. (véase Tabla AV.2 en Anexo I). El nivel educativo del socio principal presenta algunas diferencias por género, destacándose mayor presencia de titulares de microempresas con educación primaria cuando se trata de mujeres. En el caso de las pequeñas empresas se registra menor porcentaje de mujeres titulares con educación media superior respecto a sus pares hombres, pero mayor presencia de Magisterio o Profesorado (véase tabla AV.3 del Anexo I).

Finalmente, se analizó la dedicación de los titulares a otras actividades económicas, resultando que poco más de uno de cada cuatro titulares relevados declara contar con otra actividad económica (26,4% en microempresas y 31,0% en pequeñas empresas). No obstante, el tipo de actividad realizada es sustancialmente distinta en el caso de los microempresarios que en el caso de los titulares de empresas pequeñas. Mientras en el primer caso el 60% de quienes tienen una segunda actividad económica son asalariados dependientes, en el segundo el 70% son independientes, socios o dueños de otra empresa (véase Tabla V.4)¹².

Tabla V.4 Titulares de empresas que realizan otra actividad económica según tipo de actividad y tamaño de la empresa (en porcentaje).

	Micro (0 a 4 PO)	Pequeña (0 a 4 PO)
Otra actividad	26,4%	31,0%
<i>Dependiente / Asalariado</i>	59,3%	21,6%
<i>Independiente / Dueño o Socio</i>	34,7%	70,6%
<i>Otro</i>	6,0%	7,8%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a empresas pequeñas (de 5 a 9 PO).

El porcentaje de titulares que realizan otra actividad económica varía según sus características. En particular, la proporción de titulares varones que realizan otra actividad económica es 8 puntos porcentuales mayor que la de las mujeres titulares de empresas (véase Tabla V.5). En cuanto a la motivación, quienes iniciaron el negocio por razones pecuniarias muestran mayor propensión a tener otra actividad económica, tanto en micro (39.4%) como en pequeñas empresas (43.6%). Sucede lo mismo con los titulares con formación terciaria: el 38,8% de los casos de titulares de microempresas y el 39.9% de los titulares de pequeñas empresas tienen una

¹² Ente quienes indican la opción “Otros”, declaran que reciben alquileres, lo que evidencia que no comprendió correctamente la pregunta. Véase el Formulario correspondiente en el [Anexo II](#).

segunda actividad. En muchos casos esta diferencia se asocia al ejercicio de la profesión de manera independiente.

Tabla V.5 Titulares de empresas que realizan otra actividad económica según características del titular y tamaño de la empresa (en porcentaje).

	Micro (0 a 4 PO)	Pequeña (0 a 4 PO)
Titular principal		
Hombre	29,7%	33,5%
Mujer	21,5%	25,3%
Razón para iniciar el negocio		
Pecuniaria	39,4%	43,6%
No pecuniaria	24,4%	27,5%
Nivel educativo		
No terciaria	18,6%	24,2%
Terciaria	38,8%	39,9%
Total	26%	31%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a empresas pequeñas (de 5 a 9 PO).

VI. Mercados

Los empresarios fueron consultados sobre el tipo de cliente que abastecían y sobre su inserción exportadora. La Tabla VI.1 presenta información sobre los tipos de clientes que son abastecidos por las micro y pequeñas empresas. El 71% de las microempresas y el 77,6% de las empresas pequeñas (de 5 a 9 PO) tienen entre sus clientes al consumidor final, es decir le venden sus bienes y servicios directamente a personas que lo utilizan para su consumo. En ambas encuestas, se observa que las empresas ubicadas en el interior de país atienden en mayor medida a este tipo de clientes, con diferencias de 13,1 y 5,4 puntos porcentuales para micro y pequeñas empresas, respectivamente.

Asimismo, se observan diferencias según ubicación de las empresas que proveen al sector público. En ambas encuestas, el porcentaje de empresas que venden al sector público es mayor entre aquellas situadas en el interior del país (véase Tabla VI.1). Esto podría estar relacionado con la existencia de canales de venta más directos hacia instituciones locales, como intendencias y otras dependencias departamentales, así como con la importancia de estas instituciones en la demanda local de las mipymes.

Tabla VI.1: Tipos de clientes en el mercado interno (en porcentaje).

Tipo de Cliente	Micro (1 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Consumidores Finales	77,0%	64,0%	71,0%	80,6%	75,2%	77,6%
Empresas privadas	52,9%	57,2%	54,9%	77,6%	73,2%	75,1%
Sector público	34,0%	19,8%	27,4%	44,4%	32,5%	37,8%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

Cabe señalar que una de cada dos microempresas (52,4%) y una de cada tres empresas pequeñas (34,6%) venden únicamente a un tipo de cliente. La mayoría de estas empresas lo hacen a los consumidores finales (59.7% y 54.5% micro y pequeñas, respectivamente), seguido de empresas privadas y finalmente un pequeño porcentaje vende en exclusividad al sector público (véase Tabla IV.2).

Tabla VI.2: Distribución de tipos de cliente para empresas que venden sus bienes y servicios a un tipo de cliente único.

Tipo de Cliente	Micro (1 a 4)	Pequeñas (5 a 9)
Consumidores finales	31,3%	18,9%
Empresas privadas	16,3%	14,7%
Sector público	4,8%	1,1%
Total (único cliente)	52,4%	34,6%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

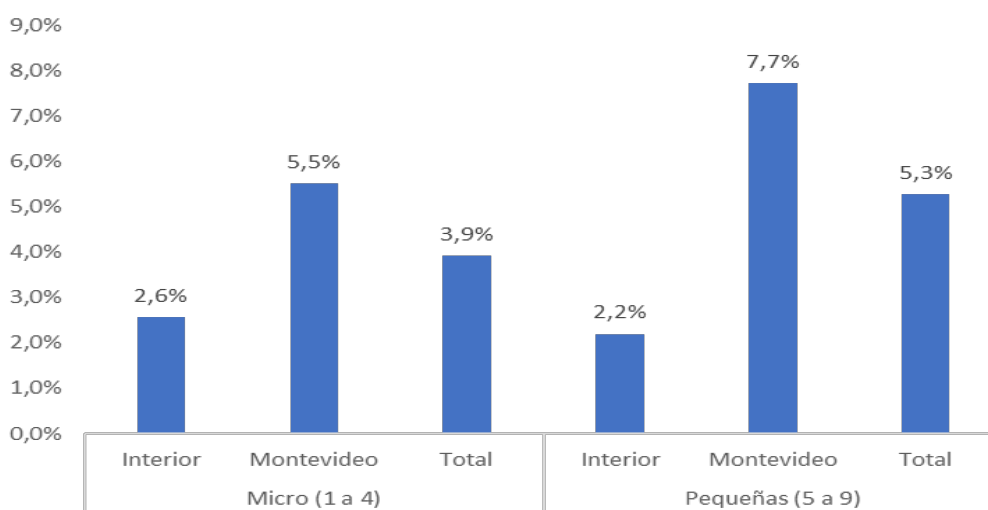
El porcentaje de empresas con un único tipo de cliente es mayor en Montevideo que en el interior del país. En las microempresas esta diferencia es explicada fundamentalmente por un mayor porcentaje de empresas que son proveedoras de otras empresas. Este resultado aparece asociado a una mayor presencia de empresas de TICs y Actividades profesionales, científicas y técnicas. La diferencia es aún mayor en el caso de las pequeñas empresas (8pp.), siendo mayor el porcentaje de empresas que vender únicamente a consumidores finales como de aquellas que venden a otras empresas en Montevideo respecto al interior del país (véase table AVI.1 en el Anexo 1).

La gran mayoría de las micro y pequeñas empresas vende sus productos y servicios en el mercado interno. Los resultados obtenidos indican que solamente el 3,9% de las microempresas y el 5,3% de las pequeñas empresas exportaron en 2023 (véase Gráfico VI.1). Esta información es consistente con el informe de “Caracterización de las mipymes exportadoras de bienes en Uruguay” (Uruguay XXI, 2024), donde se

observa que existe un número reducido de empresas exportadoras de bienes en Uruguay¹³.

Cabe señalar que se identifican diferencias en relación a la distribución territorial. En ambas encuestas se observa un mayor porcentaje de empresas exportadoras entre las localizadas en Montevideo, que más que duplica el porcentaje de empresas exportadoras en el interior.

Gráfico VI.1: Exportaciones. Porcentaje de empresas según tamaño y región (Montevideo / interior).



Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

A pesar de la pequeña cantidad de empresas que exportan, para éstas el mercado externo significa una proporción importante de sus ingresos por ventas (véase Tabla VI.3). En promedio, los ingresos generados por ventas en el exterior representan el 66,9% de los ingresos de las microempresas exportadoras y el 46% en el caso de las pequeñas empresas.

Para las microempresas localizadas en Montevideo, las exportaciones alcanzan en promedio el 73% de sus ingresos por ventas, lo que significa 17,2 pp. más que lo observado en las microempresas localizadas en el interior del país. En el caso de las pequeñas empresas, si bien las exportadoras se encuentran en mayor proporción entre las empresas de Montevideo, no se observan diferencias relevantes en la intensidad exportadora (48.1% interior vs 45.5% Montevideo).

¹³<https://www.uruguayxxi.gub.uy/uploads/informacion/504b2e6eb830386f0e7a7bb0d8f113cd88e1fc54.pdf>

Tabla VI.3: Empresas exportadoras: Proporción de los ingresos por venta generados por exportaciones.

Tamaño	Interior	Montevideo	Total
Micro (1 a 4)	56%	73%	67%
Pequeñas (5 a 9)	48%	46%	46%

Notas: En base a las empresas que exportan; corresponde a la media

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO).

En síntesis, los resultados indican que en lo referente al tipo de cliente abastecido y al acceso a mercados externos, existen diferencias considerables entre las empresas de Montevideo y el interior del país. Las empresas del interior se encuentran más focalizadas en el segmento de consumidores finales y en la venta al sector público, mientras que la venta de bienes y servicios a otras empresas se observa en mayor proporción en Montevideo. Asimismo, las empresas de Montevideo son exportadoras en mayor proporción que las del interior del país, y adicionalmente, aquellas que exportan lo hacen con mayor intensidad, al menos en el caso de las microempresas.

VII. Uso de servicios bancarios y acceso al financiamiento.

La encuesta aplicada incluía un módulo específico sobre financiamiento, en el cual se indagaba sobre tres grandes ejes: servicios bancarios utilizados, fuentes de financiamiento y acceso al crédito. Los resultados obtenidos se presentan a continuación.

VII.1. Servicios bancarios utilizados.

En la Tabla VII.1 se presentan los resultados referidos al uso de servicios bancarios por tamaño de empresa y región (Montevideo - interior). Se observan diferencias importantes entre las micro y las pequeñas empresas: mientras que aproximadamente tres de cada cuatro (77,7%) microempresas utilizan al menos un servicio bancario, en el caso de las pequeñas la totalidad (100%) utiliza al menos un servicio bancario.

El único servicio que es utilizado por la mayoría de las microempresas es el de Caja de Ahorro (59,8%), siguiendo en orden de utilización la Cuenta Corriente (31,1%) y el Pago a proveedores por banco (29,4%). Por su parte, en las empresas pequeñas el servicio que destaca es la Cuenta Corriente (73,5%), y existen más servicios que son utilizados por la mayoría de las unidades productivas de este segmento: el Pago

a proveedores por banco (71,5%), Caja de Ahorro (56,5%) y Sueldos por cajero (53,2%).

Cabe destacar la relación que se encuentra entre el uso de la Caja de Ahorro y Cuenta Corriente según ubicación geográfica y tamaño de la empresa. La Caja de Ahorro, que es un servicio más básico y de fácil acceso, tiene mayor uso en el interior del país y en las microempresas; al tiempo que el uso de la Cuenta Corriente, que está diseñada para manejar grandes volúmenes de transacciones y puede incluir líneas de crédito, está más extendido en las pequeñas empresas y en la capital del país.

El tamaño resulta ser muy relevante en el uso de servicios bancarios, particularmente en algunos casos. Por ejemplo, mientras solamente una de cada diez micro paga sueldos por cajero, una de cada dos pequeñas utiliza esta modalidad (recuérdese que casi dos tercios de las micro no tienen dependientes). Otro ejemplo, es el caso de los cheques diferidos: mientras es utilizado por una de cada tres empresas pequeñas (35.6%), es usado marginalmente por las microempresas (6.3%). En general, con la excepción de la caja de ahorro, todos los servicios bancarios son más utilizados por las empresas pequeñas, lo que se encuentra directamente vinculado a las escalas de producción.

Tabla VII.1 Servicios bancarios utilizados por tamaño de empresa y región (Montevideo - Interior).

	Micro (0 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Caja de Ahorro	61,3%	58,0%	59,8%	65,9%	49,0%	56,5%
Pago a proveedores por banco	31,1%	29,4%	30,3%	74,6%	69,1%	71,5%
Cuenta Corriente	18,0%	31,1%	24,0%	66,0%	79,4%	73,5%
Sueldos por cajero	8,8%	11,7%	10,1%	56,8%	50,3%	53,2%
Prestamos Inversión	8,1%	4,9%	6,6%	15,9%	8,7%	11,9%
Cheques Diferidos	4,3%	8,7%	6,3%	35,2%	35,9%	35,6%
Tarjeta de Crédito Empresarial	6,4%	6,0%	6,3%	17,2%	22,9%	20,4%
Prestamos capital de trabajo	4,6%	4,5%	4,6%	19,4%	15,5%	17,2%
Sobregiro	1,7%	2,7%	2,2%	13,1%	19,9%	16,9%
Descuento de Cheques	2,2%	1,5%	1,9%	12,0%	11,5%	11,7%
Carta de crédito comercio exterior	0,2%	1,7%	0,9%	3,0%	3,8%	3,4%
Otros	7,6%	7,6%	7,6%	5,6%	5,8%	5,7%
Al menos un Servicio	75,6%	80,1%	77,7%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

VII.2 Fuentes de financiamiento.

Respecto de las fuentes de financiamiento, las empresas fueron consultadas acerca de las tres principales fuentes de financiamiento utilizadas en el año 2023. En la

Tabla VII.2 se presentan los resultados referidos a la fuente de financiamiento principal, mientras que en el Anexo 1 se presentan los resultados obtenidos para la segunda y tercera fuente de financiamiento (véanse Tablas AVII.1 y AVII.2).

Tanto para las micro como para las pequeñas empresas, la principal fuente fue el Capital propio (56,2% y 61,3%, respectivamente). Se subraya que el 24,3% de las microempresas indicó que “No utilizó fuentes de financiamiento”, frente al 14,2% de las pequeñas empresas. Si a estos porcentajes, se adiciona la proporción de empresas que declara que su principal fuente de financiamiento son los préstamos de familiares y amigos, se obtiene que casi nueve de cada diez microempresas (88.3%) y casi ocho de cada diez pequeñas (78.4%), no recurren a prestamistas externos para financiarse.

Entre aquellas que sí recurren al mercado para financiarse, el crédito bancario es el mecanismo más habitual en el caso de las pequeñas empresas (12,5%) y el crédito de proveedores el más frecuente entre las microempresas (3,1%). Asimismo, no se perciben diferencias de gran magnitud entre Montevideo y el Interior del país, ni en la fuente principal, ni en las dos restantes,

Tabla VII. 2 Principal fuente de financiamiento, según tamaño de empresa y región.

Primera fuente de financiamiento	Micro (0 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Capital propio	59,2%	52,7%	56,2%	60,2%	62,2%	61,3%
No utilizó fuentes de financiamiento	21,2%	28,0%	24,3%	12,0%	16,0%	14,2%
Crédito bancario para empresas	2,6%	3,7%	3,1%	14,4%	11,0%	12,5%
Crédito de proveedores	4,2%	3,9%	4,0%	7,7%	4,6%	6,0%
Préstamos de familiares y/o amigos	7,7%	7,8%	7,8%	2,6%	3,1%	2,9%
Crédito de instituciones de microfinanzas	2,8%	1,4%	2,1%	0,8%	0,1%	0,5%
Aporte no reembolsable de organismos públicos	0,6%	0,0%	0,3%	0,5%	0,3%	0,4%
Crédito al consumo	0,5%	0,2%	0,4%	0,2%	0,2%	0,2%
Otros	1,3%	2,2%	1,7%	1,6%	2,4%	2,1%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Es importante señalar también que el 68,2% de las microempresas tiene una única fuente de financiamiento principal, y la proporción se reduce a 54,8% en las empresas pequeñas. Nuevamente, esto se encuentra vinculado al volumen del capital manejado por cada tramo de tamaño.

VII.3 Uso de crédito bancario y no bancario.

Por último, en el módulo de Financiamiento se indaga sobre el acceso al crédito, abarcando crédito bancario para empresas, crédito de proveedores, crédito de instituciones de microfinanzas, y crédito al consumo (utilizado para la unidad productiva). Los resultados se presentan en la Tabla VII.3.

El 18,4% de las microempresas y el 40,4% de las pequeñas empresas indican haber recibido un crédito en el año 2023. Más allá del tamaño de la empresa, se observa que la proporción de usuarias de crédito es levemente superior en el interior del país: 19,2% para las micro y 47,4% para las pequeñas.

Al consultar a las empresas tomadoras de crédito por el destino del mismo, los resultados son similares por tramo de tamaño: casi seis de cada diez empresas lo destinan a capital de trabajo (57,6% y 57,8% de las micro y pequeñas empresas, respectivamente). Por su parte, las empresas del interior del país solicitan crédito para financiar capital de trabajo y de inversión en igual proporción, mientras que las empresas de Montevideo lo hacen mayormente para capital de trabajo.

Tabla VII. 3 Uso de crédito por tamaño de empresa y región (Montevideo - Interior). Año 2023.

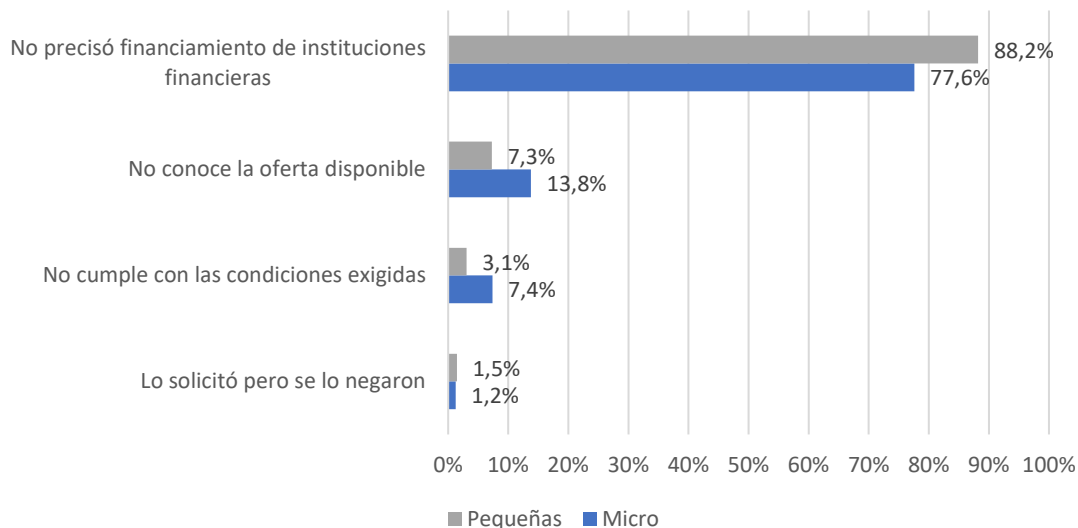
	Micro (0 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Recibió Crédito						
Si	19,2%	17,5%	18,4%	47,4%	34,8%	40,4%
No	80,8%	82,5%	81,6%	52,6%	65,2%	59,6%
Destino del último crédito						
Capital de trabajo	49,4%	68,3%	57,6%	52,1%	64,0%	57,8%
Inversión	50,6%	31,7%	42,4%	47,9%	36,0%	42,2%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po).

En el caso de las empresas que declaran no haber accedido a crédito, se profundizó en conocer los motivos (véase Gráfico VII.1). La gran mayoría de las empresas declara que no necesitó financiamiento de instituciones financieras: 77,6% de las microempresas y 88,2% de las pequeñas. Nuevamente, no se observan diferencias entre Montevideo y el Interior del país (véase Tabla AVII.1 del Anexo 1).

En segundo lugar, se menciona que no se conoce la oferta disponible, con diferencias importantes según el tamaño de las empresas (13,8% de las microempresas frente a 7,3% en las pequeñas empresas). Por último, resultan marginales aquellos casos que declaran que solicitaron crédito y no se les concedió.

Gráfico VII.1: Motivo de no utilizar fuentes de financiamiento bancarias y no bancarias, según tamaño de empresa.



Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

VIII. Prácticas Empresariales y Gestión Organizacional.

En este capítulo, se analizan diferentes aspectos de la gestión de las empresas: Prácticas empresariales, prácticas asociativas, contratación de asesoramientos y consultorías, certificaciones y toma de decisiones. Todos estos aspectos desempeñan un rol relevante en la gestión y desarrollo de las empresas, influyendo en su competitividad, sostenibilidad y crecimiento.

La forma en la que las empresas son gestionadas tiene importantes implicancias sobre su productividad y crecimiento (Bloom et. al., 2010, 2012, 2016). Una de las características más sobresalientes del grupo de empresas analizado, es que la gestión de la empresa es realizada por sus propietarios y/o por miembros de su familia, lo cual puede resultar en un aspecto crítico para el crecimiento (Akcigit et. al., 2018). En estas condiciones, la contratación de asesorías, consultorías y capacitaciones externas puede resultar clave para mejorar el desempeño de las firmas (Bruhn et. al., 2018).

VIII.1 Prácticas Empresariales.

Existen una serie de prácticas empresariales que frecuentemente se asocian con una mayor probabilidad de supervivencia y dinamismo para la empresa. Las diferencias en la gestión empresarial explican gran parte de la heterogeneidad en el desempeño productivo de las empresas en América Latina (Miles et al, 2018).

En la encuesta se consultó por un conjunto de siete prácticas empresariales primordiales para una buena gestión empresarial. Las siete prácticas consultadas son las siguientes:

- i. registrar ingresos y egresos,
- ii. estimar ganancias,
- iii. clima laboral,
- iv. planificar acciones,
- v. publicitar productos,
- vi. capacitar dependientes y
- vii. capacitar dueños o socios.

La Tabla VIII.1 presenta los resultados obtenidos, según tramo de personal ocupado y región. Casi el 80% de las microempresas y más del 95% de las pequeñas empresas (de 5 a 9 PO) aplicaron al menos una de las prácticas consultadas. En todos los casos los resultados son sustancialmente mejores para las pequeñas empresas que para las microempresas.

Tabla VIII.1: Prácticas Empresariales (en %), según tamaño y región.

	Micro (0 a 4 PO)			Pequeñas (5 a 9 PO)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Registrar ingresos y egresos	51,0%	53,8%	52,3%	82,8%	85,3%	84,2%
Estimar Ganancias	49,5%	42,7%	46,3%	64,4%	65,7%	65,1%
Clima laboral	36,9%	31,9%	34,6%	67,7%	63,2%	65,2%
Planificar acciones	34,3%	31,7%	33,1%	52,7%	55,3%	54,1%
Publicitar productos	39,5%	29,1%	34,7%	52,5%	43,9%	47,7%
Capacitación dueños/socios	28,2%	22,2%	25,4%	32,2%	29,4%	30,7%
Capacitación dependientes*	25,3%	21,6%	23,6%	42,2%	39,6%	40,8%
Al menos 1 práctica	80,1%	79,1%	79,6%	97,6%	95,7%	96,5%
Media	2,5	2,0	2,4	3,9	3,8	3,9
Mediana	2,2	2,0	2,0	4,0	4,0	4,0

* Solo empresas con personal dependiente

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

Se destaca la baja adopción de buenas prácticas en general, pero fundamentalmente entre las microempresas. Registrar ingresos y egresos es la práctica que se realiza con mayor frecuencia en ambos tramos de tamaño. En el caso de las microempresas el porcentaje de empresas que registran ingresos y egresos apenas supera el 50% y únicamente el 46.3% estiman ganancias.

Las prácticas asociadas a la capacitación, tanto de dependientes como de socios, son las que se realizan con menor frecuencia, aunque hay diferencias entre micro y pequeñas empresas. Únicamente el 23.6% de las microempresas con dependientes y el 40.6% de las pequeñas empresas con dependientes realizaron capacitaciones para sus trabajadores, en tanto el 25,4% de las microempresas y el 30,7% de las pequeñas empresas capacitaron a sus socios o dueños.

En promedio las microempresas declaran llevar adelante 2,4 prácticas de las siete consultadas, siendo la mediana de 2 prácticas. Si se distingue entre las microempresas que emplean personal dependiente y las que no, se evidencia una mayor adopción de buenas prácticas empresariales entre las microempresas empleadoras, ascendiendo el promedio a 2.8 prácticas y la mediana a 3 (véase Tabla AVIII.1 del Anexo I). Por su parte las pequeñas empresas realizan en promedio 3.9 prácticas, en tanto la mediana se ubicó en 4 prácticas, duplicando el registro de las microempresas.

Las diferencias a nivel de región no son significativas en la mayor parte de los casos, con la excepción de la de publicitar productos, que tiene mayor incidencia en el interior del país que en Montevideo.

VIII.2 Contabilidad suficiente.

Se consultó a las empresas si disponen de contabilidad suficiente, entendida como el mantenimiento de registros contables adecuados, completos y debidamente respaldados, conforme a la normativa vigente¹⁴ que reflejen fielmente su situación económica y financiera.

Los resultados indican que el 27,8% de las microempresas y el 66% de las pequeñas (de 5 a 9 po) cuentan con contabilidad suficiente (véase Tabla VIII.2). Los requisitos legales varían de acuerdo a la naturaleza jurídica y el régimen tributario de la empresa, siendo más simples en el caso de las empresas unipersonales con régimen de monotributo o IVA mínimo que en el caso de sociedades comerciales o de capital. La Tabla VIII.2 presenta el porcentaje de empresas que cuentan con contabilidad suficiente por tamaño y según naturaleza jurídica.

¹⁴ El Decreto 150/007 establece la obligación de llevar "contabilidad suficiente" para determinados contribuyentes. Decreto 291/014 clasifica a las entidades en categorías para determinar las normas contables aplicables: Régimen General, Entidades de Menor Importancia Relativa y Emisores de Valores de Oferta Pública. El Decreto 408/016 complementa al Decreto 291/014 al especificar criterios adicionales para la presentación de estados financieros. Esta información puede encontrarse en el Texto Ordenado 2023 de DGI que sistematiza todos los tributos administrados por la Dirección General Impositiva (DGI), aprobado por el Decreto N° 101/024 de 4 de abril de 2024, sustituye al anterior que databa del año 1996 y, adicionalmente, incluye por primera vez toda la normativa vigente (legal y reglamentaria) relacionada con los derechos, garantías y deberes de los contribuyentes.

Tabla VIII.2 Empresas con contabilidad suficiente, según tamaño y naturaleza jurídica.

Naturaleza Jurídica	Micro	Pequeña
Empresa Unipersonal	20,7%	52,2%
Sociedad de Hecho	26,3%	29,2%
Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)	53,9%	69,2%
Sociedad por acciones simplificada (SAS)	58,2%	70,3%
Sociedad Anónima (SA)	94,8%	95,9%
Cooperativa	-	85,4%
Asociación Civil, Club o Fundación	71,6%	52,9%
Otra	20,0%	38,3%
Total	27,8%	66,5%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

Existen diferencias significativas según naturaleza jurídica. Las sociedades personales (Empresa Unipersonal y Sociedad de Hecho) son las que tienen en menor proporción contabilidad suficiente. En el caso de las sociedades de capital (SRL, SAS y SA), el porcentaje de empresas que cuenta con “contabilidad suficiente” se incrementa marcadamente, alcanzando un máximo en el entorno del 95% en el caso de las Sociedades Anónimas (para ambos tamaños de empresas).

VIII.3 Asociatividad.

En esta sección se analiza la participación de las empresas en asociaciones o gremiales empresariales, así como la existencia de otras experiencias o prácticas asociativas entre empresas. El desarrollo de estrategias asociativas o el desarrollo de actividades conjuntas puede tener impactos positivos en la competitividad de las empresas, mejorando su acceso a mercados de materias primas o equipos, su capacidad de negociación, el acceso a nuevos mercados de ventas, la adopción de tecnología, entre otros.

La participación en gremiales o asociaciones empresariales¹⁵ muestra significativas diferencias según el tamaño de las empresas (véase Tabla VIII.3). Mientras que solamente el 8.7% de las microempresas han sido miembros de gremiales, cámaras o asociaciones empresariales en 2023; poco menos de una de cada tres empresas pequeñas (28.5%) declara pertenecer a una asociación gremial.

¹⁵ ¿Usted o su empresa es miembro de una asociación, cámara o gremio empresarial?

Tabla VIII.3 Asociatividad por tamaño de empresa.

	Micro (0 a 4 PO)	Pequeñas (5 s 9 PO)
Miembro de asociación o gremio empresarial	8,7%	28,5%
Prácticas Asociativas		
Compra de materias primas y materiales	31,3%	33,5%
Compartir redes de información	13,2%	22,8%
Adquirir tecnología y/o equipamiento	14,7%	22,0%
Servicios de capacitación y asesoramiento	10,6%	20,6%
Actividades logísticas	6,6%	15,8%
Ejecutar proyectos de inversión	2,3%	3,5%
Exportar	1,8%	1,9%
Otras	4,3%	4,9%
Empresas con prácticas asociativas	45,9%	57,6%
Media	0,85	1,25
Mediana	0	1

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

Las encuestas consultaron también por otras experiencias asociativas de las empresas según sus objetivos, independientemente de la participación o no en gremios, cámaras o asociaciones empresariales. El 45,9% de las microempresas y el 57.6% de las pequeñas empresas afirman haber realizado al menos una práctica asociativa de las relevadas (véase Tabla VIII.3). Las practicas asociativas para la compra de materias primas y materiales destacan como las de mayor incidencia tanto entre microempresas (31.3%) como entre pequeñas empresas (33.5%). En general, aquellas asociaciones de mayor complejidad, como la ejecución de proyectos de inversión son usadas muy marginalmente.

VIII.4 Asesoramiento.

El asesoramiento tiene un rol relevante en la gestión empresarial y la toma de decisiones estratégicas basadas en información. El acceso a conocimiento especializado en áreas claves de la empresa podría mejorar su desempeño y competitividad y reduce el riesgo en la toma de decisiones, profesionalizando la gestión empresarial.

Se consultó a las empresas si durante 2023 contaron con asesoramientos o consultorías para mejorar su funcionamiento, excluyendo la actividad habitual de servicios de gestoría o contabilidad. El nivel de contratación de asesoramiento y consultorías empresariales es reducido tanto en micro (6.8%) como en pequeñas empresas (13.1%) (véase Tabla VIII.4).

Tabla VIII.4 Asesoramiento o consultorías.

Asesoramiento	Micro (0 a 4 po)	Pequeñas (5 s 9 po)
	6,8%	13,1%
<i>Administración, Contabilidad y Finanzas</i>	65,6%	59,4%
<i>Comercialización, marketing y ventas</i>	37,3%	45,7%
<i>Producción y Productividad</i>	21,5%	22,9%
<i>Tecnologías de la Información y comunicación (TI)</i>	23,7%	33,0%
<i>Otra</i>	23,9%	20,4%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

Más de la mitad de las empresas que recibieron asesoramiento lo hicieron en el área de administración, contabilidad y finanzas tanto si se trata de microempresas (65.6%) como de pequeñas empresas (59.4%).

VIII.5 Certificaciones.

Contar con certificaciones permite a la empresa acreditar ciertos procesos, bienes o servicios brindados. De esta manera la empresa puede diferenciarse en el mercado, agregar valor a sus productos o servicios y mejorar su competitividad. Habitualmente el solo hecho de pasar por un proceso de certificación requiere cierta profesionalización de la gestión empresarial.

Las encuestas consultaron sobre la tenencia de certificaciones vigentes en distintas áreas: Calidad, Medio Ambiente, Responsabilidad Social Empresarial, Seguridad y salud en el trabajo, y Sanitarias y de inocuidad de alimentos. Los resultados se presentan en la Tabla VIII.5.

En términos generales el nivel de certificación es reducido tanto en las microempresas (14.0%) como en las pequeñas empresas (16.1%), con mayor incidencia en el interior del país que en Montevideo.

Tabla VIII.5: Empresas con certificaciones Vigentes por área, tamaño y región (en %).

Certificaciones	Micro (0 a 4 PO)			Pequeñas (5 a 9 PO)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Seguridad y salud en el trabajo	7,9%	3,2%	5,8%	9,3%	7,2%	8,2%
Sanitarias e inocuidad para alimentos	6,4%	3,4%	5,0%	6,0%	4,9%	5,4%
Calidad	5,4%	2,3%	3,9%	3,3%	4,2%	3,8%
Responsabilidad social	4,1%	2,3%	3,3%	3,7%	2,7%	3,2%
Medio ambiente	3,5%	2,4%	3,0%	1,3%	3,0%	2,3%
Otra	6,6%	6,5%	6,5%	7,7%	5,4%	6,4%
Empresas certificadas	17,8%	9,7%	14,0%	18,7%	14,0%	16,1%
Media*	1,9	2,1	2,0	1,7	2,0	1,8
Mediana*	1	1	1	1	1	1

* Solo para empresas con certificaciones

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 po).

El área en que las empresas se certifican con mayor frecuencia es Seguridad y Salud en el trabajo (5.8% microempresas y 8.2% pequeñas empresas). En promedio las empresas certificadas declaran haberse certificado en 2 de las áreas relevadas, mientras que más de la mitad cuenta con una sola certificación (mediana). En general, no se observan diferencias significativas por tamaño de las empresas.

VIII.6 Toma de decisiones.

Finalmente, los relevamientos exploraron la toma de decisiones de las empresas, tanto en lo referente a los mecanismos de toma de decisiones, como a las fuentes de información y consulta utilizadas y las características de la persona encargada.

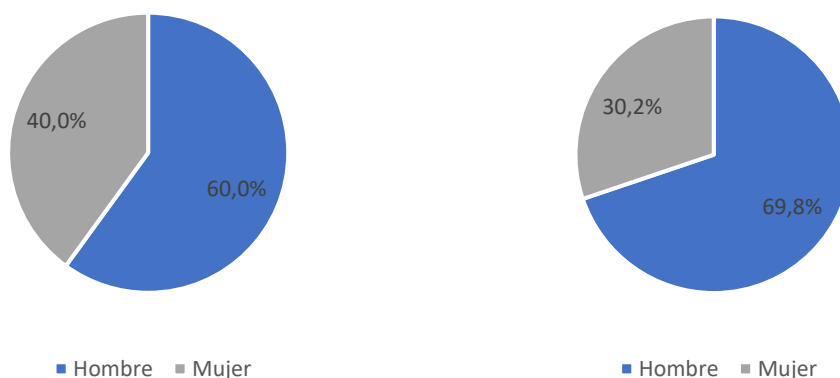
Suele definirse a las empresas como lideradas por mujeres cuando son ellas quienes toman las decisiones principales en la empresa. De acuerdo a la consulta realizada a las empresas, y tal cómo se muestra en la Gráfico VIII.1, el 40% de las microempresas y el 30% de las pequeñas empresas son lideradas por mujeres. Los resultados coinciden con los obtenidos sobre la titularidad de la empresa (véase Capítulo III), por lo que viene a confirmar que son los dueños titulares de las empresas los que toman las principales decisiones. Adicionalmente, y como ya fue mencionado previamente, este resultado se encuentra en línea con otros estudios basados en registros administrativos, que encuentran mayor participación de las mujeres en puestos de liderazgo a menor tamaño de la empresa (Carracelas et. al., 2024).

Las empresas lideradas por mujeres tienen mayor nivel de empleo femenino que aquellas lideradas por hombres (véase Tabla VIII.2 del Anexo I). En el caso de las microempresas, si la empresa es liderada por una mujer, el porcentaje de empleo femenino se incrementa en 6 puntos porcentuales, en tanto que en el caso de las pequeñas empresas el mismo casi se duplica, aumentando en 24 puntos porcentuales.

Gráfico VIII.1: Sexo del tomador de decisiones (en %) por tamaño.

Panel A: Micro (1 a 4 po).

Panel B: Pequeñas (5 a 9 po).

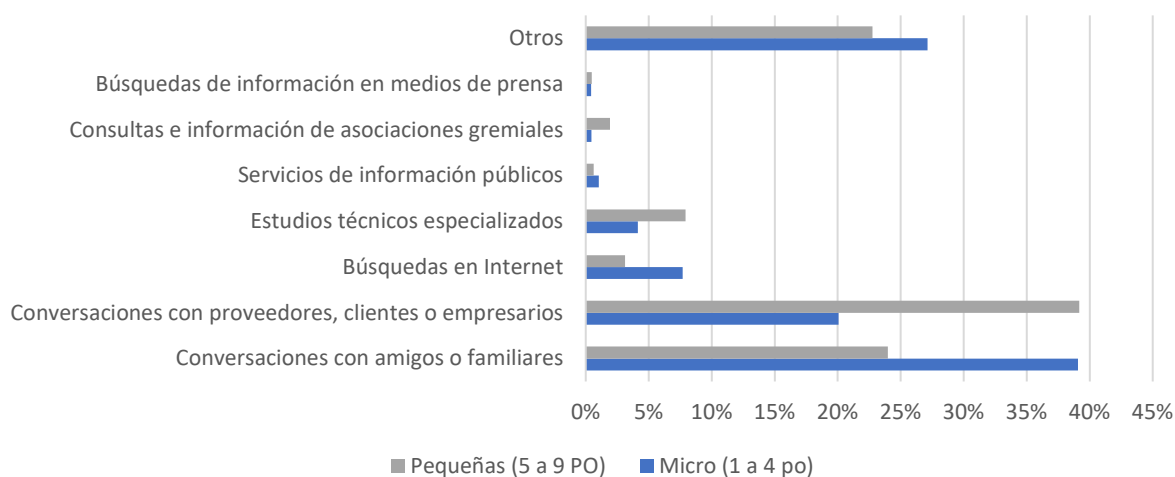


Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

Por otro lado, se analizaron los mecanismos de consulta para la toma de decisiones en la empresa. Las conversaciones con familiares y amigos son el principal mecanismo de toma de decisiones en las microempresas (39.1%), con mayor relevancia en el interior del país (43.5%) que en Montevideo (33.9%). En el caso de las pequeñas empresas se priorizan las conversaciones con proveedores, clientes o empresarios para la toma de decisiones (39.2%), sin registrarse diferencias significativas entre regiones (véase Gráfico VIII.2).

Por tanto, prevalecen los mecanismos informales de consulta, con escasa consulta a estudios técnicos especializados, servicios de información pública, asociaciones empresariales y medios de prensa.

Gráfico VIII.2: Mecanismo de toma decisiones (en %), según tamaño y región.



Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

VIII.7 Solicitud de apoyos públicos.

En Uruguay existe una amplia oferta de apoyos públicos para empresas. Sin embargo, los datos revelan un muy bajo uso de apoyos públicos tanto en microempresas como en pequeñas empresas (véase Tabla VIII.6). Entre las microempresas únicamente el 3,7% solicitó algún apoyo público y el 2,5% declara haberlo obtenido. En este caso, tanto la solicitud de apoyos públicos como la obtención del mismo es mayor en el interior del país (5,4% y 3,8% respectivamente (véase Tabla VIII.3 del Anexo I). En el caso de las pequeñas empresas el 5,7% solicitó algún apoyo público y el 4,9% declara haberlo obtenido. Las diferencias entre Montevideo e interior no son significativas para este grupo de empresas.

Tabla VIII.6 Solicitud de apoyo público según tamaño (en %).

Solicitó Apoyo público	Micro (1 a 4 po)	Pequeña (5 a 4 po)
Si	3,7%	5,7%
<i>Se lo otorgaron</i>	2,5%	4,9%
<i>No se le otorgaron</i>	1,2%	0,8%
No	96,3%	94,3%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 po)

En el caso de aquellas empresas que declararon no haber solicitado apoyos públicos, se consultó también por los motivos de dicha decisión. Los resultados presentados en la Tabla VIII.7 evidencian que el 43,9% de las microempresas y el 45,7% de las pequeñas empresas declaró no necesitar apoyos públicos, mientras que una de cada tres empresas declara no conocer la oferta de apoyos disponibles, tanto en el caso de las microempresas como de las pequeñas empresas. Otros factores como los requerimientos administrativos, la creencia de que no existen programas para su negocio o la autolimitación asociada a que no cree que pueda ser seleccionado, tienen un peso menor (10,6% y 14,4% en las micro y pequeñas, respectivamente).

Tabla VIII.7: Motivos por los que no solicitó apoyos públicos, según tamaño (en %).

Motivos por los que no solicitó	Micro (1 a 4 po)	Pequeña (5 a 9 po)
No lo necesita	43,9%	45,7%
No conoce la oferta	33,2%	31,1%
Requiere mucho trabajo administrativo	4,7%	6,9%
No le interesa	9,5%	6,4%
No hay programas para su negocio	3,5%	4,2%
No cree que se le otorgue	2,4%	3,2%
Otra	2,8%	2,4%
Total	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

En lo referente a la región, en general las empresas del interior declaran en menor proporción la falta de interés y en mayor proporción el no conocer la oferta de apoyos disponibles (37,3% microempresas, 33% pequeñas empresas) (véase Tabla AVIII.4 del Anexo I). En ambos casos, las diferencias entre Montevideo y el interior del país se acentúan entre las microempresas.

IX. Adopción tecnológica y uso de TICs.

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos con respecto a la adopción de tecnología y al uso de tecnologías digitales en las empresas. En ambos relevamientos se indagó sobre los procesos de incorporación de tecnología y diversos aspectos vinculados a la digitalización de las empresas: uso de computadoras y dispositivos portátiles, canales de venta por internet y aspectos relacionados a la ciberseguridad.

Conocer las herramientas digitales con que cuentan las empresas es de fundamental importancia, dado que pueden generar mejoras en diferentes áreas y actividades de las firmas, permiten mayor visibilidad, mejoran el acceso a la información y brindan facilidades para realizar transacciones financieras. Además, reducen los costos de coordinación al interior de las empresas y promueven la asignación flexible de recursos. La transformación digital puede amplificar las capacidades dinámicas de las empresas y ayuda a percibir cambios en el entorno debido a la capacidad de generar y procesar grandes volúmenes de información (Dini et al 2021). En términos generales, se evidencian vínculos positivos a nivel de empresas e industrias entre la adopción de tecnologías digitales y mejoras en la productividad (Munch et al, 2018; Gal et al, 2019).

IX.1 Incorporación de tecnología.

El 77,2% de las microempresas y el 61,6% de las empresas pequeñas (de 5 a 9 po) no adquirió nueva tecnología en 2023 (véase **Tabla IX.1**). Cuando las empresas incorporan tecnología, en la mayoría de los casos indican que lo hacen como una acción puntual sin procedimientos sistemáticos: 15,1% y 23,6% para micro y pequeñas, respectivamente. Un porcentaje muy reducido de las empresas evalúan los beneficios, riesgos y oportunidades de las innovaciones y tecnologías identificadas: solamente el 2,9% de las microempresas y el 4,3% de las empresas pequeñas.

Tabla IX.1: Incorporación de tecnología, según tamaño y región (en %).

	Micro (1 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
No se incorporó nueva tecnología	74,7%	80,2%	77,2%	58,8%	63,8%	61,6%
De forma puntual y sin procedimientos sistemáticos	16,0%	14,1%	15,1%	25,4%	22,1%	23,6%
Principalmente copiando y adaptando la que utilizaban los competidores y otras empresas del rubro	4,1%	1,6%	2,9%	6,1%	3,4%	4,6%
Utilizando procesos y herramientas para identificar las últimas innovaciones y desarrollos tecnológicos aplicables a la organización	1,9%	1,7%	1,8%	6,1%	5,8%	5,9%
Utilizando procesos sistemáticos para evaluar los beneficios, riesgos y oportunidades de las innovaciones y tecnologías identificadas, así como la relación costo/beneficio de su implementación	3,3%	2,4%	2,9%	3,5%	4,9%	4,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 po).

Asimismo, se observan diferencias entre Montevideo y el Interior del país en ambas encuestas. Según las respuestas obtenidas, las empresas del interior del país en 2023 adquirieron más tecnología en términos relativos que las localizadas en Montevideo. Sin embargo, no se observan diferencias significativas en los procesos utilizados para la adopción e incorporación de tecnología.

IX.2 Uso de TICs.

Al menos seis de cada diez microempresas (61,3%) y casi la totalidad de las pequeñas (93,4%) declara que utiliza computadoras para trabajar (véase **Tabla IX.2**). Los resultados evidencian una diferencia importante según el tamaño de las empresas. Sin embargo, las diferencias entre estos dos grupos de empresas disminuyen al observar la media de personas que utilizó computadoras. Al comparar

los datos con la Encuesta Nacional de Mipymes (2017)¹⁶, se observa un leve crecimiento en el uso de computadoras. En dicha encuesta el promedio general alcanzaba el 62%: en las microempresas era de 57% y en las pequeñas de 89%¹⁷.

A su vez, se perciben diferencias importantes según región en el uso de computadoras. En particular, en las microempresas existen 10,9 pp. a favor de Montevideo (67,2% Montevideo y 56,3% interior). Por otra parte, entre las microempresas se observa un uso más extendido de dispositivos portátiles, probablemente debido al uso del celular como herramienta de trabajo.

Tabla IX.2: Uso de computadoras, dispositivos portátiles y acceso a internet (en %).

	Micro (1 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Usa PC	56,3%	67,2%	61,3%	93,5%	93,4%	93,4%
Media % personas que usan pc	48,1%	58,4%	52,9%	52,3%	58,0%	55,5%
Mediana % personas que usan pc	50,0%	100,0%	50,0%	50,0%	57,1%	50,0%
Usa dispositivos portátiles	74,0%	76,3%	75,0%	83,2%	85,2%	84,3%
Media % personas que usan dp	65,4%	68,3%	66,8%	56,0%	57,1%	56,7%
Mediana % personas que usan dp	100,0%	100,0%	100,0%	60,0%	60,0%	60,0%
Acceso a internet						
Dentro de las instalaciones	76,7%	79,2%	77,9%	100,0%	100,0%	100,0%
Fuera de las instalaciones	50,8%	63,6%	56,7%	72,8%	72,5%	72,7%
Plan de internet empresarial				47,4%	55,3%	51,7%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

En cuanto al *acceso a internet*, se observa que todas las empresas pequeñas tienen acceso a internet dentro de las instalaciones, mientras que en las microempresas alcanza al 77,9%. Estas cifras son mayores a las registradas en 2017, donde el 66% de las microempresas y el 93% de las empresas pequeñas indicaban que se utilizaba internet en la empresa¹⁸.

Cabe señalar que el uso extendido de internet en las empresas va en línea con el uso generalizado observado en la población. Según la Encuesta Específica de Acceso y Uso de TIC 2022 (EUTIC)¹⁹, el 91% de los hogares cuenta con algún tipo

¹⁶ Disponible en: <https://www.gub.uy/ministerio-industria-energia-mineria/sites/ministerio-industria-energia-mineria/files/documentos/publicaciones/Encuesta%20Nacional%20de%20Mipymes%202017.pdf>

¹⁷ Obsérvese que en el caso de la Encuesta Nacional de Mipymes 2017 se incluye a la totalidad de las empresas pequeñas, o sea aquellas con entre 5 y 19 personas ocupadas.

¹⁸ Cabe señalar que la pregunta no es exactamente la misma. La pregunta realizada fue ¿en la empresa se utiliza internet?

¹⁹ Disponible en: <https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/datos-y-estadisticas/estadisticas/encuesta-uso-tecnologias-informacion-comunicacion-2022>

de conexión a internet, mostrando un aumento de 3 pp. respecto al año 2019 (EUTIC, 2022)²⁰.

Las tres principales actividades realizadas a través de internet, tanto para microempresas como para pequeñas empresas son: (i) telefonía, (ii) enviar y recibir correos electrónicos y (iii) realizar trámites en línea, solicitar o descargar formularios (véase Gráfico IX.1).

Gráfico IX.1: Actividades en las que se utilizó Internet, según tamaño (en %).



Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

No se perciben casi diferencias entre Montevideo e Interior con excepción de dos actividades en el caso de las microempresas. Se registra un porcentaje menor de empresas del interior que utilizan internet para “Realizar trámites en línea, solicitar o descargar formularios” (53,2% vs 60,3%) y “servicios de almacenamiento y computación en la nube” (31,7% vs 40%) (véase Tabla IX.1 en Anexo I).

El 45% de las microempresas declara tener presencia web: el 17,2% tienen web propia y el 41,7% tienen presencia en web externa (por ejemplo: Instagram, MercadoLibre, Facebook, Pedidos ya, etc.) (véase Tabla IX.3). Por su parte en las empresas pequeñas, la presencia web alcanza al 58,2% de empresas, con un 33,8%

²⁰ <https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/datos-y-estadisticas/estadisticas/encuesta-uso-tecnologias-informacion-comunicacion-2022>

que tienen web propia y 48,8% tienen web externa. Estas formas de presencia web no son excluyentes, por lo que existen empresas que tienen ambas modalidades.

En lo referente a la región, se observan algunas diferencias importantes. Por ejemplo, en el caso de las pequeñas empresas, el porcentaje de empresas que declara poseer web propia es 18,5 puntos porcentuales mayor en Montevideo que en el interior del país (42% Montevideo vs 23,6% interior). En el caso de las microempresas, la presencia web externa es más utilizada por las empresas del interior (46% interior vs 36,7% Montevideo).

Tabla IX.3: Presencia web según región y tamaño (en %).

Tipo de web	Micro (1 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Web propia	16,4%	18,2%	17,2%	23,6%	42,0%	33,8%
Presencia en web externa	46,0%	36,7%	41,7%	47,5%	49,8%	48,8%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

En relación a las funcionalidades que presentan los sitios web de las empresas (web propia) se identifica que la mayoría son utilizados como repositorio de información, es decir permiten obtener información general de la empresa, así como mostrar el catálogo de sus productos. Sin embargo, en menos de la mitad de las empresas con web propias se pueden realizar pedidos/reservas y en menos de una de cada tres se pueden realizar pagos en línea (véase Tabla IX.4).

En líneas generales las funcionalidades con las que cuentan las empresas en los sitios webs externos son similares a las señaladas anteriormente en referencia a la web propia (véase Tabla IX.4).

Tabla VII.4: Funcionalidades de los sitios web. Porcentaje de empresas

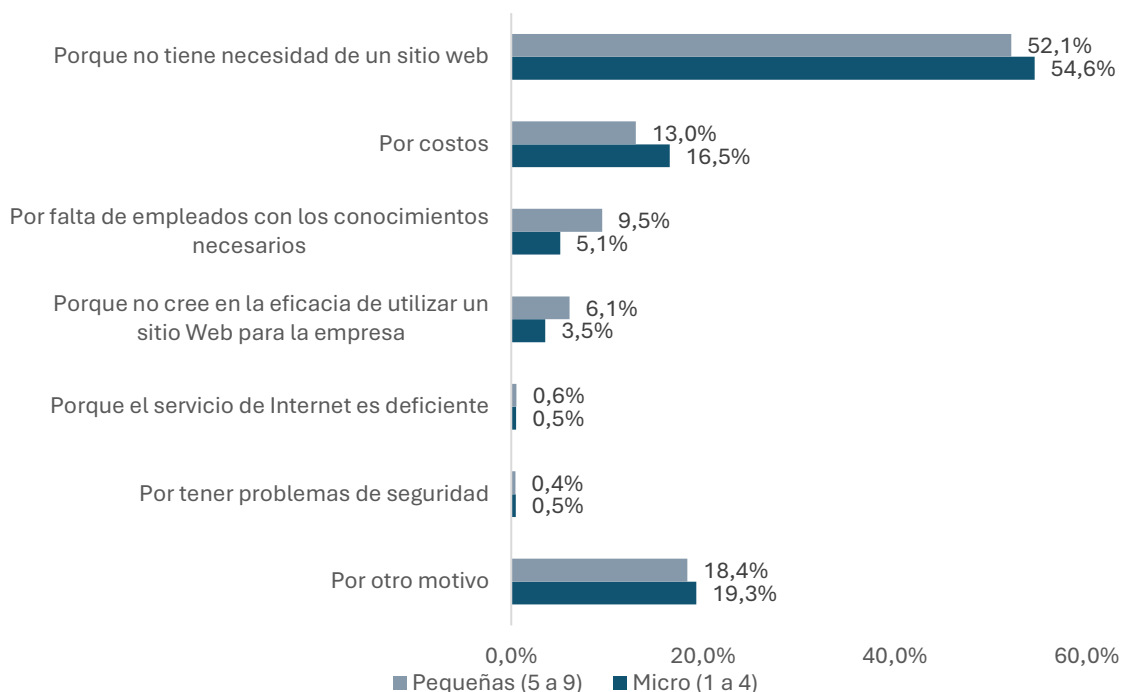
Web propia	Micro (1 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Información de la empresa	93,5%	93,6%	93,5%	97,5%	98,2%	98,0%
Descripción de productos, catálogos o listas de precios	65,3%	83,5%	74,2%	81,0%	82,8%	82,2%
Realización de pedidos, reservas	51,2%	39,9%	45,7%	47,2%	39,8%	42,0%
Capacidad de realizar pagos en línea	38,9%	27,2%	33,2%	32,9%	23,6%	26,4%
Seguimiento o estado de los pedidos realizados	41,5%	23,9%	32,9%	28,0%	18,1%	21,1%
Declaración de políticas de confidencialidad o privacidad de la empresa	23,1%	27,2%	25,1%	21,7%	26,4%	25,0%
Sello o certificación de seguridad	18,2%	18,6%	18,4%	17,1%	22,9%	21,1%
Web externa						
Información de la empresa	87,5%	81,9%	85,2%	89,9%	89,0%	89,4%
Descripción de productos, catálogos o listas de precios	62,4%	67,6%	64,5%	65,5%	73,5%	70,1%
Realización de pedidos, reservas	47,5%	40,8%	44,8%	41,6%	43,2%	42,5%
Capacidad de realizar pagos en línea	27,4%	32,5%	29,5%	30,9%	29,6%	30,2%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

A las empresas que no tienen un sitio web propio se les consultó sobre su principal motivo. La mayoría de las empresas, tanto microempresas como las empresas pequeñas, indican que no tienen necesidad de un sitio web: 54,6% y 52,1% respectivamente (véase Gráfico IX.2). El resto de los motivos aparecen con mucho

menor frecuencia, como los vinculados a los costos y a la disponibilidad de empleados con los conocimientos necesarios.

Gráfico IX.2: Motivo principal por el que la empresa no contó con



Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

IX.3 Comercio electrónico.

El 48,6% de las microempresas y el 55,1% de las pequeñas empresas realizaron ventas por internet en 2023 (véase Tabla IX.5). Entre las microempresas se observa una diferencia de 8,7 pp. en el uso de comercio electrónico a favor de las empresas localizadas en el interior del país en comparación con Montevideo: 52,6% y 43,9% respectivamente (véase Tabla IX.5). Se percibe un aumento en relación a lo observado en la Encuesta a Mipymes 2017, donde el 30% de las mipymes habían realizado ventas por internet, cifra que alcanza al 26% de las microempresas y el 49% en las empresas pequeñas²¹.

Las ventas por internet realizadas significaron en promedio el 23,5% de los ingresos de las microempresas y el 20,3% de las empresas pequeñas. En ambas encuestas,

²¹ La comparación debe ser cautelosa, debido a que en la Encuesta Nacional de mipymes la pregunta refería a los últimos tres meses, mientras que en las encuestas actuales el periodo de referencia es todo el año 2023.

para las empresas localizadas en Montevideo las ventas por internet representan un porcentaje mayor de sus ingresos.

Tabla VII.5: Comercio electrónico, según tamaño de empresa y región (en %).

	Micro (1 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Realiza ventas online	52,6%	43,9%	48,6%	55,2%	55,0%	55,1%
% promedio de ventas realizadas por internet	19,9%	28,6%	23,5%	16,5%	23,3%	20,3%
Mediana	5,0%	10,0%	5,0%	5,0%	10,0%	8,0%
Canales						
Sitio web o aplicación móvil de la empresa	14,0%	11,8%	13,0%	16,4%	19,7%	18,3%
E-mail	13,4%	16,4%	14,8%	29,2%	35,3%	32,6%
Plataformas especializadas en mercado por Internet	12,3%	11,7%	12,1%	13,3%	19,2%	16,5%
Redes sociales	29,8%	20,4%	25,5%	22,9%	23,9%	23,5%
Por aplicaciones de mensajería	46,5%	30,1%	39,0%	46,3%	41,3%	43,5%
Otro	6,6%	7,4%	7,0%	7,3%	5,2%	6,1%
Medios de pago						
Efectivo, crédito o débito en la entrega	65,5%	48,3%	58,3%	67,8%	63,7%	65,6%
Redes de cobranza	28,4%	26,5%	27,6%	42,7%	36,6%	39,3%
Transferencia bancaria	69,2%	75,9%	72,0%	84,2%	84,1%	84,2%
Servicios de pago en línea	30,4%	34,9%	32,3%	37,3%	48,0%	43,3%
Teléfonos inteligentes	9,3%	8,8%	9,1%	12,9%	13,8%	13,4%
Otros	9,3%	9,1%	9,2%	7,4%	6,0%	6,6%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

El principal canal de venta por internet en ambas encuestas son las aplicaciones de mensajería, utilizadas por el 39% de las microempresas y el 43,5% de las empresas pequeñas (véase Tabla IX.5). Se perciben nuevamente diferencias entre las empresas localizadas en Montevideo y el interior del país, a favor de estas últimas, principalmente para las microempresas (46,5% Interior vs 30,1% Montevideo). En las empresas pequeñas, la diferencia entre estos grupos es menor, pero también favorable a las empresas del interior (46,3% interior y 41,3% Montevideo).

Las redes sociales como canal de venta son utilizadas aproximadamente por una de cada cuatro empresas (25,5% y 23,5% en micro y pequeñas, respectivamente). Para las microempresas significan el segundo canal de venta más utilizado y el tercero más frecuente entre las pequeñas empresas. En estas últimas, el correo electrónico es el segundo canal de venta más utilizado (32,6%).

Se observa una baja proporción de empresas que utilizan sitios web o aplicaciones móviles para la venta de sus productos (13% de microempresas y 18,3% de las empresas pequeñas). Hay un porcentaje aún menor de empresas que utilizan plataformas especializadas, 12,1% y 16,5% respectivamente. Cabe señalar, que en estos dos canales de venta la proporción de uso entre las pequeñas empresas es mayor para las empresas localizadas en Montevideo, mientras que en las microempresas sucede lo contrario, ambos canales de venta son utilizados en mayor proporción por empresas localizadas en el interior del país.

El 72% de las microempresas y el 84,2% de las pequeñas empresas que realizan ventas por internet recibieron los pagos de las compras a través de transferencias bancarias. Seguido de pagos (efectivo, crédito o débito) al momento de la entrega del producto o servicio: 58,3% y 65,3% para las micro y pequeñas, respectivamente.

Asimismo, el 32,3% de las microempresas y el 43,3% de las empresas pequeñas recibieron pagos a través de servicios de pago en línea²². Para ambas encuestas, se observa una mayor proporción de estos medios de pago en las empresas localizadas en Montevideo, siendo especialmente importante esta diferencia en las empresas pequeñas (48% Montevideo vs 37,3% interior).

En ambas encuestas las empresas fueron consultadas sobre los factores que entienden funcionan como obstáculos o impedimentos a las ventas por internet (véase Tabla IX.6). Los dos principales obstáculos coinciden en ambas encuestas: para el 36,6% de las microempresas y el 48,7% de las empresas pequeñas los productos o servicios que comercializan son inadecuados para la venta por internet. Asimismo, el segundo obstáculo mencionado se relaciona con preferencias: el 32,3% de las microempresas y el 42,9% de las empresas pequeñas tienen preferencia por el modelo comercial tradicional.

También es importante señalar, que casi una de cada tres empresas (29,7% de las microempresas y el 30,1% de las empresas pequeñas) señalan carencias de personal capacitado para explotar dichos canales de venta. En ambas encuestas este guarismo es mayor para las empresas localizadas en el interior del país.

Tabla IX.6: Factores que obstaculizan las ventas por internet, según tamaño y región (en %).

	Micro (1 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Los Productos/servicios son inadecuados para la venta en línea	37,6%	35,4%	36,6%	49,5%	48,1%	48,7%
Preferencia por el modelo comercial actual	35,1%	29,1%	32,3%	48,6%	38,3%	42,9%
Gestión logística asociada	23,8%	21,5%	22,7%	34,7%	33,3%	33,9%
Carencia de personas capacitadas	32,9%	26,0%	29,7%	37,2%	24,3%	30,1%
Costo de desarrollo y mantenimiento muy alto	25,3%	20,7%	23,2%	31,0%	26,2%	28,3%
Pagos involucrados en el uso	18,8%	14,5%	16,8%	24,9%	22,1%	23,3%
Motivos de seguridad	22,4%	17,9%	20,3%	25,5%	19,7%	22,3%
Bajos rendimientos esperados	22,7%	14,9%	19,1%	18,7%	18,3%	18,5%
Incertidumbre sobre cuestiones jurídicas	18,3%	13,4%	16,1%	20,1%	13,6%	16,5%
Resistencias entre personas que trabajan en la empresa	7,6%	6,4%	7,0%	15,4%	8,9%	11,8%
Otros	12,4%	11,8%	12,1%	12,5%	10,6%	11,5%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

IX.4 Ciberseguridad.

En la actualidad la seguridad informática o ciberseguridad se ha tornado un tema extremadamente relevante. La capacidad de las instituciones y empresas en el manejo de los datos personales y financieros es fundamental para brindar garantías a proveedores y clientes. Los resultados obtenidos permiten identificar algunas debilidades a nivel empresarial.

²² Incluye Servicio de pago en línea (paypal, mercadopago, etc) o tarjeta de crédito o débito solicitado en sitio en línea al momento de la compra

Solamente el 14,3% de las empresas pequeñas tiene definida una política interna de gestión de riesgos de seguridad de las TICs, encontrándose diferencias entre las empresas localizadas en Montevideo y el interior del país, 17,3% y 10,5% respectivamente²³.

A su vez, si bien casi ocho de cada diez (78.5%) de las empresas pequeñas y casi la mitad de las microempresas (47.7%) indican utilizar alguna herramienta de seguridad informática, la principal herramienta utilizada es la autenticación por contraseña (67,1% y 39,8% para pequeñas y microempresas, respectivamente), evidenciando poco uso de otras herramientas de seguridad como la firma electrónica o el doble factor de autenticación, certificado digital o biometría (véase Tabla IX.7). Para ambas encuestas, pero con mayor intensidad entre las microempresas, se encuentran algunas leves diferencias según la localización de la empresa, siendo las herramientas de ciberseguridad en general un poco más utilizadas en Montevideo que en el interior del país.

Tabla IX.7: Herramientas de seguridad utilizadas por las empresas. Porcentaje de empresas

	Micro (1 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Herramientas de seguridad	44,3%	51,7%	47,7%	77,0%	79,7%	78,5%
Firma electrónica avanzada	13,1%	20,2%	16,4%	27,5%	33,3%	30,7%
Autenticación por contraseña	37,9%	42,0%	39,8%	66,2%	67,8%	67,1%
Doble factor de autenticación, certificado digital o biometría	12,0%	15,9%	13,8%	8,8%	12,1%	10,6%
Antivirus empresarial	6,8%	15,8%	11,0%	24,7%	31,5%	28,5%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

Otro elemento fundamental vinculado a la ciberseguridad y el grado de avance en el proceso de transformación digital de las empresas se relaciona con el almacenamiento de información. Tres de cada cuatro (75,8%) empresas pequeñas tienen todos o la mayoría de sus registros en formato electrónico, mientras que menos de una de cada dos microempresas (45.3%) declara tener esta práctica (véase Tabla IX.8). Nuevamente se encuentran diferencias entre las empresas localizadas en Montevideo y el interior del país. Entre las primeras se observa un mayor porcentaje de uso de medios electrónicos para el almacenamiento de datos. Es importante destacar que más de un tercio (36,4%) de las microempresas del país mantienen sus registros en papel.

²³ Esta pregunta no fue realizada en las microempresas.

Tabla IX.8: Almacenamiento y respaldo de la información, según tamaño y región (en %).

	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Almacenamiento de datos						
Todos los registros son electrónicos	16,5%	26,1%	20,9%	17,4%	24,3%	21,2%
La mayoría de los registros son electrónicos, pero hay algunos en papel	20,1%	29,5%	24,4%	55,1%	54,1%	54,6%
La mayoría de los registros son en papel, pero hay algunos electrónicos	19,5%	17,1%	18,4%	22,1%	16,3%	18,8%
Todos los registros son en papel	44,0%	27,3%	36,3%	5,4%	5,4%	5,4%
Estrategía de seguridad y respaldo de la información						
	35,6%	39,0%	37,4%	52,6%	56,8%	54,9%
Respaldo de la información						
Diariamente o con mayor frecuencia	27,3%	26,0%	26,6%	29,8%	35,2%	32,9%
Al menos una vez por semana	25,0%	30,7%	28,1%	28,9%	32,4%	30,9%
Al menos una vez por mes	20,4%	22,4%	21,5%	26,7%	21,2%	23,5%
Menos de una vez por mes	27,4%	20,9%	23,9%	14,7%	11,3%	12,7%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

Por último, las empresas fueron consultadas si sufrieron en los últimos 12 meses algún incidente de seguridad informática. Solamente el 1,9% de las microempresas y el 2,3% de las empresas pequeñas declara haber sufrido algún incidente de seguridad informática, y solamente una de cada cinco aproximadamente declaran haber reportado el incidente (22,6% y 20,8% de las micro y pequeñas empresas, respectivamente) (véase Tabla IX.8). Uno de cada tres empresas que fue víctima de delitos informáticos sufrió bloqueo o indisponibilidad de sistemas (Véase Tabla AIX.2 en Anexo I)

Tabla IX.9: Incidentes de seguridad informática y reporte según tamaño (en %).

	Micro (1 a 4)	Pequeñas (5 a 9)
Incidentes informáticos	1,9%	2,3%
<i>Reportados a Delitos informáticos</i>	<i>22,6%</i>	<i>20,8%</i>
<i>Reportados a CERTuy / AGESIC</i>	<i>5,2%</i>	<i>0,0%</i>
<i>No reportó</i>	<i>77,4%</i>	<i>79,2%</i>

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 PO)

X. Síntesis Final.

En el presente documento se presentaron los principales resultados que surgen de la primera Encuesta Nacional de Microempresas (ENM) y de la primera Encuesta a Pequeñas Empresas en el tramo de 5 a 9 ocupados. Ambos relevamientos cubren

por tanto el tramo de empresas formales de reducida dimensión económica (1 a 9 personas ocupadas), no alcanzadas por los relevamientos de empresas realizados anualmente por el INE.

Conocer las características principales de este tramo de empresas es sumamente relevante por diversas razones. En primer lugar, porque representan más de nueve de cada diez empresas formales del país (93.3%). En segundo lugar, porque estas empresas generan más de un tercio de los empleos formales del sector privado (36.2%). En tercer lugar, porque en este tramo de empresas se encuentran aquellas de más reciente creación, las cuales son muy relevantes, tanto para explicar la dinámica de nacimientos y muertes de empresas (“turbulencia empresarial”), como para explicar las dinámicas de creación y destrucción de empleo. En cuarto lugar, porque hace siete años que el país no cuenta con información representativa sobre este grupo de empresas, lo que resulta un período demasiado extenso en virtud de la velocidad y profundidad de los cambios tecnológicos y productivos que se están procesando en la economía actual. En quinto lugar, porque conocer las características de estas empresas, así como las motivaciones, expectativas y características socio-económicas de sus propietarios, son fundamentales para el correcto diseño de la política de desarrollo productivo con foco en Mipymes.

La nueva “fotografía” que brindan estos relevamientos, permiten identificar con mayor precisión algunas de las características más sobresalientes de este grupo de empresas, brindando insumos claves sobre las características de la base de la pirámide productiva del sector privado.

Entre los hallazgos más relevantes pueden mencionarse los siguientes:

- En primer lugar, la estructura etaria de las microempresas es mucho más joven que sus similares pequeñas (mediana de 5 años vs 15 años para las pequeñas), dos de cada tres no contratan trabajo asalariado y más de la mitad no cuenta con local independiente (en las pequeñas 9 de cada 10 tiene local independiente. Estos resultados sugieren que una proporción importante de las empresas del país que sobreviven se caracterizan por un lento y corto proceso de crecimiento.
- Las microempresas son esencialmente sociedades personales (Empresa Unipersonal y Sociedades de Hecho) y usan en gran proporción los regímenes especiales de tributación (Monotributo, Monotributo Social y régimen de Pequeña empresa). Para el tramo de pequeñas, se observa una importancia sustancialmente mayor de las sociedades de capital (SRL, SAS y SA) y casi nueve de cada diez tributa por régimen general. Los regímenes especiales son proporcionalmente más usados por las micro del interior en relación a las micro de Montevideo, mientras no se evidencian diferencias importantes entre las pequeñas.
- Los **empresarios** propietarios de empresas de reducida dimensión económica (menos de 10 personas ocupadas), se caracterizan por ser mayormente fundadores de sus emprendimientos, **financian el inicio del negocio con capital propio y préstamos de familiares y amigos, son motivados en gran proporción por la necesidad y son impulsados** en similar intensidad **por** factores pecuniarios **y** no pecuniarios, al tiempo que la

mayoría no tiene grandes ambiciones de crecimiento. Estos resultados muestran un retrato alejado de la visión de emprendedores ambiciosos propietarios de empresas dinámicas con grandes capacidades de generación de empleo; y tienen importancia vital para el diseño de política de desarrollo productivo con foco en mipes.

- Se evidencia una brecha de género entre los propietarios de las empresas analizadas, la cual se incrementa con el tamaño y con las formas jurídicas que requieren aportes de capital (“sociedades de capital”). Las empresas son jóvenes, pero los empresarios son adultos de mediana edad (edad promedio de 47 y 53 años para micro y pequeñas, respectivamente) y de relativamente altos niveles educativos (38% y 43.4% tienen educación terciaria terminada, propietarios de micro y pequeñas, respectivamente). Uno de cada cuatro microempresarios tiene otra actividad (fundamentalmente asalariados) y casi uno de cada tres propietarios de pequeñas empresas (mayormente otra empresa).
- Este tramo de empresas vende sus bienes y servicios fundamentalmente al mercado interno y orientado principalmente a los consumidores finales, y en menor proporción a otras empresas privadas. En el interior del país, las compras del sector público resultan de mayor importancia que en Montevideo. Solamente una pequeña proporción de estas empresas es exportadora (aproximadamente 5%), encontrándose en mayor proporción en Montevideo.
- Estas empresas suelen hacer uso de servicios bancarios, particularmente aquellos de baja complejidad (caja de ahorro las micro y cuenta corriente las pequeñas); y se financian mayoritariamente con fondos propios. No tienen una alta propensión a usar crédito bancario, y lo usan mayoritariamente para financiar capital de trabajo. Entre las no usuarias de crédito, la gran mayoría declara no necesitar financiamiento de instituciones financieras.
- Presentan en general una baja adopción de buenas prácticas empresariales, situación que mejora cuando las empresas logran ser pequeñas. Si bien la mayoría declara realizar al menos una buena práctica (de un listado de siete), la mayoría adopta las más básicas (por ejemplo, registrar ingresos y egresos). En general no se encuentran agremiadas, no suelen implementar prácticas asociativas, y cuando lo hacen, se trata de aquellas más simples (compra de materias primas y materiales de forma conjunta). A su vez, no suelen contratar asesoramiento externo profesional y toman decisiones en consulta con familiares y otros actores del sector de actividad (empresarios, clientes y proveedores). Tampoco suelen solicitar los apoyos públicos disponibles, mayormente porque consideran que no los necesitan o no conocen la oferta disponible.
- En el año 2023, la mayoría de las empresas no incorporó tecnología (tres de cuatro microempresas y seis de diez pequeñas). Asimismo, cuando

incorporan tecnología lo suelen hacer mayormente de forma puntual y sin procedimientos sistemáticos.

- Las mipes parecen avanzar en su proceso de digitalización. La mayoría declara usar pc y otros dispositivos móviles con fines productivos/organizativos; y la amplia mayoría cuenta con acceso a internet dentro y fuera de las instalaciones. Utilizan internet mayormente para comunicarse (llamadas, mail), realizar trámites en línea y obtener información; y en menor medida para proporcionar información, brindar servicios al cliente y almacenar información.
- Alrededor de la mitad declara realizar ventas online, mayormente a través de aplicaciones de mensajería, utilizando como medio de pago la transferencia bancaria y el pago contra entrega del producto (efectivo, débito y crédito). A mayor tamaño, mayor es la proporción de empresas con estas prácticas. En los casos en que no venden por internet, manifiestan que el principal obstáculo es que sus productos/servicios son inadecuados para este canal, aunque una alta proporción declara tener preferencia por el modelo de venta tradicional.
- Con respecto a las herramientas de ciberseguridad, manifiestan utilizar la autenticación por contraseña y en menor medida la firma electrónica avanzada. Una proporción menor (alrededor de una de cada cinco empresas) declara tener todos los registros respaldados en formato electrónico. En los aspectos referidos a la ciberseguridad existen diferencias importantes **entre las micro y pequeñas empresas.**

XI. Referencias Bibliográficas.

- Akcigit, U., Alp, H. & Peters, M. (2018): “Lack of selection and limits to delegation: firm dynamics in developing countries”. NBER Working Paper Series, Working Paper 21905, Cambridge.
- Ayyagari, M., Demirguc-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2014): “*Who creates jobs in developing countries?*”. Small Business Economics, Vol. 43, pp. 75-99.
- Belloq, P. & Grilli, A. (2019): “*Formas jurídicas para emprender: manual para elegir la estructura legal adecuada*”. Fundación de Cultura Universitaria (FCU). Tercera Edición. Montevideo, Uruguay.
- Bloom, N., & Van Reenen, J. (2010). “*Why do management practices differ across firms and countries?*” Journal of Economic Perspectives, 24(1), 203-24.
- Bloom, N., Genakos, C., Sadun, R., & Van Reenen, J. (2012): “*Management practices across firms and countries*”. Academy of Management Perspectives, 26(1), 12-33.
- Bloom, N., Sadun, R., & Van Reenen, J. (2016): “*Management as a Technology?*” National Bureau of Economic Research.
- Bruhn, M., Karlan, D., & Schoar, A. (2018): “*The impact of consulting services on small and medium enterprises: Evidence from a randomized trial in Mexico*”. vol 126(2), 635-687.
- Carracelas, G. & Regueira, P. (2022): “*Dinámica empresarial en Uruguay, 2008-2021*”. Documento elaborado en el marco del Monitor Mipymes (ANDE). Disponible en: <https://www.ande.org.uy/monitor-mipymes.html>.
- Carracelas, G., Regueira, P. & Villafan, N (2024): “*Mujeres y empresarialidad. Una aproximación a partir de registros administrativos*”. Documento elaborado en el marco del Monitor Mipymes (ANDE). Disponible en: <https://www.ande.org.uy/monitor-mipymes.html>.
- Dini, M., Gligo, N. & Patiño, A. (2021): “*Transformación digital de las mipymes: elementos para el diseño de políticas*”, Documentos de Proyectos (LC/TS.2021/99), Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Gal, P., Nicoletti, G., Renault, T. Sorbe, S. & Timiliotis, Ch. (2019): “*Digitalisation and productivity: In search of the holy grail - Firm-level empirical evidence from EU countries*”. OECD Economics Department Working Papers, No. 1533, OECD Publishing, Paris. Disponible en: <https://doi.org/10.1787/5080f4b6-en>.

- Hurst, E. & Pugsley, B. (2011): "*What do Small Businesses Do?*" Brookings Papers on Economic Activity, Economic Studies Program, The Brookings Institution, vol. 43(2 (Fall)), pages 73-142.
- INE, AGESIC. Encuesta de Usos de Tecnologías de la Información y la Comunicación, 2022.
- Jovanovic, B. (1982): "*Selection and the Evolution of the Firm*". Ecomométrica Vol. 50 N.3.
- Lazear, E. (2005): "*Leaders and Entrepreneurs: Where They Produce the Most Value*". Hoover institution and Graduate School of Business. Standford University. Preliminary.
- MIEM- DINAPYME Ministerio de Industria, Energía y Minería - Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas. Encuesta Nacional de Mipymes. Comerciales, industriales y de servicios. Edición 2017.
- Miles, J., González, A. & Mandirola, N. (2018): "*Gestión de alto desempeño y su impacto en los resultados de la empresa: El caso de Uruguay y Argentina*". J. Technol. Manag. Innov. 2018. Volume 13, Issue 2, 2018.
- Munch, J., Olsen, M., Smeets, V. & Warzynski, F. (2018): "*Technological change and its implications for the labor market, productivity and the nature of work*". Mimeo, 2018.
- Schumpeter, J.A. (1942): "*Capitalism, Socialism and Democracy*". Vol. 36, Harper & Row, New York, pp. 132-145.

XII. Anexo.

Tabla AII.1: Sectores (a nivel de letra de la CIU) incluidos en los relevamientos de micro y pequeñas empresas.

Letra	Sector	Microempresas (0 a 4 po)	Pequeñas (5 a 9 po)
B	Explotación de minas y canteras	No	Sí
C	Industria Manufacturera	Sí	Sí
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	No	Sí
E	Suministro de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento	No	Sí
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de los vehículos de motor y de las motocicletas	Sí	Sí
H	Transporte y almacenamiento	Sí	Sí
I	Alojamiento y servicios de comida	Sí	Sí
J	Información y comunicación	Sí	Sí
K	Actividades financieras y de seguros.	No	Sí
L	Actividades inmobiliarias	Sí	Sí
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	Sí	Sí
N	Actividades administrativas y servicios de apoyo	Sí	Sí
P	Enseñanza	No	Sí
Q	Servicios sociales y relacionados con la Salud humana.	No	Sí
R	Artes, entretenimiento y recreación	No	Sí
S	Otras actividades de servicio	Sí	Sí

Fuente: Elaboración propia.

Tabla AII.2: Distribución sectorial de la muestra efectiva, según región (Montevideo / Interior).

Panel A: Encuesta Pequeñas Empresas (tramo 5 a 9 po).

Sector	Interior		Montevideo		Total	
	Número	%	Número	%	Número	%
B	5	0,7%		0,0%	5	0,3%
C	84	11,1%	113	12,2%	197	11,7%
D	2	0,3%	1	0,1%	3	0,2%
E	2	0,3%	3	0,3%	5	0,3%
G	178	23,6%	161	17,3%	339	20,1%
H	81	10,7%	72	7,8%	153	9,1%
I	60	8,0%	49	5,3%	109	6,5%
J	34	4,5%	67	7,2%	101	6,0%
K	39	5,2%	45	4,8%	84	5,0%
L	45	6,0%	42	4,5%	87	5,2%
M	59	7,8%	130	14,0%	189	11,2%
N	34	4,5%	59	6,4%	93	5,5%
P	46	6,1%	42	4,5%	88	5,2%
Q	40	5,3%	58	6,2%	98	5,8%
R	19	2,5%	29	3,1%	48	2,9%
S	26	3,4%	58	6,2%	84	5,0%
Total	754	100%	929	100%	1.683	100%

Panel B: Encuesta a Microempresas (1 a 4 po).

Sector	Interior		Montevideo		Total	
	Número	%	Número	%	Número	%
C	126	59,20%	88	40,80%	214	13,97%
G	118	59,90%	77	40,10%	195	12,73%
H	55	51,40%	51	48,60%	106	6,92%
I	66	62,00%	37	38,00%	103	6,72%
J	71	27,80%	186	72,20%	257	16,78%
L	47	30,50%	102	69,20%	149	9,73%
M	85	36,20%	149	63,80%	234	15,27%
N	69	52,70%	61	47,30%	130	8,49%
S	76	52,80%	68	47,20%	144	9,40%
Total	713	46,20%	819	53,80%	1.532	100%

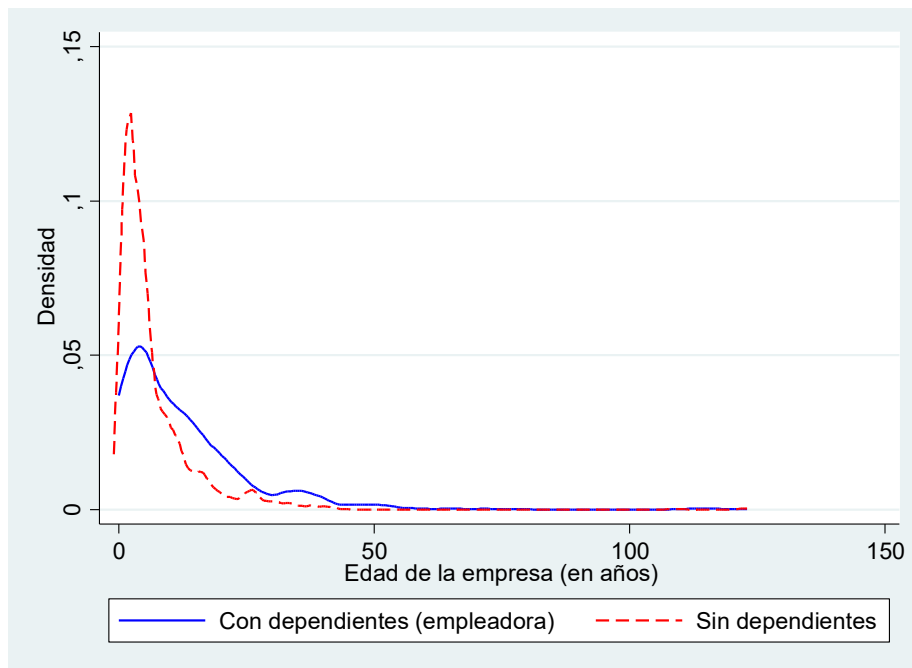
Fuente: Elaboración propia.

Tabla AII.3: Distribución territorial de la muestra efectiva.

Departamento	Micro (1 a 4 po)		Pequeñas (5 a 9 po)	
	Número	%	Número	%
Artigas	9	0,6%	19	1,1%
Canelones	193	12,6%	208	12,4%
Cerro Largo	15	1,0%	17	1,0%
Colonia	71	4,6%	67	4,0%
Durazno	14	0,9%	20	1,2%
Flores	13	0,8%	7	0,4%
Florida	22	1,4%	31	1,8%
Lavalleja	17	1,1%	17	1,0%
Maldonado	125	8,2%	106	6,3%
Montevideo	819	53,5%	929	55,2%
Paysandú	34	2,2%	50	3,0%
Río Negro	18	1,2%	16	1,0%
Rivera	18	1,2%	29	1,7%
Rocha	26	1,7%	28	1,7%
Salto	33	2,2%	34	2,0%
San José	38	2,5%	39	2,3%
Soriano	22	1,4%	32	1,9%
Tacuarembó	29	1,9%	24	1,4%
Treinta y Tres	16	1,0%	10	0,6%
Total	1.532	100%	1.683	100%

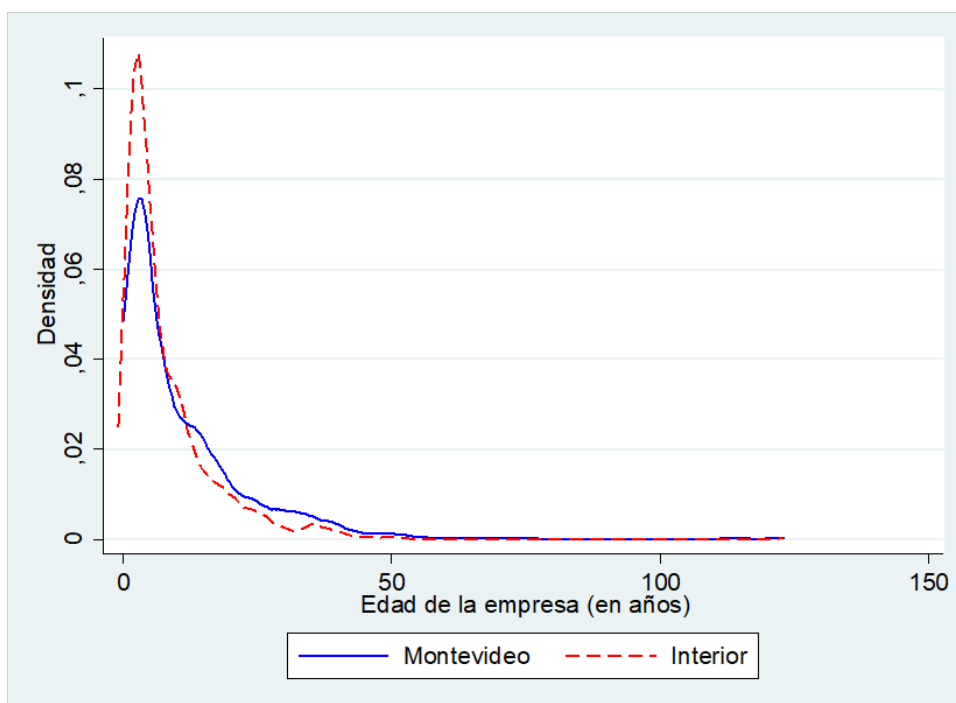
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.III.1: Distribución etaria de la población de las microempresas empleadoras y no empleadoras (sin dependientes).



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.III.2: Distribución etaria de la población de las micro y pequeñas empresas, según región.



Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIII.1: Empresas con local Independiente según tamaño de empresa y región (Montevideo / interior).

Tamaño	Montevideo	Interior	Total
Micro	48,3%	47,0%	47,7%
<i>Sin Dependientes</i>	38,1%	37,7%	37,9%
<i>Con Dependientes</i>	69,7%	66,8%	68,4%
Pequeña	86,1%	91,7%	89,2%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIII.2: Naturaleza Jurídica por tamaño de empresa y región (Montevideo / interior).

Naturaleza Jurídica	Micro (1 a 4 po)		Pequeñas (5 a 9 po)	
	Interior	Montevideo	Interior	Montevideo
Empresa Unipersonal	76,9%	66,4%	35,0%	22,3%
Sociedad de Hecho	4,6%	5,2%	8,0%	5,3%
Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)	4,6%	8,7%	31,3%	34,6%
Sociedad por acciones simplificada (SAS)	4,1%	5,1%	5,5%	5,6%
Sociedad Anónima (SA)	2,7%	4,6%	14,6%	25,2%
Cooperativa			1,8%	1,6%
Asociación Civil, Club o Fundación	0,4%	1,0%	1,5%	2,3%
Otra	6,6%	9,0%	2,3%	3,2%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIII.3: Régimen Tributario por tamaño de empresa y región (Montevideo / interior).

Régimen Tributario	Micro (1 a 4 po)		Pequeñas (5 a 9 po)	
	Interior	Montevideo	Interior	Montevideo
Régimen general (IVA, IRAE)	28,7%	37,9%	85,3%	86,9%
Servicios Personales	9,1%	15,1%	1,9%	2,1%
Monotributo	25,6%	15,7%	0,4%	0,1%
Monotributo social Mides	15,3%	4,9%	0,1%	0,0%
Pequeña empresa (Literal E)	18,9%	18,4%	5,3%	3,6%
Otra	2,4%	8,0%	7,0%	7,3%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIII.4: Micro y pequeñas empresas (1 a 9 personas ocupadas): Régimen Tributario por Naturaleza Jurídica.

Naturaleza Jurídica	Regimen general	Serv. Personales	Monotributo	Monotributo social Mides	Pequeña empresa (Lit E)	Otro	Total
Empresa Unipersonal	26,3%	15,1%	23,9%	11,4%	21,6%	1,7%	100%
Sociedad de Hecho	42,0%	9,3%	12,2%	6,9%	28,6%	1,1%	100%
Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)	95,7%	0,7%	nc	nc	1,9%	1,7%	100%
Sociedad por acciones simplificada (SAS)	86,9%	1,3%	nc	nc	5,4%	6,4%	100%
Sociedad Anónima (SA)	93,6%	nc	nc	nc	nc	6,4%	100%
Cooperativa	43,4%	2,2%	nc	3,5%	23,1%	27,8%	100%
Asociación Civil, Club o Fundación	3,3%	7,8%	nc	nc	2,0%	86,9%	100%
Otra	4,1%	0,8%	30,7%	20,1%	10,8%	33,6%	100%
Total	37,7%	11,0%	19,1%	9,6%	17,4%	5,2%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIII.5: Edad (media y mediana), según tamaño de la empresa.

Panel A: Naturaleza Jurídica

Naturaleza Jurídica	Micro (1 a 4 po)		Pequeñas (5 a 9 po)	
	Media	Mediana	Media	Mediana
Empresa Unipersonal	7,0	4,0	15,8	14,0
Sociedad de Hecho	5,7	4,0	14,2	9,5
Sociedad de Responsabilidad Limitada (SR)	14,1	10,0	20,3	16,0
Sociedad por acciones simplificada (SAS)	1,8	1,0	6,9	3,0
Sociedad Anónima (SA)	16,5	13,5	22,0	18,0
Cooperativa	-	-	12,8	7,0
Asociación Civil, Club o Fundación	23,5	23,0	32,5	22,0
Otra	17,5	10,0	23,9	20,0
Total	8,4	5,0	18,6	15,0

Panel B: Régimen Tributario.

Régimen Tributario	Micro (1 a 4 po)		Pequeñas (5 a 9 po)	
	Media	Mediana	Media	Mediana
Régimen general (IVA, IRAE)	10,2	6,0	18,6	16,0
Servicios Personales	8,4	5,0	19,2	16,0
Monotributo	5,1	4,0	7,8	4,0
Monotributo social Mides	3,3	3,0	8,0	8,0
Pequeña empresa (Literal E)	6,5	4,0	13,7	9,0
Otro	19,1	12,5	20,4	16,0
Total	8,4	5,0	18,6	15,0

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIV.1: Condiciones en la que propietarios actuales adquirieron la empresa, según tamaño.

Los propietarios actuales...	Micro (1 a 4 po)		Pequeñas (5 a 9 po)	
	Interior	Montevideo	Interior	Montevideo
La fundaron	84,1%	83,9%	72,8%	66,3%
La compraron	4,7%	4,6%	11,1%	17,5%
La heredaron	3,4%	2,6%	7,5%	6,2%
Otra situación	7,8%	8,9%	8,6%	10,0%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIV.2: Condiciones en la que propietarios actuales adquirieron la empresa, según tamaño y región (Montevideo / Interior).

Motivación	Micro (1 a 4 po)		Pequeñas (5 a 9 po)	
	Interior	Montevideo	Interior	Montevideo
Oportunidad	37,9%	39,1%	53,5%	56,2%
Necesidad	49,3%	48,2%	33,3%	27,3%
Otra	12,8%	12,7%	13,3%	16,5%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIV.3: Principales razones para emprender, según tamaño y región (Montevideo / Interior).

	Micro			Pequeñas		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Deseaba ser independiente	79,0%	72,7%	76,1%	73,0%	70,0%	71,4%
Mejorar o complementar el ingreso	78,8%	72,3%	75,8%	73,0%	66,4%	69,3%
Encontró una buena oportunidad	63,2%	47,5%	56,0%	66,7%	62,7%	64,5%
No había oportunidades de empleo o los trabajos que encontró estaban mal pagados	46,1%	39,2%	42,9%	21,0%	19,4%	20,1%
Requería flexibilidad para elegir el horario y/o lugar de trabajo	49,0%	42,9%	46,2%	26,3%	22,6%	24,3%
Otra razón	20,5%	27,8%	23,9%	13,8%	14,5%	14,2%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIV.4: Fuente de financiamiento del capital inicial, según tamaño y región (Montevideo / Interior).

Capital inicial	Micro (1 a 4 po)		Pequeñas (5 a 9 po)	
	Interior	Montevideo	Interior	Montevideo
Capital propio	67,0%	71,3%	61,0%	71,3%
Préstamos de familiares y/o amigos	22,4%	17,1%	20,9%	18,5%
Crédito al consumo	1,0%	0,3%	1,6%	0,4%
Crédito bancario para empresas	1,5%	1,2%	6,2%	1,9%
Crédito de instituciones de microfinanz	1,3%	0,0%	1,0%	0,7%
Crédito de proveedores	1,8%	1,0%	4,4%	2,5%
Aporte no reembolsable de organismos públicos	0,2%	0,3%	0,4%	0,1%
Otros	4,6%	8,9%	4,6%	4,6%
Total	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AIV.5: Aspiraciones de crecimiento, según tamaño y región (Montevideo - Interior).

Aspiraciones de crecimiento	Micro (0 a 4 po)		Pequeñas (5 a 9 po)	
	Interior	Montevideo	Interior	Montevideo
Quiero que mi empresa crezca tanto como sea posible.	42,0%	39,8%	40,0%	48,7%
Quiero mantener un tamaño de empresa que pueda manejar yo mismo con algunos empleados clave.	58,0%	60,2%	60,0%	51,3%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AV.1 Media y mediana de la edad del titular por tamaño y región

Edad del titular	Micro (0 a 4 PO)		Pequeñas (5 a 9 PO)	
	Media	Mediana	Media	Mediana
Interior	46,0	46,0	52,2	51,0
Montevideo	47,6	47,0	54,0	53,0
Nacional	46,7	46,0	53,2	52,0

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AV.2 Nivel educativo del titular según tamaño y región (en porcentajes)

Nivel educativo	Micro (0 a 4 PO)			Pequeñas (5 a 9 PO)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Primaria incompleta	2,6%	1,8%	2,3%	1,9%	1,0%	1,4%
Educación Primaria	11,6%	3,8%	8,0%	8,0%	2,7%	5,0%
Educación media básica	27,4%	17,1%	22,7%	19,8%	13,5%	16,3%
Educación media superior	29,3%	27,9%	28,6%	34,4%	33,3%	33,8%
Terciario no universitaria	12,8%	14,2%	13,4%	12,1%	13,4%	12,8%
Magisterio o profesorado	1,6%	0,8%	1,2%	2,6%	1,6%	2,1%
Universidad	11,6%	28,5%	19,4%	17,8%	27,1%	23,0%
Posgrado	3,1%	5,9%	4,4%	3,4%	7,3%	5,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AV.3 Nivel educativo del titular según tamaño y género del titular (en porcentajes)

Nivel educativo	Micro (0 a 4 PO)			Pequeñas (5 a 9 PO)		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Primaria incompleta	2,1%	2,4%	2,3%	1,5%	1,1%	1,4%
Educación Primaria	5,6%	11,4%	8,0%	5,2%	4,6%	5,0%
Educación media básica	24,5%	19,9%	22,7%	16,1%	16,8%	16,3%
Educación media superior	28,7%	28,6%	28,6%	35,7%	29,4%	33,8%
Terciario no universitaria	13,9%	12,7%	13,4%	12,1%	14,5%	12,8%
Magisterio o profesorado	0,5%	2,4%	1,2%	0,6%	5,6%	2,1%
Universidad	19,7%	19,0%	19,4%	23,1%	22,6%	23,0%
Posgrado	5,0%	3,5%	4,4%	5,6%	5,4%	5,6%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AVI.1: Distribución de tipos de cliente para empresas que venden sus bienes y servicios a un tipo de cliente único según tamaño y región (en porcentajes).

Tipo de cliente	Micro (1 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Consumidores finales	33%	29%	31%	16%	21%	19%
Empresas privadas	12%	21%	16%	13%	16%	15%
Sector público	6%	4%	5%	1%	1%	1%
Total (único cliente)	51%	54%	52%	30%	38%	35%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AVII.1 Segunda fuente de financiamiento, según tamaño de empresa y región.

Segunda fuente de financiamiento	0 a 4			5 a 9		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Capital propio	8,7%	8,5%	8,6%	11,4%	9,9%	10,6%
Préstamos de familiares y/o amigos	10,4%	8,2%	9,4%	6,0%	6,2%	6,1%
Crédito al consumo	1,8%	1,3%	1,6%	1,1%	1,2%	1,2%
Crédito bancario para empresas	2,3%	2,0%	2,1%	13,7%	7,8%	10,4%
Crédito de instituciones de microfinanz	1,6%	0,4%	1,0%	1,1%	1,1%	1,1%
Crédito de proveedores	3,7%	5,1%	4,4%	12,5%	10,9%	11,6%
Aporte no reembolsable de organismos pú	0,0%	0,4%	0,2%	1,2%	0,2%	0,7%
Otros	4,7%	4,4%	4,6%	2,5%	4,4%	3,5%
Ninguna más	66,9%	69,8%	68,2%	50,5%	58,2%	54,8%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AVII.2 Tercera fuente de financiamiento, según tamaño de empresa y región.

Tercera fuente de financiamiento	0 a 4			5 a 9		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Capital propio	0,5%	2,0%	1,2%	3,7%	1,4%	2,4%
Préstamos de familiares y/o amigos	1,6%	1,8%	1,7%	3,1%	2,4%	2,7%
Crédito al consumo	1,2%	1,0%	1,1%	0,8%	0,8%	0,8%
Crédito bancario para empresas	0,1%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%
Crédito de instituciones de microfinanz	1,8%	0,0%	1,0%	1,6%	1,1%	1,3%
Crédito de proveedores	1,3%	1,6%	1,5%	7,4%	4,3%	5,6%
Aporte no reembolsable de organismos pú	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,2%
Otros	2,5%	3,8%	3,1%	3,6%	3,8%	3,7%
Ninguna más	90,9%	89,7%	90,4%	79,2%	85,9%	82,9%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AVII.3: Motivo de no utilizar fuentes de financiamiento bancarias y no bancarias, según tamaño de empresa y región (Montevideo - Interior).

Motivos de no uso	Micro (0 a 4)			Pequeñas (5 a 9)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
La empresa no precisó financiamiento de instituciones financieras	75,2%	80,4%	77,6%	87,7%	88,6%	88,2%
No conoce la oferta disponible	15,1%	12,3%	13,8%	6,9%	7,5%	7,3%
No cumple con las condiciones exigidas	8,2%	6,4%	7,4%	4,2%	2,3%	3,1%
Lo solicitó pero se lo negaron	1,5%	1,0%	1,2%	1,2%	1,6%	1,5%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta Pequeñas (5 a 9 po)

Tabla AVIII.1: Microempresas: Buenas prácticas empresariales (media y mediana) según tipo de empresa.

	Media	Mediana
No empleada	2,16	2
Empleadora	2,84	3
Total	2,38	2

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 po).

Tabla AVIII.2 Empleo femenino dependiente promedio según género del líder y tamaño de la empresa (en %).

Sexo	Micro (0 a 4 po)	Pequeñas (5 a 9 po)
Hombre	14,8%	37,6%
Mujer	20,8%	62,3%
Total	17,2%	45,0%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

Tabla AVIII.3 Solicitud de apoyo público según tamaño y región (en %).

Solicitó Apoyo público	Micro (1 a 4 po)			Pequeña (5 a 9 po)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Si	5,4%	1,8%	3,7%	6,4%	5,3%	5,7%
<i>Se lo otorgaron</i>	3,8%	1,0%	2,5%	5,0%	4,8%	4,9%
<i>No se le otorgaron</i>	1,6%	0,8%	1,2%	1,3%	0,4%	0,8%
No	94,6%	98,2%	96,3%	93,6%	94,7%	94,3%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

Tabla AVIII.4 Motivos por los que no solicitó apoyos públicos por tamaño y región (en %).

Motivos por que no solicitó	Micro (1 a 4 po)			Pequeña (5 a 9 po)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
No lo necesita	39,4%	49,0%	43,9%	42,8%	48,1%	45,7%
No conoce la oferta	37,3%	28,5%	33,2%	33,0%	29,6%	31,1%
Requiere mucho trabajo administrativ	6,5%	2,6%	4,7%	7,2%	6,8%	6,9%
No le interesa	9,0%	10,1%	9,5%	7,8%	5,3%	6,4%
No hay programas para su negocio	3,4%	3,6%	3,5%	4,7%	3,8%	4,2%
No cree que se le otorgue	2,6%	2,2%	2,4%	2,3%	4,0%	3,2%
Otra	1,9%	3,9%	2,8%	2,2%	2,4%	2,4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

Tabla AIX.1: Actividades en las que se utilizó Internet, según tamaño y región (en %).

Actividades para las que utiliza internet	Micro (0 a 4 PO)			Pequeña (5 a 9 PO)		
	Interior	Montevideo	Total	Interior	Montevideo	Total
Telefonía a través de Internet	69,7%	70,2%	69,9%	88,0%	85,3%	86,5%
Enviar y recibir correos electrónicos	62,4%	68,3%	65,1%	85,4%	86,9%	86,2%
Realizar trámites en línea, solicitar o descargar formularios	53,2%	60,3%	56,5%	79,3%	77,5%	78,3%
Obtener información acerca mercados, clientes, proveedores, bienes y servicios	49,4%	50,1%	49,7%	66,1%	69,2%	67,8%
Acceder a servicios financieros	40,9%	44,7%	42,7%	65,2%	67,9%	66,7%
Brindar servicio al cliente	52,2%	50,3%	51,3%	61,4%	65,8%	63,8%
Proporcionar información acerca de bienes y servicios de la empresa	37,2%	37,4%	37,3%	56,1%	60,3%	58,5%
Utilización de servicios de almacenamiento y computación en la nube	31,7%	40,0%	35,5%	54,5%	54,6%	54,6%
Capacitación del personal	15,1%	13,7%	14,5%	28,9%	29,0%	29,0%
Información para contratación interna o externa	11,2%	12,7%	11,9%	21,6%	27,0%	24,6%
Entregar productos en línea	12,1%	14,1%	13,1%	12,7%	19,2%	16,3%

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

Tabla AIX.2: Empresas que sufrieron incidentes informáticos por tamaño y tipo de incidente

	Micro (0 a 4 PO)	Pequeñas (5 a 9 PO)
Incidentes de seguridad informática	1,9%	2,3%
<i>Bloqueo o indisponibilidad de sistemas</i>	<i>30,5%</i>	<i>33,4%</i>
<i>Fraude tarjetas de crédito</i>	<i>13,6%</i>	<i>28,0%</i>
<i>Alteración de página web</i>	<i>10,5%</i>	<i>25,8%</i>
<i>Usurpación de identidad</i>	<i>36,1%</i>	<i>24,3%</i>
<i>Secuestro información</i>	<i>20,2%</i>	<i>4,1%</i>
<i>Otro</i>	<i>24,3%</i>	<i>39,4%</i>

Fuente: Encuesta Nacional de Microempresas y Encuesta a pequeñas empresas (5 a 9 P.O.)

XIII. Anexo II: Formularios.

ENCUESTA NACIONAL DE PEQUEÑAS (MICRO²⁴) EMPRESAS

1 – Caracterización

1.1 Identificación general de la empresa

1. Razón Social (precargado)
2. Número de RUT (precargado)
3. Indique el nombre comercial (o nombre de fantasía) de la empresa por la cual responde _____
- 4.1 ¿Usted confirma que el teléfono de la empresa es (precargado) ?
 - a. Si
 - b. No
- 4.2 (si 4.1=b) ¿Cuál es el teléfono de la empresa? _____
5. ¿Usted confirma que el Departamento donde está radicada la empresa es (precargado)?
 - a. Si
 - b. No
- 5.2 (si 5.1=b) ¿Cuál es el Departamento donde está radicada la empresa? _____
6. Usted confirma que la Ciudad / Localidad donde está radicada su empresa es (precargado)
 - a. Si
 - b. No
- 6.2 (si 6.1=b) ¿Cuál es la Ciudad / Localidad donde está radicada su empresa? _____
- 7.1 ¿Usted confirma que la dirección fiscal de su empresa es (precargado)?
 - a. Si
 - b. No
- 7.2 (si 7.1=b) ¿Cuál es la dirección fiscal de su empresa _____?
8. Indique su código postal _____
9. Indique el correo electrónico institucional de su empresa _____
10. ¿Su empresa cuenta con página web?
 - a. Sí, indique sitio web
 - b. No tiene

²⁴ Se indica en nota al pie aquellas preguntas excluidas del formulario de la Encuesta Nacional de Microempresas.

1.2 Identificación de la persona responsable por la información

11. Nombre y apellido _____
12. Cargo que ocupa en la empresa _____
13. Teléfono de contacto (fijo / celular) _____
14. Dirección de correo electrónico _____

1.3 Actividad

15. Indique el año en que realizó la primera venta _____
16. Indique el año de formalización de la empresa (inscripción en DGI o BPS) _____
17. Desde que se formalizó, ¿alguna vez cambió la razón social de su empresa?
 - a. Sí
 - b. No

1.4 Características básicas de la empresa

18. La empresa funciona:
 - a. En un local independiente a la vivienda de sus propietarios
 - b. En la vivienda de alguno de sus propietarios.

19. Indique la naturaleza jurídica de su empresa
 - a. Empresa Unipersonal
 - b. Sociedad de Hecho
 - c. Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL)
 - d. Sociedad por acciones simplificada (SAS)
 - e. Sociedad Anónima (SA)
 - f. Cooperativa
 - g. Asociación Civil, Club o Fundación
 - h. Otra

20. Indique el Régimen tributario
 - a. Régimen general (IVA, IRAE)
 - b. Servicios Personales
 - c. Monotributo
 - d. Monotributo social Mides

- e. Pequeña empresa (Literal E)
- f. Otra

21. Descripción (Precargado sin edición) + Clase de actividad (precargado)

22. Por favor confirme que la descripción que Usted visualiza coincide con la actividad principal de su empresa

- a. Si
- b. No

23. (si 22 es no) Describa la actividad principal de su empresa y los principales bienes o servicios que comercializa _____

2 - Características del Titular / Socio Principal
--

2.1 Inicio del negocio y características del titular o socio principal

Las respuestas a este apartado deben ser proporcionadas por el titular o socio principal

24. Los dueños actuales de la empresa:

- a. La fundaron
- b. La compraron
- c. La heredaron
- d. Otra situación. Especificar _____

25. (Solo si 24 es A o B) ¿Cuál fue la **principal** motivación para iniciar su negocio?

- a. Oportunidad
- b. Necesidad
- c. Otra

26. (si 264 es A o B) Por favor indique por cuáles de las siguientes razones Usted decidió iniciar su negocio.

Razón	Si	No
a. Deseaba ser independiente		
b. Para mejorar o complementar su ingreso		
c. Encontró una buena oportunidad (por ejemplo: un mercado no atendido)		
d. No había oportunidades de empleo o los trabajos que encontró estaban mal pagados		
e. Requería flexibilidad para elegir el horario y/o lugar de trabajo		
f. Otra razón		

Especificar otra razón _____

27. (si P24 es A o B) ¿De dónde se obtuvo **principalmente** el capital para iniciar la actividad de la empresa? (RESPUESTA UNICA)

- a. Capital propio
- b. Préstamos de familiares y/o amigos
- c. Crédito al consumo
- d. Crédito bancario para empresas
- e. Crédito de instituciones de microfinanzas para empresas
- f. Crédito de proveedores
- g. Aporte no reembolsable de organismos públicos (Ej. ANDE, ANII)
- h. Otros.

A continuación, se le solicitan algunos datos sobre el titular o socio principal de la empresa

28. Año de nacimiento del titular principal _____

29. Identidad de Género del titular principal.

- a. Mujer
- b. Varón
- c. Mujer Trans
- d. Varón Trans
- e. No definido
- f. Otro

30. En 2023, el socio principal ¿tuvo alguna otra actividad económica?

- a. Sí
- b. No

31. (Solo si 30 es a) En esta segunda actividad es...

- a. Asalariado
- b. Dueño o socio de otra empresa
- c. Otro. Especifique

32. Máximo nivel educativo **finalizado** del socio principal

- a. Primaria incompleta
- b. Educación Primaria
- c. Educación media básica -liceo o UTU (Ciclo Básico Liceo o UTU)

- d. Educación media superior -liceo o UTU (Bachillerato Liceo o UTU)
- e. Terciario no universitaria
- f. Magisterio o profesorado
- g. Universidad (licenciatura y carreras de grado).
- h. Posgrado (diploma, maestría, doctorado)

3 - Marcas²⁵

Ahora volvemos a preguntas sobre la empresa...

33. ¿La empresa comercializa sus productos o presta servicios con una marca, signo distintivo o nombre de fantasía?

- a. Sí
- b. No

34. (Solo si P33 es a) ¿Tiene esa marca registrada o está en proceso de registro ante la Dirección Nacional de la Propiedad Industrial?

- a. Sí
- b. No

4 – Seguros²⁶

35. Indique si su empresa posee alguno o algunos de los siguientes seguros. Marque todos los que correspondan

Tipo de seguro	Si	No
a. Robo		
b. Incendio		
c. Materias primas		
d. Productos terminados		
e. Equipamiento de terceros		
f. Seguro de vida para el personal		
g. Seguro de accidentes		
h. Seguro contra daños a terceros		
i. Otro		

²⁵ Este Módulo aplica únicamente a pequeñas empresas

²⁶ Este módulo aplica únicamente a pequeñas empresas

5 – Personal ocupado

Por favor complete la siguiente información básica sobre el personal ocupado de su empresa.

36. Personal Ocupado Total (promedio anual 2023)

	Hombres	Mujeres	Total Sumas automáticas con control
36.1 Dueños, Socios y Titulares no remunerados	36.1.1	36.1.2	36.1.3
36.2 Dueños, Socios y Titulares remunerados	36.2.1	36.2.2	36.2.3
36.3 Empleados (incluyendo en seguro de paro transitorio)	36.3.1	36.3.2	36.3.3

6 - Remuneraciones (en pesos uruguayos)

37. ¿Cuánto fue el monto total pagado por concepto de sueldos y salarios en 2023? Insertar monto nominal (Incluya empleados dependientes y socios o titulares).

Incluye: Remuneraciones corrientes nominales, aguinaldos, Salarios vacacionales, Salarios en especie, Remuneraciones de trabajadores a domicilio

- Especificar monto _____
- Completar más tarde

38. ¿Cuánto fue el monto total pagado por concepto de aportes patronales 2023? (Incluya empleados dependientes y socios o titulares)

Incluye: Aporte patronal, seguros por enfermedad, Banco de Seguros, otros aportes patronales.

- Especificar monto _____
- Completar más tarde

7 - Ingresos por venta de bienes y servicios prestados por producto y destino

39. Indique los ingresos por venta de bienes y servicios producidos y/o comercializados por la empresa en el año 2023 **(En pesos uruguayos sin IVA)**.

En caso de no tener el monto en el momento, seleccione la opción completar más tarde y podrá seguir con el cuestionario, antes de finalizar debe completar monto.

- a. Especificar monto_____
- b. Completar más tarde

40. ¿La empresa realizó exportaciones durante el año 2023?

- a. Si
- b. No

41. (Solo si 40 es Si) Indique el porcentaje de exportaciones en el total de ventas de la empresa durante el año 2023. **Indique un número entero de 0 a 100**

- a. Indicar porcentaje_____
- b. Completar más tarde

42. Indique el monto de otros ingresos de la empresa NO FINANCIEROS tales como alquileres, rentas del capital no financiero u otros en 2023²⁷.

- a. Especificar monto_____
- b. No tuvo
- c. Completar más tarde

43. Indique el monto de otros ingresos de la empresa FINANCIEROS tales como intereses, rentas del capital financiero u otros en 2023.²⁸

- a. Especificar monto_____
- b. No tuvo
- c. Completar más tarde

44. Por favor indique, a qué tipos de clientes vende su empresa (seleccione todas las opciones que correspondan)

Tipo de clientes	Si	No
a. Consumidores finales		
b. Empresas privadas		
c. Sector público		

²⁷ Pregunta realizada únicamente a pequeñas empresas

²⁸ Idem 4.

45. (Solo si P44 es b) Indique el principal cliente dentro de las empresas privadas²⁹

- a. Cadenas de supermercados o grandes superficies
- b. Comercios minoristas
- c. Mayoristas o distribuidores
- d. Otros

MODULO 8 – Gastos

46. Registre la cantidad que pagó la empresa durante el año 2023 por los siguientes conceptos (ingrese TODOS los montos en pesos uruguayos). En el caso de no tener el monto en el momento, por favor seleccione la opción "Completar más tarde".

46.1 Indique los costos por ventas de bienes y servicios producidos y/o comercializados por la empresa en el año 2023

Incluye costos de materias primas y materiales consumidos, productos y mercancías comercializadas en el mismo estado en que fueron adquiridas y costos de los servicios prestados.

- a. Sí, especificar monto _____
- b. No hubo costos
- c. Completar más tarde

46.2 Costo en energía (electricidad, gas, leña, nafta, gasoil, otros)

- a. Sí, especificar monto _____
- b. No hubo costos
- c. Completar más tarde

46.3 Impuestos (IRAE, IMESI, otros). No incluir IVA.

- a. Sí, especificar monto _____
- b. No hubo costos
- c. Completar más tarde

²⁹ Idem 4.

46.4 Otros gastos NO financieros (alquileres, rentas de capital no financiero, etc.)

- a. Sí, especificar monto _____
- b. No
- c. Completar más tarde

46.5 Otros gastos financieros (intereses, rentas del capital financiero, otros)

- a. Sí, especificar monto _____
- b. No
- c. Completar más tarde

47. ¿Cuáles de estas fuentes de energía se usó en su empresa en 2023? Ordene según importancia (costo)³⁰

Fuente de energía	Si	No
a. Electricidad		
b. Gas (natural y supergas)		
c. Leña		
d. Nafta/gasoil		
e. Otros		

48. ¿La empresa cuenta con Contabilidad Suficiente?

Las empresas que tiene contabilidad suficiente son las que llevan los siguientes registros: Estado de situación patrimonial y Estado de resultados.

- a. Sí
- b. No

49. (Solo si P48 es A) Indique la fecha de cierre del último balance _____³¹

9 – FINANCIAMIENTO

50. Marque todos los servicios bancarios que su empresa utilizó en 2023.

Servicios bancarios	Si	No
a. Tarjeta de crédito empresarial		
b. Cuenta corriente		

³⁰Pregunta realizada únicamente a pequeñas empresas.

³¹ Idem. 7

c. Caja de ahorro		
d. Descuento de cheques		
e. Cheques diferidos		
f. Préstamos para capital de giro		
g. Préstamos de inversión		
h. Autorización de sobregiro o descubierto		
i. Pago de sueldos por cajero automático		
j. Pago a proveedores a través de un banco		
k. Carta de crédito exportación o importación		
l. Otros		

51. ¿Cuáles fueron las 3 principales fuentes de financiamiento que utilizó su empresa en 2023?

- a. Capital propio
- b. Préstamos de familiares y/o amigos
- c. Crédito al consumo
- d. Crédito bancario para empresas
- e. Crédito de instituciones de microfinanzas para empresas
- f. Crédito de proveedores
- g. Aporte no reembolsable de organismos públicos (Ej. ANDE, ANII, MIEM) (Si/No)
- h. Otros.
- i. No utilizó fuentes de financiamiento .

52. (Solo si P51 es B,C,D, E y F) Pensando en el último crédito bancario o no bancario que obtuvo, ¿para qué lo utilizaron principalmente?

- a. Para Inversión (inmuebles, vehículos, maquinaria, etc)
- b. Para Capital de trabajo (Materia prima, salarios, etc)

53. Si no utilizó financiamiento de instituciones financieras (bancarias o no bancarias) en 2023 (Opción I P53).

Indique el motivo principal por el que no utilizó fuentes de financiamiento en 2023.

- a. La empresa no precisó financiamiento de instituciones financieras
- b. No conoce la oferta disponible
- c. No cumple con las condiciones exigidas
- d. Lo solicitó, pero se lo negaron

10 - Prácticas empresariales

54. Por favor, indique cuáles de las siguientes acciones fueron realizadas por la empresa en 2023

Acciones	Si	No
a. Registrar ingresos y egresos (por ejemplo: cuaderno, libro contable, planilla de Excel o software)		
b. Estimar los beneficios/ganancias mensuales obtenidos por la empresa		
c. Planificar sus acciones (por ejemplo: define objetivos a corto y mediano plazo, aumento de niveles de venta, reducción de costos, apertura de nuevos canales de comercialización, inversiones, entre otras)		
d. Publicitar sus productos o servicios (radio, televisión, autopartalente, folletería, redes sociales, etc.)		
e. Realizar acciones para promover un buen clima laboral		
f. Realizar actividades de formación o capacitación para los dueños, socios y/o titulares.		
g. Realizar actividades de formación o capacitación para el personal dependiente (empleados)		

11 - Asistencia técnica

55. ¿En 2023 la empresa contó con asesoramiento o consultorías para mejorar su funcionamiento (sin contar el apoyo de su contador, estudio o servicio de gestoría habitual)?

- a. Sí
- b. No

56. (Solo si P55 es a) ¿En qué áreas de la actividad recibieron este asesoramiento o consultoría?

a. Área de asesoramiento	Si	No

b. Comercialización, Marketing y Ventas		
c. Administración, Contabilidad y Finanzas		
d. Producción y Productividad		
e. Tecnologías de la Información y comunicación (TIC)		
f. Otras		
g. Especifique en qué área _____		

12 - Instrumentos públicos

57. En el año 2023 ¿solicitó apoyo de algún programa/instrumento público como ser: Ley de inversiones, fondo industrial, capital semilla, Centros Pyme, ANII, ANDE, Uruguay XXI, MIEM, INEFOP, etc.?

- a. No
- b. Si, y recibimos apoyo
- c. Si, pero no le otorgaron el apoyo

58. (Solo si P57 es A) Indique la causa principal por la que no solicitó ningún apoyo de programas públicos

- a. No lo necesita
- b. No cree que se le otorgue
- c. Requiere mucho trabajo administrativo
- d. No le interesa
- e. No hay programas para su negocio
- f. No conoce la oferta
- g. Otra. Especifique _____

13 - Cadenas productivas y redes

59. ¿Usted o su empresa es miembro de una asociación, cámara o gremio empresarial?

- a. Sí
- b. No

60. Marque todas aquellas experiencias asociativas con otras empresas que haya desarrollado en 2023.

Experiencias asociativas	Si	No
a. Compra de materias primas y materiales		
b. Compartir redes de información		
c. Exportar		
d. Actividades logísticas		
e. Servicios de capacitación y asesoramiento		
f. Ejecutar proyectos de inversión		
g. Adquirir tecnología y/o equipamiento		
h. Otras		

14 - Toma de decisiones en la empresa

61. Por favor indique el sexo de la persona que toma las decisiones **principales** en la empresa:

- a. Hombre
- b. Mujer

62. ¿Cuál fue el principal mecanismo de consulta para tomar decisiones en la empresa?

- a. Conversaciones con amigos o familiares
- b. Conversaciones con proveedores, clientes o empresarios
- c. Estudios técnicos especializados
- d. Servicios de información públicos
- e. Consultas e información de asociaciones gremiales
- f. Búsquedas en Internet
- g. Búsquedas de información en medios de prensa
- h. Otros

15 – Tecnología

63. Respecto a la incorporación de nueva tecnología ¿Cuál es la descripción que se aproxima más a la realidad de su empresa en el año 2023?

- a. No se incorporó nueva tecnología
- b. La incorporación de nueva tecnología se realizó de forma puntual y sin procedimientos sistemáticos
- c. La incorporación de nueva tecnología se realizó principalmente copiando y adaptando la que utilizaban los competidores y otras empresas del rubro
- d. La incorporación de nueva tecnología se realizó utilizando procesos y herramientas para identificar las últimas innovaciones y desarrollos tecnológicos aplicables a la organización
- e. La incorporación de nueva tecnología se realizó utilizando procesos sistemáticos para evaluar los beneficios, riesgos y oportunidades de las innovaciones y tecnologías identificadas, así como la relación costo/beneficio de su implementación

16 – Certificaciones

64. ¿La empresa cuenta actualmente con alguna certificación vigente? (seleccione todas las que corresponda)

Certificaciones vigentes	Si	No
a. Calidad (ejemplo: ISO 9001, ISO 17025, ISO 14001, ISO 18001)		
b. Medio ambiente (ejemplo: ISO 14001)		
c. Responsabilidad social (ejemplo: SA 8000, ISO 26000)		
d. Seguridad y salud en el trabajo: (ejemplo: OSHAS 18000, ISO 45001)		
e. Sanitarias e inocuidad para alimentos (ejemplo: HACCP, ISO 22000)		
f. Otra		

17 – Expectativas

65. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor sus aspiraciones en relación a su empresa?

- a. Quiero que mi empresa crezca tanto como sea posible
- b. Quiero mantener un tamaño de empresa que pueda manejar yo mismo con algunos empleados clave

18 - Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)

Información general acerca del uso de TIC en su empresa.

Las preguntas referidas a personas "empleadas" en la empresa comprenden a todas las personas que trabajan en la empresa: empleados y propietarios/socios activos.

66. ¿Utilizó su empresa computador/es (PC, notebook, laptop) en 2023?

- a. Sí
- b. No

67. (Solo si P66 es A) ¿Cuántas personas empleadas en su empresa utilizaron un computador (PC, notebook, laptop) para su trabajo, al menos una vez a la semana en 2023?

(no admitir números superiores a sumas totales de P38.1.3, P38.2.3 y P38.3.3)

68. ¿Utilizó su empresa dispositivos portátiles (Tablet o teléfonos inteligentes) en 2023?

- a. Sí
- b. No

69. (Solo si P 68 es A) ¿Cuántas personas empleadas en su empresa utilizaron dispositivos portátiles (Tablet o teléfonos inteligentes) para su trabajo, al menos una vez a la semana en 2023?

(no admitir números superiores a sumas totales de P33.1.3, P36.2.3 y P36.3.3)

Utilización de Internet en el funcionamiento de la empresa

70. ¿Accedió su empresa a Internet durante el año 2023?

Lugar de acceso	si	no
a. Sí, dentro de sus instalaciones		
b. Sí, fuera de sus instalaciones		

71. (Solo si 70 a= Si) ¿Contó su empresa con un plan de conexión a Internet específico para empresas (plan empresarial) en 2023?³²

- a. Sí
- b. No

72. Respecto a la web, en 2023 Su empresa:

Categoría de respuesta	Si	No
a. Tuvo operativo su sitio web propio		
d. Tuvo presencia en un sitio web externo como una red social o app (por ejemplo: Instagram, Mercadolibre, Facebook, Pedidos ya, etc.)		

73. (si P72 a=si) Marque las facilidades con las que contó el sitio web de su empresa en 2023.

Facilidades con las que contó el sitio Web	Si	No
a. Información de la empresa (contactos, teléfonos, etc.)		
b. Descripción de productos, catálogos o listas de precios		
c. Realización de pedidos, reservas		
d. Capacidad de realizar pagos en línea		
e. Seguimiento o estado de los pedidos realizados		
f. Declaración de políticas de confidencialidad o privacidad de la empresa.		
g. Sello o certificación de seguridad		

³² Pregunta realizada únicamente a pequeñas empresas

74. (si P72 b = Si) Marque las facilidades que tuvo su empresa en los sitios web donde se publicitó en 2023.

Facilidades en sitios web donde se publicitó	Si	No
a. Información de la empresa (contactos, teléfonos, etc.)		
b. Descripción de productos, catálogos o listas de precios		
c. Realización de pedidos, reservas		
d. Capacidad de realizar pagos en línea		

75. (Solo si P72 a=NO) ¿Cuál es el motivo principal por el que la empresa no dispuso de sitio Web propio durante en 2023?

- a. Porque no tiene necesidad de un sitio web
- b. Por costos
- c. Por tener problemas de seguridad
- d. Por falta de empleados con los conocimientos necesarios
- e. Porque no cree en la eficacia de utilizar un sitio Web para la empresa
- f. Porque el servicio de Internet es deficiente
- g. Por otro motivo

76. ¿Cuántas personas empleadas en su empresa utilizaron Internet para su trabajo al menos una vez a la semana en 2023? _____³³

(no admitir números superiores a sumas totales de P36.1.3, P36.2.3 y P36.3.3)

³³ Pregunta realizada únicamente a pequeñas empresas

77. Marque todas las actividades para las cuales el personal ocupado de su empresa utilizó internet en 2023.

Utilización de internet	Si	No
a. Enviar y recibir correos electrónicos		
b. Telefonía a través de Internet, para llamadas, mensajes de voz y texto, incluyendo video conferencia		
c. Utilización de servicios de almacenamiento y computación en la nube (en Internet)		
d. Obtener información acerca mercados, clientes, proveedores, bienes y servicios		
e. Proporcionar información acerca de bienes y servicios de la empresa		
f. Realizar trámites en línea, solicitar o descargar formularios		
g. Acceder a servicios financieros (transacciones bancarias, solicitar préstamos, otros)		
h. Brindar servicio al cliente		
i. Entregar productos en línea		
j. Información para contratación interna o externa		
k. Capacitación del personal		

78. Indique si su empresa realizó ventas por Internet en 2023 a través de los siguientes canales en línea, independientemente de que el pago haya sido en línea o no.

Canales de venta	Si	No
a. Sitio web o aplicación móvil de la empresa		
c. E-mail		
d. Plataformas especializadas en mercado por Internet (Ej Marketplace de venta/delivery en línea como Mercado libre, Pedidos ya, Booking, Woow city, etc.)		
e. Redes sociales (ej. Facebook, Instagram, etc.)		
f. Por aplicaciones de mensajería (WhatsApp, Telegram, Messenger de Facebook)		
g. Otros		

79. (Solo si en P78 se marca Sí en alguna opción) ¿En 2023 esas mercaderías o servicios que vendió por Internet fueron pagos con ...?

Mercaderías o servicios	Si	No
a. Efectivo en la entrega/tarjeta de crédito o débito en la entrega (con POS)		
b. Redes de cobranzas (por ejemplo: Abitab, RedPagos, etc)		
c. Transferencia bancaria		
d. Servicio de pago en línea (Paypal, Mercadopago, etc)		
e. Tarjeta de crédito o débito solicitado en sitio en línea al momento de la compra		
f. Pago a través de teléfonos inteligentes		
g. Otro		

80. Declare el porcentaje de las ventas realizadas a través de Internet. Incluya ventas que fueron encargadas por Internet, pero no pagadas en línea (por ejemplo: pagos en efectivo/tarjeta al momento de retirarlo)

a. Porcentaje de ventas _____

- b. Completar más tarde.

81. Indique todos aquellos factores que su empresa identificó como obstáculos o impedimentos para realizar ventas por Internet en 2023

Obstáculos	Si	No
a. Los Productos/servicios son inadecuados para la venta en línea		
b. Gestión logística asociada		
c. Pagos involucrados en el uso		
d. Motivos de seguridad		
e. Incertidumbre sobre cuestiones jurídicas		
f. Costo de desarrollo y mantenimiento muy alto		
g. Preferencia por el modelo comercial actual		
h. Carencia de personas capacitadas para desarrollar y mantener los canales de venta por Internet		
i. Resistencias entre personas que trabajan en la empresa		
j. Bajos rendimientos esperados		
k. Otros obstáculos		

Ciberseguridad

82. ¿Su empresa contaba en 2023 con una política interna definida para la gestión de los riesgos de seguridad de las TIC?

- a. Sí
- b. No

83. ¿De qué forma son almacenados los registros de la empresa (balances, contratos, etc.)? (Respuesta única)

- a. Todos los registros son electrónicos

- b. La mayoría de los registros son electrónicos, pero hay algunos en papel
- c. La mayoría de los registros son en papel, pero hay algunos electrónicos
- d. Todos los registros son en papel

84. (Solo si p 83 <> d) ¿La empresa posee alguna estrategia de seguridad y respaldo de la información?

- a. Sí
- b. No

85. (Solo si P84 es a) ¿Con qué frecuencia realiza el respaldo de la información electrónica almacenada?

(Respuesta única)

- a. Diariamente o con mayor frecuencia
- b. Al menos una vez por semana
- c. Al menos una vez por mes
- d. Menos de una vez por mes

86. De las siguientes herramientas que apuntan a la protección y seguridad ¿Cuáles de ellas utiliza la empresa?

Herramientas de protección y seguridad	Si	No
a. Firma electrónica avanzada		
b. Autenticación por contraseña para acceder a los sistemas de la empresa		
c. Doble factor de autenticación, certificado digital o biometría para acceder a los sistemas de la empresa		
d. Antivirus empresarial		

87. ¿Han tenido incidentes de seguridad informática en su empresa durante el 2023

- a. Sí (sigue el cuestionario)

b. No (finalizar cuestionario)

88. (Solo si P87 es a) El último incidente que sufrió... ¿Lo reportó a...?

Reporte de delitos informáticos	Si	No
a. Delitos informáticos		
b. CERTuy / AGESIC		

89. ¿Qué tipo de incidentes sufrió durante 2023?

Tipo de incidentes	Si	No
a. Bloqueo o indisponibilidad de sistemas		
b. Secuestro de información (pidiendo dinero u otras cosas a cambio)		
c. Pérdida de dinero por fraude de tarjetas de crédito por Internet		
d. Alteración de página web (Si/No)		
e. Usurpación de identidad en redes sociales o correo electrónico		
f. Otro tipo de incidente		

90. Ingrese las observaciones generales que considere pertinentes realizar.

91. Desean enviar el formulario ahora?

- a. Si, enviar
- b. No, necesito que me llamen para asesorarme

Gracias por su participación en esta encuesta, los resultados de esta encuesta se publicarán en las páginas web de MIEM-DINAPYME e INE. Es posible que reciba un contacto de nuestro equipo de encuestadores para supervisión o control de calidad de la información brindada