

Universidad de la República
Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Sociología

Licenciatura en Sociología

Informe de Pasantía

Percepciones de empresarios sobre la situación económica
nacional y empresarial en 2021:

análisis del Monitor de Sectores Productivos - Opción Consultores

Fernán Gómez

Tutora: Sofía Angulo

Agradecimientos

Una vez terminado el proceso de Pasantía Educativa, me gustaría agradecer a mi familia, mis compañeros y mis profesores de la Licenciatura, por el aprendizaje y motivación recibida durante mi trayectoria educativa.

También agradezco a Opción Consultores y las personas involucradas en la pasantía, por otorgar un espacio donde desarrollé habilidades y obtuve herramientas fundamentales para todo estudiante de la Licenciatura en Sociología.

Por último, quiero agradecer especialmente a Sofía, mi tutora, por toda la ayuda que me brindó a lo largo de toda esta experiencia.

Índice

Introducción	3
Pasantía en Opción Consultores: características y actividades realizadas	4
Análisis - producto de pasantía	9
Heterogeneidad y cuestionamiento en las percepciones de la situación económica nacional y las políticas públicas	11
Optimismo y neutralidad frente a la situación económica de los sectores	15
Diversidad de desafíos y oportunidades en las empresas y el mercado	23
Reflexiones finales	30
Autoevaluación del proceso de pasantía	32
Anexo	35

1. Introducción

El actual informe constituye el Trabajo Final de Grado de la Licenciatura en Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de la República, realizado a través de la modalidad de pasantías educativas. Esta modalidad forma parte del Plan de Estudios 2009 de la Licenciatura, y, en conjunto con la tesis de grado, es una de las formas que puede tomar el Trabajo Final de Grado. Una pasantía educativa *“consiste en prácticas de desempeño profesional concretas, en el marco de un plan de trabajo aprobado por la entidad receptora y avalado por la unidad académica correspondiente”*¹. Las pasantías deben realizarse en instituciones donde las tareas y actividades ejercidas por pasantes estén relacionadas con la Licenciatura, sus ámbitos laborales y sus formas de trabajo profesional, tratándose de *“una actividad curricular, una instancia de aprendizaje y desarrollo de capacidades”*². De esta manera, la modalidad de la pasantía se presenta como una posibilidad para que estudiantes obtengan conocimiento y experiencia pre-profesional en el entorno de la sociología, lo que es esencial para su trayectoria educativa.

Ante este marco, Opción Consultores constituyó el Centro Receptor de la pasantía educativa, la cual se desarrolló en el área comercial de esta empresa entre el 17 de noviembre de 2021 y el 17 de abril de 2022, con un receso durante todo el mes de enero. Opción Consultores es una empresa dedicada principalmente a servicios de consultoría e investigación para gestión de empresas, instituciones y otras organizaciones. Para la realización de la pasantía fue necesario redactar un Plan de Trabajo que describiera las tareas y actividades, así como la organización del tiempo dedicado en el Centro Receptor.

El presente informe se encuentra organizado en nueve capítulos, contando la introducción. En el segundo se encuentra una descripción sobre las características de la pasantía y del Centro Receptor, así como una explicación detallada de las actividades realizadas. En el tercer capítulo se describe en qué consiste el producto del presente trabajo final y cuáles son sus objetivos. El cuarto capítulo trata las

¹ Reglamento para Pasantías Educativas de la Licenciatura en Sociología, Facultad de Ciencias Sociales (UdelaR), 2018, p.1

² Reglamento para Pasantías Educativas de la Licenciatura en Sociología, Facultad de Ciencias Sociales (UdelaR), 2018, p.2

percepciones empresariales respecto a la situación y contexto económico nacional y las políticas implementadas; en el quinto se examinan las percepciones vinculadas a la situación económica del sector donde operan los empresarios y en el sexto se analizan las percepciones de los empresarios sobre la situación de las empresas donde operan y su relación con el mercado..

En el séptimo capítulo están presentes las reflexiones finales vinculadas al producto final de la pasantía. El octavo capítulo está dedicado a una evaluación personal sobre el proceso de pasantía y el noveno está constituido por los anexos del informe.

2. Pasantía en Opción Consultores: características y actividades realizadas

Opción Consultores es una empresa uruguaya fundada en 2006 que se dedica a desarrollar servicios de investigación de mercado, investigación social y opinión pública, consultoría y big data enfocados en la gestión de empresas e instituciones³. Debido a la naturaleza de su trabajo, una gran cantidad de actividades y tareas realizadas en la empresa están vinculadas a las ciencias sociales, haciendo uso de técnicas y metodologías relacionadas con el análisis sociológico y marketing. La principal función de Opción Consultores es *“brindar productos de investigación y consultoría de excelente calidad a partir de la formación continua de su equipo humano, la innovación y la mejora permanente de procedimientos de investigación y consultoría”*⁴.

En función de las características de la empresa y considerando las particularidades que debe presentar una pasantía educativa, dentro del Plan de Trabajo se establecieron los siguientes objetivos:

Objetivo general

Colaborar en el proceso de producción, análisis y sistematización de información desarrollado por Opción Consultores en el marco del proyecto Monitor de Sectores Productivos.

Objetivos específicos

- Participar de distintas etapas, sea en el trabajo de campo y análisis de la información, en el marco del Proyecto Monitor de Sectores Productivos.
- Adquirir habilidades y competencias de los diferentes aspectos relacionados con la recolección y el tratamiento de información cuantitativa.

³ *Quiénes Somos*, página web de la empresa, Opción Consultores

⁴ Manual de Calidad OC, Opción Consultores, 2019, p.3

-Colaborar en el fortalecimiento del vínculo entre Opción Consultores y la Licenciatura en Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República, a través de una asistencia en tanto pasante.

Una vez iniciada la relación con Opción Consultores, y en concordancia con el Plan de Trabajo elaborado, desde la empresa me informaron que mis tareas estarían relacionadas con: planificación de campo, armado de marcos muestrales, validación del cuestionario, aplicación de entrevistas, validación de base, procesamiento y análisis de datos, y armado y envío de informes. Sin embargo, en la práctica, mis tareas estuvieron enfocadas principalmente en la validación de bases, procesamiento y análisis de datos, armado y envío de informes, y elaboración de marcos muestrales.

En función de lo establecido por el reglamento de pasantías educativas de la Facultad de Ciencias Sociales, tenía un total de 18 horas semanales que debía dedicar a las tareas de la pasantía, las cuales podían ser distribuidas de la forma que yo eligiera. Teniendo esto en cuenta, decidí dedicar cuatro horas durante tres días (lunes, miércoles y viernes), y tres horas durante dos días (martes y jueves).

Dentro del área comercial de Opción Consultores, mis responsabilidades se enfocaron en lo que se denomina el Monitor de Sectores Productivos, herramienta utilizada por la empresa para elaborar informes quincenales sobre distintos sectores económicos del país, informes que luego se publicaban en El Empresario del periódico El País.

Cada edición del Monitor de Sectores Productivos se dedica a desarrollar un informe sobre la situación económica de un sector específico, y la información se obtiene por medio de encuestas realizadas a empresarios pertenecientes al sector estudiado; el objetivo de estas ediciones es transmitir información al público general, particularmente empresarios, negociantes o personas que estén vinculadas al entorno empresarial. En este sentido, los objetivos generales del Monitor de Sectores Productivos son: reflejar la situación y dinámica de los principales sectores económicos del país desde la perspectiva de sus protagonistas; identificar las principales problemáticas y conocer los desafíos de cada sector; generar un espacio

de comunicación y expresión de los sectores hacia la opinión pública y la comunidad empresarial⁵. Luego de realizados los informes, éstos son enviados a El Empresario, y con esta información sus redactores escriben artículos que indagan sobre la situación económica de los sectores estudiados.

De esta manera, desde el comienzo de la pasantía hasta el final, mis tareas en Opción Consultores se concentraron en la gestión de este monitor, realizando informes cada quince días sobre distintas áreas económicas del país. Mis tareas como pasante estaban relacionadas con el proceso completo de elaboración de los estudios: desde la comunicación con empresarios hasta la redacción de los informes. Cada mes se elegían distintos sectores económicos del país y se mantenía una planificación anual en la cual a cada sector económico le correspondía un momento del año específico.

Para la elaboración de los informes, la primera tarea a realizar consistía en la comunicación con empresarios de los sectores económicos a estudiar, ya que ellos debían contestar un cuestionario diseñado específicamente para el monitor. De esta manera, se enviaban emails a empresarios con la intención de invitarlos a participar de las encuestas. Las direcciones de email de estos empresarios eran obtenidas de una base de datos que tenía la información de todos los contactos con los que se había comunicado la empresa alguna vez, utilizando sólo los contactos referentes al sector estudiado, siendo necesario verificar esta información o buscar nuevos contactos en caso de que la situación lo exigiera o la información a disposición fuera incorrecta. Era fundamental enviar emails a todos los contactos del sector. El texto de la invitación de los emails era siempre el mismo, usando el mismo discurso, dependiendo si ya se había realizado una primera comunicación o no. Algunas veces las personas contactadas no podían realizar el formulario por problemas técnicos, en estos casos se coordinaba un día y hora para realizar la encuesta por llamada telefónica.

Una vez terminada la comunicación y enviado los emails, era muy importante actualizar la base de datos de los contactos agregando los posibles cambios que pudieran haber surgido durante el proceso de comunicación (nuevos contactos,

⁵ Manual Asistente Comercial y Ventas, Opción Consultores, 2021

cambios de puestos de trabajo, etc.), para así mantener la base general de la empresa lo más actualizada posible.

Dependiendo de las respuestas obtenidas, se realizaba una segunda y tercera comunicación. Se necesitaban al menos cinco respuestas de empresarios del sector estudiado. Si en una semana no se llegaba a este número se iniciaba una segunda cadena de emails y, si para la siguiente semana tampoco se lograban las cinco respuestas, se realizaba una tercera y última comunicación, llamando a los números de teléfono de los contactos de la base.

Los contactos eran de empresarios de alto mando de la empresa, personas que se relacionaban y tenían conocimiento y familiaridad con los aspectos comerciales y ejecutivos de las empresas en las que trabajaban, como Gerentes Generales o encargados de marketing, recursos humanos o áreas comerciales y de ventas. Por medio de los emails enviados se adjuntaba el link de un cuestionario que las personas contactadas debían completar. Las preguntas del cuestionario eran en su mayoría abiertas, aunque había algunas cerradas. Las preguntas estaban relacionadas con la situación económica del sector y las expectativas futuras, sus fortalezas y debilidades, la valoración de determinadas áreas que conforman a las empresas, cambios que se deberían dar, entre otros aspectos. La idea principal era realizar un panorama general sobre la situación actual del sector económico estudiado desde la perspectiva de sus actores empresariales.

Una vez que se lograba tener la cantidad suficiente de respuestas al cuestionario, se iniciaba el proceso de análisis de la información. Todas las respuestas a las preguntas eran guardadas y organizadas en un archivo de Google Sheets. En este archivo se revisaban las respuestas; algunas eran eliminadas debido a su ambigüedad y otras modificadas para que fueran iguales a valores definidos de forma predeterminada, o simplemente para mejorar su redacción.

Una vez organizadas y revisadas todas las respuestas de las personas encuestadas, se pasaba a la etapa de redacción del informe, utilizando sólo los datos otorgados por las respuestas. Los informes se realizaban a través de Data Studio, que utilizaba los datos directamente del archivo de Google Sheets donde se guardaban todas las respuestas.

Cabe señalar que los informes estaban divididos en nueve secciones: objetivos y metodología (donde se explicaba el contenido del informe), expectativas del mercado, evaluación de rentabilidad del sector, evaluación de políticas del sector, tendencias de consumo, procesos de gestión, desafíos de empresas, investigación de mercado y conclusiones. Cada una de las secciones tenía tablas y gráficos mostrando las distintas opciones de respuestas otorgadas por las personas encuestadas y cómo se distribuían estos datos en la cantidad total de encuestados, además de leyendas que explicaban lo que se veía en los gráficos; todo esto daba un panorama general de cómo los empresarios veían la situación económica de los sectores donde trabajaban. Los gráficos y tablas permitían ver la distribución de las respuestas, lo que ayudaba a ver qué preferencias y valoraciones tenían los empresarios dedicados al sector. En caso de que hubiera información de años anteriores respecto a la situación del sector, se comparaba esta información con la actual.

Cuando el informe quedaba terminado era enviado a revisión a los empleados ejecutivos del área comercial de Opción Consultores, para identificar si era necesario algún cambio, y luego era enviado a El Empresario. En forma simultánea, se generaba una versión distinta que se enviaba a las personas encuestadas.

A lo largo de la pasantía llegué a realizar tres informes sobre los siguientes sectores: Seguros, Hotelería y Agencias de Viaje, y Financiero no Bancario. Mi objetivo era lograr redactar dos informes por mes, actualizando la base general de contactos de Opción Consultores cuando fuera necesario. Si bien las tareas se realizaron de la forma esperada, cabe señalar que el mes de diciembre fue particularmente complicado. Muy pocos empresarios estuvieron dispuestos a contestar los cuestionarios en ese momento del año, varias llamadas fueron realizadas con la intención de obtener las respuestas necesarias, sin embargo, no se lograron los resultados esperados. De todos modos, se logró tener las respuestas suficientes como para completar un informe antes de que finalizara el año.

3. Análisis - producto de pasantía

Una vez comenzado el proceso de pasantía educativa en Opción Consultores, teniendo en cuenta las características del Monitor de Sectores Productivos y la vasta información relevada sobre los sectores económicos a lo largo de 2021, decidí que el producto de este trabajo final sería un análisis descriptivo acerca de las percepciones de los empresarios encuestados sobre la situación económica. De esta manera, se establecieron los siguientes objetivos:

Objetivo general

Analizar las percepciones del sector empresarial sobre la situación económica nacional y empresarial durante el año 2021.

Objetivos específicos:

- Analizar de qué manera los empresarios observan la situación económica y las políticas económicas y laborales implementadas.
- Comprender cómo el sector empresarial percibe la situación económica de los sectores donde operan.
- Analizar cómo los empresarios perciben la situación de las empresas donde operan y su vínculo con el mercado

A los efectos de alcanzar los objetivos establecidos, se utilizó la información recabada en informes del Monitor de Sectores Productivos de opción Consultores, haciendo uso de la información encontrada en todas las ediciones correspondientes al año 2021⁶. En primer lugar, se realizó la clasificación de los empresarios que participaron en los informes según el sector económico al que pertenecen: Centros Comerciales, Snacks, Agencias de Publicidad, Jugueterías, Cuidado en el Hogar, Software, Indumentaria, Supermercados, Servicios de Acompañantes, Mutualistas y

⁶ Los Informes del Monitor de Sectores Productivos utilizados para la realización del análisis son los siguientes: Jugueterías (febrero 2021), Centros Comerciales (febrero 2021), Agencias de Publicidad (mayo 2021), Snacks (junio 2021), Cuidado en el hogar (junio 2021), Software (julio 2021), Indumentaria (agosto 2021), Supermercados, Autoservicios, Almacenes y Ecommerce (agosto 2021), Servicios de Acompañantes (agosto 2021), Mutualistas y Servicios de Salud Privados (septiembre 2021), Laboratorios Farmacéuticos (noviembre 2021), Emergencias Móviles (octubre 2021), Automotor (noviembre 2021), Financiero no Bancario (noviembre 2021), Seguros (diciembre 2021), y Hotelería y Agencias de Viaje (diciembre 2021).

Servicios de Salud Privados, Emergencias Móviles, Laboratorios Farmacéuticos, Automotor, Financiero no Bancario, Seguros, Hotelería y Agencias de Viaje y Gastronómico. Esta clasificación de sectores económicos surgió a partir de las distintas categorías del Monitor de Sectores Productivos. En total, se encuestaron a 107 empresarios a lo largo de las distintas ediciones del Monitor durante el 2021.

Para la realización del análisis se indagó sobre las respuestas de 19 preguntas seleccionadas de la encuesta. Su selección se hizo según los objetivos específicos del informe, lo que quiere decir que se eligieron sólo las preguntas cuyas respuestas otorgaran el contenido suficiente para dar cuenta sobre la perspectiva de los empresarios acerca de la situación económica nacional y empresarial. Las preguntas y los capítulos de ediciones de informes utilizados para el análisis se encuentran en el anexo del presente documento. En el caso de las preguntas abiertas, todas las respuestas fueron codificadas para que sea posible analizar la información cuantitativamente. Se estudia la información en general y en particular según los sectores trabajados, indagando sobre la población objetivo en general, según sectores, y a la interna de los sectores, es decir, según las similitudes y diferencias entre empresarios encuestados pertenecientes a un mismo sector.

4. Heterogeneidad y cuestionamiento en las percepciones de la situación económica nacional y las políticas públicas

Una de las preguntas del cuestionario implica la opinión sobre la situación económica actual. Al observar los resultados, se pueden ver expectativas bastante optimistas respecto al desarrollo de la situación económica en el corto plazo. Concretamente, del total de empresarios encuestados, un 46% considera que la situación será buena, un 35% espera que no sea ni buena ni mala y el 20% restante mencionó tener malas expectativas.

Ahora bien, si se coloca el foco en cada sector es posible identificar algunas variaciones respecto al tema. Por un lado, la totalidad de los empresarios de los sectores Automotor, Financiero no Bancario y Seguros mencionaron tener expectativas positivas con respecto a la situación económica. Otros sectores, como el de Snacks, mostraron una visión menos entusiasta: el 80% espera que la situación económica sea ni buena ni mala y el 20% restante mala. Una situación similar se presenta en las percepciones de los empresarios de Centros Comerciales, donde el 60% de los empresarios espera que la situación económica actual no sea ni buena ni mala y el 40% restante que sea mala. En otros sectores se observa una mayoría de opiniones positivas sobre el total de respuestas, aunque la proporción de esta mayoría no es tan alta, tal es el caso de Mutualistas y Servicios de Salud Privados, donde la mitad de los empresarios espera que la situación sea buena, el 17% espera que sea mala y el 33% restante muestra una neutralidad.

Finalmente, es posible sostener que, en términos generales, entre los empresarios encuestados se identifica un panorama de expectativas mayormente positivas o neutras respecto a la situación económica del país. Sin embargo, si se coloca el foco a la interna de los sectores, se perciben diferencias entre sectores y en la mayoría de ellos no se identifica una posición que domine completamente. Esto podría indicar que la pertenencia a un sector no determina la opinión que un empresario pueda tener respecto a la situación económica del país.

En relación a las políticas económicas, el 24% de quienes fueron encuestados presentan una visión positiva sobre las políticas económicas, mientras

que un 55% no las considera ni buenas ni malas y el 20% restante las identifica como malas. A pesar de que se pueden ver diferencias entre sectores respecto a cómo los empresarios consideran las políticas económicas, en todos los sectores se percibe una proporción de empresarios que perciben las políticas económicas como ni buenas ni malas, y en gran parte de los sectores esta cantidad supera el 50% del total de los empresarios encuestados. Sólo en el sector Automotor todos los empresarios consideraron las políticas económicas de la misma manera (ni buenas ni malas).

Ahora bien, con respecto a la manera en que los empresarios identifican que podrían mejorarse las políticas económicas, el 18% sostiene que deberían realizarse cambios en torno a los aspectos financieros, el 14% coloca el énfasis en transformaciones relacionadas a impuestos y costos estatales, y el 10% considera la incorporación de beneficios e incentivos estatales. El resto de las respuestas de los empresarios se distribuyen en: Regulaciones y sistema legal (9%), Mejoras/cambios específicos del sector (9%), Personal/empleados (7%), Impulso a la economía (7%), Compras-ventas al exterior/entorno internacional (6%), Consumo/ventas (5%), Inversión (4%), Flexibilización laboral (3%), Impulso a industria nacional (3%), Burocracia (2%), Costos laborales (2%), y por último Inversión social/política social (1%). En el anexo de este informe se encuentra una tabla con las distintas opciones de respuesta y sus proporciones de menciones sobre el total de respuestas⁷. Cabe señalar que ninguna de las opciones llega al 20% del total de respuestas.

Es importante mencionar que no se identifica una opción que aparezca nombrada en todos los sectores, y sumado a que la respuesta mayormente mencionada concentra únicamente al 18% de los empresarios, es posible sostener que no se identifica consenso respecto a qué mejoras deberían hacerse sobre las políticas económicas.

Además de las políticas económicas, también se preguntó a los empresarios cómo consideraban las políticas laborales y el vínculo que tenían con su sector. Respecto a esto, el 25% de los empresarios encuestados considera a las políticas

⁷ En el anexo se encontrarán todas las tablas correspondientes a cada una de las preguntas abiertas codificadas utilizadas para el presente análisis, mostrando las distintas opciones de respuesta en cada caso.

laborales como buenas o muy buenas, un 55% como ni buenas ni malas y un 19% como malas o muy malas.

Al observar las posturas tomadas por los empresarios encuestados en el interior de los sectores, se encuentra algo similar a lo que ocurrió en la pregunta anterior sobre políticas económicas, con una gran cantidad de empresarios que muestran una posición neutra en la mayoría de los sectores; es importante tener en cuenta que en Snacks, Software y Automotor todos los empresarios encuestados consideraron las políticas laborales ni como buenas ni como malas. La principal diferencia respecto a la pregunta anterior es que en este caso se observa una mayor cantidad de sectores donde todos los empresarios mostraron neutralidad frente a la evaluación de las políticas.

Respecto a las mejoras que deberían realizarse sobre las políticas laborales, el 22% de los empresarios encuestados considera que deberían mejorarse aspectos vinculados a la regulación laboral y las normativas legales, un 17% cree que tendrían que hacerse cambios relacionados con flexibilización laboral y un 11% menciona que deberían hacerse modificaciones en los impuestos y el costo del Estado. El resto de las respuestas mencionadas por los empresarios se reparten de la siguiente manera: Cambios/mejoras en condiciones/características laborales (7%), Salarios (5%), Inversión/Incentivos por parte del Estado (5%), Acuerdos laborales (4%), Capacitación laboral (4%), Políticas laborales/sociales (4%), Mayores beneficios/apoyo a empresarios (4%), Contratación/inserción laboral (3%), Cambios financieros/económicos (3%), Consejos de Salarios (2%), Mejoras/cambios en las dinámicas/procesos dentro del sector (2%), Productividad (2%), Otros (2%), Sindicatos/organizaciones laborales (1%), Costo social (2%).

Sin embargo, como sucedió con las políticas económicas, no se observó una sola respuesta que aparezca en todos los sectores, así como tampoco una opción mencionada por la mayor parte de los encuestados dentro de un sector específico. De todos modos, es interesante mencionar que, en comparación con las respuestas sobre posibles mejoras en las políticas económicas, en el caso de las políticas laborales las opciones que no estuvieron entre las tres más mencionadas ('Regulación laboral y normativas legales', 'Flexibilización laboral' y 'Impuestos/costo estatal') aparecen nombradas muy pocas veces, lo que se puede ver claramente al

observar las proporciones: ninguna de estas opciones fue mencionada por más del 10% de los empresarios encuestados.

Finalmente, considerando la información analizada, es posible sostener que entre los empresarios encuestados se identifican diversas maneras en que la situación económica nacional y las políticas implementadas son percibidas. Para empezar, poco menos de la mitad de los empresarios encuestados ven la situación económica como buena; entre quienes no perciben la situación económica como buena se observa una mayor cantidad de empresarios con una postura neutra que empresarios que ven la situación como mala; los datos parecerían indicar que la pertenencia a un sector no es determinante en la visión sobre la situación económica.

Por otro lado, alrededor de uno de cada dos empresarios perciben las políticas como ni buenas ni malas. Si bien se identifica una mayor proporción de empresarios que ven las políticas como buenas, esta diferencia no resulta muy alta. Es importante mencionar que, entre los empresarios, no parecería haber una visión concreta y consensuada sobre qué mejoras deberían realizarse respecto a las políticas económicas y laborales, sin embargo, ciertos elementos se repiten más que otros. En el caso de políticas económicas, los aspectos financieros y los impuestos y el costo estatal son mayormente mencionados como elementos a mejorar por parte de los empresarios; mientras que en el caso de políticas laborales estos elementos son la regulación laboral y sistema legal, así como la flexibilización.

5. Optimismo y neutralidad frente a la situación económica de los sectores

Además de la situación económica nacional, también se indagó sobre la opinión de los empresarios respecto a la situación económica de los sectores donde operan. Al preguntar sobre la posibilidad de crecimiento económico en los sectores donde trabajan, el 71% de los empresarios mencionó esperar crecimiento, mientras el 19% esperaba retracción y 11% restante no consideró que habría ni retracción ni crecimiento. Por lo tanto, se podría decir que se identifican altas expectativas por parte de los empresarios respecto al crecimiento de los rubros en donde trabajan. Resulta interesante esta información si la conectamos con las expectativas de los empresarios respecto a la situación económica del país: en ambos casos se observa una gran cantidad de empresarios con expectativas positivas, sin embargo, se identifica una mayor cantidad de empresarios con expectativas positivas sobre el crecimiento económico de su sector que empresarios que esperan una buena situación económica nacional.

La totalidad de los empresarios de los sectores Financiero no Bancario, Supermercados, Hotelería y Agencias de Viaje y Seguros esperan un crecimiento del sector, mientras que en Automotor sólo una persona mencionó no esperar crecimiento. Los sectores donde se vieron más respuestas vinculadas a una retracción económica fueron los de Gastronomía (43% espera retracción), Centros Comerciales y Snacks (40% espera retracción en ambos casos). De esta manera, no se observa un sector en donde todos los empresarios muestran tener malas expectativas respecto al crecimiento. En el resto de los sectores se pudo ver una gran variedad de respuestas y valoraciones sobre el crecimiento esperado, aunque en todos ellos se identifican empresarios que mencionaron esperar un crecimiento.

Esto quiere decir que, aunque en general se observa una gran cantidad de empresarios que esperan un crecimiento, esta cantidad es más alta en algunos sectores que otros. Por otro lado, se identificó una cantidad muy baja de empresarios que esperan una retracción, y en los sectores donde varios empresarios tenían malas expectativas también se encontraron otros con buenas expectativas. En los sectores donde hubo varias respuestas negativas respecto a

las expectativas de crecimiento, también se encontraron varias respuestas negativas sobre la percepción de la situación económica nacional, algo que no se observó en los sectores donde todos o la mayoría de los empresarios mencionaron esperar un crecimiento.

Es importante comentar que, al comparar las respuestas vinculadas a las expectativas de crecimiento del sector con las respuestas referidas a las expectativas sobre la situación económica, la mayoría de los empresarios que mencionaron tener malas expectativas respecto a la situación económica también esperan una retracción o ni crecimiento ni retracción en su sector; sin embargo, con la excepción de un empresario, todos los que tienen buenas expectativas respecto a la situación económica del país esperan un crecimiento económico de su sector. Esto indica que, entre los empresarios, podría existir un vínculo entre la percepción de la situación económica y la percepción del crecimiento del sector donde trabajan. En este sentido, quienes tienen buenas expectativas respecto a la situación económica por lo general también tienen buenas expectativas sobre el crecimiento económico del sector, lo mismo para quienes tienen malas expectativas. De todos modos, no es algo que se pueda determinar ya que también se pudieron observar varias excepciones, más notorias entre quienes tienen malas expectativas sobre la situación económica. El caso de los empresarios que no tienen ni buenas ni malas expectativas respecto a la situación económica es más complejo ya que algunos de ellos mencionaron tener buenas expectativas respecto al crecimiento del sector, otros dijeron tener malas expectativas y otros ni buenas ni malas. Por lo tanto, este posible vínculo entre la percepción de la situación económica y el crecimiento del sector parece darse solamente entre quienes tienen buenas y malas expectativas, no entre quienes muestran neutralidad. Sin embargo, no queda claro si es la percepción de la situación económica la que influye en la percepción del crecimiento económico o viceversa, y el Monitor no otorga los elementos como para poder definir cómo podría darse este vínculo.

También se estudiaron los motivos que, según los empresarios encuestados, explican que los niveles de crecimiento sean como ellos mencionaron. Sobre este tema, el 16% considera al consumo o hábitos de consumo como el principal motivo, un 11% mencionó a la vuelta a la situación pre pandémica como principal razón, un

10% considera a la Pandemia de Covid-19 como motivo más importante, y otro 10% considera al crecimiento o la recuperación económica como razón principal. El resto de las opciones de respuesta mencionadas tuvieron menor cantidad de menciones: Aspectos comerciales/financieros del sector (9%), Declive económico (8%), Empleo/Desempleo (6%), Reactivación económica/productiva/laboral (6%), Necesidad del producto/servicio (6%), Cambios en aspectos vinculados a la oferta/producto/servicio del sector (5%), Entorno Internacional (5%), Aumento de movilidad (3%), Ingresos (2%) y Otros (2%).

Respecto a 'Consumo/Hábitos de consumo', resulta interesante observar que esta opción de respuesta aparece nombrada por empresarios que mencionaron esperar un crecimiento en el sector como por empresarios que esperan retracción. El consumo, por lo tanto, aparece como un factor de crecimiento como de retracción para los empresarios; algunos empresarios observan un consumo por debajo de lo esperado, lo que para ellos genera retracción, y para otros el nivel de consumo del sector cumple con sus expectativas, lo que genera crecimiento.

La opción 'Vuelta a la normalidad (post pandemia)/ Mejora situación sanitaria' apareció en todos los sectores donde la totalidad de los encuestados mencionaron esperar un crecimiento económico, por lo que este parece ser un factor importante en la percepción de crecimiento del sector. Por otro lado, entre los empresarios encuestados que mencionaron esperar una retracción, las opciones 'Declive económico', 'Consumo/hábitos de consumo' y 'Pandemia de Covid-19' fueron nombradas varias veces.

Por último, la opción 'Crecimiento/recuperación económica' aparece mayormente en sectores donde se registra una visión optimista respecto al crecimiento económico del sector. Es importante mencionar que en varios de los sectores donde aparece esta opción también aparece nombrada la opción 'Reactivación económica/productiva/laboral' lo que podría indicar que, desde la percepción de varios empresarios, el crecimiento económico está de alguna forma vinculado a la reactivación económica y/o viceversa.

Al preguntar sobre las posibilidades de aumento, mantenimiento o disminución de la demanda de mano de obra de los sectores donde trabajan, el 62%

de los empresarios encuestados consideran que la demanda de mano de obra de su sector se mantendrá, mientras que el 21% esperan un aumento de dicha demanda y el 16% una reducción, con dos respuestas nulas (No sabe/ No contesta).

De esta manera, al observar las respuestas a esta pregunta en cada uno de los sectores, en la mayoría de los casos se puede observar una mayor representación de empresarios que esperan un mantenimiento de la demanda de mano de obra que empresarios que esperan una reducción o aumento; en los casos de Centros Comerciales, Emergencias móviles y Automotor, por ejemplo, todos los empresarios encuestados esperan un mantenimiento. Casos excepcionales son los de Software y Servicios de Acompañantes, donde la mayor parte de los empresarios considera que habrá un aumento de la demanda de mano de obra (80% en Software y 66,6% en Servicios de Acompañantes).

De todos los sectores estudiados, sólo Snacks tiene una mayor proporción de empresarios que esperan una reducción de la demanda de mano de obra en comparación con las otras respuestas (40% considera que disminuirá, 20% que aumentará, 20% que se mantendrá y un último 20% no sabe/ no responde). Exceptuando los sectores Agencias de Publicidad, Laboratorios Farmacéuticos (en ambos un 38% espera que la demanda crezca, un 38% espera que disminuya y el 25% espera un mantenimiento), Gastronómico (43% de empresarios esperan un mantenimiento, 43% espera una disminución y el 14% restante un aumento), Servicios de Acompañantes (66,6% de empresarios espera un incremento, 33,3% restante un mantenimiento) y Software (80% de empresarios esperan que el nivel de demanda de mano de obra aumente, 20% espera que se mantenga), en el resto de los sectores estudiados el mantenimiento de la demanda de obra es la opción de respuesta más mencionada.

Además de la demanda de mano de obra, también se indagó sobre las posibilidades de aumento, mantenimiento o disminución del nivel de inversión en los sectores. Del total de empresarios, el 50% considera que el nivel de inversión en el sector se mantendrá, un 27% cree que aumentará y el 22% restante espera una reducción. Esto muestra un escenario similar al de la pregunta anterior, donde se identifica una mayor cantidad de empresarios que no esperan cambios en el sector respecto a la temática preguntada.

De todos los sectores estudiados, Supermercados es el que muestra la visión más optimista respecto a las expectativas de inversión, ya que es el único en donde todos los empresarios esperan un aumento de la inversión. En Software, por otro lado, el 80% espera que aumente y el 20% restante espera que se mantenga; y en Servicios de Acompañantes un 83,3% espera un aumento de la inversión y el 16,6% restante una retracción; estos son los sectores donde más proporción de empresarios esperan un aumento. En el resto de los sectores se observa una gran variedad de opiniones, aunque es frecuente observar una gran cantidad de empresarios que esperan un mantenimiento del nivel de inversión; el caso más ejemplar es Automotor donde la totalidad del sector dio esta respuesta.

Los resultados de esta pregunta son similares a los de la anterior, poco más de la mitad de los empresarios encuestados esperan que un aspecto de la situación económica de su sector se mantenga igual. Se necesitaría un análisis más profundo para saber si ambas variables están conectadas de alguna manera en la población objetivo, pero hasta ahora lo único que se puede decir es que los resultados son similares, con el mantenimiento de la situación siendo la opción más respondida, seguida de la mejora y luego de la reducción.

Por otro lado, al preguntar sobre las condiciones de rentabilidad del sector donde trabajan, el 40% de los empresarios encuestados considera a las condiciones de rentabilidad de su sector como buenas, mientras que un 30% no las considera ni buenas ni malas y el 30% restante las percibe como malas.

De todos los sectores, Software fue el más optimista respecto a la rentabilidad, ya que todos los empresarios encuestados mencionaron considerar el nivel de rentabilidad como bueno o muy bueno. Financiero no Bancario, por otro lado, fue el segundo más optimista, ya que el 90% de los empresarios consideran que había un buen nivel de rentabilidad, mientras que el 10% restante tenía una visión negativa. Ningún otro sector mostró proporciones similares de respuestas positivas.

En los casos de Centros Comerciales, Snacks, Agencias de Publicidad, Jugueterías y Laboratorios Farmacéuticos, alrededor del 60% de los empresarios consideran las condiciones de rentabilidad de su sector como malas. En el resto de

los sectores se puede observar una gran variedad respecto a las proporciones de respuestas, con sectores como Indumentaria y Servicios de Acompañantes donde alrededor del 60% de los empresarios ven las condiciones de rentabilidad de su sector como ni buenas ni malas.

Al preguntar sobre las razones que explican que las condiciones de rentabilidad sean como los empresarios encuestados mencionaron ('buenas', 'ni buenas ni malas', 'malas'), el 22% de la totalidad de empresarios mencionó a los costos como principal motivo, mientras un 14% mencionó el consumo o los hábitos de consumo y otro 10% considera al Estado, las políticas económicas o los impuestos como razones más importantes. Estas fueron las opciones de respuesta más nombradas, el resto se encuentran ordenadas de la siguiente manera: Aspectos económicos/financieros del sector (7%), Ventas/mercado (6%), Gestión interna del sector (6%), Pandemia de Covid-19 (5%), Competencia (5%), Empleo/Desempleo (3%), Ingresos (3%), Crecimiento/reactivación de la economía/Situación económica favorable (3%), Declive de la economía (3%), Productividad (3%), Entorno internacional y Comercio exterior (2%), Inversión (2%), Precios (2%), Otros (2%), Vuelta a la normalidad (post pandemia)/ Mejora situación sanitaria (1%)

Similar a lo sucedido con las respuestas a preguntas sobre crecimiento económico, aquí muchos empresarios que indicaron malas condiciones de rentabilidad en su sector mencionaron los siguientes motivos: 'Pandemia de Covid-19', 'Declive de la economía', 'Consumo/hábitos de consumo' y 'Costos'. Por otro lado, analizar los motivos que aparecen relacionados a una buena rentabilidad resulta más complejo, ya que muchas opciones fueron mencionadas; sin embargo, las siguientes aparecen más frecuentemente: 'Productividad', 'Consumo/hábitos de consumo' (ligado a un aumento del consumo), 'Crecimiento/reactivación de la economía/Situación económica favorable' y 'Costos' (vinculado a una reducción en los costos).

Al preguntar a los empresarios encuestados cuáles eran los principales desafíos relacionados con la rentabilidad del sector a los que se enfrentaban, un 12,5% mencionó los costos o gastos como principal desafío, mientras un 10% mencionó la calidad del producto o servicio y otro 10% las posibilidades de generar

demanda o consumo. Las otras opciones de respuestas tuvieron menor cantidad de menciones: Cambios económicos/financieros en el sector (9%), Gestión interna del sector (8%), Tecnología (7%), Innovación (7%), Empleo/Desempleo (5%), Ventas/Comercio/Mercado (4%), Capacitación (4%), Vínculo con el Estado/Regulación (3%), Eficiencia (3%), Precios (3%), Productividad (2%), Condiciones de trabajo (2%), Comercio exterior/Entorno internacional (2%), Ventas web (2%), Manejar situación económica (2%), Ingresos/Salarios (2%), Vínculo entre actores en el sector (2%), Otros (2%).

Al observar cómo se distribuyen las respuestas a lo largo de los sectores se nota una gran diversidad, tanto entre sectores y la interna de ellos se identifica una gran variedad de respuestas. Sin embargo, en todos aparece en algún momento alguna de las opciones mencionadas anteriormente ('Costos/gastos', 'Generar demanda', 'Calidad de servicio/producto'), lo que podría indicar que, hasta cierto punto, puede existir cierto nivel de similitud en la visualización de desafíos de rentabilidad entre los empresarios encuestados.

Luego de analizada la información, se podría decir que la mayoría de los empresarios encuestados (cerca del 75%) esperan un crecimiento en su sector, por lo que se puede hablar de la existencia de buenas expectativas respecto al crecimiento. Al preguntar sobre los motivos de crecimiento/retracción/mantenimiento del sector, la opción 'Consumo/Hábitos de consumo' fue la más mencionada, tanto por empresarios que esperaban retracción como por quienes esperaban crecimiento. Esto resulta relevante, ya que se le otorga a los consumidores la responsabilidad del crecimiento o retracción del sector. Al nombrar esta opción, los empresarios consideran al crecimiento o retracción como algo que depende en parte de aspectos que no están bajo su control, sino que están relacionados con la población que consume los productos o servicios. Por otro lado, con esta opción evitan mencionar qué aspectos influyen en el aumento o disminución del consumo, lo que podría indicar que muchos empresarios no tienen del todo claro cuáles son estos aspectos. Al mismo tiempo, la mención de esta opción indica que, desde la percepción de muchos empresarios encuestados, las posibilidades de crecimiento del sector podrían depender de factores sociales o contextuales no directamente relacionados con el entorno empresarial.

Si comparamos los resultados respecto a las expectativas de crecimiento con los de los niveles de rentabilidad de sectores, se puede observar que, mientras tres de cada cuatro empresarios mencionaron tener buenas expectativas de crecimiento, sólo cuatro de cada diez consideran que su sector es rentable, lo que implica que muchos empresarios consideran que hay crecimiento en su sector a pesar que no resulte rentable. Esto quiere decir que, desde la percepción de los empresarios encuestados, la rentabilidad de un sector no está directamente relacionada con el crecimiento económico.

Para los empresarios encuestados, la opción de respuesta 'Costos' aparece como el principal aspecto que explica un buen nivel como un mal nivel de rentabilidad. La opción 'Vuelta a la normalidad (post pandemia)/ Mejora situación sanitaria', aparece como una razón que explica un crecimiento como un buen nivel de rentabilidad. Por otro lado, el declive económico, la presencia de la pandemia de Covid-19 y una disminución en el consumo se muestran como razones que explican tanto una mala rentabilidad como una retracción económica en el sector.

Por último, respecto a la inversión y la demanda de mano de obra del sector, en ambos casos alrededor de la mitad de los empresarios encuestados mencionaron que esperaban un mantenimiento. Si tenemos en cuenta que tres de cada cuatro empresarios mencionaron esperar un crecimiento, se podría decir que desde la percepción de los empresarios un aumento de inversión o de mano de obra no es necesario para que un sector económico crezca.

6. Desafíos y oportunidades en las empresas y su vínculo con el mercado

Más allá de las percepciones sobre la situación económica nacional y de los sectores económicos estudiados, resultó pertinente para este análisis estudiar también cómo los empresarios ven la situación de las empresas donde operan y su relación con el mercado.

Al preguntar qué motivaba o dirigía los comportamientos y hábitos de los consumidores del sector donde trabajan, el 13% de los empresarios encuestados mencionó a los precios como el principal motivo, mientras que un 12% nombró el uso de tecnología y el 10% a las compras por internet. El resto de las opciones de respuesta tienen menor cantidad de menciones, estando ordenadas de la siguiente manera: Experiencia de consumo/compra satisfactoria/práctica/rápida (8%), Salud (6%), Cambios en los hábitos cotidianos (6%), Obtención de productos/servicios específicos del sector (6%), Calidad de producto/servicio (5%), Satisfacción/placer (5%), Practicidad/comodidad (4%), Buena atención al cliente (4%), Otros (3%), Satisfacción de necesidades básicas (3%), Encuentros/relacionamiento con amigos o familia (2%), Dinamismo/variedad en el consumo/oferta ofrecida (2%), Consumo amigable con el medio ambiente (2%), Uso de marcas conocidas (2%), Seguridad/confianza en el servicio/producto (2%), Resolución de problemas efectiva/práctica (2%), Vivir experiencias interesantes (2%), e Innovación (1%).

Las respuestas más nombradas no tuvieron gran cantidad de menciones en cada sector y, como en casos de preguntas anteriores, ninguna de estas opciones aparece mencionada en todos los sectores. Existe una gran variedad de respuestas entre los empresarios de todos los sectores. Esto podría indicar que, desde la percepción de los empresarios encuestados, no existen orientaciones ni razones definidas y específicas que guíen el consumo de clientes y consumidores; una gran cantidad de razones son mencionadas por distintos empresarios. Esta información también podría indicar que, desde la perspectiva de los empresarios, existen muchos elementos que influyen los hábitos y comportamientos de consumo, y en el contexto de la encuesta sólo nombraron los que les parecen más importantes.

Además de los hábitos de consumo, también se preguntó sobre el nivel de desarrollo de determinadas áreas empresariales. Para la presentación de los resultados de esta pregunta, se construyó una tabla donde se muestra las distintas áreas empresariales evaluadas y los niveles de desarrollo que le otorgaron los empresarios (bajo, medio y alto). Esta tabla se encuentra en el anexo del presente trabajo.

De todas las áreas, las mejor valoradas fueron la Gestión comercial y ventas (56% de la totalidad de empresarios considera que tiene un alto nivel de desarrollo), la Planificación financiera (54% considera que tiene un alto nivel de desarrollo) y la Planificación estratégica (52% considera que tiene un nivel alto de desarrollo). Las áreas peor valoradas fueron la Información e investigación de mercado y clientes (35% de la totalidad de empresarios considera que tiene un nivel de desarrollo bajo), la Gestión de RRHH (30% considera que tiene un bajo nivel de desarrollo) y la Gestión de innovación (27% considera que tiene un bajo nivel de desarrollo).

Al analizar por sectores, existe una gran diversidad de respuestas con respecto a la valoración de las áreas estudiadas; sólo en el caso de Cuidado en el Hogar todos los encuestados estuvieron de acuerdo con que el desarrollo de un área era alto (Planificación Financiera). En Financiero no Bancario el 80% de los encuestados estuvo de acuerdo respecto a que la Planificación Estratégica y la Planificación Financiera tienen un alto desarrollo. Sin embargo, en la mayoría de los sectores hubo grandes diferencias entre los empresarios respecto a la valoración de las áreas, lo que podría significar que, exceptuando algunos sectores, en la mayoría no existe una visión definida sobre cuán desarrollada es determinada área empresarial. Al existir diferencias a la interna de los sectores, parecería ser que la pertenencia a un sector no tiene influencia sobre la percepción del desarrollo de un área empresarial.

Los empresarios encuestados también mencionaron cuál de las áreas anteriormente mencionadas eran más sensibles al desarrollo. Para poder analizar la información, se construyó una tabla que muestra las distintas áreas empresariales y la proporción de veces que fueron mencionadas por la totalidad de los empresarios encuestados; esta tabla también se encuentra en el anexo.

Según los resultados, la Gestión de RRHH es considerada el área más sensible al desarrollo (aparece en el 16% del total de respuestas), seguida de la Planificación estratégica y la Gestión comercial y ventas. Si tenemos en cuenta que la Gestión de RRHH apareció en los resultados anteriores como el área con nivel más bajo de desarrollo, se podría decir que, aunque es considerada como el área con menor desarrollo, parecería estar desarrollándose desde la visión de los empresarios.

Es importante comentar que todas las áreas son mencionadas por una proporción de los empresarios encuestados, y varias de estas áreas son nombradas por más del 10% de los empresarios encuestados, lo que quiere decir que entre ellos existen grandes diferencias respecto a cuáles son las áreas más sensibles. Esto indica que, al igual que en la pregunta 16 (¿Cómo calificaría el desarrollo de la gestión de las siguientes áreas de la empresa?), tampoco se observa un consenso sobre cuál es el área con mayores posibilidades de desarrollo futuro. Estos resultados, en conjunto con los de la pregunta anterior, parecerían demostrar que, desde la percepción de los empresarios, el nivel de desarrollo y la sensibilidad al desarrollo de determinada área empresarial no es el mismo en todas las empresas del mercado o todas las empresas de un sector específico. Por lo tanto, el nivel de desarrollo y la sensibilidad al desarrollo de un área parecería depender más de las características internas de cada empresa que de otros aspectos como el sector económico al que pertenece la empresa.

Al preguntar a los empresarios cuáles eran los desafíos que enfrentaban en el área de marketing, el 15% mencionó la fidelización con la empresa o el mejoramiento de la relación con clientes, mientras un 10% nombró desafíos vinculados a la captación, el aumento de consumo o cantidad de clientes; otro 10% nombró el mejoramiento de la imagen y posicionamiento de la empresa como el principal desafío, y otro 10% nombró la mejora de la calidad del producto, servicio o experiencia del cliente. El resto de las respuestas aparecieron en menor medida en el orden que se muestra a continuación: Mejorar estrategia/prácticas de marketing (8%), Cambiar el servicio/producto brindado por el sector/agregar nuevo producto/servicio (6%), Mejorar/aumentar comunicación (5%), Uso de tecnología (5%), Obtener más información (cliente, contexto del sector) (4%), Involucrarse más

en la internet (4%), Mayor vínculo con público objetivo (3%), Mejorar relacionamiento con otros actores del rubro (3%), Mejorar negociación con clientes/actores dentro del sector (3%), Eficiencia (3%), Adaptación (2%), Precios (2%), Involucrarse más en las redes sociales (2%), Innovación (2%), Lograr mayor inversión (2%), Otros (2%).

Con respecto a los desafíos enfrentados por los empresarios en el área de Recursos Humanos, el 14% mencionó a la capacitación como el mayor desafío, mientras que un 12% nombró la gestión y un 11% la generación de motivación en los empleados. El resto de las opciones de respuesta aparecieron en este orden: Retención de talentos (8%), Reclutamiento (6%), Buen clima laboral (5%), Cambios en la forma del trabajo (4%), Estructura empresarial (4%), Manejo de personal/equipo (4%), Flexibilidad (3%), Salarios (3%), Despidos/Renuncias/Mantenimiento del puesto (3%), Comunicación interna (3%), Calificación (2%), Home office (2%), Desarrollo (2%), Horarios/agenda (2%), Productividad (2%), Relacionamiento entre empleados (2%), Mejorar calidad del trabajo (2%), Otros (2%), Trabajo en equipo (1%), Eficiencia (1%).

Además de los desafíos, también se preguntó sobre las necesidades de capacitación que los empresarios consideraban que necesitaban los empleados de sus empresas. Respecto a este tema, el 16% de los empresarios indicó las habilidades blandas como principal necesidad de capacitación, mientras un 14% mencionó la tecnología y un 13% nombró a las ventas, marketing, negocio o mercado. El resto de las opciones de respuesta tuvieron menores proporciones de menciones, ordenándose de la forma que aparece a continuación: Atención al cliente/relacionamiento con cliente (11%), Liderazgo (9%), Organización/procesos/planificación (5%), Gestión del cambio/innovación (5%), Profesionalización/calificación (5%), Manejo de información/datos (4%), Gestión (4%), Otros (4%), Comunicación (2%), Capacitación técnica (1%), Emprendedurismo (1%), Manejo de personal/equipos (1%), Seguridad (1%), Idiomas (1%).

Excepto Jugueterías, donde todos los empresarios encuestados nombraron 'Ventas/marketing/negocio/mercado', en cada uno de los sectores se encontró una gran variedad de respuestas. Esto podría indicar que existen distintas visiones sobre

en qué aspectos se necesita capacitar a los empleados, o tal vez para los empresarios existen muchos aspectos en los que es necesaria una capacitación y sólo mencionaron los aspectos que les parecen más importantes.

Respecto a la orientación de los hábitos y comportamientos de consumo de los sectores estudiados, los precios, el uso de la tecnología y las compras por web/internet son los elementos más repetidos por los empresarios, aunque muchas otras respuestas fueron mencionadas, lo que quiere decir que, según los empresarios encuestados, existe una gran cantidad de elementos que influyen las orientaciones y hábitos de consumo de las personas. Sin embargo, el nombramiento de estos aspectos no es menor si tenemos en cuenta que ‘Ventas/marketing/negocio/mercado’ y ‘Tecnología’ estuvieron entre las necesidades de capacitación más nombradas; si es cierto que los precios y la tecnología son aspectos que influyen mucho a los consumidores resulta relevante capacitar a empleados para tener habilidades en la venta y el manejo de la tecnología. Esto podría indicar que las necesidades de capacitación están fuertemente vinculadas a los hábitos y comportamientos actuales de los consumidores.

Al indagar sobre la opinión de los encuestados respecto al desarrollo y la sensibilidad al desarrollo de las distintas áreas de las que se conforma una empresa, hubo una gran variedad de respuestas, siendo la Gestión comercial y ventas el área mencionada como más desarrollada y la Gestión de RRHH la más sensible a desarrollo. Sin embargo, la gran variedad de respuestas tanto entre los sectores como al interior de los mismos demuestra que no existe un consenso con respecto a cuál es el área más desarrollada y cuál más sensible al desarrollo, lo que tal vez podría indicar que existen distintos aspectos que influyen la visión del desarrollo de las áreas empresariales no vinculados con el sector al que pertenecen los empresarios.

Con respecto a los desafíos, la fidelización y mejoramiento de relación con el cliente apareció como el principal desafío de marketing y la capacitación como el principal desafío de RRHH. En referencia a las necesidades de capacitación, la opción ‘Habilidades blandas’ fue la que más apareció. Sin embargo, al analizar las

distintas opciones y cómo aparecieron a lo largo de los distintos sectores, se puede observar que en cada sector se hace referencia a varias opciones de respuesta diferentes, lo que indicaría que, según los empresarios de todos los sectores, hacen falta distintos y variados tipos de capacitación dentro de las empresas donde operan. La definición de qué tipo de capacitación es importante es algo que varía mucho entre los empresarios encuestados.

7. Reflexiones finales

A partir del trabajo realizado, se identifican las diferentes percepciones de los empresarios en torno a la situación económica y empresarial del 2021. En este sentido, en primer lugar, es posible sostener que entre los empresarios existen distintas valoraciones sobre la situación económica actual, aunque se observa una mayor cantidad de empresarios con percepciones positivas (uno de cada dos empresarios tiene buenas expectativas respecto a la situación económica a corto plazo). Por otro lado, en el caso de valoración de políticas económicas y laborales, se identifica una mayor presencia de posturas neutras que positivas o negativas. Esto, sumado a que todos los empresarios encuestados mencionaron aspectos a mejorar en estas políticas, indica que, más allá de las consideraciones, entre los empresarios se visualizan varias características en el entorno de políticas públicas que requieren arreglos o mejoras.

Por otro lado, poniendo el foco en cómo los empresarios perciben la situación económica de los sectores donde operan, los resultados del análisis muestran que casi tres de cuatro empresarios considera que habrá crecimiento en el sector donde trabaja, por lo que se identifica una gran representación de empresarios con buenas expectativas respecto al crecimiento económico de sus sectores. Sin embargo, se encontraron resultados muy distintos al preguntar sobre las condiciones de rentabilidad de los sectores donde operan: a pesar que hubo una mayor cantidad de empresarios que veían las condiciones de forma positiva que empresarios que las ven de forma negativa o neutra, esta diferencia es leve, por lo que no existe una postura que domine en esta temática. Al mismo tiempo, existe una gran discrepancia respecto a las razones que explican las condiciones de rentabilidad de los sectores; los resultados muestran una gran variedad de razones distintas nombradas por los empresarios. Por otro lado, alrededor de dos de cada cuatro empresarios mencionaron esperar un mantenimiento de la demanda de obra, y la misma cantidad mencionó esperar un mantenimiento del nivel de inversión en los sectores donde trabajan.

Considerando cómo los empresarios perciben la situación de las empresas donde operan y su vínculo con el mercado, la fidelización y el mejoramiento de la relación con clientes se mostró como el principal desafío de marketing por parte de los empresarios, mientras la capacitación apareció como el principal desafío de Recursos Humanos, a pesar que una gran variedad de distintos desafíos fueron mencionados por los empresarios. Sobre la gestión empresarial, la Gestión comercial y ventas aparece como el área más valorada por su nivel de desarrollo según los empresarios encuestados, mientras la Información e investigación de mercado y clientes aparece como el área menos valorada; sin embargo, distintas áreas fueron mencionadas por empresarios de los mismos sectores, lo que podría indicar que el nivel de desarrollo de las áreas es relativo a cada empresa.

Por lo tanto, para finalizar, se podría decir que las percepciones de los empresarios están marcadas por la heterogeneidad. Sin embargo, se observa una mayor cantidad de empresarios con expectativas y percepciones buenas sobre la situación económica del país y de los sectores donde operan que empresarios que mantienen posturas negativas o neutras, y se observa una gran diversidad respecto a cómo perciben la situación de las empresas donde trabajan y cómo se relacionan con el mercado. Más allá de las valoraciones, existe una gran cantidad de opiniones distintas respecto a desafíos, problemas, aspectos a mejorar, razones que explican las condiciones actuales, ya sea en el entorno de las políticas públicas como en los sectores y las empresas donde trabajan. Esto muestra que, al analizar las razones y argumentos detrás de las valoraciones otorgadas por los empresarios, existe una gran diversidad y no se da un consenso total, lo que quiere decir que entre ellos existen muchas explicaciones y maneras de interpretar las temáticas analizadas.

8. Autoevaluación del proceso de pasantía

Para empezar, me gustaría mencionar que, como instancia de Trabajo Final de la Licenciatura en Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales (UdelaR), la pasantía educativa no fue mi primera opción, principalmente porque no estaba muy informado sobre esta posibilidad ni estaba seguro sobre lo que implicaría este proceso. Pero una vez comenzado, no dudé de que había tomado una buena decisión, y ahora, en la culminación de este proceso, debo admitir que mi postura no ha cambiado.

A lo largo de mi trayectoria estudiantil en la Licenciatura se me dieron pocas oportunidades de aplicar lo que aprendía en un ámbito similar al laboral. La mayor parte del conocimiento adquirido era teórico, o práctico pero aplicado en un entorno estudiantil. Sin embargo, existe una gran distancia entre lo que se aprende a hacer en clase y lo que se debe ejecutar en un entorno laboral, y mi experiencia personal me indica que, lamentablemente, no hay muchas oportunidades para que un estudiante se familiarice profundamente con la práctica y actividades laborales vinculadas a algunas áreas de la Sociología, lo cual puede generar cierta incertidumbre a lo largo de la trayectoria universitaria. Dicho esto, no niego que la Sociología como disciplina es demasiado amplia, y lo que experimenté es sólo una pequeña parte del gran abanico relacionado con esta Licenciatura.

Sin embargo, considero que tal vez el aprendizaje en la Licenciatura está enfocado principalmente en la academia y particularmente en la investigación académica, lo cual a veces puede dejar de lado otro tipo de trabajo sociológico tan relevante e interesante como el académico. Esta es una de las razones por las cuales agradezco que exista la posibilidad de realizar una pasantía, ya que desde el comienzo me enfrenté a un ámbito sociológico que desconocía completamente, lo que me permitió ver las ciencias sociales desde un ángulo totalmente desconocido para mí.

La instancia de pasantía educativa también me dio la oportunidad de aprender aspectos de otras disciplinas relacionadas, de distintas maneras, con la sociología, como la investigación de mercado y el marketing, aspectos que no dudo me darán grandes insumos durante el desarrollo de mi vida profesional. Este es un punto que me parece central; no conocía la importancia de tener conocimiento sobre distintas disciplinas hasta que comencé el proceso de pasantía. Al menos en Opción

Consultores existen varias tareas que requieren de una instrucción multidisciplinaria para poder ejecutarlas con excelencia, y no dudo que en muchos entornos laborales vinculados a la sociología se dan casos similares.

Por otro lado, también aprendí mucho sobre la sociología en general, sobre todo en lo relacionado al análisis de información y trabajo de campo; a lo largo de mi trayectoria como pasante tuve que relevar información, trabajar con bases de datos, realizar análisis de datos, diseñar informes, entre otras tareas, vinculadas a la práctica sociológica. Considero que estas tareas fueron especialmente relevantes para mi aprendizaje ya que el hecho de desempeñar actividades en una organización y un entorno laboral específico ayuda a comprender el sentido de dichas actividades, así como a familiarizarse directamente con los procedimientos necesarios para realizarlas y a visualizar los resultados generados. En un ambiente solamente educativo esto puede no ser percibido o reflexionado, lo que a veces puede evitar que estudiantes entiendan en profundidad la complejidad de las distintas tareas y actividades realizadas por sociólogos en diferentes espacios.

Me gustaría agradecer a Opción Consultores ya que, además de otorgar un conocimiento práctico fundamental, despertó en mí un interés por la investigación de mercado que nunca había tenido. En este respecto, durante la pasantía estuve en contacto directo con las distintas etapas vinculadas a la investigación de mercado, logrando entender a primera mano cuáles son los procedimientos vinculados a una investigación sociológica de mercado, y qué importancia tienen para lograr los resultados esperados. A lo largo de la experiencia fue necesario que me organizara y pudiera trabajar en base a una agenda, algo que no siempre se da en otro tipo de instancias educativas, lo cual también me obligó a buscar soluciones a problemas relacionados con procesos de investigación, algo que fue muy enriquecedor ya que estimuló mi creatividad y podría haberme preparado para futuras dificultades que puedan surgir en mi vida profesional. Reafirmo aquí la importancia del conocimiento práctico: al trabajar como pasante las tareas del día a día se convirtieron en mi fuente de aprendizaje, y el enfrentamiento a problemas cotidianos exigieron que logre encontrar soluciones con lo que tenía a mi disposición, lo que a la vez me ayudó a visualizar mi propia manera de lidiar con dificultades imprevistas y, por ende, me permitió comprender con mayor profundidad cuál quiero que sea mi rumbo profesional.

Por otro lado, la realización de distintas ediciones de informes del Monitor de Sectores Productivos me acercó al mundo empresarial desde una mirada externa, y los análisis realizados a través de la información relevada me ayudaron a comprender distintos elementos de la gestión empresarial y la situación económica de distintas empresas, poniendo el foco en la perspectiva de empresarios protagonistas. De esta manera, me demostró lo mucho que se puede aprender de un entorno o contexto desde la investigación sociológica, así como me dio herramientas para poder desempeñar un análisis sociológico de forma adecuada.

Para finalizar, me gustaría agradecer al Departamento de Sociología por crear esta instancia de pasantía educativa, por medio de esta experiencia aprendí más de lo que esperaba. Recomendando a todo estudiante que considere realmente esta posibilidad, ya que, personalmente, esta experiencia me convenció de que el aprendizaje más enriquecedor es el que no se espera obtener y se logra por medio de la práctica.

9. Anexo

Cuestionario del Monitor de Sectores Productivos: preguntas y capítulos de informes utilizados

Dependiendo del objetivo específico, las preguntas y capítulos de los informes utilizados para el análisis fueron distintos. Para el primer objetivo específico (analizar de qué manera los empresarios observan la situación económica y las políticas económicas y laborales implementadas) se utilizaron los capítulo “expectativas del mercado”, “evaluación de políticas del sector”, así como las respuestas realizadas frente a las siguientes preguntas:

1: Pensando en el país en general... ¿Cómo cree que será la situación económica del país en los próximos meses?

9: ¿Cómo evalúa el contexto de las políticas económicas en las que se enmarca el sector?

10: ¿Cuáles son las principales mejoras que cree que se podrían realizar respecto a las políticas económicas?

11: ¿Cómo evalúa el contexto de las políticas laborales en las que se enmarca el sector?

12: ¿Cuáles son las principales mejoras que cree que se podrían realizar respecto a las políticas económicas?

Para el segundo objetivo específico (comprender cómo el sector empresarial percibe la situación económica de los sectores donde operan), se utilizó el capítulo “evaluación de rentabilidad del sector”, además de las respuestas a las siguientes preguntas del cuestionario:

2: Específicamente en su sector... ¿Qué porcentaje de crecimiento estima que tendrá el mercado en términos reales en los próximos meses?

- 3: ¿Cuáles son los principales motivos que explicarían que el sector crecerá / permanecerá igual / se retraerá?
- 4: ¿Crees que el sector incrementará, mantendrá o reducirá su demanda de mano de obra en los próximos doce meses?
- 5: ¿Cree que el sector incrementará, mantendrá o reducirá su nivel de inversión respecto al año pasado?
- 6: ¿Cómo evalúa las condiciones actuales de rentabilidad de las empresas que forman el sector?
- 7: ¿Cuáles cree que son los principales aspectos que determinan que los niveles de rentabilidad de las empresas del sector sean como usted lo mencionó?
- 8: ¿Cuáles creen que serán los principales desafíos de las empresas del sector para mejorar su rentabilidad en los próximos tiempos?

Por último, para el tercer objetivo específico (analizar cómo los empresarios perciben las necesidades, desafíos y oportunidades vinculadas a la gestión empresarial y el mercado en los sectores donde operan) se utilizaron los capítulos “tendencias de consumo”, “procesos de gestión”, “desafíos de empresas”, al igual que las respuestas a las siguientes preguntas del cuestionario:

- 15: ¿Hacia dónde se orientan los hábitos y expectativas de los consumidores de su mercado en la actualidad?
- 16: ¿Cómo calificaría el desarrollo de la gestión de las siguientes áreas de la empresa?
- 17: De las áreas mencionadas, ¿cuáles cree que son las tres áreas de gestión más sensibles para el desarrollo futuro de la empresa?
- 18: ¿Cuáles son los dos principales desafíos u oportunidades que tiene su empresa en las áreas de marketing, ventas y relacionamiento con clientes?

19: ¿Cuáles son los dos principales desafíos u oportunidades que tiene su empresa en el área de gestión de recursos humanos?

27: ¿Cuáles son las necesidades de su empresa desde el punto de vista de la capacitación de sus colaboradores?

Tabla ‘Mejoras políticas económicas’: proporción de menciones de opciones de respuesta sobre el total de respuestas

Mejoras políticas económicas	% de menciones sobre el total de respuestas
Cambios/manejo de aspectos financieros	18%
Impuestos/Costo estatal	14%
Beneficios/incentivos estatales al sector	10%
Regulaciones y sistema legal	9%
Mejoras/cambios específicos del sector	9%
Personal/empleados	7%
Impulso a la economía	7%
Compras-ventas al exterior/entorno internacional	6%
Consumo/ventas	5%
Inversión	4%
Flexibilización laboral	3%
Impulso a industria nacional	3%
Burocracia	2%
Costos laborales	2%
Inversión social/política social	1%

Tabla ‘Mejoras políticas laborales’: proporción de menciones de opciones de respuesta sobre el total de respuestas

Mejoras política laborales	% de menciones sobre el total de respuestas
Flexibilización laboral	17%
Consejos de Salarios	2%
Salarios	5%
Acuerdos laborales	4%
Regulación laboral y normativas legales	22%
Capacitación laboral	4%
Contratación/inserción laboral	3%
Impuestos/Costo estatal	11%
Cambios/mejoras en condiciones/características laborales	7%
Costo social	1%
Políticas laborales/sociales	4%
Inversión/Incentivos por parte del Estado	5%
Mejoras/cambios en las dinámicas/procesos dentro del sector	2%
Sindicatos/organizaciones laborales	1%

Tabla 'Motivos crecimiento económico': proporción de menciones de opciones de respuesta sobre el total de respuestas

Motivos crecimiento económico	% de menciones sobre el total de respuestas
Consumo/hábitos de consumo	16%
Vuelta a la normalidad (post pandemia)/ Mejora situación sanitaria	11%
Crecimiento/recuperación económica	10%
Pandemia de Covid-19	10%
Aspectos comerciales/financieros del sector	9%
Declive económico	8%
Empleo/Desempleo	6%
Reactivación económica/productiva/laboral	6%
Necesidad del producto/servicio	6%
Cambios en aspectos vinculados a la oferta/producto/servicio del sector	5%
Entorno Internacional	5%
Aumento de movilidad	3%
Ingresos	2%
Otros	2%

Tabla 'Aspectos de rentabilidad': proporción de menciones de opciones de respuesta sobre el total de respuestas

Aspectos de rentabilidad	% de menciones sobre el total de respuestas
Costos	22%
Consumo/hábitos de consumo	14%
Estado/políticas económicas/Impuestos	10%
Aspectos económicos/financieros del sector	7%
Ventas/mercado	6%
Gestión interna del sector	6%
Pandemia de Covid-19	5%
Competencia	5%
Empleo/Desempleo	3%
Ingresos	3%
Crecimiento/reactivación de la economía/Situación económica favorable	3%
Declive de la economía	3%
Productividad	3%
Entorno internacional y Comercio exterior	2%
Inversión	2%
Precios	2%
Otros	2%
Vuelta a la normalidad (post pandemia)/ Mejora situación sanitaria	1%

Tabla ‘Desafíos de rentabilidad’: proporción de menciones de opciones de respuesta sobre el total de respuestas

Desafíos de rentabilidad	% de menciones sobre el total de respuestas
Costos/gastos	13%
Generar demanda/ Consumo	10%
Calidad de servicio/producto	10%
Cambios económicos/financieros en el sector	9%
Gestión interna del sector	8%
Tecnología	7%
Innovación	7%
Empleo/Desempleo	5%
Ventas/Comercio/Mercado	4%
Capacitación	4%
Vínculo con el Estado/Regulación	3%
Eficiencia	3%
Precios	3%
Productividad	2%
Condiciones de trabajo	2%
Comercio exterior/Entorno internacional	2%
Ventas web	2%
Manejar situación económica	2%
Ingresos/Salarios	2%
Vínculo entre actores en el sector	2%
Otros	2%

Tabla 'Orientaciones de hábitos y comportamientos de consumidores': proporción de menciones de opciones de respuesta sobre el total de respuestas

Hábitos y expectativas de consumidores	% de menciones sobre el total de respuestas
Precios	13%
Uso de tecnología	12%
Compras web/internet	10%
Experiencia de consumo/compra satisfactoria/práctica/rápida	8%
Salud	6%
Cambios en los hábitos cotidianos	6%
Obtención de productos/servicios específicos del sector	6%
Calidad de producto/servicio	5%
Satisfacción/placer	4%
Practicidad/comodidad	4%
Buena atención al cliente	4%
Otros	3%
Satisfacción de necesidades básicas	3%
Encuentros/relacionamiento con amigos o familia	2%
Dinamismo/variedad en el consumo/oferta ofrecida	2%
Consumo amigable con el medio ambiente	2%
Uso de marcas conocidas	2%
Seguridad/confianza en el servicio/producto	2%
Resolución de problemas efectiva/práctica	2%
Vivir experiencias interesantes	2%
Innovación	1%

Tabla 'Nivel de desarrollo de áreas empresariales': los valores porcentuales de las celdas muestran la proporción del total de empresarios que mencionaron que un área tenía determinado nivel de desarrollo.

Área empresarial	Bajo	Medio	Alto	Total
Gestión de RRHH	30%	36%	35%	100%
Gestión de Calidad	21%	31%	49%	100%
Planificación estratégica	16%	32%	52%	100%
Planificación financiera	16%	30%	54%	100%
Planificación de marketing	20%	35%	46%	100%
Información e investigación de mercado y clientes	35%	29%	36%	100%
Gestión comercial y ventas	17%	26%	56%	100%
Gestión de relación con clientes	17%	36%	47%	100%
Planificación de comunicación	21%	46%	34%	100%
Gestión de marcas	17%	36%	47%	100%
Gestión de la innovación	27%	37%	35%	100%

Ejemplo: de la totalidad de empresarios, el 30% considera que la Gestión de RRHH tiene un bajo nivel de desarrollo, mientras que para el 36% tiene un nivel medio y para el 35% restante tiene un nivel alto.

Tabla ‘Sensibilidad al desarrollo de las áreas’: distintas áreas empresariales y la proporción de veces que fueron nombradas como área más sensible al desarrollo de la empresa.

Área empresarial	% de menciones sobre el total
Gestión de RRHH	16%
Gestión de Calidad	8%
Planificación estratégica	15%
Planificación financiera	8%
Planificación de marketing	5%
Información e investigación de mercado y clientes	4%
Gestión comercial y ventas	13%
Gestión de relación con clientes	12%
Planificación de comunicación	2%
Gestión de marcas	2%
Gestión de la innovación	14%

Tabla 'Desafíos de marketing': proporción de menciones de opciones de respuesta sobre el total de respuestas

Desafíos marketing	% de menciones sobre el total de respuestas
Fidelizar/mejorar relación con cliente	15%
Lograr mayor consumo/aumentar clientes/captación	10%
Lograr mejor posicionamiento/imagen de la empresa	10%
Mejorar calidad del servicio/producto/experiencia del cliente	10%
Mejorar estrategia/prácticas de marketing	8%
Cambiar el servicio/producto brindado por el sector/agregar nuevo producto/servicio	6%
Mejorar/aumentar comunicación	5%
Uso de tecnología	5%
Obtener más información (cliente, contexto del sector)	4%
Involucrarse más en la internet	4%
Mayor vínculo con público objetivo	3%
Mejorar relacionamiento con otros actores del rubro	3%
Mejorar negociación con clientes/actores dentro del sector	3%
Eficiencia	3%
Adaptación	2%
Precios	2%
Involucrarse más en las redes sociales	2%
Innovación	2%
Lograr mayor inversión	2%
Otros	2%

Tabla 'Desafíos de RRHH': proporción de menciones de opciones de respuesta sobre el total de respuestas

Desafíos RRHH	% de menciones sobre el total de respuestas
Capacitación	14%
Gestión	12%
Generar motivación en empleados	11%
Retención de talentos	8%
Reclutamiento	6%
Buen clima laboral	5%
Cambios en la forma del trabajo	4%
Estructura empresarial	4%
Manejo de personal/equipo	4%
Flexibilidad	3%
Salarios	3%
Despidos/Renuncias/Mantenimiento del puesto	3%
Comunicación interna	3%
Calificación	2%
Home office	2%
Desarrollo	2%
Horarios/agenda	2%
Productividad	2%
Relacionamiento entre empleados	2%
Mejorar calidad del trabajo	2%
Otros	2%
Trabajo en equipo	1%
Eficiencia	1%

Tabla ‘Necesidades de capacitación’: proporción de menciones de opciones de respuesta sobre el total de respuestas

Necesidades de capacitación	% de menciones sobre el total de respuestas
Habilidades blandas	16%
Tecnología	14%
Ventas/marketing/negocio/mercado	13%
Atención al cliente/relacionamiento con cliente	11%
Liderazgo	9%
Organización/procesos/planificación	5%
Gestión del cambio/innovación	5%
Profesionalización/calificación	5%
Manejo de información/datos	4%
Gestión	4%
Otros	4%
Comunicación	2%
Capacitación técnica	1%
Emprendedurismo	1%
Manejo de personal/equipos	1%
Seguridad	1%
Idiomas	1%