



Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey

INFORME NACIONAL

CHILE

20
16



Gianni Romaní · Miguel Atienza · Nicolás Rojas



**MINERA
ESCONDIDA**
Operada por BHP Billiton



Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey

Intención Emprendedora y Actividad de los Estudiantes Universitarios en Chile

Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey
GUESSS 2016

Informe Nacional de Chile

Gianni Romaní, Miguel Atienza, Nicolás Rojas





Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey

Informe Nacional de Chile 2016

Gianni Romaní.

Miguel Atienza.

Nicolás Rojas.

Centro de Emprendimiento y de la Pyme.

Facultad de Economía y Administración.

Universidad Católica del Norte.

Este estudio ha sido posible gracias al financiamiento de BHP Billiton y el apoyo de la Vicerrectoría de Investigación y Desarrollo Tecnológico de la UCN. Agradecemos también la ayuda de todas las universidades asociadas a este proyecto, y de todos los que directa o indirectamente han hecho posible la realización de este estudio.

Aun cuando los datos utilizados en este informe son reunidos por el equipo de cada una de las universidades participantes, su análisis e interpretación son de exclusiva responsabilidad de los autores.

© 2017 Universidad Católica del Norte.

**Global University Entrepreneurial Spirit Student´s Survey
Informe Nacional de Chile 2016.
Marzo 2017.**

Editor: Ediciones Universitarias, Universidad Católica del Norte.

Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N° 275948
Santiago Chile.

ISBN: 978-956-287-390-1

Los datos utilizados en este estudio provienen de las Universidades miembros de Global University Entrepreneurial Spirit Student´s Survey (GUESSS), constituido en 2016 por 50 equipos de investigación de los siguientes países: Albania, Alemania, Argentina, Australia, Austria, Bielorrusia, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, China, Colombia, Corea, Croacia, Ecuador, El Salvador, Estonia, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, India, Irlanda, Italia, Japón, Kazajstán, Liechtenstein, Lituania, Luxemburgo, Malasia, Macedonia, Marruecos, México, Noruega, Pakistán, Panamá, Perú, Polonia, Portugal, Reino Unido, Rusia, Suecia, Suiza, Ucrania y Uruguay. Los nombres de los miembros de los equipos nacionales, el equipo coordinador global y los auspiciadores financieros están publicados en el *International Report of the GUESSS Project 2016*, que puede descargarse en línea en www.guesssurvey.org. Agradecemos a todos los académicos y auspiciadores que hicieron posible esta investigación.

Diseño, Diagramación y Portada: Cristian Peña · www.dimco.cl

Impreso en Emelnor S.A. Avenida A. Rendic 02 Antofagasta, Chile

Presentación de la Coordinación GUESSS Chile

El Proyecto GUESSS Chile 2016 ha sido desarrollado por académicos vinculados al Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte (UCN).



El CEMP, se creó en agosto de 2007 con el objetivo de fomentar actividades que potencien el desarrollo del espíritu emprendedor en la UCN y en la Región de Antofagasta. Para ello, ha definido tres ejes que orientan su quehacer:

Docencia: el objetivo del CEMP es contribuir a la formación de profesionales con capacidad emprendedora y a la acreditación de académicos de la Universidad en la enseñanza del emprendimiento.

Investigación: este eje tiene como objetivo realizar investigación aplicada de alto impacto en el ámbito del emprendimiento, la dinámica de la Pyme y sus relaciones con el desarrollo regional, y establecer redes de cooperación con otros centros de investigación nacionales e internacionales especializados en los estudios sobre emprendimiento y la Pyme.

Vinculación con el medio: tiene como objetivo difundir resultados de investigación en la comunidad científica nacional e internacional, entre los actores regionales con el fin de contribuir a iniciativas públicas o privadas de desarrollo de la capacidad emprendedora, creación de empresas y desarrollo de las Pymes, y a la formación de un ecosistema emprendedor en el que la Universidad represente un papel relevante como actor del desarrollo regional.

Prefacio

El emprendimiento y la innovación están llamados a ser un motor que impulse a Chile hacia el desarrollo, con mayor equidad y sostenibilidad. Para ello, contamos con terreno fértil. Nuestro país está integrado al mundo, cuenta con la economía más competitiva de América Latina, está entre las economías con mejor ecosistema para emprender e innovar en el mundo (sube del lugar 19 a 16 en GEDI y del 46 al 42 en el GII en 2016) y ostenta una posición privilegiada en varios rankings internacionales de innovación, emprendimiento e innovación social. Junto con ello, el ecosistema nacional se robustece y proyectos made in chile siguen avanzando sólidamente en su consolidación internacional.

En este contexto, es muy importante lo que el mundo de la educación en general y la educación superior en particular, pueden hacer. No se nace emprendedor o innovador. Si bien hay rasgos e inclinaciones tempranas, es a lo largo de la formación cuando se aprende a preguntarse, enfrentar problemas, buscar soluciones, nuevas ideas, crear. A innovar y a emprender se aprende haciendo, mirando, experimentando, fallando y entendiendo qué falló y por qué. Es un proceso que permite aprendizajes rápidos y efectivos, que debe entrenarse, y basarse en las experiencias de los otros, en el conocimiento compartido. Pero junto con el aporte en la formación y preparación de los futuros emprendedores e innovadores, las universidades tienen un papel muy relevante en la generación de conocimiento y la investigación sobre estos mismos ámbitos. En este sentido, la primera versión del GUESSS Chile 2016 es un potente aporte.

Este informe – a cargo de los académicos del Centro de Emprendimiento y de la Pyme CEMP de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte - entrega luces sobre la intención emprendedora e innovadora de nuestros estudiantes de nivel superior, caracterizando su actitud, actividad, intención y aspiración emprendedora. Lo destacable es que desde el norte del país, el CEMP logró articular en este proyecto de investigación colaborativa a más de 20 universidades a lo largo del país, reuniendo una muestra de más de seis mil estudiantes, muy diversos entre sí, logrando entregar información significativa y relevante para la toma de decisiones a nivel de los mismos centros y de la política pública de educación, de emprendimiento y de innovación.

La riqueza de este estudio radica precisamente en que se desarrolla en un ámbito – el emprendimiento y la innovación – donde los jóvenes y quienes están a cargo de su formación tienen un rol preponderante. Hoy Chile requiere potenciar una economía del conocimiento, que con énfasis en la innovación y el emprendimiento, permita diversificar la matriz productiva e impulsar un mayor crecimiento y desarrollo sostenible.

Felicito al equipo a cargo de este estudio y a todos quienes participan en él y espero que prosigan este importante trabajo, que nos otorgará una visión de largo plazo sobre la actividad emprendedora e innovadora de los universitarios. Insto a las demás universidades del país a sumarse también a este esfuerzo, con miras a lograr muestras mayores que revelen hallazgos aún más potentes sobre nuestros estudiantes y su visión del emprendimiento.

Al cierre, los invito también a mantener la visión de hacer las cosas de forma diferente. A soñar, experimentar, fallar, aprender y avanzar. A empujar juntos a Chile hacia el futuro. Hacia un futuro mejor.

Patricio Feres Haddad
Gerente de Innovación
CORFO

Agradecimientos

En nombre de la Universidad Católica del Norte, agradecemos a cada una de las universidades que se han unido al Proyecto Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey GUESSS Chile 2016, por su compromiso y constancia en el proceso de levantamiento de la información. Sin ellos, este estudio no hubiera sido posible y esperamos que nos sigan apoyando en las próximas versiones. Igualmente nuestros agradecimientos a la Compañía Minera Escondida por apoyar este tipo de proyectos que permiten visibilizar el emprendimiento universitario en el país.

También, se agradece al equipo de académicos adscritos al Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración por su compromiso y participación en este proyecto.

Jorge Tabilo Álvarez
Rector
Universidad Católica del Norte

Índice

PREFACIO	vii
AGRADECIMIENTOS	viii
ÍNDICE	ix
ÍNDICE DE TABLAS	x
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
EXECUTIVE SUMMARY	xv
1. EL PROYECTO GUESSS	2
1.1. EL MODELO CONCEPTUAL.....	2
1.2. ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO GUESSS CHILE.....	3
1.3. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA.....	4
2. PRINCIPALES RESULTADOS	6
2.1. PROYECCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE SU CARRERA.....	6
2.2. FACTORES QUE INFLUYEN EN EL EMPRENDIMIENTO.....	11
2.2.1. El entorno universitario.....	11
2.2.2. Las habilidades de los estudiantes y su entorno.....	15
2.2.3. El entorno familiar.....	16
2.2.4. La sociedad.....	17
2.3. EMPRENDEDORES NACIENTES.....	18
2.3.1. Características generales.....	18
2.3.2. Planificación de su empresa.....	20
2.3.3. Motivaciones y metas.....	23
2.3.4. Otros aspectos sobre la planificación de la empresa.....	25
2.4. EMPRENDEDORES ACTIVOS.....	27
2.4.1. Características generales.....	28
2.4.2. Características de la empresa.....	29
2.4.3. Motivaciones y metas.....	32
2.4.4. Orientación de la empresa.....	34
2.4.5. Resultados de la empresa.....	35
CONSIDERACIONES FINALES	37
REFERENCIAS	39
SOBRE LOS AUTORES	40
COORDINACIÓN DEL GUESSS CHILE	41
COORDINACIÓN DEL GUESSS INTERNACIONAL	41
UNIVERSIDADES SOCIAS QUE PARTICIPARON EN LA VERSIÓN GUESSS CHILE 2016	42
PRESENTACIÓN DE LOS AUSPICIADORES	44

Índice de tablas

TABLA 1.....	4
--------------	---

Índice de gráficos

FIGURA 1. EL MODELO CONCEPTUAL GUESSS.....	3
FIGURA 2. PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES POR SEXO.....	5
FIGURA 3. CARRERAS DE LOS ESTUDIANTES QUE PARTICIPARON EN LA ENCUESTA.....	5
FIGURA 4. PROYECCIÓN DE LOS ESTUDIANTES AL TERMINAR SU CARRERA Y CINCO AÑOS DESPUÉS.....	6
FIGURA 5. PROYECCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN CHILE Y A NIVEL INTERNACIONAL.....	7
FIGURA 6. PROYECCIÓN DE LOS ESTUDIANTES POR SEXO EN CHILE.....	8
FIGURA 7. PROYECCIÓN DE ESTUDIANTES QUE QUIEREN EMPRENDER EN AMÉRICA LATINA.....	9
FIGURA 8. PROYECCIÓN DE ESTUDIANTES QUE QUIEREN EMPRENDER EN LOS PAÍSES DE LA OCDE.....	10
FIGURA 9. EL ENTORNO UNIVERSITARIO.....	11
FIGURA 10. LOS CURSOS Y SEMINARIOS EN LOS QUE PARTICIPARON LOS ESTUDIANTES.....	12
FIGURA 11. AFIRMACIONES RESPECTO A CURSOS Y OTROS.....	13
FIGURA 12. REFLEXIONES ENTORNO AL EMPRENDIMIENTO.....	14
FIGURA 13. HABILIDADES DE LOS ESTUDIANTES EN LA REALIZACIÓN DE DIFERENTES TAREAS.....	15
FIGURA 14. REACCIÓN DEL ENTORNO FRENTE A LA CARRERA COMO EMPRENDEDOR.....	16
FIGURA 15. ACTUALMENTE, ¿TUS PADRES SON TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA?.....	16
FIGURA 16. ¿TUS PADRES SON ACCIONISTAS MAYORITARIOS DE ALGUNA EMPRESA?.....	17
FIGURA 17. LA SOCIEDAD EN QUE VIVES.....	17
FIGURA 18. ¿ESTÁS ACTUALMENTE TRATANDO DE INICIAR TU PROPIO NEGOCIO?.....	18
FIGURA 19. EMPRENDEDORES NACIENTES POR SEXO.....	18
FIGURA 20. NIVEL ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES EMPRENDEDORES NACIENTES.....	19
FIGURA 21. ¿ACTUALMENTE TUS PADRES SON TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA?.....	19
FIGURA 22. ¿SON TUS PADRES ACCIONISTAS MAYORITARIOS DE ALGUNA EMPRESA?.....	20
FIGURA 23. ¿EN CUÁNTO TIEMPO PRETENDE ABRIR SU EMPRESA?.....	20
FIGURA 24. PROYECCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES NACIENTES CINCO AÑOS DESPUÉS.....	21
FIGURA 25. EMPRENDEDORES NACIENTES QUE HAN CREADO OTRA EMPRESA ANTERIORMENTE.....	21
FIGURA 26. ¿ EN QUÉ SECTOR PIENSA ABRIR SU NEGOCIO?.....	22
FIGURA 27. ACTIVIDADES DE LOS ESTUDIANTES EMPRENDEDORES NACIENTES.....	23
FIGURA 28. MOTIVACIONES Y METAS.....	24

Índice de gráficos

FIGURA 29. ¿DE DÓNDE HA SURGIDO LA IDEA DE ABRIR UNA EMPRESA?.....	25
FIGURA 30. ¿CUÁL SERÁ EL PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN AL EMPRESA?.....	25
FIGURA 31. ¿CUÁNTOS SOCIOS FUNDADORES TENDRÁ SU EMPRESA?.....	26
FIGURA 32. ¿CUÁNTOS DE TUS COFUNDADORES SERÁN MUJERES?.....	26
FIGURA 33. ¿CUÁNTOS COFUNDADORES SERÁN FAMILIARES TUYOS?.....	27
FIGURA 34. ¿CUÁNTOS COFUNDADORES SERÁN TUS COMPAÑEROS DE ESTUDIO?.....	27
FIGURA 35. ¿ESTÁS ACTUALMENTE GESTIONANDO TU PROPIO NEGOCIO?.....	27
FIGURA 36. EMPRENDEDORES ACTIVOS POR SEXO.....	28
FIGURA 37. NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EMPRENDEDORES ACTIVOS.....	28
FIGURA 38. ACTUALMENTE, ¿TUS PADRES SON TRABAJADORES POR CUENTA PROPIA?.....	29
FIGURA 39. ¿SON TUS PADRES ACCIONISTAS MAYORITARIOS DE ALGUNA EMPRESA?.....	29
FIGURA 40. AÑO DE CREACIÓN DE LA EMPRESA DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS.....	30
FIGURA 41. PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL CAPITAL DE LA EMPRESA.....	30
FIGURA 42. ¿QUIERES QUE LA EMPRESA SEA TU PRINCIPAL OCUPACIÓN DESPUÉS DE GRADUARTE?.....	31
FIGURA 43. PROYECCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS CINCO AÑOS DESPUÉS DE TERMINAR LA CARRERA.....	31
FIGURA 44. SECTORES DONDE OPERAN LAS EMPRESAS DE LOS ESTUDIANTES.....	32
FIGURA 45. MOTIVACIONES DE LOS EMPRENDEDORES ACTIVOS.....	33
FIGURA 46. COMO FUNDADOR DE LA EMPRESA ES IMPORTANTE PARA MÍ.....	34
FIGURA 47. NIVEL DE IMPORTANCIA EN LA REALIZACIÓN DE PROYECTOS INNOVADORES.....	35
FIGURA 48. ¿GENERAS BENEFICIOS EN LAS VENTAS QUE CUBREN LOS COSTOS DE LA EMPRESA?.....	35
FIGURA 49. ¿LOS BENEFICIOS EN LAS VENTAS CUBREN LOS COSTOS DE LA EMPRESA?.....	36
FIGURA 50. ¿TU EMPRESA GENERA UTILIDADES?.....	36
FIGURA 51. GRADO DE SATISFACCIÓN CON ASPECTOS RELACIONADOS A SU EMPRENDIMIENTO.....	36

Resumen Ejecutivo

Proyección de los estudiantes sobre su carrera

- Según una muestra de 6.077 respuestas válidas, el 80,5% de los estudiantes universitarios en Chile quiere trabajar como empleado, mientras que solo un 8,2% quiere ser emprendedor, inmediatamente después de terminar sus estudios. No hay diferencias significativas con la proyección de los estudiantes a nivel internacional.
- Cinco años después, un 52,3% quiere ser emprendedor mientras que un 33,6% quiere trabajar como empleado. Estos resultados son diferentes internacionalmente donde un 38,2% quiere ser emprendedor mientras que un 46,6% quiere trabajar como empleado.
- Existen brechas de género entre hombres y mujeres en la intención de emprender inmediatamente después de terminar la carrera, un 10,6% frente a un 5,7% respectivamente. Cinco años después, la brecha de género disminuye en términos relativos. Un 55,4% de los hombres quiere emprender frente a un 48,9% de mujeres.

Factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios

- En Chile, un 62,3% de los estudiantes considera que existe un clima favorable en la universidad para ser emprendedor; un 58,3% piensa que son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras; y un 58% considera que el contexto universitario les inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios. Estos porcentajes están por encima de la valoración internacional.
- Un 51,1% de los estudiantes chilenos y un 55,4% a nivel internacional no ha asistido hasta ahora a un curso sobre emprendimiento. Menos de un tercio de los estudiantes en Chile, tal como ocurre a nivel internacional, han asistido a lo menos a un curso electivo u obligatorio sobre emprendimiento.
- En Chile, existe entre los estudiantes, una fuerte orientación al emprendimiento y una percepción de sus competencias y control del comportamiento emprendedor mayor que el promedio internacional. Más del 60% declara que tiene como objetivo ser emprendedor y que hará todo el esfuerzo posible por crear y administrar su propia empresa frente a un 46% a nivel internacional.
- Un 85% o más de los estudiantes nacionales considera que su familia cercana, sus amigos y compañeros de estudio reaccionarían positivamente a su carrera como emprendedor. Este porcentaje está por encima del nivel internacional (76%).
- Los padres (padre, madre o ambos) del 37,7% de los estudiantes en el país, son trabajadores por cuenta propia, y del 12,7% son accionistas mayoritarios de alguna empresa. Porcentaje similar se observa internacionalmente en el primer caso, mientras que en el segundo está por encima del obtenido en Chile, un 19,1%.

Emprendedores Nacientes

- Actualmente, un 20,1% de los estudiantes en Chile versus un 21,9% a nivel internacional, está tratando de iniciar su propia empresa.
- La brecha de género en Chile es mayor en comparación con los estudiantes internacionales. Un 64,1% de hombres frente a un 35,9% de mujeres, mientras que internacionalmente los hombres representan el 53,2% frente a un 46,8% de mujeres.
- En este grupo, el porcentaje de estudiantes con padres autoempleados es mayor comparado con el total de estudiantes. Un 47,7% frente a un 37,7% en Chile y un 46,6% frente a un 36,4% a nivel internacional.
- Los estudiantes en el país pretenden abrir sus negocios en el sector del comercio (16,5%) y turismo y ocio (12,1%), mientras que internacionalmente la orientación se dirige al comercio (13,7%) pero también hacia la publicidad y marketing (11,3%) y a las TIC (10,2%).
- Más del 41% de los estudiantes, tanto en Chile como a nivel internacional, pretenden abrir su empresa dentro de año y medio o más.
- En Chile, el principal origen de las ideas para emprender son los hobbies de los jóvenes (39,3%), mientras que a nivel internacional son los estudios universitarios (36,9%).

Emprendedores Activos

- Un 8,3% de los estudiantes está actualmente gestionando su propio negocio frente a un 9% internacionalmente.
- La brecha de género en este grupo sigue siendo mayor en Chile que en el resto de países participantes. Un 61,2% frente a un 38,8% a favor del hombre en el país y un 54,3% frente a un 45,7% internacionalmente.
- En este grupo, a diferencia de los emprendedores nacientes, más del 50% de los estudiantes, tanto en Chile como internacionalmente, tiene padres trabajando por cuenta propia. El porcentaje de estudiantes con padres que son accionistas mayoritarios de alguna empresa es mayor a nivel internacional que en Chile (un 31,2% frente a un 22,6%).
- Las empresas de los estudiantes están fundamentalmente en el sector del comercio (23,5%) y solo un 9,2% tiene sus empresas en el sector de las TIC. Esto cambia internacionalmente, donde la orientación también es al comercio, en un menor porcentaje (17,8%), seguido de Publicidad y Marketing (12%) y las TIC (8,3%).
- Este grupo de estudiantes, ya sea en el país como internacionalmente, destaca su satisfacción con su empresa, con su carrera y vida como emprendedor y estarían dispuestos a empezar la misma empresa otra vez.

Executive Summary

Students' Career Choice Intentions

- According to a sample of 6,077 valid responses, 80.5% of university students in Chile want to work as employees, while only 8.2% want to be entrepreneurs immediately after completing their studies. There are no significant differences compared to students' projections on an international level.
- Five years later, 52.3% want to be entrepreneurs while 33.6% want to work as employees. These results are different internationally, where 38.2% want to be entrepreneurs while 46.6% want to work as employees.
- There are gender gaps between men and women with regard to the intention to start a company immediately after completing their studies: 10.6% compared to 5.7% respectively. Five years later, the gender gap diminishes in relative terms. 55.4% of the men want to start a company compared to 48.9% of the women.

Factors that Influence the Entrepreneurial Intentions of University Students

- In Chile, 62.3% of students believe that there is a favorable climate in the university for being an entrepreneur; 58.3% feel that they are motivated to get involved in entrepreneurial activities; and 58% believe that the university context inspires them to develop ideas for new businesses. These percentages are above the international level.
- 51.1% of Chilean students and 55.4% at an international level have not yet attended a course on entrepreneurship. Less than one third of both Chilean and international students have had at least one elective or required course on entrepreneurship.
- In Chile, there is a strong orientation toward entrepreneurship among students and a perception of their competencies and control of entrepreneurial behavior that is higher than the international average. More than 60% of students state that their objective is to be an entrepreneur and that they will make every effort possible to create and manage their own company compared to 46% at an international level.
- 85% or more of national students believe that their close family, their friends and fellow students will react positively to their career as an entrepreneur. This percentage is above the international level (76%).
- The parents (father, mother or both) of 37.7% of the students in the country are self-employed and 12.7% are majority shareholders of a company. A similar percentage is observed internationally, in the first case, while in the second it is above that found in Chile, at 19.1%.

Nascent Entrepreneurs

- Currently, 20.1% of the students in Chile versus 21.9% at an international level are trying to start their own company.
- The gender gap in Chile is higher compared to international students: 64.1% of men compared to 35.9% of women, while internationally men represent 53.2% compared to 46.8% women.
- The percentage of students with self-employed parents is higher in this group than it is overall for students: 47.7% compared to 37.7% in Chile and 46.6% compared to 36.4% at an international level.
- The students in the country intend to open their businesses in the sectors of commerce (16.5%) and tourism and leisure (12.1%), while internationally the orientation is toward commerce (13.7%) but also toward advertising and marketing (11.3%) and information and communications technologies (10.2%).
- More than 41% of the students, both in Chile and at an international level, intend to open their businesses within a year and a half or more.
- In Chile, the principal sources of ideas for entrepreneurship are the young people's hobbies (39.3%), while at an international level these sources are their university studies (36.9%).

Active Entrepreneurs

- 8.3% of students are currently managing their own businesses compared to 9% internationally.
- The gender gap in this group continues to be higher in Chile than in the rest of the participating countries: 61.2% compared to 38.8% in favor of men in the country, and 54.3% compared to 45.7% internationally.
- In this group, as opposed to rising entrepreneurs, more than 50% of the students both in Chile and internationally have parents who are self-employed. The percentage of students with parents who are majority shareholders in a company is higher at an international level than in Chile (31.2% compared to 22.6%).
- The students' companies are basically in the commerce sector (23.5%) and only 9.2% have companies in the information and communications technologies sector. This changes internationally, where the orientation is also toward commerce, in a lower percentage (17.8%), followed by Advertising and Marketing (12%) and information and communications technologies (8.3%).
- This group of students, whether in the country or internationally, highlights their satisfaction with their company, their career and their life as an entrepreneur and would be willing to start the same company over again.

Introducción

El emprendimiento es un tema que en los últimos diez años ha tomado la agenda de los responsables de las políticas públicas de los países en desarrollo y desarrollados (Kantis y Federico, 2012), considerado por muchos como un motor de crecimiento y desarrollo económico (Acs, 2006). De esta forma, el emprendedor se ha convertido en uno de los principales protagonistas de la actividad económica.

Los jóvenes, y particularmente los estudiantes, representan a los emprendedores del mañana, por lo que es fundamental averiguar quiénes tienen la intención de crear una empresa, quiénes están haciendo todo lo posible para iniciar su propio emprendimiento, quiénes ya están gestionando sus propias empresas, y cuál es el papel de la universidad en todo este proceso. Este informe responde a todas esas inquietudes.

El GUESSS Chile, como parte del proyecto internacional GUESSS, tiene como objetivo averiguar las actitudes, actividades, intenciones y aspiraciones de los estudiantes universitarios, información clave para una mejor comprensión de la orientación emprendedora de los estudiantes, que contribuirá a que las universidades evalúen la efectividad y calidad de sus programas en el contexto del emprendimiento.

En 2011, Chile participó por primera vez en este proyecto y, en 2016, se reincorpora con la Universidad Católica del Norte como responsable del proyecto en el país a través del Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP) de la Facultad de Economía y Administración.

Más de 15 universidades se incorporaron al proyecto GUESSS Chile, algunas con sede en diferentes regiones y ciudades, y se obtuvo una muestra de más de 6 mil estudiantes (tabla 1). La información presentada fue recogida entre los meses de abril y julio de 2016 a través de un cuestionario online que fue enviado a cada una de las universidades interesadas en participar en esta versión del proyecto.

Para simplificar el análisis y la lectura, este informe consta de tres partes: en la primera, se describe el proyecto GUESSS y su modelo teórico conceptual; en la segunda parte, se explica la organización del GUESSS Chile y se describe la muestra. En la tercera parte, se presentan los principales resultados del estudio, partiendo con la proyección de los estudiantes sobre su carrera, los factores que influyen en la intención emprendedora, seguido por la caracterización de los estudiantes emprendedores nacientes y de los activos. Finalmente, se concluye con algunas consideraciones finales.

1. El proyecto GUESSS

El proyecto Global University Entrepreneurial Spirit Student's Survey (GUESSS) se inicia en 2003, como una iniciativa del Instituto de Investigación de la Pequeña Empresa y Emprendimiento de la Universidad de Saint Gallen (KMU-HSG) en Suiza. A partir del año 2016, se hacen cargo del proyecto la Universidad de Saint Gallen en conjunto con la Universidad de Bern, en Suiza y es auspiciado por la consultora Ernest & Young.

Actualmente, el GUESSS es uno de los estudios más grandes sobre emprendimiento universitario en el mundo. Tiene como objetivo analizar la intención emprendedora y la actividad de los estudiantes a través de una encuesta *online* que se realiza cada dos años. En cada ciclo de recolección de datos, el GUESSS se ha ido consolidando y se implementa cada vez en más países, culminando su séptimo ciclo en el año 2016 con más de 50 países participantes y más de 122 mil estudiantes.

En cada ciclo de recolección de datos, el equipo del proyecto desarrolla una encuesta con los más altos estándares académicos. Luego se envía el *link* de la encuesta *online* a las universidades que están liderando el proyecto en los diferentes países participantes (cada país participante está representado por una universidad). La universidad responsable en cada país envía el *link* de la encuesta online a sus estudiantes y a las universidades que se asocian al proyecto. A su vez, cada universidad socia envía el *link* a sus respectivos estudiantes y así se levanta la información en cada uno de los países miembros del proyecto. Posteriormente, los datos son enviados a la universidad responsable en cada país para la elaboración del informe nacional y esta, a su vez, reenvía la base de datos a las universidades socias para que puedan analizarlos.

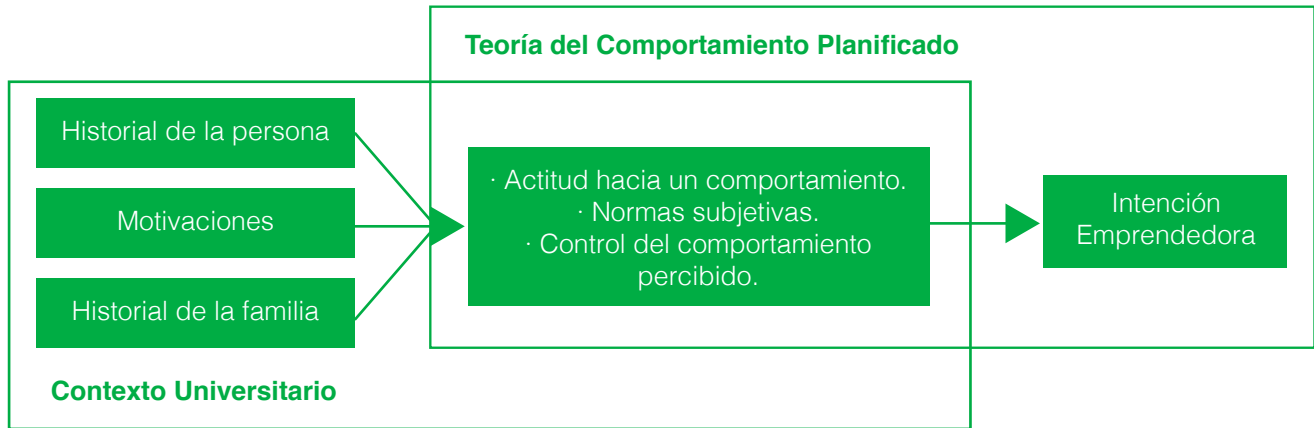
La información recogida permite comprender en profundidad las actitudes, intenciones, actividades y aspiraciones emprendedoras de los estudiantes, así como evaluar la efectividad y calidad de los programas que las universidades ofrecen en el contexto del emprendimiento. Asimismo, los datos se usan para diferentes estudios, informes, publicaciones académicas en revistas como *Journal of Business Venturing*, *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Small Business Economics* y *Journal of Small Business and Management*, entre otros.

1.1. El modelo conceptual

El modelo conceptual del proyecto GUESSS está basado en la Teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991), Azjen (2002) y Fishbein y Azjen (1975), el cual explica que las intenciones hacia un comportamiento específico son influenciadas por diferentes factores.

La figura 1 representa el modelo teórico. Los estudiantes llegan a la universidad con todo el historial personal y familiar, así como sus motivaciones personales con respecto al emprendimiento. La universidad proporciona un entorno específico de reglas, expectativas y normas de comportamiento que también contribuyen a desarrollar en el estudiante una actitud frente al emprendimiento. A través de su oferta académica, la universidad también puede aumentar la percepción de los estudiantes sobre autoeficacia y control de comportamiento percibido, en relación a la actividad emprendedora. La combinación de las actitudes hacia el emprendimiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido resultan en la intención emprendedora de los estudiantes.

Figura 1. Modelo conceptual del GUESSSS



Fuente: Sieger, Fueglistaller y Zellweger (2011).

1.2. Organización del proyecto GUESSSS Chile

Chile se incorpora por primera vez al proyecto GUESSSS en 2011 a través de la Universidad Adolfo Ibáñez¹. Posteriormente, en 2016 es la Universidad Católica del Norte, a través del Centro de Emprendimiento y de la Pyme de la Facultad de Economía y Administración, la que lidera el proyecto en el país. En esta ocasión, 20 Universidades, algunas con sedes en diferentes regiones y ciudades, participaron como socias del GUESSSS Chile. Cada universidad socia distribuyó el link de la encuesta online entre sus facultades y escuelas que se sumaron a participar, totalizando 6.077 respuestas de los estudiantes. La tabla 1 muestra el total de respuestas obtenidas y el número de estudiantes que respondieron por universidad.

¹ Mayor información ver Echeopar, Bustamante y Bejares (2011).

Tabla 1. Número de respuestas por universidad

	Número de respuestas	Tasa de Participación (%)
Universidad Católica del Norte – Antofagasta	1.312	21,6
Universidad de La Frontera	627	10,3
Universidad Católica del Norte – Coquimbo	531	8,7
Pontificia Universidad Católica de Chile	445	7,3
Universidad de Concepción – Concepción	419	6,9
Universidad Técnica Federico Santa María – Valparaíso	375	6,2
Universidad del Desarrollo - Santiago	280	4,6
Universidad Católica de la Santísima Concepción	255	4,2
Universidad del Desarrollo – Concepción	208	3,4
Universidad de Chile	194	3,2
Universidad de Antofagasta	193	3,2
Universidad de Playa Ancha	166	2,7
Universidad Técnica Federico Santa María – Santiago	164	2,7
Universidad Adolfo Ibáñez – Santiago	143	2,4
Universidad de Concepción - Los Ángeles	129	2,1
Universidad Austral de Chile - Valdivia	116	1,9
Universidad Bernardo O’Higgins	105	1,7
Universidad de Concepción – Chillán	102	1,7
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	72	1,2
Otros	241	3,9
TOTAL	6.077	100,0

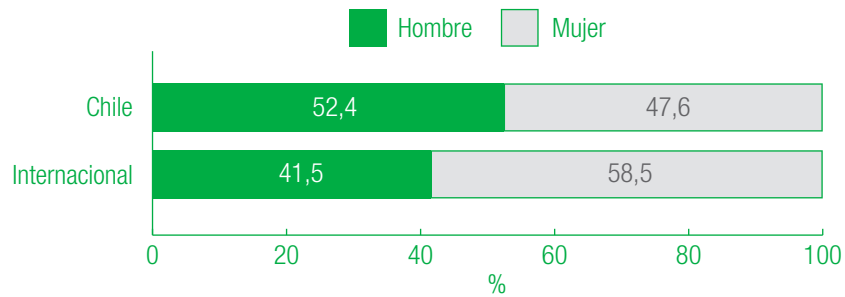
Fuente: Encuesta online GUESSS Chile 2016

La categoría “otros” corresponde a universidades que han logrado menos del uno por ciento de participación, entre ellas se encuentran la Universidad Adolfo Ibáñez – Viña del Mar, Universidad Santo Tomás – Antofagasta, Universidad Austral de Chile – Coyhaique y Puerto Montt, Universidad de Los Lagos – Osorno, Puerto Montt y Castro; Universidad Andrés Bello, Universidad del Bío Bío y Universidad Católica de Temuco.

1.3. Características de la muestra

De los 6.077 estudiantes que respondieron la encuesta en Chile, un 52,4% son hombres y el 47,6% mujeres. Estos porcentajes varían según los países que participaron en el estudio, donde ha habido una participación mayoritaria de mujeres frente a los hombres (figura 2). La edad promedio de los estudiantes en Chile es de 23,7 años, mientras que la mediana es de 24 años. No hay diferencias significativas con las edades de los estudiantes de los otros países (Sieger, Fueglistaller, Zellweger, 2016).

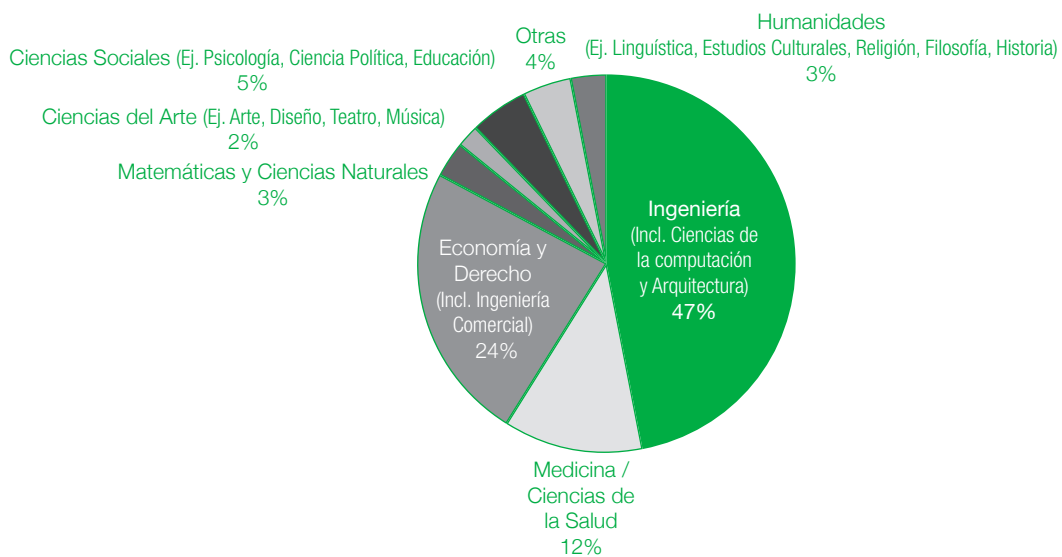
Figura 2. Participación de los estudiantes por sexo.



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016

El 96% de los estudiantes que respondieron la encuesta está cursando el pregrado (ver figura 3), pero también han participado estudiantes de postgrado, tanto de programas de Maestría en Ciencia como de MBA y Doctorados (4%).

Figura 3. Carreras de los estudiantes que participaron en la encuesta



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

El 97,1% de los estudiantes son chilenos, pero también se han identificado estudiantes con otras nacionalidades como colombianos (0,4%), peruanos y europeos (0,3% respectivamente), mexicanos (0,1%), tres estudiantes de nacionalidad brasileña y 105 estudiantes que tienen otras nacionalidades.

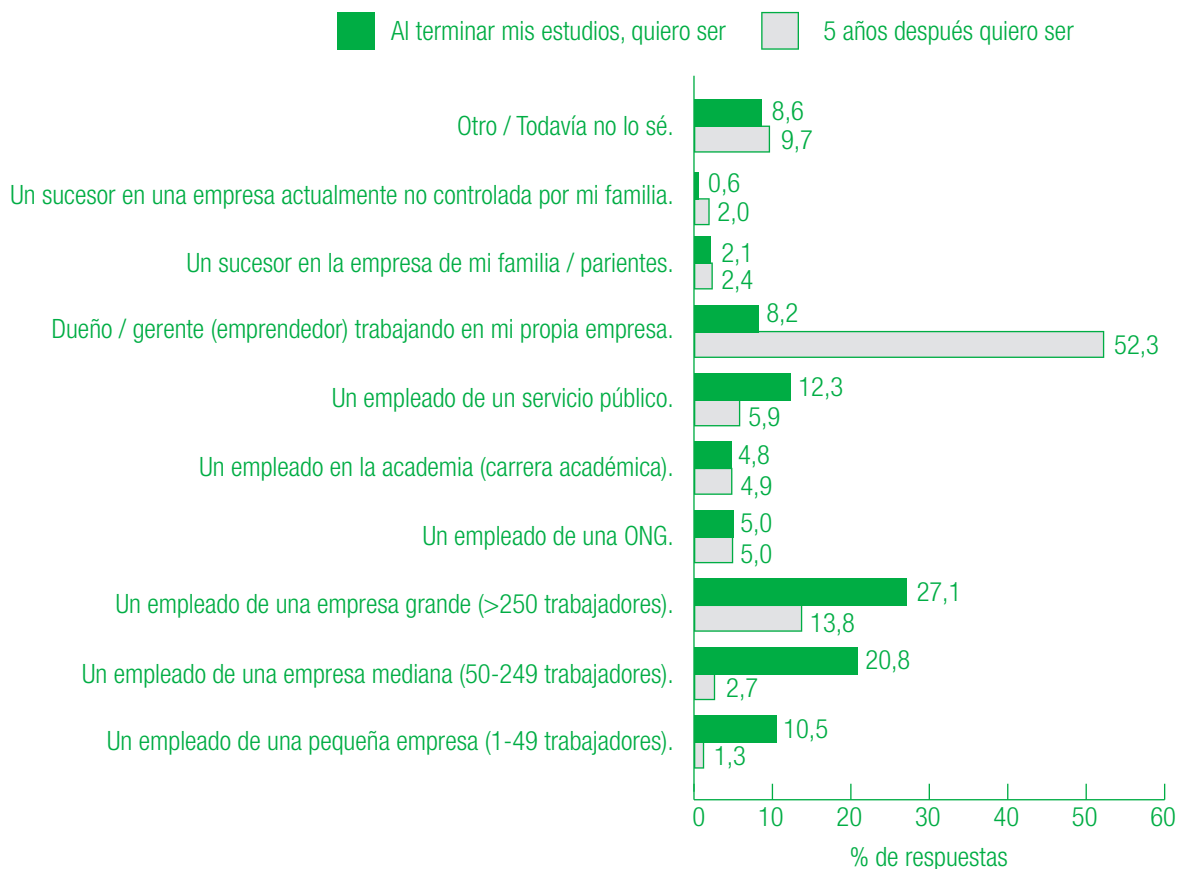
2. Principales resultados

2.1. Proyección de los estudiantes sobre su carrera

La visión de futuro que tengan los estudiantes es fundamental en este proyecto de investigación, por lo que el GUESSS considera la proyección de los encuestados al terminar su carrera, así como también sus expectativas cinco años después de haber concluido la universidad.

Los resultados muestran que al terminar su carrera el 27,1% de los estudiantes quiere trabajar en una empresa grande, un 20,8% en una empresa mediana, el 12,3% quiere trabajar en el servicio público y solo un 10,5% quiere trabajar en una pequeña empresa. Un 5% o menos quieren trabajar en una ONG o en la academia. Es decir, al terminar su carrera un 80,5% quiere ser empleado, mientras que apenas un 8,2% quiere ser tener su propia empresa, un 2,7% quiere ser sucesor en la empresa familiar y un 8,6% todavía no sabe (figura 4).

Figura 4. Proyección de los estudiantes al terminar su carrera y cinco años después



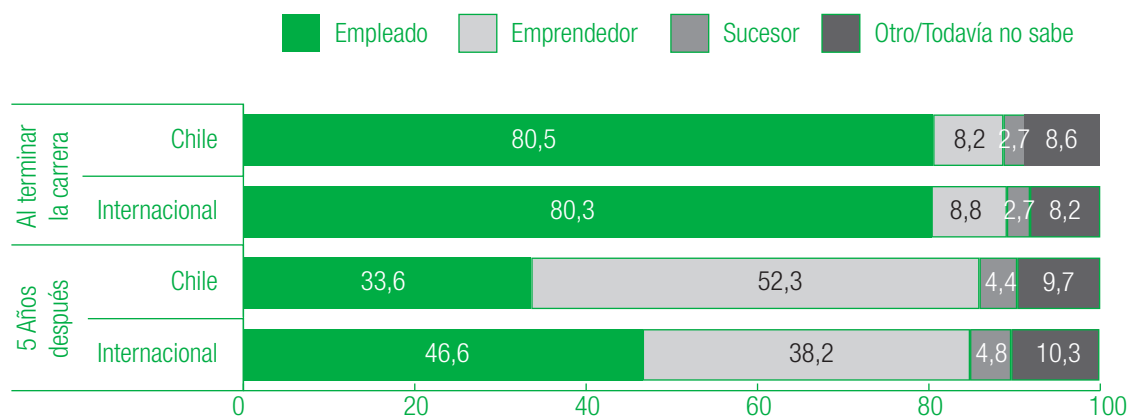
Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Los resultados cambian significativamente cuando se trata de sus proyecciones a cinco años: mientras que un 52,3% quiere ser emprendedor (crear su propia empresa), el porcentaje de los que desean ser empleados disminuye significativamente (principalmente en las pymes, grandes empresas y servicio público). Otro dato que llama la atención es que el deseo de trabajar en la academia y en ONG's no cambia (figura 4).

Es importante destacar cómo la intención de emprender se incrementa de un 8,2% a un 52,3%, más de 6 veces en la proyección a 5 años de los estudiantes universitarios; lo que puede responder a la percepción de cuán preparados están al salir de la universidad o a la disponibilidad de recursos (querer juntar dinero para iniciar su propia empresa). Sin embargo, estas explicaciones solo son interpretaciones y requerirían de un nuevo estudio para confirmarlas.

Cuando comparamos estos resultados internacionalmente, no se observan diferencias significativas entre los estudiantes en Chile y los de los otros países que participaron en el estudio (figura 5). La diferencia significativa entre ambos grupos se da cinco años después de terminar la carrera, donde la proyección de ser emprendedor es mayor en Chile que a nivel internacional, un 52,3% versus un 38,2%, mientras que el deseo de ser empleado es superior en el resto de países comparado con Chile, un 46,6% versus un 33,6%. Es importante señalar que tanto en Chile como en el resto de países, el deseo de ser empleado se reduce significativamente, mientras que aumenta el de crear su propia empresa. El deseo de ser sucesor también se incrementa tanto en Chile como en el resto de países, cuando se les pregunta su proyección cinco años después (Figura 5).

Figura 5. Proyección de los estudiantes en Chile y a nivel internacional

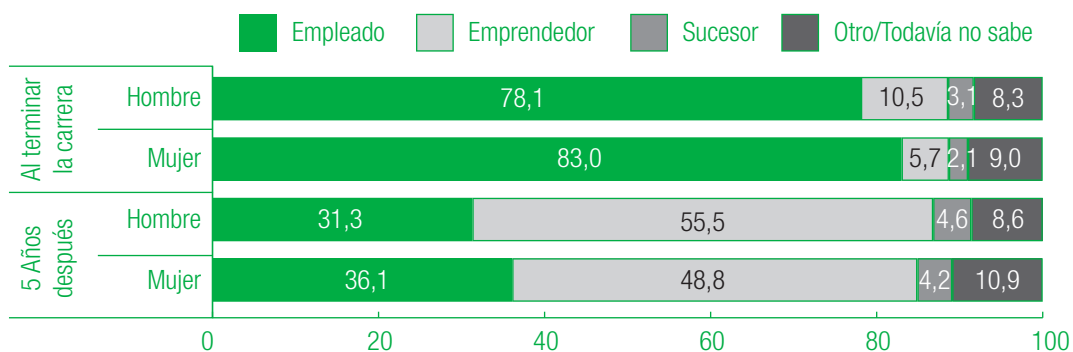


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

Al realizar este mismo análisis por género, se observa que un porcentaje mayoritario de los estudiantes quiere trabajar como empleado inmediatamente después de terminar sus estudios, un 78,1% en el caso de los hombres y un 83,0% en el de las mujeres, la brecha en este caso es a favor de las mujeres. La mayor diferencia se observa con los que quieren ser emprendedores: en este caso el porcentaje de hombres es casi el doble de las mujeres, un 10,5% frente a un 5,7% (figura 6).

Sin embargo, la distribución varía significativamente cuando se les pregunta sobre su proyección cinco años después. En ese caso, los porcentajes tanto de hombres como de mujeres que quieren ser emprendedores se incrementa significativamente, de un 10,5% a un 55,5% y de un 5,7% a un 48,8%, respectivamente, existiendo una brecha de género a favor de los hombres. Al mismo tiempo, el deseo de trabajar como empleado se reduce significativamente, de un 78,1% a un 31,3% y de un 83,0% a un 36,1%, respectivamente (figura 6). No hay diferencias significativas cuando se hace la misma comparación internacionalmente (Sieger, Fueglistaller y Zellweger, 2016).

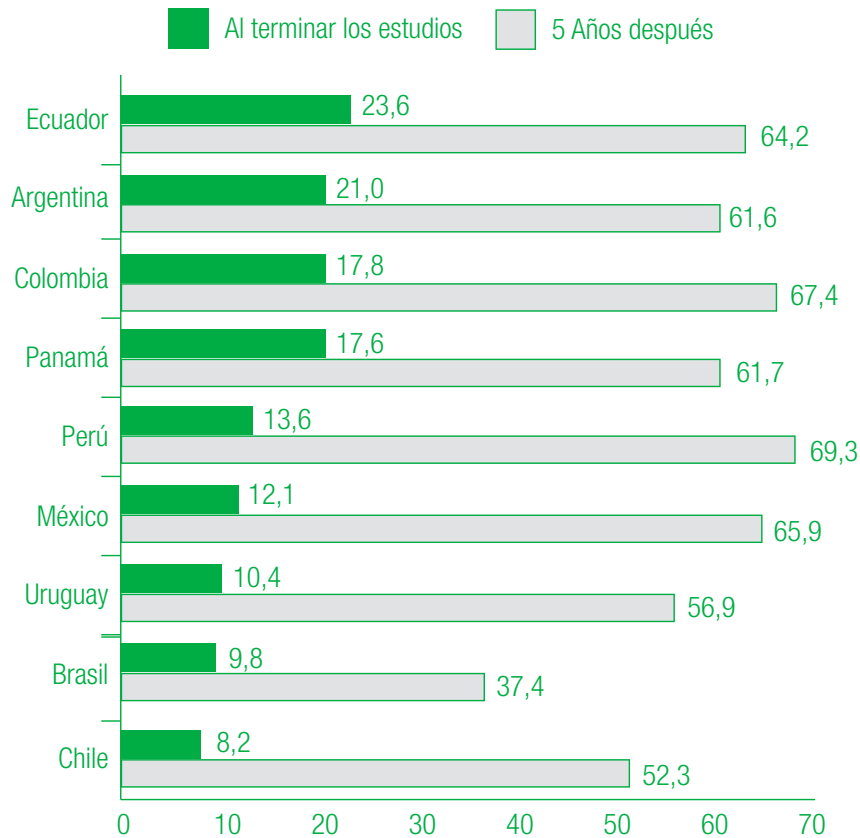
Figura 6. Proyección de los estudiantes por sexo en Chile



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS Chile 2016.

Cuando se compara solo la intención emprendedora al terminar la carrera y cinco años después en el grupo de países de América Latina y el Caribe, que participaron en el proyecto GUESSS 2016, se observa que Chile tiene el menor porcentaje, un 8,2%, mientras que Ecuador es uno de los países que tiene el mayor porcentaje, un 23,6%. Cuando se trata de la proyección cinco años después, los resultados varían. Brasil presenta el menor porcentaje, un 37,4%, mientras que Perú sobresale con un 69,3%. Si bien Chile está muy por encima de los resultados de Brasil, se encuentra en el penúltimo lugar dentro de los países de América Latina y el Caribe (figura 7).

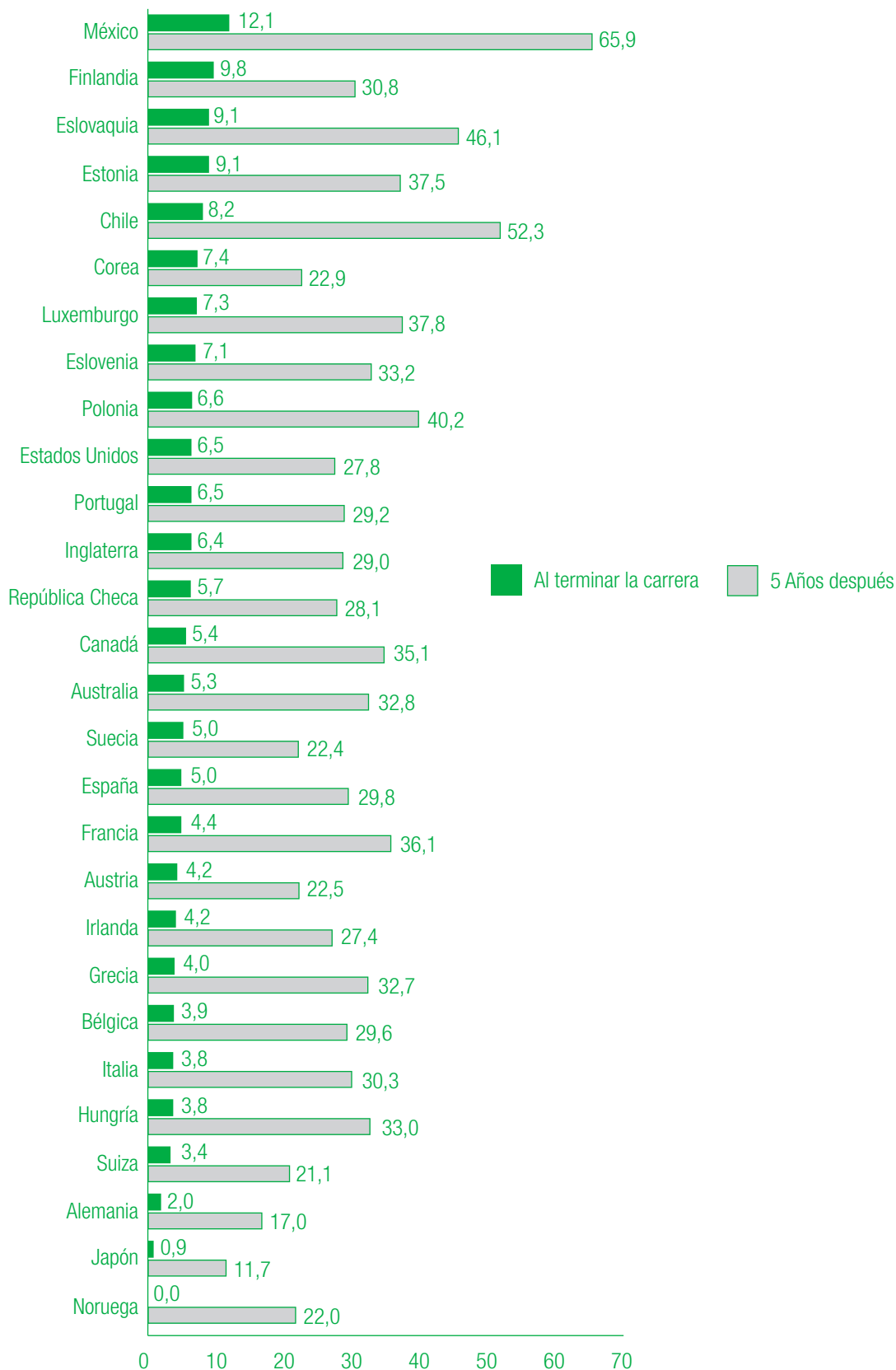
Figura 7. Proyección de los estudiantes que quieren emprender en América Latina y el Caribe



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

Al comparar Chile con los países de la OCDE, sin embargo, la situación cambia radicalmente: en este grupo, México destaca con un 12.1%, cuando se les pregunta a los estudiantes si piensan emprender inmediatamente después de terminada la carrera, mientras que ningún estudiante en Noruega ha manifestado su deseo de emprender inmediatamente después de terminar la carrera. El porcentaje de respuestas de Chile, lo ubica en el cuarto lugar, después de México, Finlandia, Eslovaquia y Estonia, que tienen porcentajes superiores al 8,2% de Chile (figura 8). La situación cambia de nuevo cuando se les pregunta su proyección en cinco años más: México lidera con un porcentaje superior al 65%, mientras que el porcentaje más bajo de respuestas es de Japón, con un 11,7%. Chile obtiene un 52,3% de respuestas en esta categoría, ocupando el segundo lugar dentro de este grupo de países.

Figura 8. Proyección de estudiantes que quieren emprender en los países de la OCDE



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

Se debe destacar que, dentro del grupo de países de la OCDE, Japón tiene el porcentaje más bajo en la proyección de ser emprendedor inmediatamente después de terminar sus estudios o en cinco años más. Otro resultado que llama la atención es el de Noruega, donde ningún estudiante se proyecta como emprendedor al terminar la carrera, pero sí un 22% en cinco años más. Estos resultados son esperados, dado que la tasa de actividad emprendedora en los países basados en la innovación es menor que en los países basados en eficiencia, como es el caso de Chile y de México, debido a que la actividad emprendedora disminuye a medida que aumenta el nivel de desarrollo de los países (Kelley, Singer y Herrington, 2016).

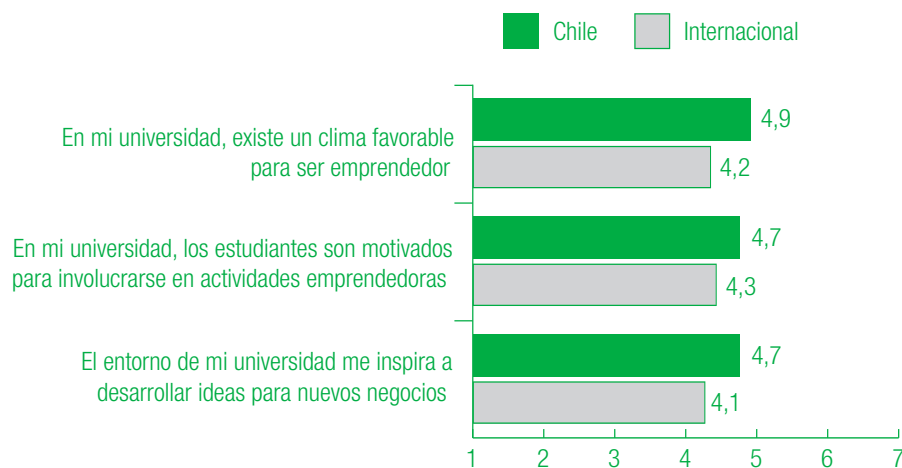
2.2. Factores que influyen en el emprendimiento

2.2.1 El entorno universitario

Según el modelo conceptual en el que se basa el proyecto GUESSS, el contexto universitario también influye en la intención emprendedora de los estudiantes. En ese sentido, una de las preocupaciones del GUESSS es saber si la universidad desarrolla actividades vinculadas con el emprendimiento, para lo que ha incorporado al cuestionario online afirmaciones que permiten recoger esta información, medidas con una escala de Likert de 1 a 7, donde 1 = Muy en desacuerdo y 7 = Muy de acuerdo.

La figura 9 muestra que todas las respuestas relacionadas con la Universidad tienen valoraciones en promedio por encima de 4, tanto en Chile como internacionalmente. El promedio de las percepciones de los estudiantes chilenos supera el de los estudiantes de los otros países que participaron en el estudio en todas las dimensiones. El promedio más alto en Chile es de un 4,9 y está vinculado al reconocimiento de la existencia de un clima universitario favorable para ser emprendedor, mientras que internacionalmente el promedio más alto es de un 4,3, y está relacionado con la motivación de los estudiantes para involucrarse en actividades emprendedoras. Esta información es importante para aquellas universidades que están pensando en el emprendimiento como sello en sus carreras.

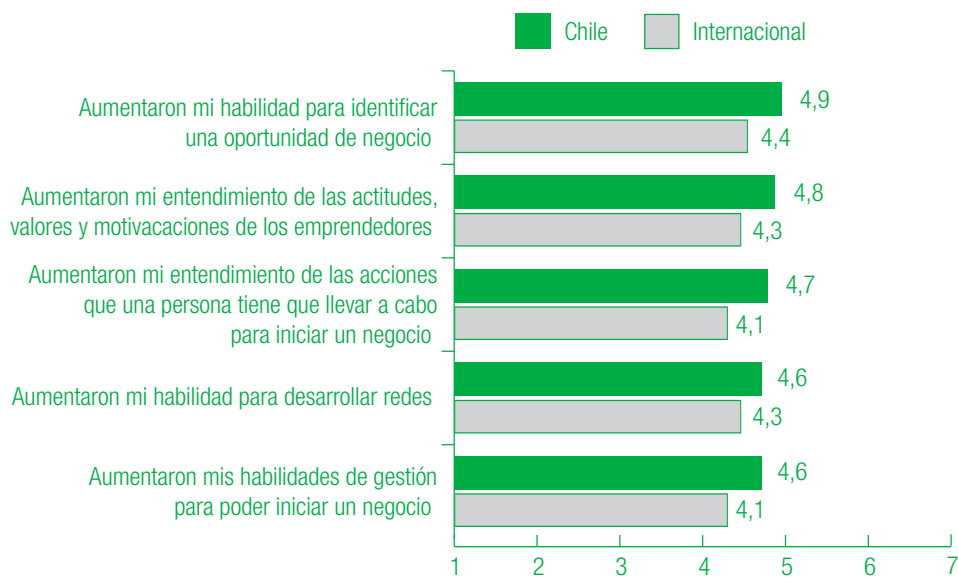
Figura 9. El entorno universitario



Fuente: Encuesta a los estudiantes Chile 2016

Con respecto al aporte de los cursos a los que asistieron, también los promedios de las respuestas de los estudiantes chilenos están por encima de los demás estudiantes (figura 10). Los promedios en este ítem para los estudiantes chilenos oscilan entre un 4,6 y un 4,9. El primero vinculado al incremento de sus habilidades de gestión para poder iniciar un negocio, así como para desarrollar redes; y el segundo relacionado con la habilidad para identificar oportunidades de negocio. En el caso de los estudiantes de los demás países que participaron en el estudio, los promedios varían entre un 4,1 y un 4,4. En el primer caso, coincide con las respuestas de los estudiantes chilenos, es decir, también los estudiantes de otros países manifiestan que los cursos que asistieron aumentaron sus habilidades de gestión para poder iniciar un negocio, y su entendimiento sobre el proceso emprendedor. En el segundo caso, también igual que en el país, los estudiantes consideran que los cursos a los cuales asistieron aumentaron sus habilidades para identificar una oportunidad de negocio.

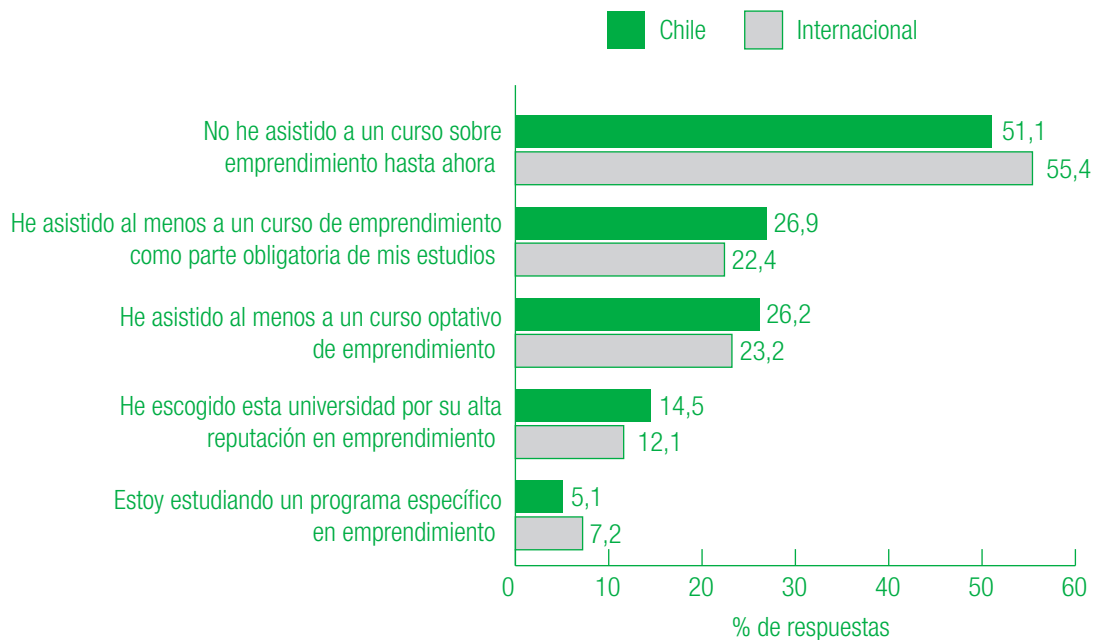
Figura 10. Los cursos y seminarios en los que participaron los estudiantes



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

Con respecto a otras afirmaciones vinculadas a la asistencia a cursos de emprendimiento, un 51% de los estudiantes en Chile afirma que no han asistido a ningún curso de emprendimiento, frente a un 55,4% de los estudiantes de los otros países. Menos de un tercio de los estudiantes, tanto en Chile como en el resto de los países, ha asistido a, por lo menos, un curso optativo u obligatorio de emprendimiento. Un 14% de los estudiantes en Chile ha escogido su universidad por su alta reputación en emprendimiento, frente a un 12,1% a nivel internacional. Solo un 5,1% de los estudiantes en Chile está estudiando un programa específico en emprendimiento, en comparación con un 7,1% de los estudiantes del resto de países que participaron en el estudio (figura 11).

Figura 11. Afirmaciones respecto a cursos y otros

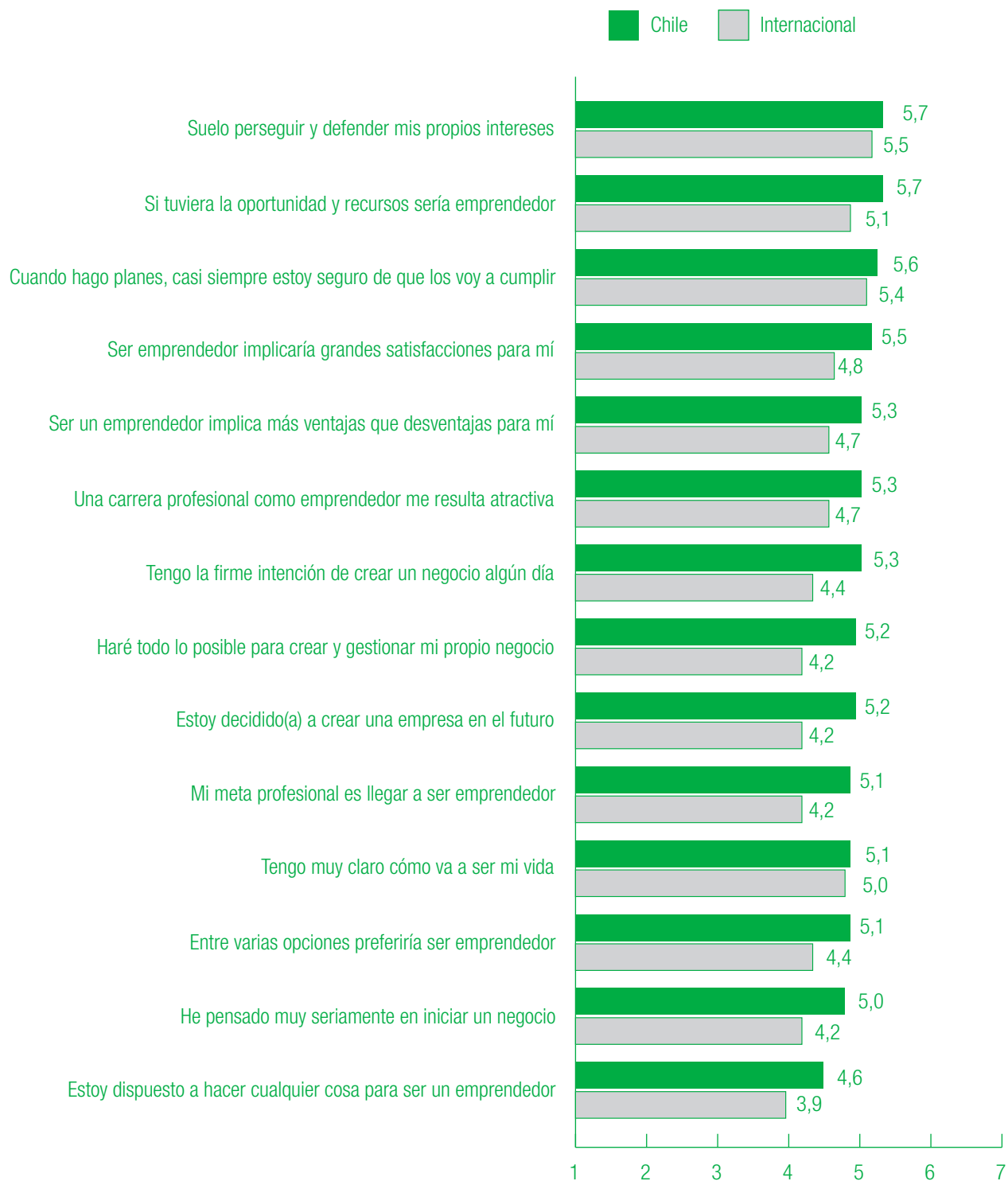


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

La encuesta también contempla las reflexiones de los estudiantes respecto al emprendimiento, a través de afirmaciones que deben valorar en una escala de 1 a 7 donde 1= Muy en desacuerdo y 7 = Muy de acuerdo. Estas afirmaciones vienen a ser parte del locus de control de los estudiantes que también influye en la intención emprendedora. Las valoraciones de los estudiantes en el país están por encima de las realizadas internacionalmente en todas las dimensiones (figura 12), coincidiendo en las valoraciones más altas y más bajas. Una de las afirmaciones con mayor valoración, tanto en Chile como a nivel internacional, es aquella referida a la persecución y defensa de los intereses, que ha sido valorada en promedio con un 5,7 en Chile y un 5,5 a nivel internacional. Analizando la distribución de esta valoración en el país, se observa que el 80,9% de las respuestas se distribuye en las escalas 5, 6 y 7, lo que significa que ese porcentaje de los estudiantes “suele perseguir y defender sus propios intereses”.

Por su parte, la valoración más baja está relacionada con el hecho de hacer cualquier cosa para ser emprendedor. En esta dimensión la valoración obtenida en Chile ha sido de un 4,6 en promedio, y la distribución de estas respuestas estaría indicando que el 56,7% de los estudiantes está dispuesto a hacer cualquier cosa para ser emprendedor. Este porcentaje es menor en el caso de los estudiantes internacionales donde la valoración promedio ha sido de un 3,9%. De cualquier forma, lo que demuestra la figura 12 es que hay una fuerte orientación de los estudiantes hacia el emprendimiento, y esta orientación pareciera ser que es mayor en Chile comparado con los otros países que participaron en esta versión del GUESSS.

Figura 12. Reflexiones en torno al emprendimiento

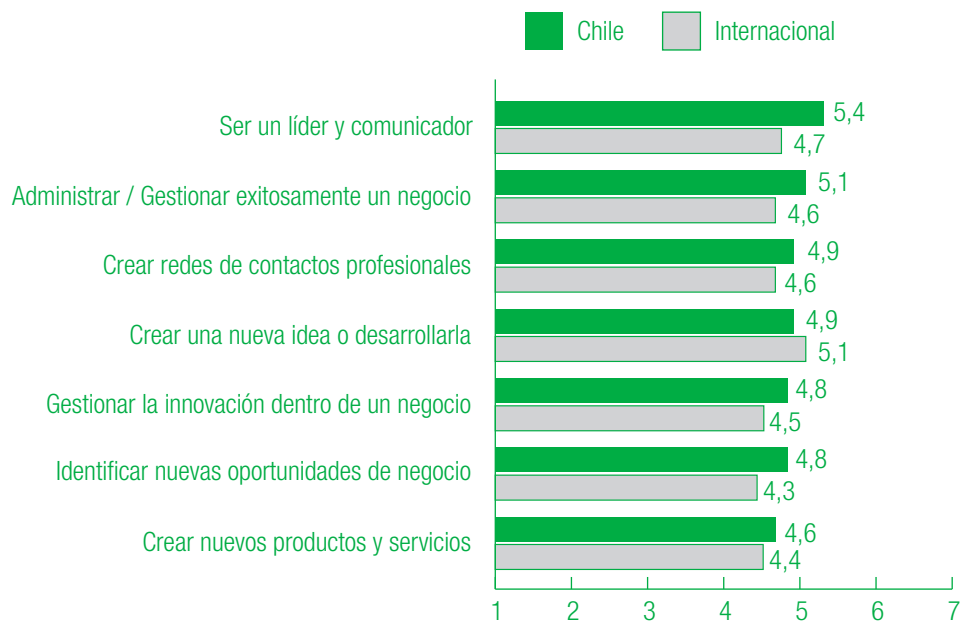


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

2.2.2 Las habilidades de los estudiantes y su entorno

La encuesta a los estudiantes también contempla preguntas relacionadas con las habilidades de los estudiantes respecto a diferentes tareas y la reacción del entorno respecto a la elección de carrera como emprendedor. En el primer caso, se mide a través de una escala de Likert de 1 a 7, donde 1=Muy baja competencia y 7=Muy alta competencia. En este ítem, el promedio de las respuestas de los estudiantes en Chile varía entre un 4,6 y un 5,4, mientras que internacionalmente el rango es entre un 4,3 y un 5,1. Tanto en Chile como a nivel internacional los promedios más altos corresponden a las habilidades de liderazgo y comunicación, mientras que los más bajos responden a la creación de nuevos productos y servicios (figura 13). En todas las dimensiones de este ítem, con excepción de la competencia “crear una nueva idea o desarrollarla”, los promedios obtenidos de las respuestas de los estudiantes en Chile superan al del promedio a nivel internacional.

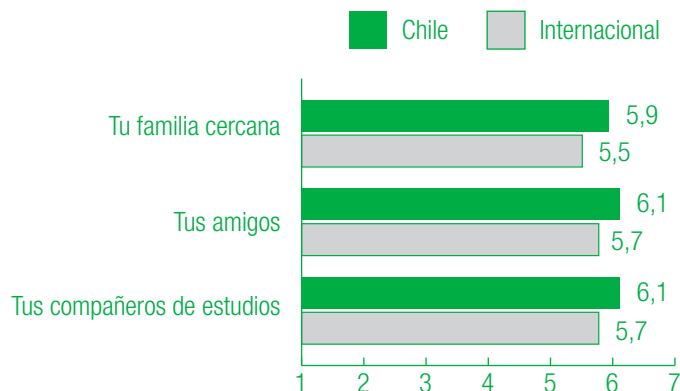
Figura 13. Habilidades de los estudiantes en la realización de diferentes tareas



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

En el segundo caso, la reacción del entorno frente a la carrera como emprendedor, también se mide a través de una escala Likert, donde 1=Muy negativamente y 7= Muy positivamente. Los estudiantes, en promedio, consideran que tanto su familia cercana, como los amigos y compañeros de estudios influyen positivamente en su carrera como emprendedor. Las valoraciones en promedio son de 5,9 puntos o más en el caso de Chile, y de 5,5 o más a nivel internacional (figura 14). En ambos casos, la valoración más alta la tiene el apoyo de la familia cercana y los amigos, con un 6,1 y un 5,7 para el caso de Chile y el internacional, respectivamente, seguido de los compañeros de estudio, con una valoración de 5,9 y 5,5 respectivamente.

Figura 14. Reacción del entorno frente a la carrera como emprendedor

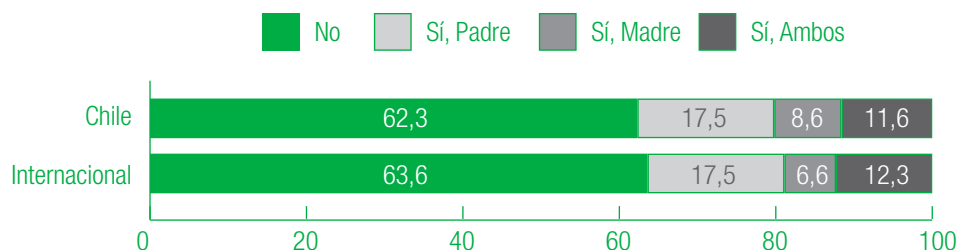


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

2.2.3 El entorno familiar

Tan importante como las habilidades de los estudiantes y la reacción de su entorno, es saber si los estudiantes tienen en su familia cercana a emprendedores, ya sea como dueños o accionistas mayoritarios. Las figuras 15 y 16 muestran que no hay diferencias significativas entre las respuestas de los estudiantes en Chile y a nivel internacional. En ambos casos, el porcentaje de estudiantes que no tienen padres emprendedores está por debajo del 64%, lo que significa que más de un tercio de los estudiantes tiene al padre, a la madre o a ambos trabajando por cuenta propia (figura 15).

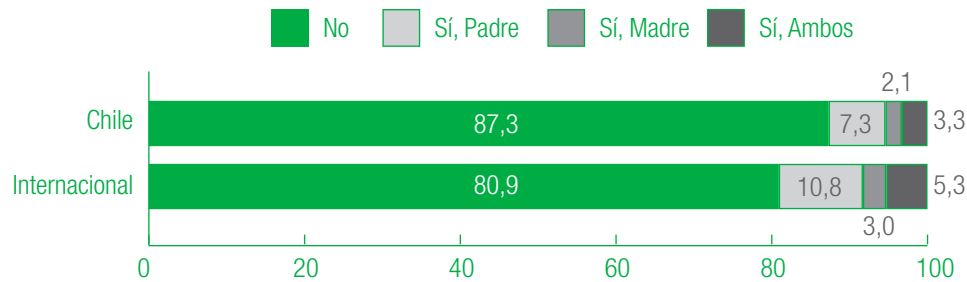
Figura 15. Actualmente, ¿tus padres son trabajadores por cuenta propia?



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

Los resultados se acentúan cuando se trata de padres que son accionistas mayoritarios de alguna empresa. En ambos casos es mayor el porcentaje de estudiantes con padres que no son accionistas mayoritarios de alguna empresa, superando el 80%. En el caso de Chile, un 87,3%, mientras que internacionalmente es un 80,9%. Esto significa que un 12,7% de los estudiantes chilenos tienen al padre, a la madre o a ambos como accionistas mayoritarios de alguna empresa. Este porcentaje aumenta a un 19,1% cuando se trata de estudiantes internacionales (figura 16).

Figura 16. ¿Tus padres son accionistas mayoritarios de alguna empresa?

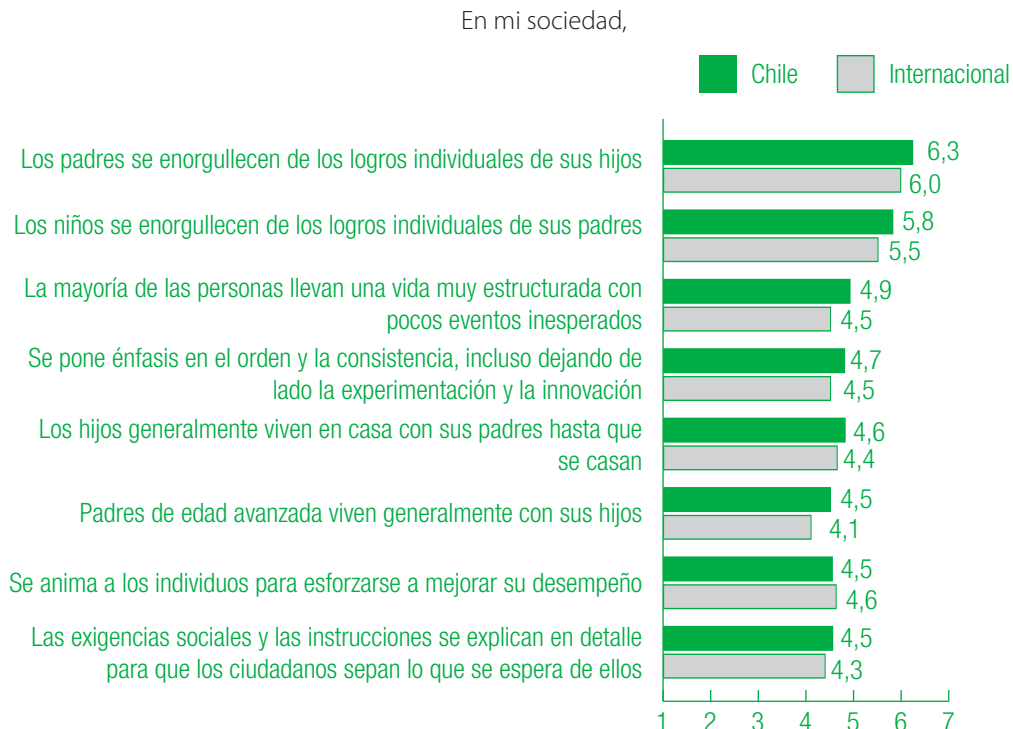


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

2.2.4 La sociedad

Según el modelo conceptual del proyecto, la sociedad también influye en la intención emprendedora, por lo que el GUESSS establece una serie de afirmaciones para que sean valoradas por los estudiantes en una escala de Likert de 1 a 7, donde 1= Muy en desacuerdo y 7= Muy de acuerdo. Los resultados en el caso de Chile muestran que las afirmaciones mejor valoradas, en promedio, son las vinculadas al orgullo que tienen tanto los padres como los hijos de los logros individuales de ambas partes respectivamente (figura 17), donde los valores en promedio superan el 5,5, llegando a 6,3 cuando se trata del logro individual de los hijos. Las demás afirmaciones se han valorado con menos de cinco puntos. Internacionalmente, los resultados son muy próximos a los obtenidos en el país.

Figura 17. La sociedad en que vives

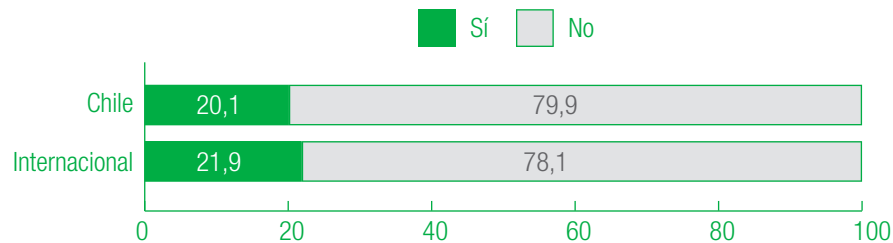


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

2.3. Emprendedores Nacientes

El proyecto GUESSS considera como emprendedores nacientes a los estudiantes que declaran que actualmente están tratando de iniciar su propio negocio o de convertirse en autoempleados. En Chile este porcentaje es de un 20,1% mientras que a nivel internacional es ligeramente superior, un 21,9% (figura 18).

Figura 18. ¿Estás actualmente tratando de iniciar tu propio negocio?

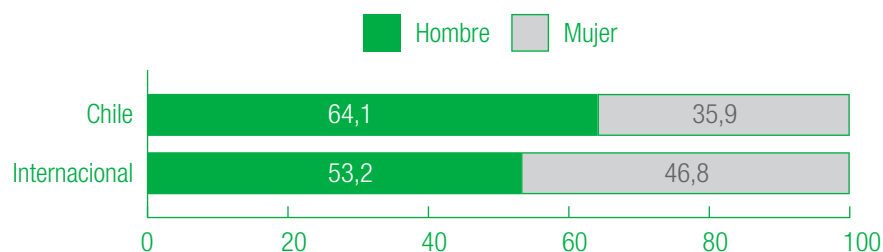


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

2.3.1 Características generales

Tanto en Chile como internacionalmente, predominan los estudiantes varones que están tratando de iniciar sus emprendimientos, con un 64,1% y un 53,2% respectivamente, mientras que las mujeres lo hacen en una proporción menor, un 35,9% en Chile y a nivel internacional, un 46,8%, porcentaje significativamente mayor (figura 19). Claramente se observa una mayor brecha de género en Chile con respecto a los demás países participantes. Estos resultados no son diferentes a los obtenidos por el GEM Chile, cuando se trata de la actividad emprendedora en etapas iniciales (emprendedores con hasta tres años y medio de actividad) y de los establecidos (emprendedores con más de tres años y medio de actividad) (Mandakovic, Abarca y Amorós, 2016).

Figura 19. Emprendedores nacientes por sexo

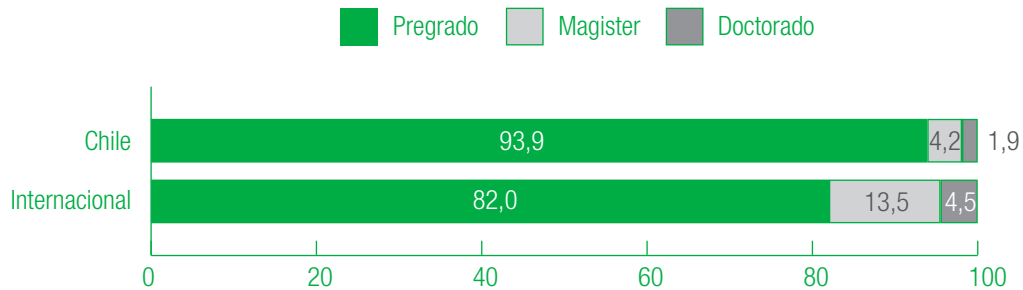


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

En cuanto al nivel académico, son mayoritariamente estudiantes de pregrado, un 93,9% en Chile versus un 82% a nivel internacional. Vale destacar que internacionalmente la proporción de estudiantes emprendedores nacientes con grado de magister es más de tres veces de lo que representa en Chile, un 13,5% versus un 4,2% respectivamente. Igualmente, la proporción de estudiantes emprendedores con doctorado es de un 1,9% en Chile y 4,5 a nivel internacional (figura 20).

Cabe destacar que la mayor parte de quienes respondieron la encuesta fueron estudiantes de pregrado (96,1% de los participantes), lo que podría incidir en los resultados.

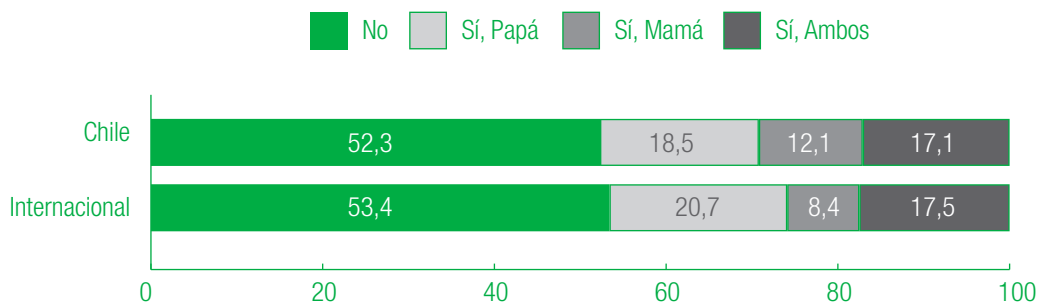
Figura 20. Nivel académico de los estudiantes emprendedores nacientes



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESS 2016.

Con respecto a su entorno familiar, el 47,7% de los universitarios que son emprendedores nacientes en Chile sí tiene algún miembro de la familia cercana involucrado en actividades emprendedoras, ya sea el padre (18,5%), la madre (12,1%) o ambos (17,1%). Estas cifras son muy próximas a las obtenidas a nivel internacional (figura 21), con excepción de la madre que es autoempleada. Este porcentaje en Chile representa un 12,1% mientras que internacionalmente es solo un 8,4%. El hecho de provenir de un entorno familiar de emprendedores puede influir en la intención emprendedora de los estudiantes.

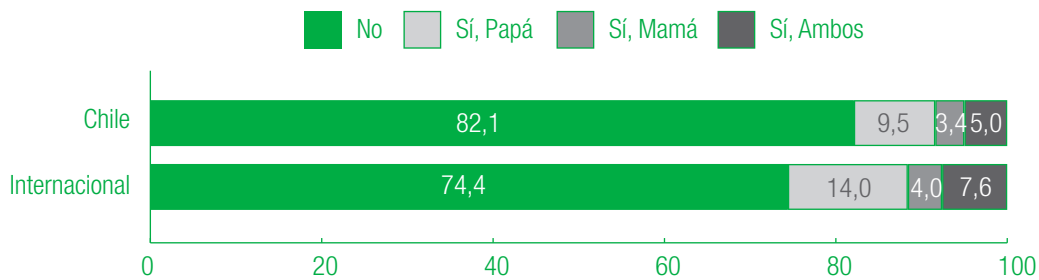
Figura 21. ¿Actualmente tus padres son trabajadores por cuenta propia?



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESS 2016.

La distribución varía significativamente cuando se trata de padres que están involucrados como accionistas mayoritarios de una empresa. En Chile, solo un 17,9% de los estudiantes tiene a sus padres en ese rol, en el caso de ser el padre, un 9,5%, la madre, un 3,4% o ambos, un 5,0%. A nivel internacional, las proporciones cambian: el 25,6% de los estudiantes, tiene a los padres en ese rol. El 14% tiene al padre, un 4% a la madre y un 7,6% tiene a ambos como accionistas mayoritarios de una empresa.

Figura 22. ¿Son tus padres accionistas mayoritarios de alguna empresa?

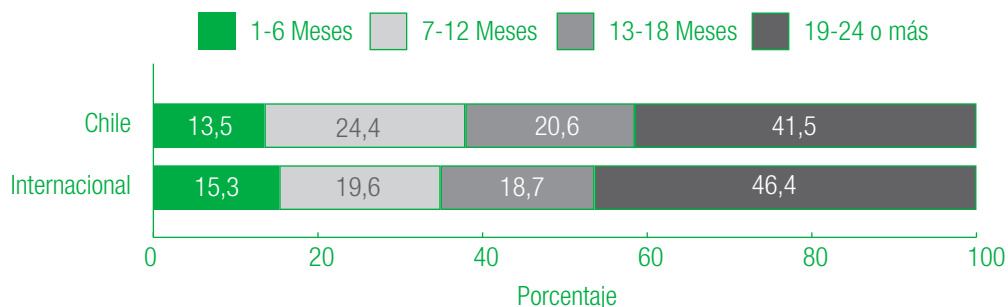


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

2.3.2 Planificación de su empresa

Al proyecto GUESSS también le interesa tener información general de este grupo con respecto a la planificación de su empresa. Para ello, se les pregunta el tiempo que demorarán en abrir su empresa. Los resultados muestran que un 41,5% de los estudiantes en Chile tiene la intención de poner en marcha su negocio entre 19 y 24 meses o más, y solo un 13,5% pretende abrir en los próximos seis meses (figura 23). La situación no varía significativamente a nivel internacional, donde un 46,4% pretende abrir después de un año y medio o más, y un 15,3% en los próximos 6 meses. Solo un porcentaje menor al 20% tiene la intención de abrir su empresa próximamente.

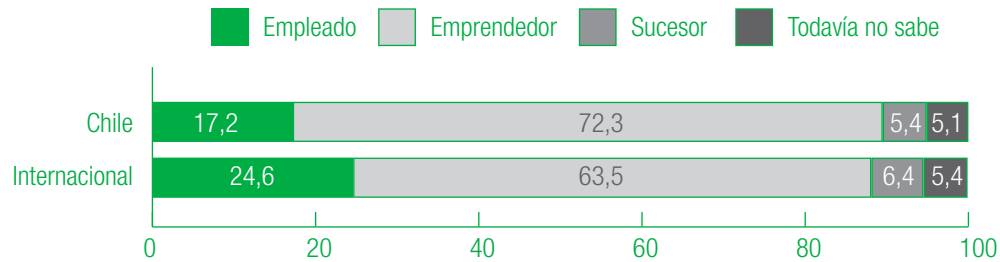
Figura 23. ¿En cuánto tiempo pretende abrir su empresa?



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

En esta misma línea, más del 50% de los estudiantes en Chile desea que la empresa que está pensando iniciar se convierta en su principal actividad al graduarse. Lo mismo ocurre a nivel internacional en una mayor proporción, un 63,8%. Al proyectarse cinco años después, la intención de ser dueño de su propio negocio aumenta a un 72,3% en Chile mientras que a nivel internacional, casi permanece igual, un 63,5% (figura 24).

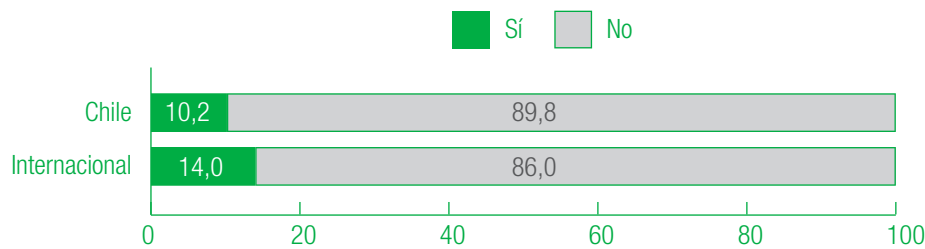
Figura 24. Proyección de los emprendedores nacientes cinco años después



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

La figura 24 permite observar también cómo después de cinco años de graduarse, solo un 17,2% se proyecta trabajando como empleado. A nivel internacional este porcentaje aumenta a un 24,6%. Por otro lado, también es importante destacar que en este grupo de estudiantes hay muchos que ya tienen experiencia en la creación de empresas: el 10,2% de los estudiantes chilenos ha creado otra empresa anteriormente, mientras que a nivel internacional este porcentaje es ligeramente mayor, un 14% (figura 25).

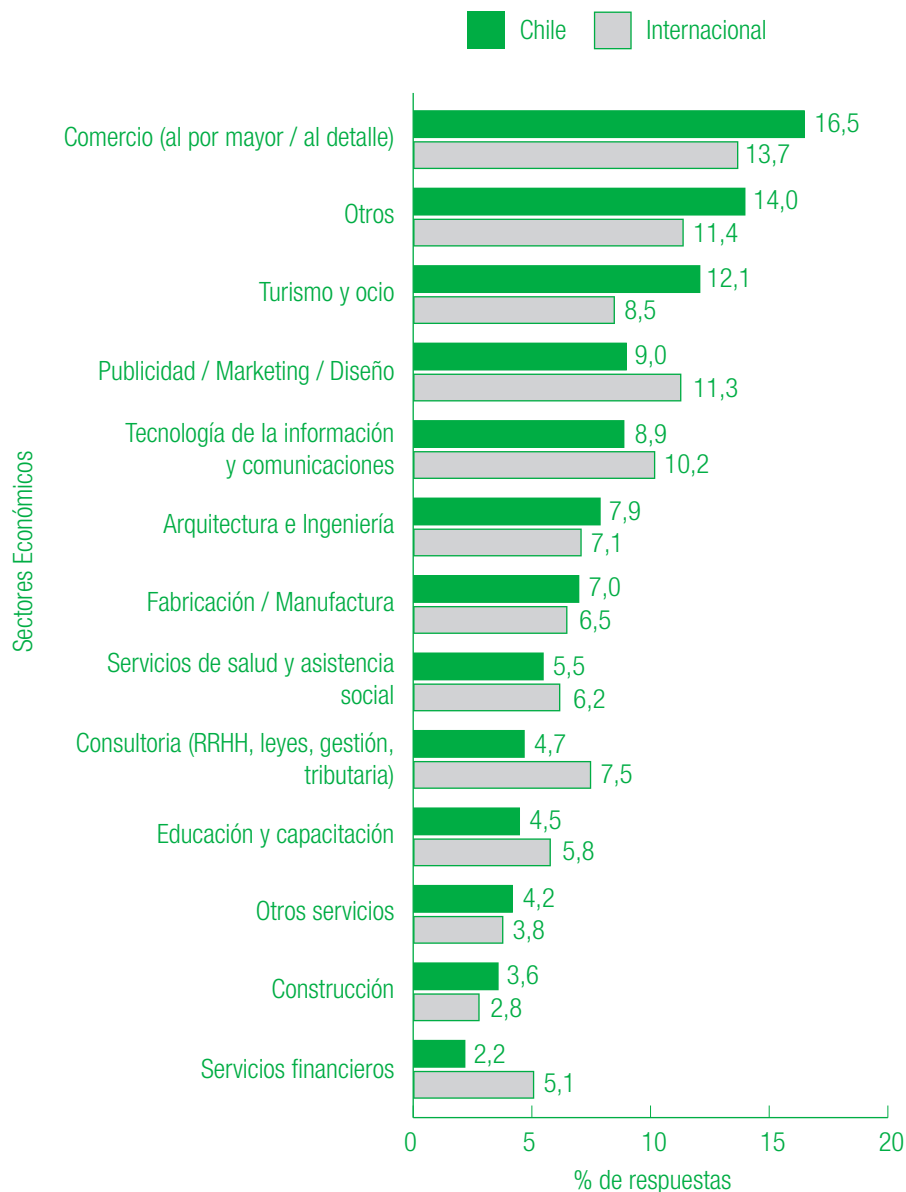
Figura 25. Emprendedores nacientes que han creado otra empresa anteriormente



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

Con respecto al rubro de la empresa que se proyectan iniciar, un 16,5% está pensando hacerlo en el rubro del comercio, ya sea al por mayor o al detalle; un 12,1% pretende abrir su empresa en turismo y ocio; un 9% en publicidad, marketing y diseño y un 8,9% en TIC (figura 26). La distribución varía internacionalmente, aunque también predomina el sector comercio con un 13,7%; otras áreas como la de marketing/publicidad, ocupa un 11,3%; seguida por las TIC con un 10,2%. Las diferencias con los estudiantes en Chile surgen en el sector de la Consultoría y Servicios financieros, donde el porcentaje de estudiantes internacionales con intención de abrir sus empresas en estas áreas es casi el doble o más que en Chile. Igualmente, destaca en los estudiantes chilenos la inclinación por el sector del turismo y ocio, muy por encima del interés de los estudiantes internacionales, un 12,1% frente a un 8,5% respectivamente (figura 26).

Figura 26. ¿En qué sector piensa abrir su negocio?



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

Entre las actividades que los estudiantes han realizado para iniciar su empresa, destacan en Chile la recopilación de la información sobre los mercados o los competidores, con un 58,4%, seguido por la discusión del producto o la idea de negocio con clientes potenciales, mencionado por un 42,4% y, en tercer lugar, la escritura del plan de negocios, con un 29,6% (figura 27). Estos resultados son parecidos a los obtenidos internacionalmente, donde también destacan las tres actividades antes mencionados pero en porcentajes diferentes, 51,3%; 35,4% y 30,5%, respectivamente. Porcentajes menores, como un 8,7% en el caso de Chile y un 10,8% en el caso internacional, declaran estar vendiendo su producto o servicio y un poco más del cinco por ciento, en ambos casos, está solicitando una patente, derecho de autor o marca comercial (figura 27).

Figura 27. Actividades de los estudiantes emprendedores nacientes



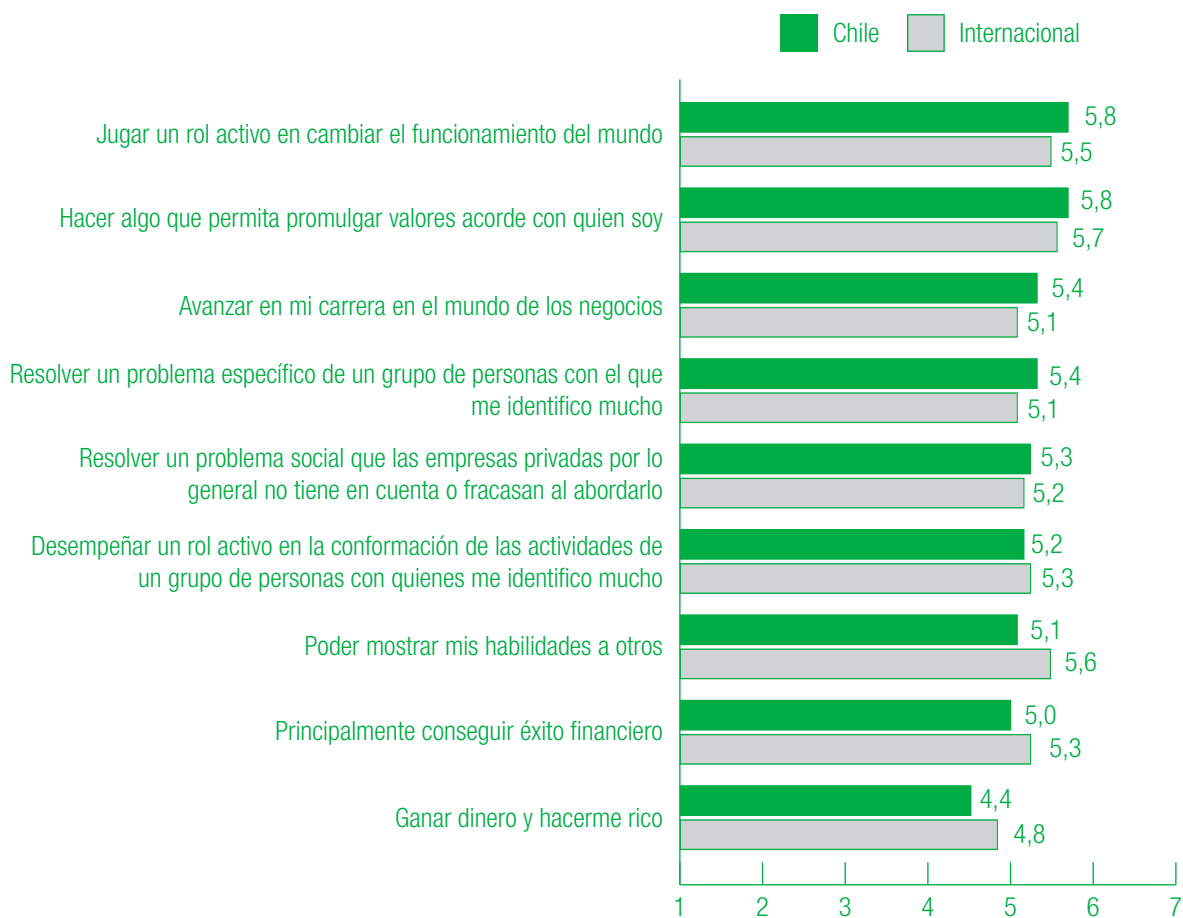
Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

2.3.3 Motivaciones y metas

El proyecto GUESSS también averigua sobre las motivaciones y metas de este grupo de estudiantes, a través de afirmaciones valoradas en una escala de Likert, donde 1= Muy en desacuerdo y 7=Muy de acuerdo. Las respuestas en promedio de los estudiantes en Chile varían en un rango de 4,4 a 5,8 y muestran que el *“ganar dinero y hacerse rico”* es lo menos valorado por los estudiantes, tanto a nivel nacional como internacional. La valoración promedio para esta afirmación fue de un 4,4; mientras que el *“jugar un rol activo en cambiar el funcionamiento del mundo”* así como *“el hacer algo que permita promulgar valores acorde con quien soy”*, es lo que más los motiva. Ambas afirmaciones obtuvieron un promedio de 5,8 de valoración (figura 28).

Resultados parecidos se observan internacionalmente, donde el rango de las valoraciones, en promedio, varían entre un 4,8 y un 5,7, coincidiendo con los promedios en Chile. Destaca en los estudiantes internacionales el *“poder mostrar sus habilidades a otros”*, como una de las motivaciones que obtuvo una valoración promedio, por encima de la obtenida en Chile, un 5,6% frente a un 5,1% respectivamente (figura 28).

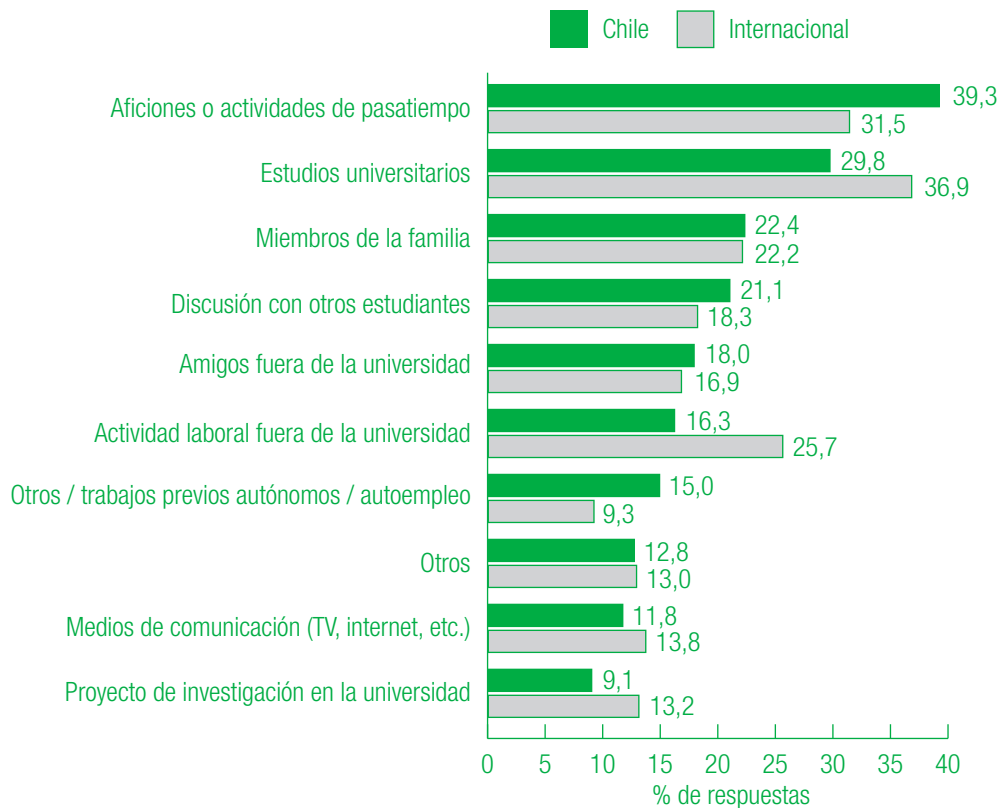
Figura 28. Motivaciones y metas



Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

Para conocer en profundidad a los emprendedores, también es importante saber de dónde ha surgido la idea para emprender. Al respecto la figura 29 muestra que en Chile las respuestas más frecuentes se encuentran en las aficiones o actividades de pasatiempo de los estudiantes, con un 39,3%, seguidas por los estudios universitarios con un 29,8%, de los miembros de la familia con un 22,4% y de la discusión con otros estudiantes, con un 21,1%. Las demás opciones mencionadas tienen porcentajes menores al 20% (figura 29). Los resultados cambian a nivel internacional, donde un 36,9% de los estudiantes afirma que la idea de abrir su empresa ha surgido de sus estudios universitarios, un 31,5% sostiene que proviene de las aficiones o actividades de pasatiempo, para un 25,7% de los estudiantes la idea ha surgido de la actividad laboral fuera de la universidad, y un 22,2% afirma que proviene de los miembros de la familia (figura 29).

Figura 29. ¿De dónde ha surgido la idea de abrir una empresa?

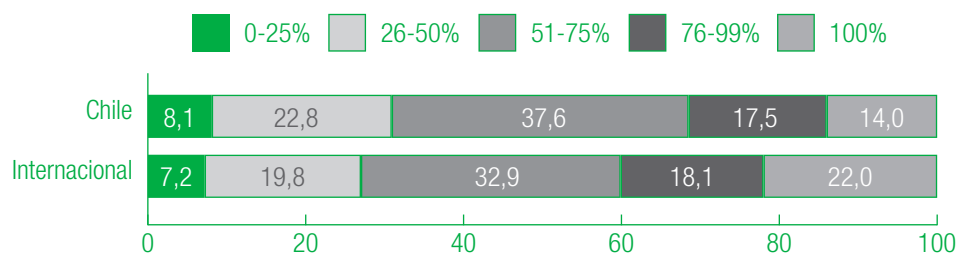


Fuente: Encuesta a los estudiantes GUESSS 2016.

2.3.4 Otros aspectos sobre la planificación de la empresa

Otros aspectos más detallados de la planificación de sus emprendimientos están vinculados con los porcentajes de participación y el número de socios que tendrá la empresa, así como la incorporación de mujeres en la empresa. Los resultados muestran que más de un tercio de los estudiantes, tanto en Chile como a nivel internacional, piensa tener entre el 51% y el 75% de participación en su empresa. Porcentajes menores, un 14% en Chile un 22% a nivel internacional, piensan tener el 100% de la empresa (figura 30).

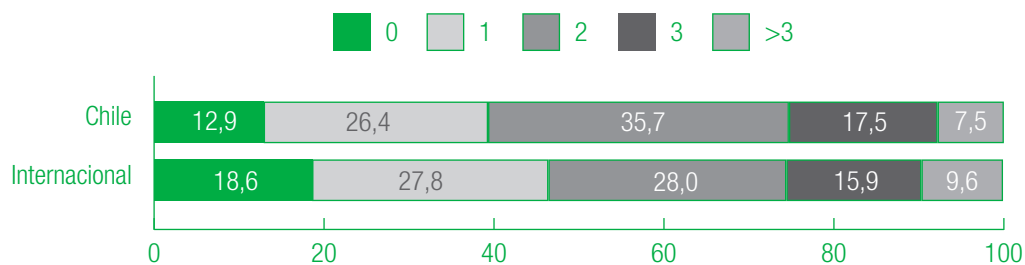
Figura 30. ¿Cuál será el porcentaje de participación en la empresa?



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

Asimismo, más de un tercio de los estudiantes en Chile y un 28% a nivel internacional, pretende tener dos socios fundadores en su empresa. Estudiantes que pretenden tener más de tres socios fundadores representan menos del 10% en ambos casos (figura 31). También se ha identificado a estudiantes que no piensan tener socios, estos representan un 12,9% en el país, y un 18,6% a nivel internacional. Este resultado podría llamar la atención, al comparar con los resultados de la figura 30, donde un 14% y un 22% de los estudiantes, respectivamente, piensan que tendrán el 100% de participación en la empresa. Sin embargo, la diferencia no es significativa y puede responder a que solo es una proyección de los estudiantes.

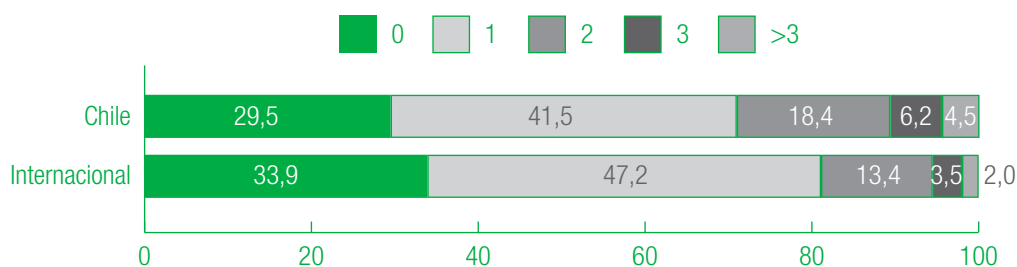
Figura 31. ¿Cuántos socios fundadores tendría su empresa?



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

De los que han respondido que tendrán dos o más socios fundadores en la empresa, más del 40% pretende incorporar al menos a una mujer (figura 32).

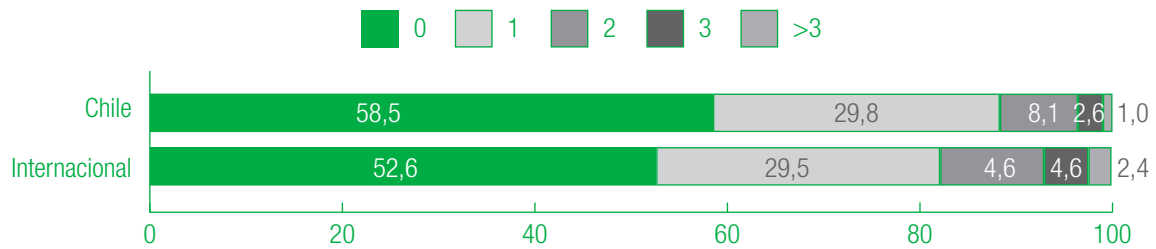
Figura 32. ¿Cuántos de tus cofundadores serán mujeres?



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

Más del 50% no pretende invitar a familiares como socio fundadores, mientras que más de un 29% piensa invitar a un familiar para ser cofundador (figura 33).

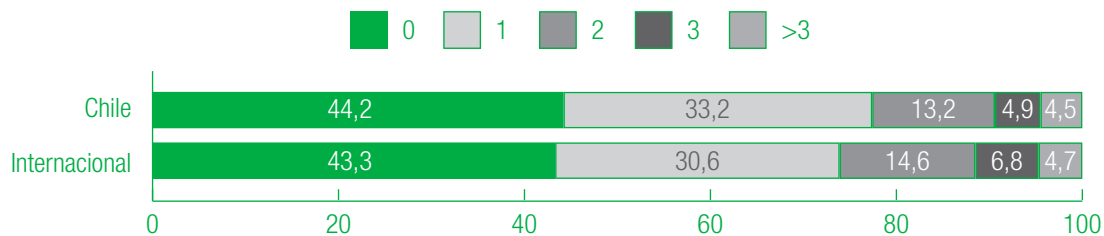
Figura 33. ¿Cuántos cofundadores serán familiares tuyos?



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSSS 2016.

Por último, respecto al entorno universitario, más del 30% piensa incorporar a un compañero de clase, mientras que más del 40% de los estudiantes en Chile y a nivel internacional no pretende incorporar a compañeros de estudio como cofundadores de su empresa (figura 34).

Figura 34. ¿Cuántos cofundadores serán tus compañeros de estudio?

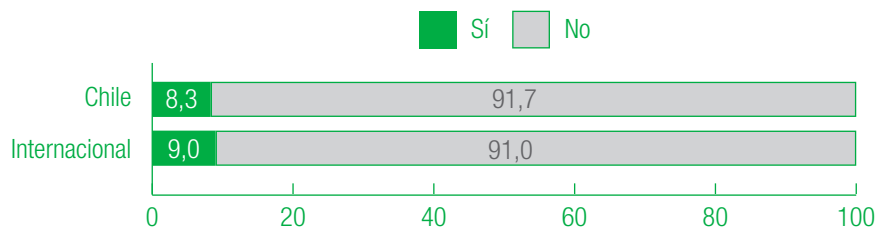


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSSS 2016.

2.4. Emprendedores Activos

El proyecto GUESSSS considera como emprendedores activos a los estudiantes que actualmente están gestionando su propio negocio o están autoempleados. En Chile, este porcentaje es de un 8,3%, mientras que internacionalmente es ligeramente superior, un 9,0% (figura 35).

Figura 35. ¿Estás actualmente gestionando tu propio negocio?

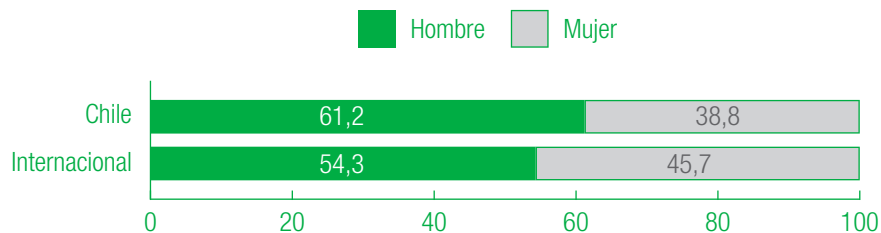


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSSS 2016.

2.4.1 Características generales

Del total de estudiantes que tienen su empresa en marcha, el 61,2% son hombres mientras que un 38,8% son mujeres. Estos porcentajes difieren del resto de países, donde el 54,3% son hombres frente a un 45,7% de mujeres. De cualquier forma, tanto en Chile como a nivel internacional continúan predominando los hombres sobre las mujeres (figura 36).

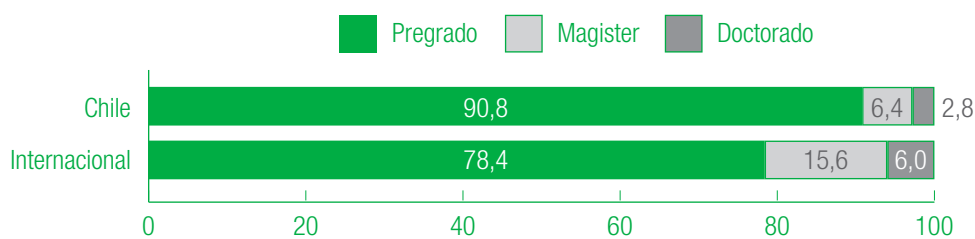
Figura 36. Emprendedores activos por sexo



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

En este grupo se encuentran mayoritariamente estudiantes universitarios, aunque un 6,4% tienen grado de magister y un 2,8% cursan programas de doctorado. Situación diferente se produce a nivel internacional, donde hay una mayor proporción de estudiantes de programas de magister y doctorado. Este resultado es esperable, considerando que la mayoría de programas de pregrado fuera del país terminan con el grado de magister (figura 37).

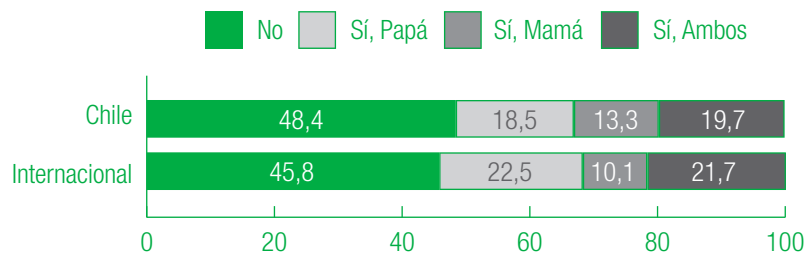
Figura 37. Nivel de educación de los estudiantes emprendedores activos



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

En cuanto al entorno familiar, como es de esperar, más de la mitad de este grupo de estudiantes tiene padres emprendedores, tanto en Chile como a nivel internacional, representando el 51,6% en Chile y el 54,2% a nivel internacional.

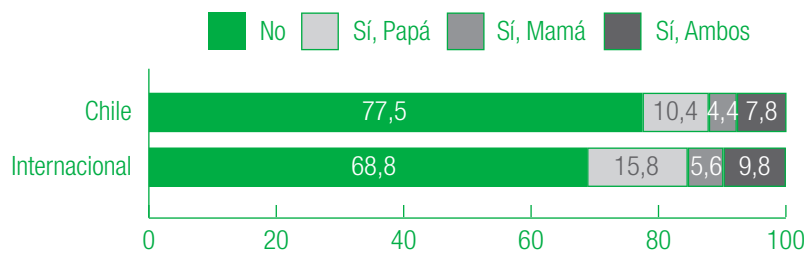
Figura 38. Actualmente, ¿tus padres son trabajadores por cuenta propia?



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

Asimismo, en este grupo de estudiantes hay quienes tienen padres accionistas mayoritarios en una empresa. En el caso de Chile estos representan un 22,5%, mientras que a nivel internacional representan casi un tercio, un 31,2%. El porcentaje de estudiantes internacionales con papá accionista mayoritario supera en más de cinco puntos porcentuales a Chile, igualmente el porcentaje de estudiantes con mamá accionista mayoritaria o ambos (papá y mamá), está por encima de los obtenidos por los estudiantes de Chile (figura 39).

Figura 39. ¿Son tus padres accionistas mayoritarios de alguna empresa?

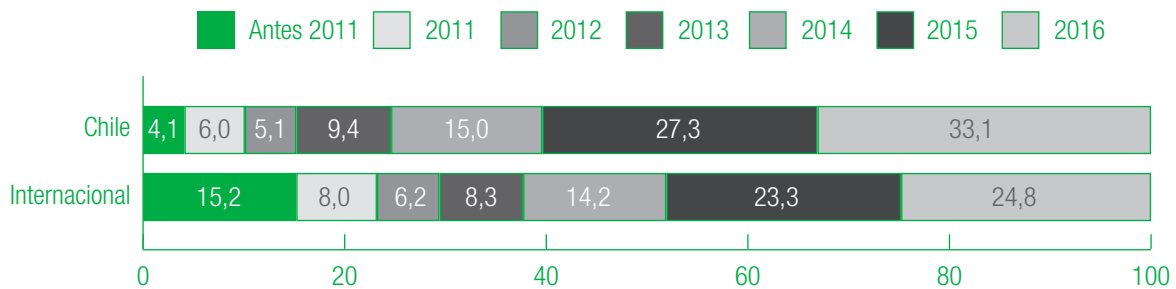


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

2.4.2 Características de la empresa

Con respecto al año de creación de la empresa, en Chile, el 60,4% de las empresas de los estudiantes iniciaron actividades entre 2015 y 2016. Particularmente, más de un tercio de ellos creó su empresa en el último año y solo un 4,1% lo hizo antes de 2011 (figura 40). La distribución de los resultados difiere a nivel internacional: si bien más de un quinto de los estudiantes creó su empresa en los últimos dos años (2015 y 2016 respectivamente), un porcentaje no menor, un 15,2%, lo hizo antes de 2011. Es decir, más de un 15% de los estudiantes internacionales tiene empresas con más de cinco años de antigüedad, lo cual es muy importante, pues significa que se han mantenido en el tiempo, una de las variables críticas a la hora de clasificar la calidad de los emprendimientos.

Figura 40. Año de creación de la empresa de los emprendedores activos

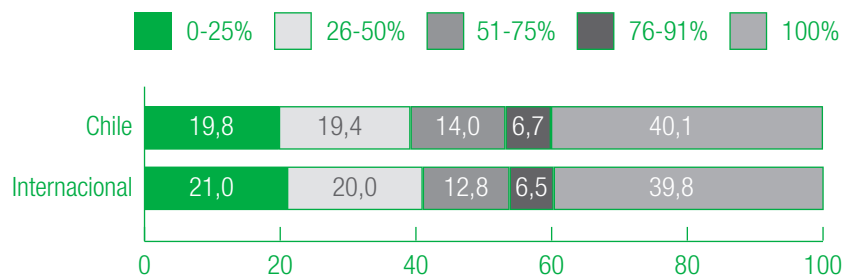


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

En promedio, las empresas de los estudiantes en Chile tienen contratados a 3,9 trabajadores a tiempo completo, mientras que a nivel internacional, el promedio es de 6,3 trabajadores.

En relación a la participación en el capital de la empresa, se ha identificado, tanto en el país como a nivel internacional, que un 40,1% y un 39,8% respectivamente tienen el 100% de participación en su empresa (figura 41). Sin embargo, un porcentaje no menor, un 19,8% en el caso de Chile y un 21% a nivel internacional, señalan que el porcentaje de su participación es menor o igual a 25%, lo que significa que hay más personas con participación accionaria en la empresa.

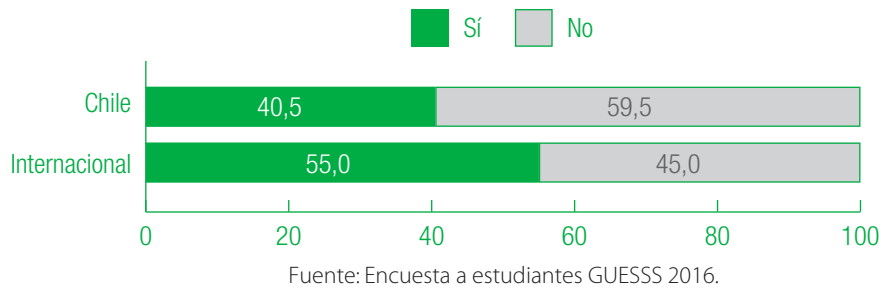
Figura 41. Porcentaje de participación en el capital de la empresa.



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

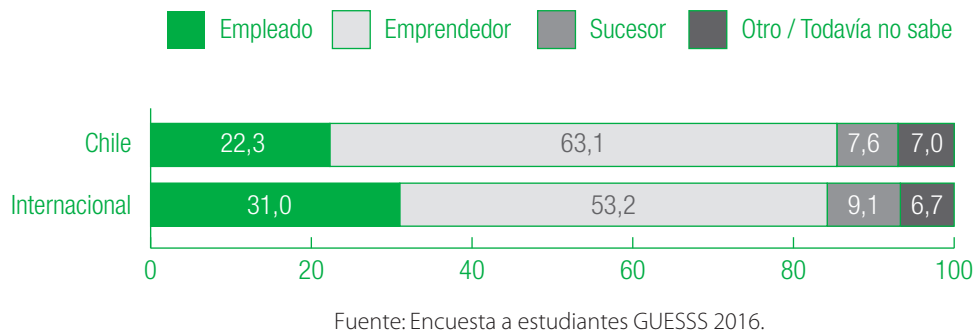
A este grupo también se le pregunta si la empresa será su principal ocupación al terminar su carrera. Llama la atención que solo un 40% de estudiantes chilenos responda afirmativamente, mientras que internacionalmente el porcentaje de respuestas afirmativas supera el 50% (figura 42). Estos resultados podrían evidenciar que, para ese 60% restante, la empresa no es su prioridad y quizás busquen un empleo a tiempo parcial al terminar su carrera, o que no están lo suficientemente contentos con los resultados obtenidos u otras razones que necesitan ser exploradas en futuras investigaciones.

Figura 42. ¿Quieres que la empresa sea tu principal ocupación después de graduarte?



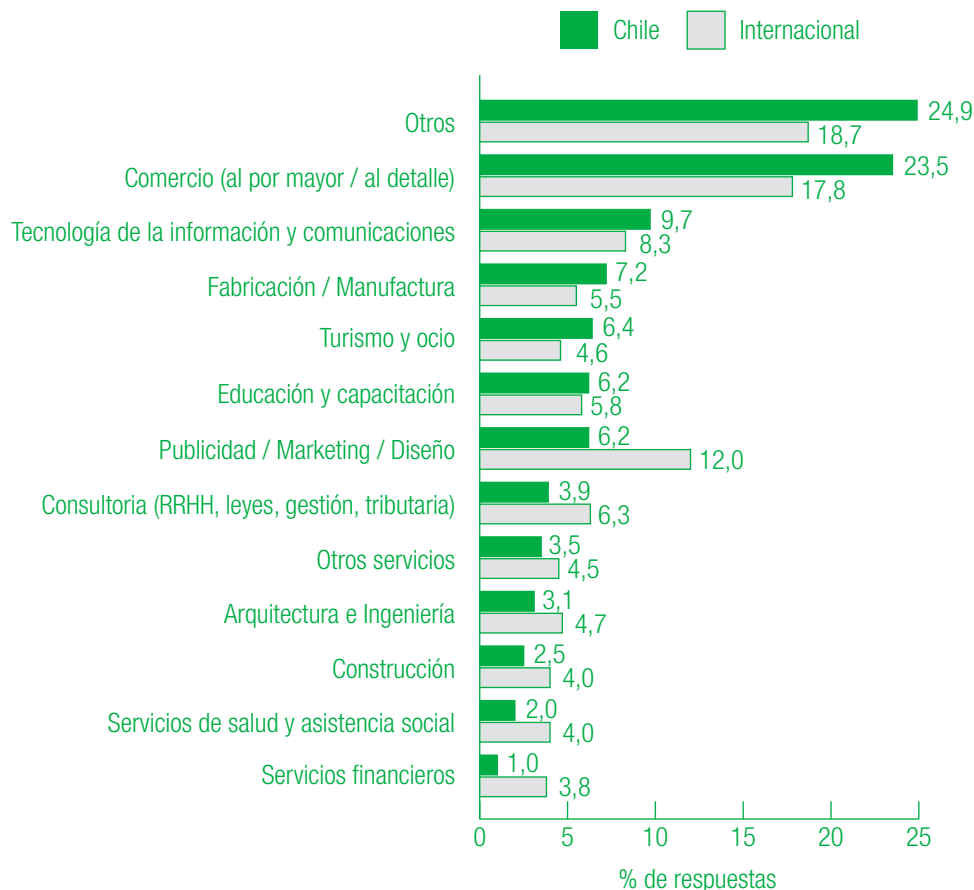
Al proyectarse cinco años después de terminar la carrera, la situación no varía significativamente, en el caso de Chile, sí a nivel internacional. En Chile, un 63,1% de este grupo de estudiantes se proyecta como emprendedor cinco años después de terminar su carrera. Mientras que el resultado varía significativamente a nivel internacional, que pasa de un 45% al terminar la carrera a un 53,2% cinco años después (figura 43). Pareciera ser que la proyección de los estudiantes como emprendedores a cinco años, es mayor en Chile que a nivel internacional, y ocurre lo contrario cuando se trata de la proyección al terminar su carrera, donde predominan los estudiantes internacionales queriendo ser emprendedores.

Figura 43. Proyección de los emprendedores activos cinco años después de terminar la carrera



Con respecto al sector en donde operan las empresas creadas por los estudiantes en Chile, destaca el sector comercio, ya sea al por mayor o al detalle, con un 23,5%. Los otros sectores, representan menos del 10%. Pese a ello, el sector que sigue al comercio es el de TIC, con un 9,7%, seguido por la manufactura, con un 7,2%. Otros sectores como consultoría, otros servicios, arquitectura e ingeniería, construcción, servicios de salud y asistencia social y servicios financieros, representan menos de un 4% respectivamente (figura 44). Si se compara a nivel internacional, se observa que, si bien el sector que tiene mayor representatividad también es el comercio, la distribución porcentual es diferente (figura 44). A nivel internacional, destaca entonces el comercio con un 17,8%, seguido del sector de la publicidad y marketing, con un 12% y en tercer lugar estaría estarían las TIC. Otros sectores, como arquitectura e ingeniería, construcción, servicios de salud y servicios financieros, tienen mayor representatividad comparados con Chile.

Figura 44. Sectores donde operan las empresas de los estudiantes

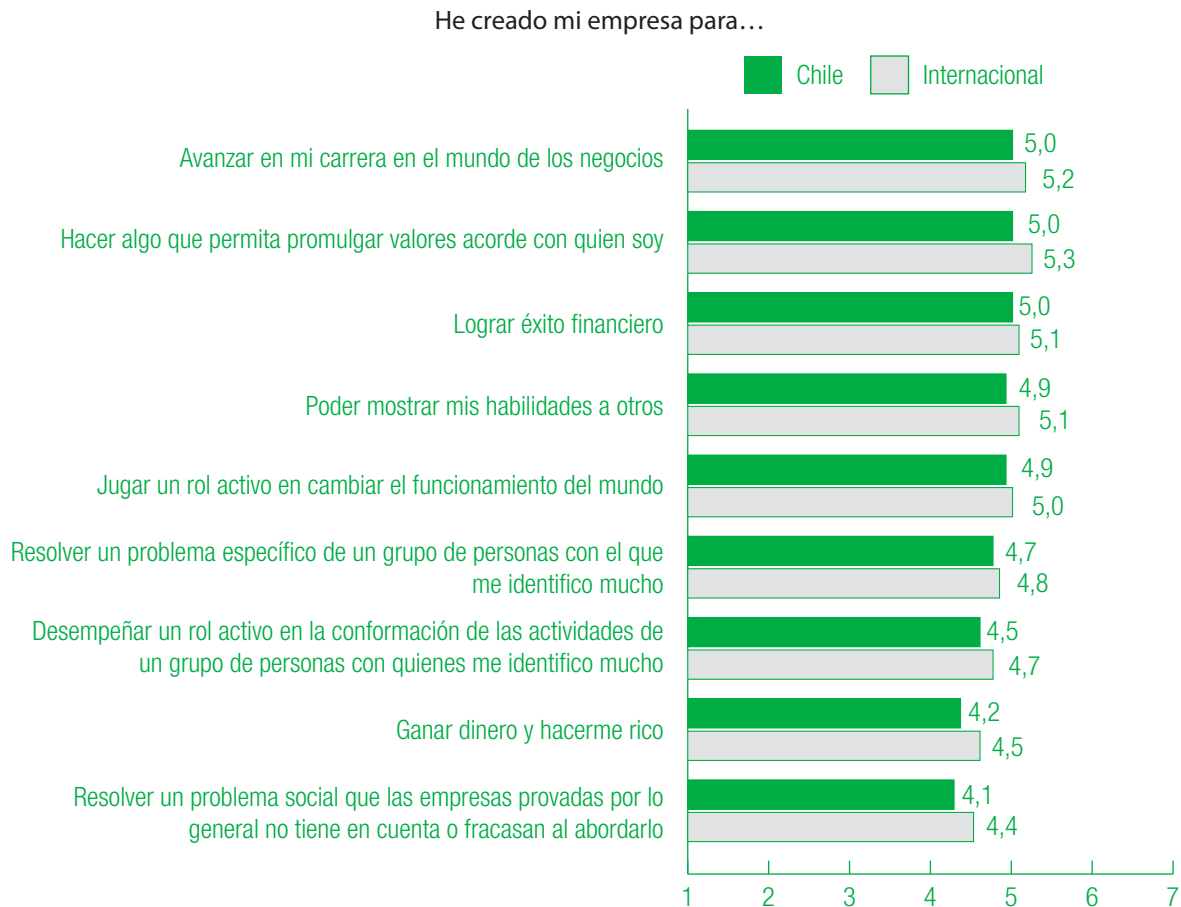


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

2.4.3 Motivaciones y metas

También a los emprendedores activos se les pregunta sobre sus motivaciones y metas, por lo que tienen que valorar una serie de afirmaciones relacionadas con este tema en una escala de Likert de 1 a 7, donde 1=Muy en desacuerdo y 7=Muy de acuerdo. Al respecto, los estudiantes en Chile valoraron las afirmaciones con un rango promedio entre 4,1 y 5,0. La valoración más baja fue la “resolución de problemas sociales que las empresas privadas no tienen en cuenta”, mientras que las valoraciones más altas estuvieron en el deseo de “avanzar en la carrera del mundo de los negocios”, “hacer algo que les permita promulgar valores de acuerdo a lo que son” y “lograr el éxito financiero”. Es importante señalar que en todas las afirmaciones de esta dimensión, el promedio de las valoraciones hechas internacionalmente está por encima de las realizadas en Chile, aunque esta diferencia no es significativa. El promedio internacional se encuentra en un rango de 4,4 y 5,3, donde la más baja corresponde a la misma obtenida en el país, mientras que la más alta también coincide con una de las mencionadas por los alumnos en Chile (figura 45).

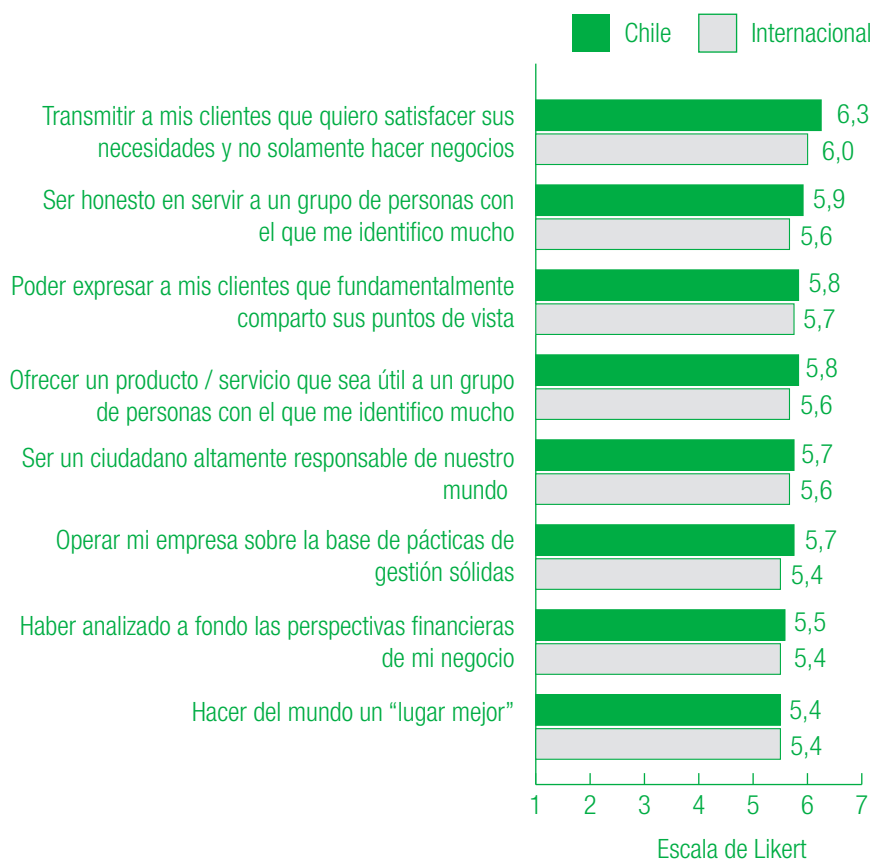
Figura 45. Motivaciones de los emprendedores activos



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

En esta misma línea, también se les pregunta qué es lo más importante para ellos como fundadores de la empresa, valoración que también hacen en una escala de Likert de 1 a 7, donde 1= Muy en desacuerdo y 7= Muy de acuerdo. La figura 46 muestra estos resultados, donde se pueden ver que el promedio de las valoraciones de este ítem está por encima de cinco. Los estudiantes, tanto chilenos como internacionales, dan mayor importancia a los clientes, obteniendo valoraciones promedio iguales o mayores a los 6 puntos. No hay diferencias significativas entre los promedios de las valoraciones de ambos grupos (figura 46).

Figura 46. Como fundador de la empresa, es importante para mí...



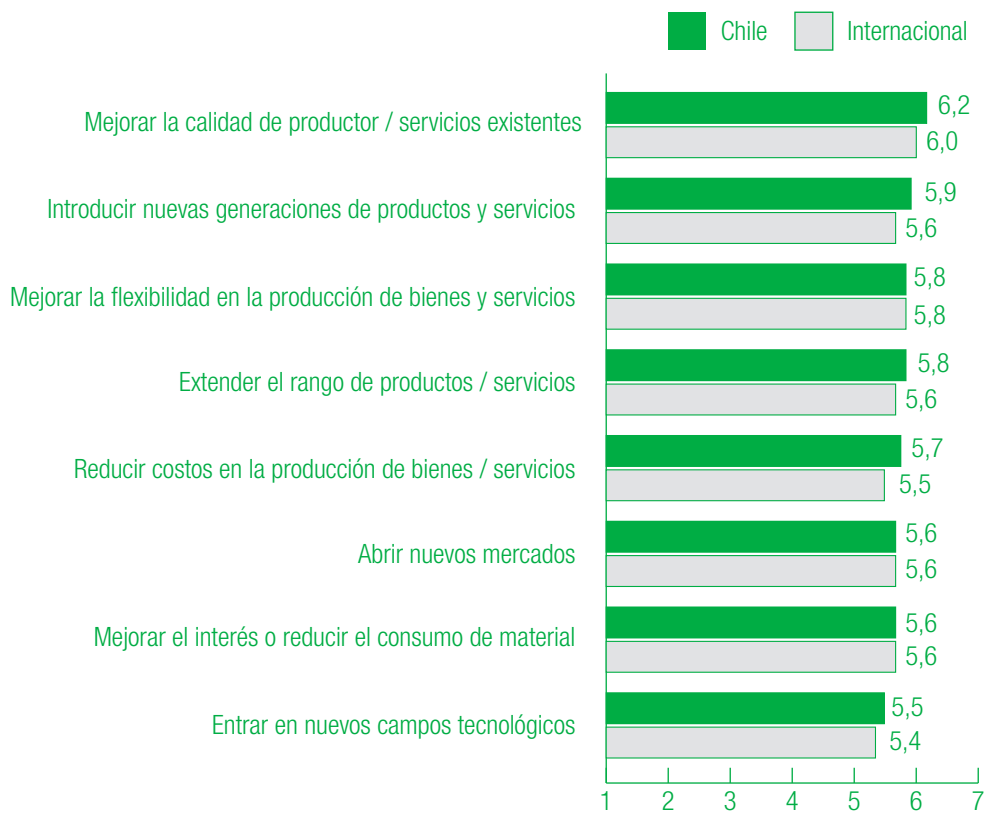
Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

2.4.4 Orientación de la empresa

Al proyecto GUESSS también le interesa conocer sobre la orientación de la empresa con respecto a la realización de proyectos innovadores, por ese motivo el cuestionario contiene una serie de afirmaciones que los estudiantes tienen que valorar en una escala de Likert de 7 puntos, donde 1=Nada importante y 7= Muy importante.

Los resultados sobre este punto muestran que en promedio las valoraciones superan el cinco en todas las afirmaciones, tanto en Chile como a nivel internacional; y que la valoración más alta es un 6,2 y un 6 respectivamente (figura 47). Los estudiantes, en Chile y a nivel internacional, le dan mucha importancia a "mejorar la calidad de productos/servicios existentes", así como la introducción de nuevos productos o servicios, la flexibilidad en la producción de bienes y servicios y la ampliación del rango de productos y servicios. Los costos y la apertura a nuevos mercados también es parte de la preocupación de los emprendedores activos (figura 47).

Figura 47. Nivel de importancia en la realización de proyectos innovadores.

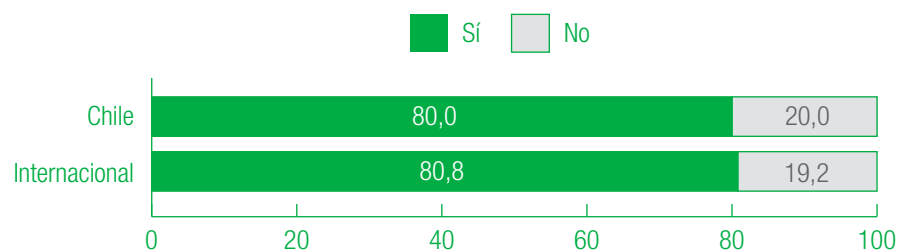


Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

2.4.5 Resultados de la empresa

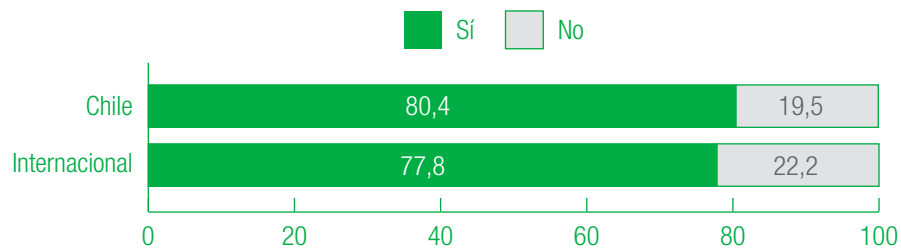
Con respecto a los resultados de la empresa, la relación es de un 80% a 20%, donde un porcentaje igual o mayor al 80% de estudiantes declara que su empresa sí genera retornos con respecto a las ventas, cubren sus costos y generan utilidades. No hay diferencias significativas entre las respuestas de los estudiantes chilenos e internacionales (figuras 48, 49 y 50).

Figura 48. ¿Generas beneficios en ventas con tu empresa?



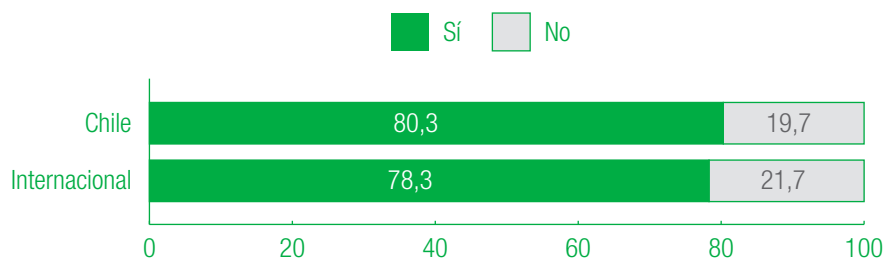
Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

Figura 49. ¿Los beneficios en las ventas cubren los costos de la empresa?



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

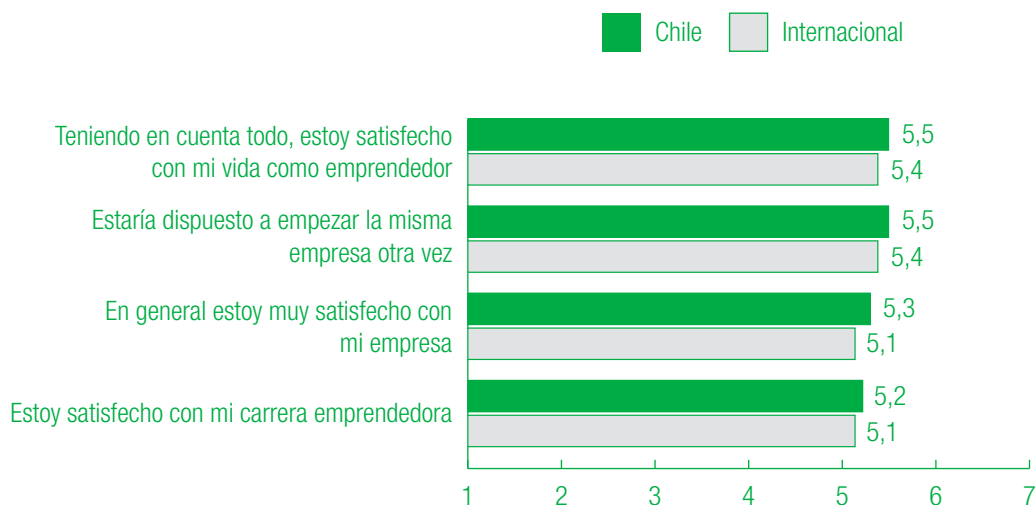
Figura 50. ¿Tu empresa genera utilidades?



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

En general, los estudiantes emprendedores activos, tanto en Chile como a nivel internacional, están bastante satisfechos con su empresa, con su vida como emprendedor, con su carrera emprendedora y estarían dispuestos a empezar otra vez. Estos resultados se muestran en la figura 51, donde las valoraciones de los estudiantes superan en promedio los cinco puntos de una escala de 1 a 7, donde 1= Muy en desacuerdo y 7 = Muy de acuerdo.

Figura 51. Grado de satisfacción con aspectos relacionados a su emprendimiento



Fuente: Encuesta a estudiantes GUESSS 2016.

Consideraciones Finales

Este informe sobre la intención emprendedora y las actividades de los estudiantes universitarios corresponde al año 2016, pese a haber un informe anterior, los resultados no son comparables por el tiempo transcurrido y la participación de pocas universidades en ese momento (solo cinco en el país). Este informe recoge los resultados de más de 15 universidades a lo largo del país, muchas de las cuales participaron con sus sedes en otras regiones sumando un total de 6.077 respuestas válidas, con las que se trabajó en el análisis.

Los resultados muestran que, para los estudiantes, la creación de su propia empresa es un tema que no les deja indiferentes; pese a ello, solo un 8,2% se proyecta como emprendedor inmediatamente después de terminar su carrera, y el 80,5% lo hace como empleado, preferiblemente de una gran empresa, aunque también hay algunos interesados en trabajar en empresas de menor tamaño, en ONG, instituciones públicas y en la academia. Esta situación cambia significativamente cuando se proyectan a cinco años después. Entonces, más del 50% de los estudiantes quiere ser emprendedor, y solo un tercio trabajar como empleado.

La pregunta que inmediatamente surge es ¿por qué esperar cinco años? ¿Por qué no empezar ahora? Todavía no se tienen las respuestas a estas preguntas, pero de la conversación con muchos de ellos, las ganas de adquirir experiencia y juntar capital son algunas de las razones que manifiestan.

Las brechas de género aparecen también en el ambiente estudiantil, ya que el porcentaje de hombres que quiere emprender inmediatamente después de terminar la carrera es casi el doble que el de mujeres. Sin embargo, la proyección a cinco años, el porcentaje de mujeres aumenta significativamente, aunque el de hombres sigue siendo mayor. Esta brecha también es una oportunidad para el fomento del emprendimiento universitario femenino.

Por otro lado, los estudiantes, en promedio, reconocen que existe un clima favorable en sus universidades, que se les motiva para involucrarse en actividades emprendedoras y hasta se les inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios. Pese a ello, más de 50% de los estudiantes declara no haber asistido a algún curso de emprendimiento. Esto no solo lo manifiestan los estudiantes chilenos, sino también los internacionales. En esta misma línea, menos de un tercio señala haber asistido al menos a un curso sobre emprendimiento (electivo u obligatorio), por lo que hay una gran oportunidad y, al mismo tiempo, desafío para las universidades en el país, de revisar y rediseñar sus mallas curriculares dependiendo de la orientación y sello que le quieran dar a sus carreras.

En general, hay una orientación favorable de los estudiantes hacia al emprendimiento, un 72% o más considera que ser emprendedor implica más ventajas que desventajas, les resulta atractivo el camino del emprendimiento y, si tuvieran la oportunidad y los recursos, serían emprendedores; destacando que entre varias opciones preferirían ser emprendedores.

Los estudiantes también perciben que sus amigos, compañeros de clase y especialmente su familia los apoyarían si deciden abrir su empresa y, considerando además que tienen las competencias para hacerlo.

Adicionalmente, se percibe que el 37,7% de los estudiantes proviene de padres que están involucrados en emprendimientos y el 12,7% tiene al padre, la madre o a ambos como accionistas mayoritarios en alguna empresa. Por otro lado, se ha observado que la presencia de padres autoempleados es mayor en los grupos de emprendedores activos que en el de los emprendedores nacientes, y en estos con relación a los estudiantes en general. Por lo que se podría decir que el tener padres emprendedores influye en la intención emprendedora de los hijos.

Tanto los emprendedores nacientes como los establecidos, piensan orientar u orientan sus emprendimientos al sector del comercio y el turismo fundamentalmente, en el caso de Chile. A nivel internacional, la orientación en ambos casos, es también el comercio, pero tienen más diversificada la distribución en diferentes áreas como marketing y publicidad, TIC y asesorías. Un desafío para las universidades es mostrar a los estudiantes en Chile nuevos rubros para orientar sus emprendimientos hacia sectores de mayor valor agregado. Se esperaría, dado el nivel educativo que tienen, que sus emprendimientos incorporen más innovación y conocimiento.

Finalmente, a pesar del fuerte interés que tienen los estudiantes en el emprendimiento, así como la percepción del apoyo familiar que recibirían, un porcentaje mayoritario todavía piensa en emplearse inmediatamente después de terminar la carrera. Esto no solo se observa en los estudiantes en general, sino también en el grupo de emprendedores nacientes y en los emprendedores activos. Cuando se les pregunta a estos dos últimos grupos si la empresa va a ser su prioridad cuando terminen la carrera, un porcentaje no menor responde negativamente (46,5% en el caso de emprendedores nacientes y 59,5% en el de los emprendedores activos). Estos resultados llaman la atención y obligan a realizarse algunas preguntas sobre el porqué no. Responder a esta pregunta requiere un estudio aparte porque no se tiene la información en este informe. De cualquier forma, queda el desafío de disminuir ese porcentaje, teniendo en consideración el fuerte interés que les genera el tema del emprendimiento.

Por último, este informe ha permitido tener un panorama general sobre la intención, actitud y actividad de los estudiantes universitarios en Chile, esperamos seguir mejorando y profundizando este informe en las siguientes versiones. Se espera que cada una de las universidades participantes de este proyecto realicen sus propios análisis y que estos les permita mejorar y rediseñar sus mallas curriculares en pro de una educación emprendedora.

Referencias

- Acs, Z. (2006). How is Entrepreneurship good for Economic Growth? *Innovations*, 1, 97-107.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior, *Journal of Applied Social Psychology*, 32(1), 1-20.
- Echecopar, G., Bustamante, C. y Bejares, C. (2011). *Entrepreneurial Intentions and Activities of Students in Chile. GUESSS 2011. National Report for Chile*. Santiago de Chile. Universidad Adolfo Ibañez.
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, M.A. :Addison-Wesley.
- Kantis, H. y Federico, J. (2012). Entrepreneurship policy in Latin America: trends and challenges, in R.A. Blackburn y M.T. Schaper (eds), *Government, SME and Entrepreneurship Development. Policy, Practice and Challenges*, Surrey: Gower Publishing, pp. 49-64.
- Kelley, D., Singer, S. y Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor. 2015 Global Report*. Babson College, Universidad del Desarrollo, Instituto Tecnológico de Monterrey y Universiti Tun Abdul Razak. Disponible en: www.gemconsortium.org.
- Mandakovic, V., Abarca, A. y Amorós, E. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor. Reporte Nacional de Chile 2015*. Santiago de Chile. Universidad del Desarrollo.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., y Zellweger, T. (2011). *Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the world: International report of GUESSS 2011*. KMU-HSG.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., y Zellweger, T. (2016). *Student Entrepreneurship 2016: Insights from 50 countries*. Saint Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU.

Sobre los Autores

Gianni Romaní Chocce:

Doctor y Magister en Administración de Empresas mención Finanzas de la Universidad de Sao Paulo, Brasil.
Directora del Centro de Emprendimiento y de la Pyme, CEMP.
Trabaja como profesora/investigadora del Departamento de Administración de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte. Sus áreas de investigación son Financiamiento para Pymes, Capital de Riesgo Formal e Informal y Emprendimiento.

Contacto: gachocce@ucn.cl

Miguel Atienza Úbeda:

MPh en Economía del Desarrollo y Doctor en Economía de la Universidad Autónoma de Madrid,
Trabaja como profesor/investigador del Departamento de Economía de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte. Sus áreas de investigación son el Desarrollo Regional, Localización, Emprendimiento y Economía de la Pyme.

Contacto: miatien@ucn.cl

Nicolás Rojas:

Magister © en Administración de empresas
Académico del Centro de Emprendimiento y de la Pyme, CEMP.
Trabaja como profesor del Departamento de Administración de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Católica del Norte.

Contacto: nrojas04@ucn.cl

Coordinación del GUESSS Chile

Centro de Emprendimiento y de la Pyme (CEMP)

Facultad de Economía y Administración

Universidad Católica del Norte

Av. Angamos 0610, Antofagasta

www.cemp.ucn.cl

Contacto: Gianni Romani

Directora

gachocce@ucn.cl

Tel: 56-55-2355769/2355746

Coordinación del GUESSS Internacional

Philipp Sieger

GUESSS Project Manager

University of Bern, Suiza

Philipp.sieger@imu.unibe.ch

Universidades socias que participaron en la versión GUESSS Chile 2016 ²

Nombre	Equipos	Unidad
Pontificia Universidad Católica de Chile	Natalia Moncada	Subdirectora de emprendimiento/ Centro de Innovación UC Anacleto Angelini
Pontificia Universidad Católica de Valparaíso	Carolina Silva	Directora de Innovación y emprendimiento
Universidad Adolfo Ibáñez · Santiago y Valparaíso	Sebastián Uriarte / Josefa Villarroel	Profesor / Garage UAI
Universidad Andrés Bello	Ximena Gamba	Coordinadora Emprendimiento FEN / UNAB
Universidad Austral de Chile · Valdivia, Coyhaique y Puerto Montt	Ester Fecci / Eduardo Aedo	Directora del Programa Centro de Emprendizaje, Campus Valdivia/Director Unidad de Estudios Regionales Trapananda Campus Patagonia.
Universidad Bernardo O'Higgins	Fernando Cooper	Director ciclo de vida del estudiante
Universidad Católica de la Santísima Concepción	Claudia Carrasco	Profesor Asistente Facultad de Ingeniería Industrial
Universidad Católica de Temuco	Pablo Müller	Profesor Asistente Facultad de ingeniería
Universidad Católica del Norte · Antofagasta	Gianni Romaní / Miguel Aienza / Nicolás Rojas	Centro de Emprendimiento y de la Pyme / FACEA
Universidad Católica del Norte · Coquimbo	Karla Soria	Centro de Emprendimiento y Desarrollo Empresarial / ECIEM
Universidad de Antofagasta	Gonzalo Flores	Director CEDEUA
Universidad de Chile	Christian Cancino / Soledad Etchebarne	Facultad de Economía y Negocios
Universidad de Concepción · Chillán, Concepción y Los Ángeles	Pedro Vera	Director Programa de Fomento y Desarrollo del Emprendimiento (EMPRENDO)
Universidad de La Frontera	Andrea Sandoval Díaz	Departamento de Ingeniería Industrial y de Sistemas
Universidad de Los Lagos · Osorno, Puerto Montt y Castro	Cristian Bucarey	Subdirector de Vinculación con el Medio

² En orden alfabético por universidades y con el cargo que ocupaban cuando se realizó el levantamiento de la información

Universidad de Playa Ancha	Bianca Dapelo	Directora alterna de vinculación
Universidad de Viña del Mar	Andrés Valdés	Coordinador de extensión
Universidad del Bío Bío	Víctor Mora	Director de Incubadora de Empresas
Universidad del Desarrollo · Santiago y Concepción	Adriana Abarca	Coordinadora de investigación Facultad de Economía y Negocios
Universidad Santo Tomás · Antofagasta	Marcelo Zepeda M. / Amelia Carrero G.	Coordinador Escuela Interuniversitaria de Innovación Social/Directora Escuela de Ingeniería Comercial.
Universidad Técnica Federico Santa María · Valparaíso y Santiago	Cristóbal Fernández Robin	Director Centro de Ingeniería de Mercado

Presentación de los Auspiciadores



Minera Escondida es la operación de cobre individual de mayor producción en el mundo. Produce concentrado y cátodos de cobre. Se ubica en la Región de Antofagasta, Chile, a 170 km al sureste de la ciudad de Antofagasta y a 3.100 metros sobre el nivel del mar. Sus oficinas corporativas se encuentran en Antofagasta.

Minera Escondida fue descubierta el 14 de marzo de 1981 y se inauguró formalmente diez años después, el 14 de marzo de 1991.



La Universidad Católica del Norte fundada en 1956 sustentada en los valores del Humanismo Cristiano, tiene como misión la constante búsqueda de la verdad para contribuir al desarrollo de la persona, de la sociedad y de la herencia cultural de la comunidad mediante docencia, la investigación y la extensión y ha incorporado el emprendimiento como una de las competencias a desarrollar en sus alumnos fomentando la creatividad, eficiencia y corresponsabilidad, en la perspectiva de los conceptos de sustentabilidad, solidaridad y bien común.



www.cemp.ucn.cl