



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

Actitud de los estudiantes universitarios uruguayos hacia el espíritu emprendedor

Reporte Nacional GUESSS Uruguay 2021

Adriana Bonomo-Odizzio
Roberto Volfovicz- León

Catherine Krauss-Delorme
Renzo Imbrigo

ITHAKA



UCU

Universidad
Católica del
Uruguay



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



initium
UNIVERSIDAD DE MONTEVIDEO



Como citar:

Bonomo-Odizzio, A.; Krauss-Delorme, C.; Volfovicz-León, R.; Imbriago-Spagna, R. Actitud de los estudiantes universitarios uruguayos hacia el espíritu emprendedor. Reporte Nacional GUESSS. Uruguay 2021. Universidad Católica del Uruguay.

Prefacio

La edición 2021 del Estudio Global sobre Espíritu Emprendedor Universitario, también llamado GUESSS por sus siglas en inglés (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), se da en un contexto de pandemia mundial, sin precedente alguno. En Uruguay esta pandemia ha generado una enorme crisis laboral (INE, 2020), donde emprendedores han creado empresas innovadoras, dinámicas y competitivas que han servido como fomento de la economía nacional. (Solomita, 2021)

Este estudio data sus inicios en 2003 bajo el liderazgo de las Universidades de Berna y St.Gallen, ambas en Suiza. Para esta edición, Uruguay ha participado, gracias a una alianza de siete universidades, a lo largo de todo el país, logrando obtener más de 1.800 encuestas.

El estudio GUESSS Uruguay es una iniciativa de un equipo de investigadores conformado por, Adriana Bonomo-Odizzio, Catherine Krauss-Delorme, Roberto Volfovicz León, Renzo Imbriago-Spagna del Centro Ithaka de Emprendimiento e Innovación de la Universidad Católica del Uruguay.

El aporte de los colegas en cada universidad aliada fue fundamental para el logro de los objetivos. El equipo completo del GUESSS Uruguay se conformó de la siguiente forma.

Universidad	Profesores
CLAEH - Universidad CLAEH	Leopoldo Font, María Calo
CURE- Centro Universitario Regional del Este UDELAR	Cecilia de Soto
UCU - Universidad Católica del Uruguay	Adriana Bonomo-Odizzio, Catherine Krauss-Delorme, Roberto Volfovicz León, Renzo Imbriago-Spagna
UDE - Universidad de la Empresa	Natalia Aviaga, Jorge Castro y Juan Irazoqui
UDELAR - Universidad de la República del Uruguay	María Messina y Javier Ramos.
UM - Universidad de Montevideo	Josefina Maisonnave Aishemberg
UTEC - Universidad Tecnológica del Uruguay	Virginia Ferrari

Agradecemos a las siete universidades que han apoyado este proyecto, a sus autoridades que han fomentado a los estudiantes a responder las encuestas, y principalmente a los estudiantes que han adherido a la propuesta. También agradecer al GUESSS mundial y destacar que el estudio es apoyado por la empresa EY (Ernst & Young) como aliado global del proyecto.

Contenido

Prefacio.....	2
Resumen Ejecutivo.....	8
Intenciones emprendedoras de la población estudiantil	8
Determinantes de las intenciones emprendedoras	8
Emprendedores nacientes y activos	8
1 Introducción	9
1.1 El Proyecto GUESSS.....	9
1.2 Marco conceptual	10
1.3 Proyecto GUESSS Uruguay 2021	11
2 Información de la muestra.....	12
2.1 Sobre los estudios	12
2.2 Datos sociodemográficos.....	15
3 Intenciones de desarrollo profesional e intenciones emprendedoras	17
3.1 Intenciones de desarrollo profesional al graduarse y cinco años después.	17
3.2 Emprendedores nacientes y activos	18
4 Impulsores de la intención emprendedora	20
4.1 El ambiente universitario.....	20
4.2 Habilidades emprendedoras (Locus de control, actitud emprendedora y autoeficacia)	22
4.3 Entorno familiar.....	24
5 Emprendedores nacientes.....	25
5.1 Descripciones.....	25
5.2 Características.....	29
6 Emprendedores activos	32
6.1 Descripciones.....	33
6.2 Características.....	36
7 Emprendedurismo familiar	43
7.1 Descripciones.....	43
7.2 Características.....	47
8 Conclusiones y reflexiones	50
8.1 Desempleo y emprendedurismo	50
8.2 Estímulos universitarios al emprendimiento	50
8.3 Estabilidad primero, emprendedurismo después	51

8.4	Emprendedurismo colectivo	51
8.5	Sucesión no como objetivo primario	51
8.6	COVID-19	52
9	Desafíos hacia las universidades	52
10	Referencias	54

Índice de Tablas

Tabla 1-1	Resultados del Proyecto GUESSS en general	10
Tabla 1-2	Universidad participantes	11
Tabla 1-3	Participantes por universidad	12
Tabla 7-1	Emprendimientos por universidad	44

Índice de Figuras

Figura 2-1.	Nivel de estudio de los participantes del GUESSS Uruguay 2021.	13
Figura 2-2	Área de estudio de los participantes.	14
Figura 2-3	Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	14
Figura 2-4	Edad de los entrevistados en porcentaje.	15
Figura 2-5	Género de los entrevistados por porcentaje.....	15
Figura 2-6	Estado civil de los entrevistados en porcentaje.	16
Figura 2-7	Nacionalidad de los entrevistados por porcentaje.	16
Figura 3-1	Intención de desarrollo profesional.	17
Figura 3-2	Intención de desarrollo profesional agrupada en 3 grupos.	18
Figura 3-3	Porcentaje de entrevistados con intención de comenzar el negocio propio, o trabajando en un negocio propio.	18
Figura 3-4	Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	19
Figura 3-5	Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	19
Figura 4-1	Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	20
Figura 4-2	Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	21
Figura 4-3	Porcentaje de entrevistados según la frase que les corresponda.....	21
Figura 4-4	Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	22
Figura 4-5	Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	22
Figura 4-6	Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	23

Figura 4-7 Promedio del nivel competencias.....	23
Figura 4-8 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	24
Figura 4-9 Porcentaje de entrevistados en respuesta a la pregunta ¿Son tus padres trabajadores independientes?	24
Figura 4-10 Porcentaje de entrevistados en respuesta a la pregunta ¿Son tus padres dueños mayoritarios de un negocio?	25
Figura 4-11 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.....	25
Figura 5-1 Porcentaje de entrevistados respecto a cuando planea completar su proceso fundacional.	26
Figura 5-2 Porcentaje de entrevistados respecto a su intención sobre el negocio de emprendedor se vuelva su principal ingreso.	26
Figura 5-3 Porcentaje de los entrevistados sobre haber creado algún negocio anteriormente.	27
Figura 5-4 Porcentaje de entrevistados respecto a cómo emergió la puesta en marcha del negocio.	27
Figura 5-5 Porcentaje de los entrevistados respecto a si planea crear este negocio principalmente debido a la pandemia COVID-19.	28
Figura 5-6 Porcentaje de los entrevistados según el sector económico en el cual su negocio se desarrollará.	28
Figura 5-7 Porcentaje de entrevistados respecto a cuál o cuáles de las siguientes actividades han realizado de cara a comenzar un negocio.	29
Figura 5-8 Porcentaje de los entrevistados según su elección respecto a su negocio.	29
Figura 5-9 Porcentaje de entrevistados respecto a con cuántas personas han comenzado el negocio.	30
Figura 5-10 Porcentaje de entrevistados respecto a cuál será su porcentaje dentro del negocio.	30
Figura 5-11 Porcentaje de entrevistados respecto a por qué están empezando un negocio solos.	31
Figura 5-12 Promedio de respuestas según el nivel de aprobación a las frases consultadas. ..	31
Figura 5-14 Promedio de respuestas según el nivel de aprobación a las frases consultadas. ..	32
Figura 5-15 Promedio de respuestas según el nivel de aprobación a las frases consultadas. ..	32
Figura 6-1 Número de socios según categoría.	33
Figura 6-2 Porcentaje de entrevistados según su porcentaje de participación.	33
Figura 6-3 Porcentaje de emprendimientos según el número de empleados en la plantilla.....	34
Figura 6-4 Porcentaje de entrevistados según el período en que comenzó el negocio.	34

Figura 6-5 Porcentaje de entrevistados sobre si han empezado su negocio debido a COVID-19.....	35
Figura 6-6 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas. ..	35
Figura 6-7 Porcentaje de entrevistados según si quieren que su negocio sea su principal ocupación profesional.	36
Figura 6-8 Porcentaje de entrevistados según si han empezado otro negocio antes.	36
Figura 6-9 Porcentaje de entrevistados según la rama previa en la que incursionaron.....	37
Figura 6-10 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.	38
Figura 6-11 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.	38
Figura 6-12 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.	39
Figura 6-13 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.	40
Figura 6-14 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas .	40
Figura 6-15 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.	41
Figura 6-16 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.	41
Figura 6-17 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.	42
Figura 6-18 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.	42
Figura 6-19 Promedio del nivel de calificación de los entrevistados según cómo califica el desempeño de su empresa en comparación con sus competidores desde su creación en los siguientes ítems.	43
Figura 7-1 Años en los que fueron establecidos los emprendimientos.	44
Figura 7-2 Número de empleados tiempo completo.	45
Figura 7-3 Porcentaje según si los familiares están liderando el negocio.....	45
Figura 7-4 Porcentaje del paquete accionario correspondiente a la familia.....	45
Figura 7-5 Porcentaje de emprendedores según si tienen o no participación accionario personal.	46
Figura 7-6 Porcentaje de entrevistados que han trabajado para el negocio familiar.....	46
Figura 7-7 Porcentaje según la actividad en la que el negocio familiar se desarrolla.....	46
Figura 7-8 Porcentaje de entrevistados que consideran o no el negocio como "familiar".....	47
Figura 7-9 Porcentaje de entrevistados según el número de hermanos mayores.	47
Figura 7-10 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.	48
Figura 7-11 Promedio del nivel de calificación de los entrevistados según cómo califica el desempeño de su empresa familiar en comparación con sus competidores desde su creación en los siguientes ítems.	48

Figura 7-12 Porcentaje según si el negocio familiar y el personal comparten mercado y/o industria.....	49
Figura 7-13 Porcentaje según si los padres poseen parte del paquete accionario de la empresa personal.	49
Figura 7-14 Porcentaje según si existen transacciones relevantes entre ambos negocios.....	49

Resumen Ejecutivo

Se presentan a continuación los principales resultados obtenidos de las respuestas de 1.843 estudiantes provenientes de 7 universidades a lo largo y ancho del país.

Intenciones emprendedoras de la población estudiantil

Un 27% de los encuestados desea fundar su propio negocio una vez graduado. A nivel mundial este porcentaje desciende a 17,8%. Un 42% lo pretende una vez transcurridos cinco años de haberse graduado. A nivel mundial el resultado fue 32,3%.

Tanto en nuestro país como globalmente, se repite que primero prefieren obtener un empleo que proporcione estabilidad y luego emprender.

Determinantes de las intenciones emprendedoras

La mayoría de los estudiantes calificó como positivo el clima universitario, y afirmó que es un ambiente inspirador para convertirse en emprendedor. Además de que ven aumentadas sus capacidades emprendedoras gracias a los cursos generales que han tomado.

El mayor porcentaje de emprendedores nacientes y activos no ha tomado curso alguno relativo al emprendimiento. Más de la mitad de los estudiantes provienen de familias donde el padre o la madre trabajan de forma independiente.

El COVID-19 ha tenido influencia en la creación de nuevos negocios en uno de cada cinco casos.

Emprendedores nacientes y activos

A nivel nacional estas cifras se situaron en 35% para los emprendedores nacientes y 18% para los emprendedores activos, en cambio, globalmente los porcentajes se ubican 28,4% en el primer caso y 28,9% para el segundo caso.

1 Introducción

1.1 El Proyecto GUESSS

El proyecto GUESSS es una investigación a nivel mundial, el cual se focaliza en la intención y las actividades relativas al emprendimientos de la población estudiantil universitaria. Este proyecto global es fruto de la coordinación de las universidades suizas, la Universidad de St. Gallen y la Universidad de Berna, esta última se encuentra bajo el mando del profesor Dr. Philipp Sieger como Director Ejecutivo (CEO). Cada país participante, dispone de un equipo oficial el cual coordina la recolección, recopilado y analiza los datos proporcionados por las universidades asociadas, conformado por un grupo de profesores-investigadores.

El informe GUESSS tiene por objetivo principal el generar conocimiento y comprensión de la intención emprendedora y la actividad de los estudiantes. Por otro lado, busca dirigir los resultados del informe a todas aquellas comunidades o sectores interesados: estudiantil, académica, empresarial, político, entre otros.

Dentro de lo consultado a los estudiantes se incluye información referente a sus intenciones emprendedoras, como fue antes mencionado, pero también emprendimientos nacientes, el crecimiento y rendimiento de nuevos emprendimientos, la sucesión de emprendimientos familiares, así como el crecimiento y desarrollo de estos, y el impacto de la pandemia COVID-19. Además, se estudia el contexto familiar del encuestado, así como su contexto universitario, cultural e institucional.

Estas encuestas a nivel mundial se realizan con una frecuencia temporal de dos o tres años, intentando abarcar el mayor número de países posibles. Se lleva a cabo a través de un cuestionario en línea, que es administrado centralmente desde la Universidad St. Gallen, con escalas de medición validadas y actualizadas.

En la tabla a continuación se lista el desarrollo y evolución que ha tenido el proyecto GUESSS a lo largo de más de una década, donde se observa el crecimiento y consolidación del proyecto. El contenido de esta tabla ha sido obtenido de la página oficial de GUESSS.

Año	Observación
2003	Primera recolección de datos dirigida por la Universidad de St. Gallen, Suiza.
2004	Segunda recolección de datos. Dirigida en cooperación entre Universidad de St. Gallen, Suiza y la Cátedra de Emprendimiento en la European Business School de Alemania.
2006	Tercera recolección de datos. Participaron 14 países y se logró obtener datos de 37 000 estudiantes aproximadamente.
2008	Cuarta recolección de datos. Participaron 19 países y se alcanzó alrededor de 63 000 respuestas.
2011	Quinta recolección de datos con la participación de 26 países, se consiguieron más de 93 000 respuestas. Poco más de 500 universidades se involucraron.
2013/2014	Sexta recolección de datos: 34 países, se obtuvo 109 000 respuestas de estudiantes de 759 universidades contactadas.
2016	Sétima recolección de datos: 50 países, 122 509 respuestas, más de 1000 universidades participantes.
2018	Octava recolección de datos: 54 países, más de 208 000 respuestas, de más de 3 000 universidades contactadas.
2021	Novena recolección de datos: 58 países, 267 366 respuestas, ambos números récord.

Tabla 1-1 Resultados del Proyecto GUESSS en general

1.2 Marco conceptual

El fenómeno emprendedor es considerado multinivel y en el marco de dicho proceso es afectado por el contexto universitario, las variables cognitivas, la educación emprendedora, entre otras que determinan la intención emprendedora de los estudiantes universitarios (Bergmann, Hundt, & Sternberg, 2016), (Morris, Shirokova, & Tsukanova, 2017), (Leiva, Mora-Esquivel, Krauss-Delorme, Bonomo-Odizzio, & Soliz-Salazar, 2021), (Sánchez, Lanero, & Yurrebaso, 2005).

Dado el impacto que genera el emprendimiento en la economía y la sociedad, es de interés estudiar el proceso emprendedor a nivel universitario (Acs, Audretsch, & Lehmann, 2013).

La necesidad del desarrollo de las capacidades y habilidades como la creatividad, la empatía y el ingenio, han estado aparejadas a la 4ta Revolución Industrial, junto a oportunidades sin precedentes (Din, Anual, & Usman, 2016) (Krauss, Bonomo, & Volfovicz, 2018) (Welsh, Tullar, & Nemati, 2016).

Además, hoy en día se ha ampliado el rango de posibilidades para comenzar un emprendimiento, donde los estudiantes pueden apuntar a ser *freelancers* en el mundo virtual, dada la dificultad que presenta la actualidad para obtener un trabajo de oficina. Todo depende de la creatividad y capacidad de cada emprendedor (Nayan et al., 2021).

El cuestionario GUESSS (Sieger & Braun, 2020) permite realizar un análisis de los estudiantes en áreas como su intención de emprender, el desarrollo de nuevos emprendimientos, el contexto e impacto no solo universitario sino también familiar, entre otros. Este cuestionario se basa en la teoría del comportamiento planificado, herramienta muy útil para esta finalidad (Geldereren, Praag, Bodewes, Poutsma, & Gils, 2008) (Liñán & Chen, 2009), donde se utiliza el modelo de (Ajzen, 1991), quien establece que la intención emprendedora se ve afectada por tres variables: las actitudes, el control del comportamiento y las normas subjetivas.

Por lo tanto, el proyecto GUESSS pretende investigar estos tres influyentes de la intención emprendedora mediante una serie de preguntas, tanto de respuesta única como de formato “Linkert”, con la finalidad de entender el comportamiento emprendedor de los estudiantes.

1.3 Proyecto GUESSS Uruguay 2021

La edición 2021 es la tercera edición del Proyecto GUESSS en la que participó Uruguay. En esta edición, se unieron para la realización de la recopilación de la información de siete universidades, las que se listan a continuación.

CLAEH - Universidad CLAEH	Privada
CURE- Centro Universitario Regional del Este UDELAR	Pública
UCU - Universidad Católica del Uruguay	Privada
UDE - Universidad de la Empresa	Privada
UDELAR - Universidad de la República del Uruguay	Pública
UM - Universidad de Montevideo	Privada
UTEC - Universidad Tecnológica del Uruguay	Pública

Tabla 1-2 *Universidad participantes*

Durante el período de mayo a junio se recabaron 1820 datos, los cuales se distribuyeron de la siguiente manera de acuerdo con el centro en el que estudiaba cada participante.

Universidad	N° Participantes	%
CLAEH - Universidad CLAEH	60	3,3
CURE- Centro Universitario Regional del Este UDELAR	122	6,7
UCU - Universidad Católica del Uruguay	612	33,5
UDE - Universidad de la Empresa	158	8,6
UDELAR - Universidad de la República del Uruguay	245	13,4
UM - Universidad de Montevideo	479	26,2
UTEC - Universidad Tecnológica del Uruguay	152	8,3
Total	1828	100

Tabla 1-3 *Participantes por universidad*

2 Información de la muestra

En esta sección se optó por realizar una división de la información en dos grandes partes: el primero contiene información referente a los estudios de los encuestados (incluyendo grado académico, área de estudio, etc.); en segunda instancia se incluye un apartado referente a información sociodemográfica de la muestra.

2.1 Sobre los estudios

Dado que la población universitaria se conforma en su mayor medida por estudiantes en curso, es decir, no han terminado sus estudios universitarios de grado, es razonable que el mayor porcentaje de las respuestas obtenidas corresponda a estudiantes de pregrado (76,2%), y porcentaje que decrece a medida que aumenta el grado del nivel educativo (Graduado 14,7%, MBA 8,1%, PhD 1%), como se muestra en la Figura 2-1. Además, se observa una clara diferencia en los estudiantes de pregrado donde prevalecen las mujeres por una diferencia de 17%.

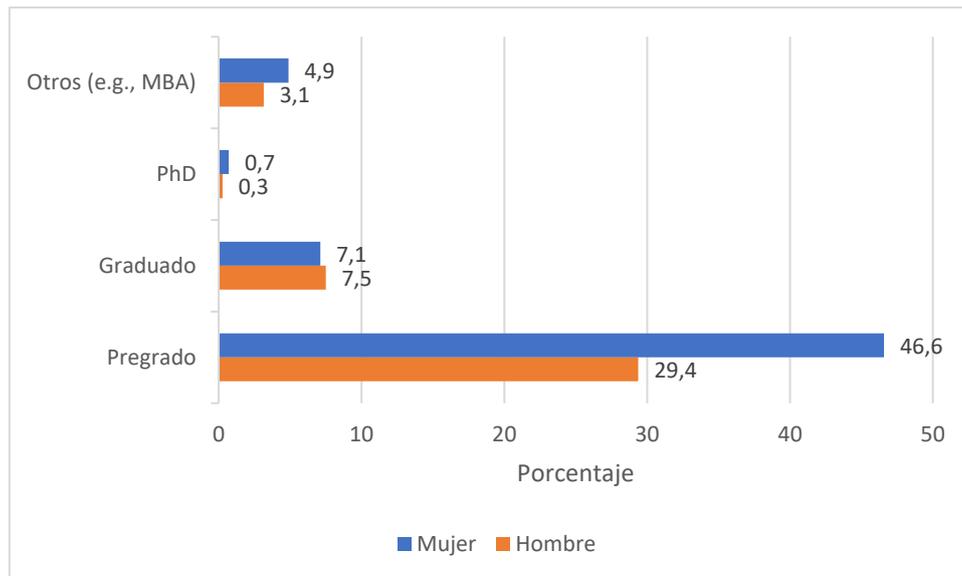


Figura 2-1. Nivel de estudio de los participantes del GUESSS Uruguay 2021.

En segundo lugar, y tal como lo muestra la Figura 2-2, se observa que un tercio de los estudiantes muestreados (32%) están cursando carreras relativas al área de negocios o administración empresarial. De igual manera se aprecia una distribución equitativa de los encuestados en áreas de economía, ingenierías, medicina, ciencias sociales, y leyes (entre un 7% y 13% cada una); quedando relegadas un escalón por detrás áreas como matemáticas, ciencias del arte, naturales, y de computación, con porcentajes menores a un 5% entre otras.

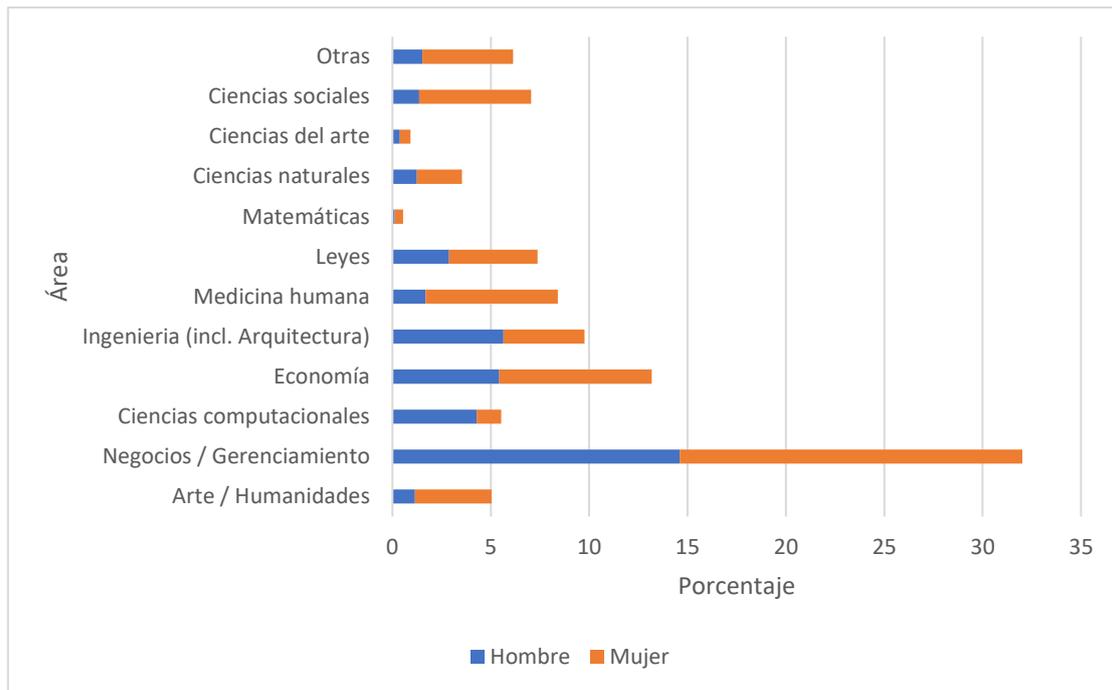


Figura 2-2 Área de estudio de los participantes.

Finalmente, al ser consultadas sobre su conformidad respecto a sus logros y calidad de vida, mediante la puntuación de aprobación según cinco diferentes frases, se puede apreciar como en promedio existe satisfacción dentro de los entrevistados. Sin embargo, existe ese deseo de cambiar algún aspecto referente a su vida. Ver Figura 2-3

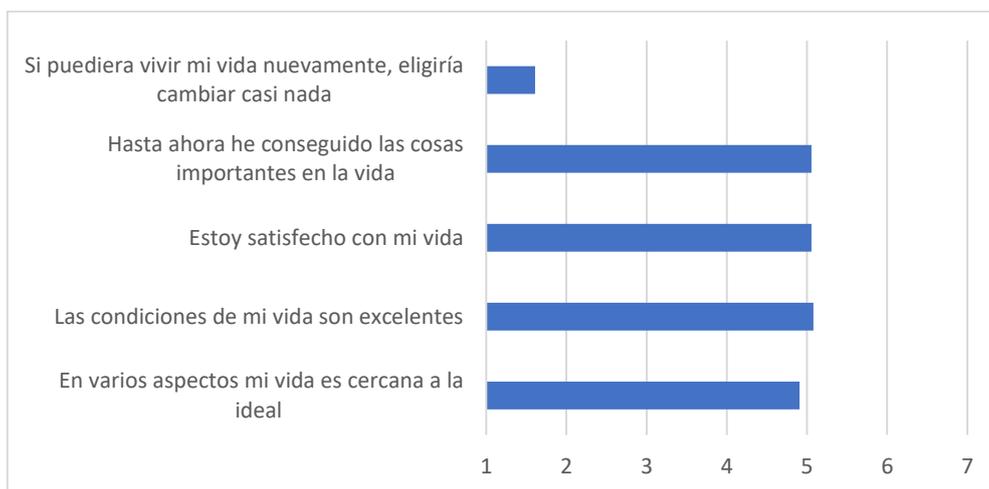


Figura 2-3 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

2.2 Datos sociodemográficos

Respecto a las franjas etarias de los entrevistados, se observa que más de la mitad de los entrevistados, pertenecen a un grupo etario entre 20 y 30 años, esto es notorio ya que como se mencionó anteriormente, la mayoría son estudiantes son de pregrado. Luego se observa como los porcentajes disminuyen a medida que se aumenta la edad. Ver figura 2-4

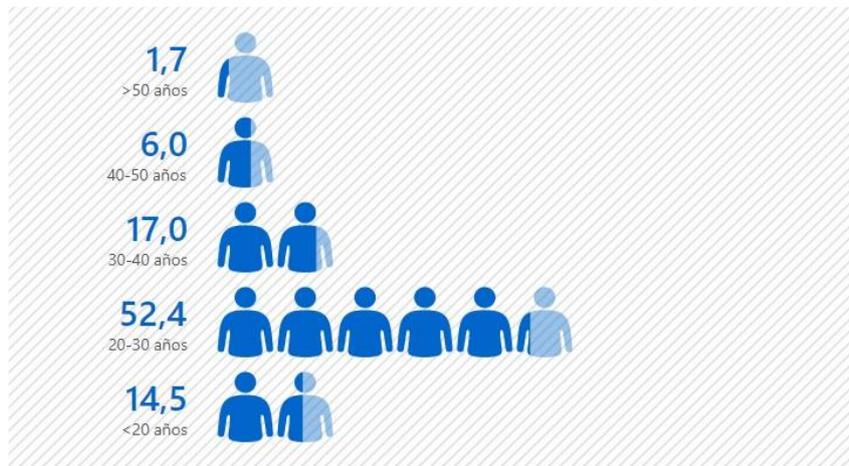


Figura 2-4 Edad de los entrevistados en porcentaje.

La muestra se ha conformado por un 60% mujeres y un 40% hombres, siendo mayormente mujeres.

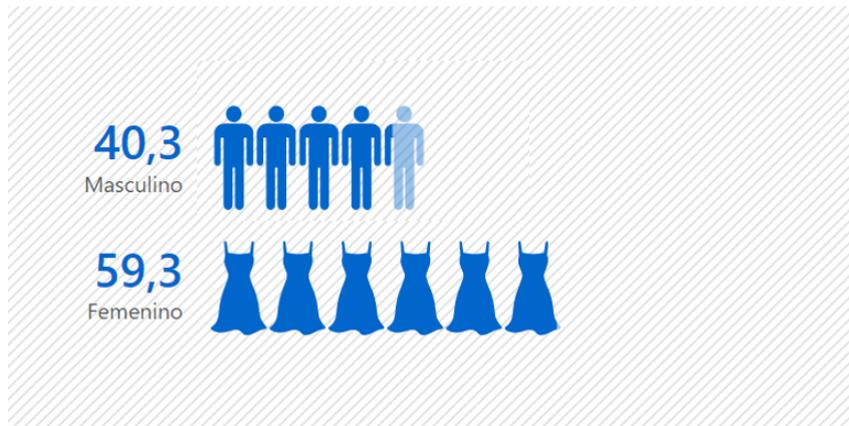


Figura 2-5 Género de los entrevistados por porcentaje

Tras consultar el estado civil, se observó que un 82,3% se encuentra soltero, 9,5% casado y un 7,2% en otro tipo de relación conyugal. Ver figura 2-6

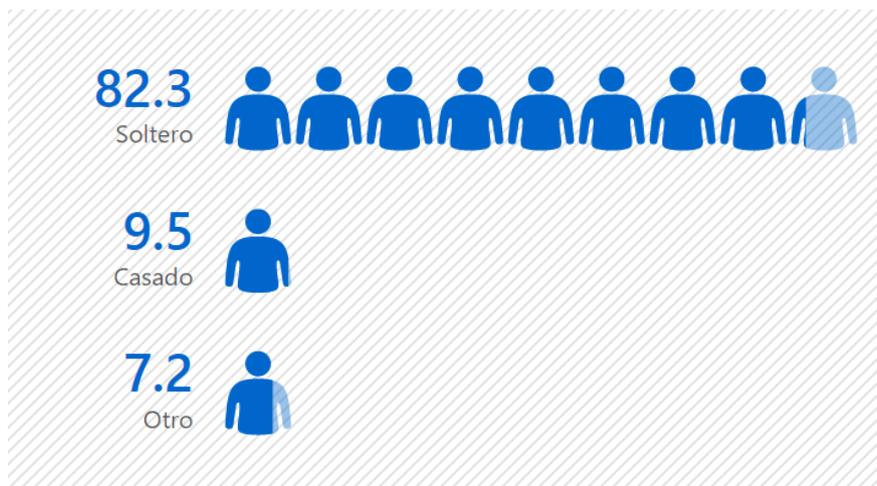


Figura 2-6 Estado civil de los entrevistados en porcentaje.

Finalmente, respecto a las nacionalidades de los encuestados, un 77,3% son locales y un 2,9% pertenece a otras nacionalidades.

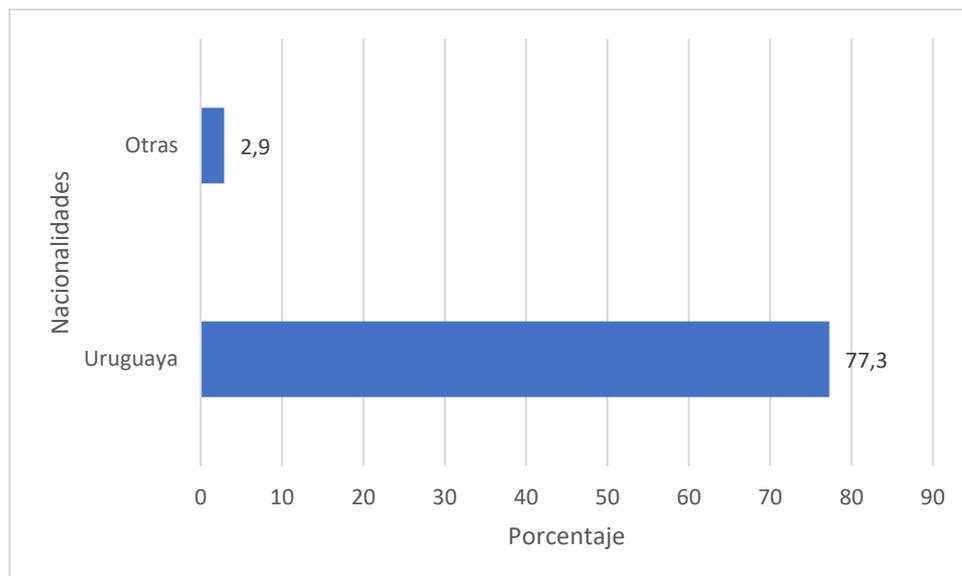


Figura 2-7 Nacionalidad de los entrevistados por porcentaje.

3 Intenciones de desarrollo profesional e intenciones emprendedoras

3.1 Intenciones de desarrollo profesional al graduarse y cinco años después.

Como uno de sus puntos de partida, el estudio GUESSS pretende conocer cuáles son las intenciones de desarrollo profesional de las personas, tanto al momento de graduarse como en los cinco años posteriores. En esta ocasión se ha observado que más de un 25% pretende convertirse en un fundador trabajando para su propia empresa al momento de graduarse y más de un 40% lo pretende en los cinco años posteriores. Ver figura 3-1

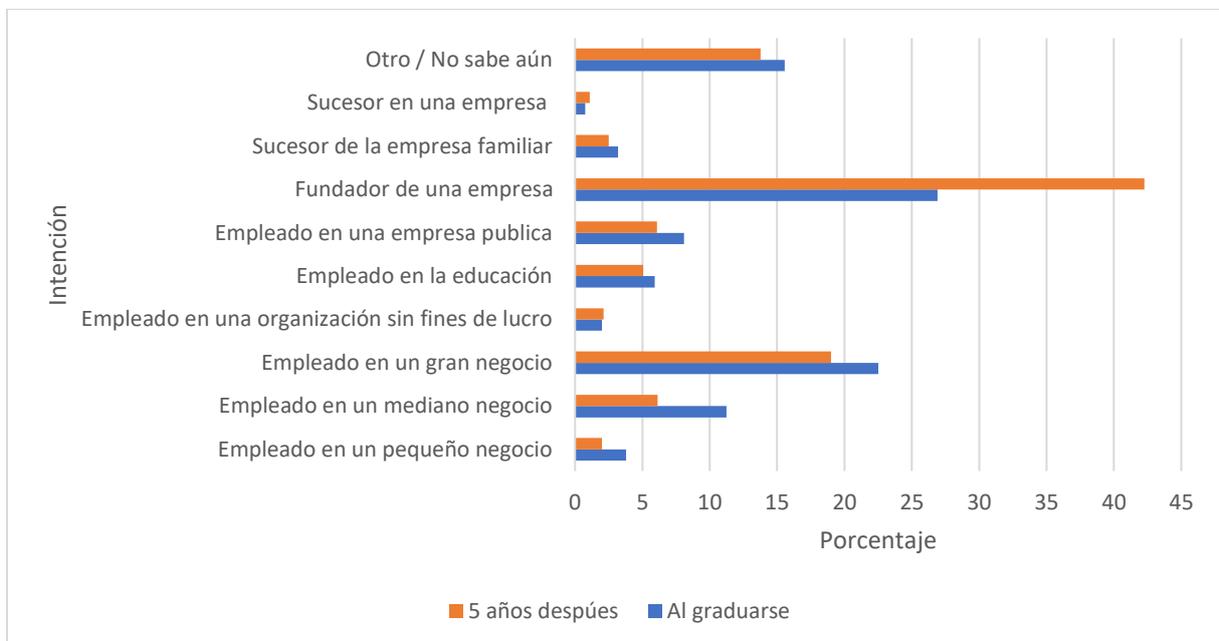


Figura 3-1 Intención de desarrollo profesional.

Sin embargo, es notorio que una vez graduados, los encuestados prefieren formar parte de la masa empleada. Un 53,6% asegura preferir ser empleado una vez graduado, valor que surge de agrupar toda categoría que involucre esta modalidad de empleo. Ver figura 3-1

Por otra parte, si se cambia el foco y se observa hacia el futuro, los papeles se ven invertidos, y es más atractivo ser parte del grupo emprendedor, con un 42,3% frente al 40,4% respectivo a ser empleado. La opción referente a ser sucesor de una empresa es la menos preferida en comparación con las otras. Ver figura 3-2

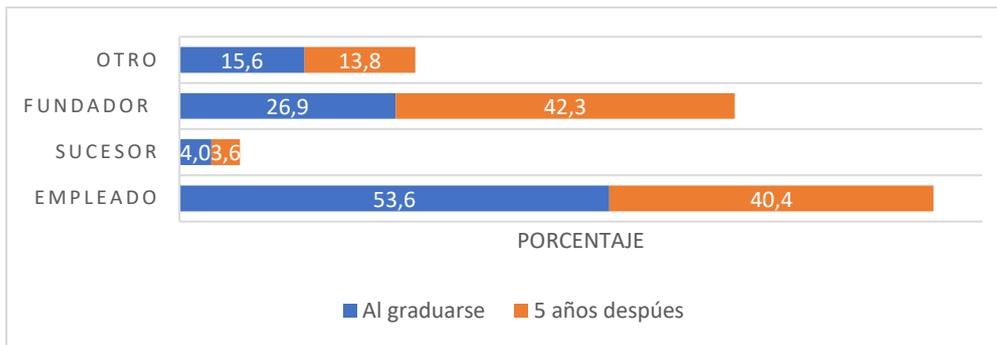


Figura 3-2 Intención de desarrollo profesional agrupada en 3 grupos.

3.2 Emprendedores nacientes y activos

Dentro del reporte GUESSS se analiza los estudiantes que están en un proceso de creación de un negocio, es decir, emprendedores nacientes, y aquellos que ya han formado su propio negocio, emprendedores activos.

Estos fueron clasificados gracias a las siguientes preguntas:

- “¿estás actualmente tratando de iniciar tu propio negocio/convertirte en auto empleado?”
- “¿estás actualmente operando/gestionando tu propio negocio o ya estas autoempleado?”

Como se observa en la figura a continuación, de los entrevistados soloun 35% pertenece al grupo de los emprendedores nacientes, mientras que los emprendedores activos se sitúan en 18%. Ver Figura 3-3

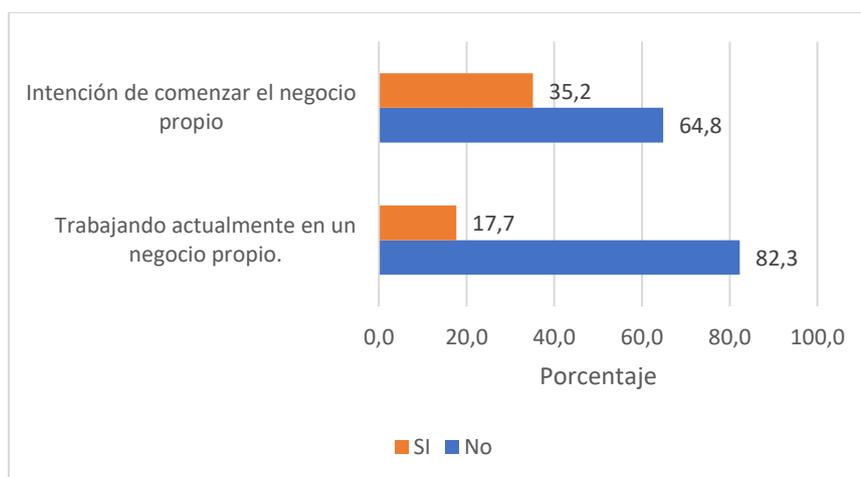


Figura 3-3 Porcentaje de entrevistados con intención de comenzar el negocio propio, o trabajando en un negocio propio.

Al momento de analizar las intenciones emprendedoras, parece pertinente prestar atención a cómo ven los estudiantes el riesgo intrínseco a la hora de elegir un empleo como de emprender. En la figura 3-4 se han consultado a los estudiantes tres diferentes frases en relación con esto, y se realizó el promedio de las respuestas de cada una, donde 1 representaba “muy en desacuerdo” y 7 “muy de acuerdo”. De esta forma se observa que, en promedio, los estudiantes están dispuestos a asumir riesgos a la hora de elegir un empleo o empresa para trabajar.

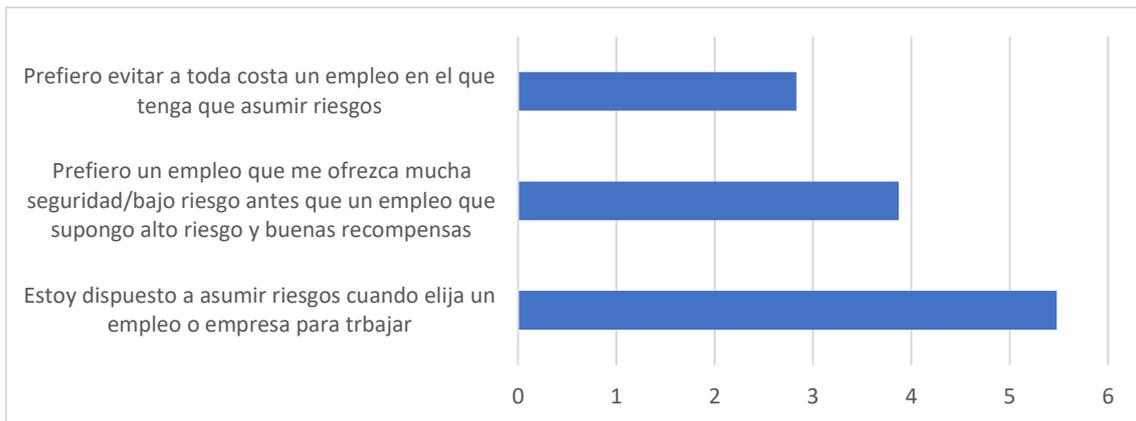


Figura 3-4 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

En segundo lugar, se analizó las actitudes de los universitarios de cara a comenzar un negocio o emprendimiento. Se logró observar una predisposición y actitud levemente favorable hacia el emprendedurismo, donde en cinco de las seis categorías consultadas se obtuvo promedios de aprobación mayores a 4, sin embargo, en la categoría “estoy listo para hacer lo necesario para emprender”, se obtuvo un promedio de 3,8. Donde 1 representaba “muy en desacuerdo”, y 7 “muy de acuerdo”. Ver figura 3-5

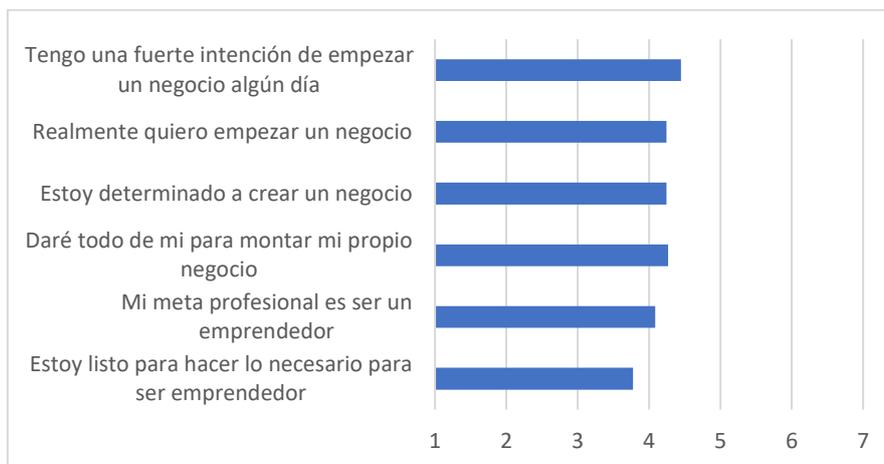


Figura 3-5 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

4 Impulsores de la intención emprendedora

4.1 El ambiente universitario

Esta sección basa sus preguntas en (Lüthje & Franke, 2004), quienes analizan la importancia del contexto académico, dado las condiciones de formar y fomentar las intenciones empresariales presentes en las universidades.

Dentro de la encuesta realizada se consultó la participación de los estudiantes en cursos y actividades referentes al emprendedurismo, así como la percepción de los estudiantes de la utilidad y crecimiento que dichos cursos les han aportado. En su conjunto permite tener una visión de la valoración que se tiene del ambiente universitario propicio para inculcar un espíritu emprendedor.

Para esto se realizaron cinco diferentes grupos de categorías en las cuales los encuestados debían seleccionar su nivel de aprobación a las frases correspondientes. Con lo que se obtuvo los siguientes resultados:

En primer lugar, se consultó la percepción sobre el entorno o clima universitario, como se observa en la figura siguiente todas las categorías obtuvieron un promedio de aprobación en el entorno de cinco, es decir un clima positivo o moderadamente positivo a la hora de incentivar el emprendedurismo. Ver figura 4-1



Figura 4-1 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

Asimismo, se constató que los cursos ofrecidos por las universidades han sido de interés y han contribuido con el crecimiento de los estudiantes respecto al emprender donde en las cinco categorías consultadas se obtuvo respuestas en promedio mayores a 4,5.

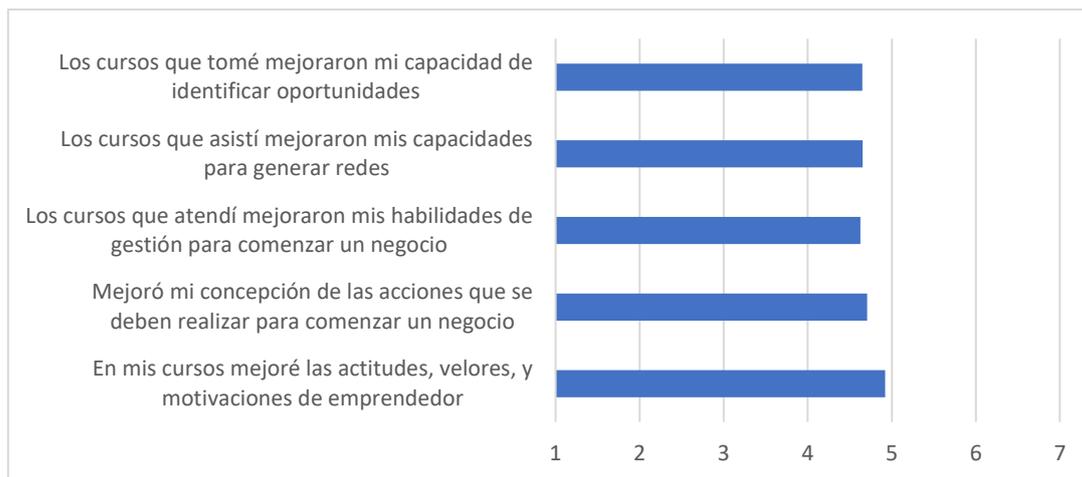


Figura 4-2 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

En segundo lugar, se observó que más de un 13% de los encuestados ha seleccionado su universidad por la reputación respecto a la educación emprendedora.

El 28,6% de los emprendedores nacientes activos y el 23% sin intención de emprender, no hay tomado ningún curso de emprendimiento. Si bien, el número de estudiantes de programas específicos de emprendedurismo, se ubicó en un 8,3% en 2021, aquellos que optaron por materias optativas tuvo una participación del 27%, y por último las materias obligatorias se ubicaron en un 21%. Se observa una nueva forma de educación en donde está empezando a priorizar a tener al menos, alguna materia optativa sobre emprendimiento.

Ver figura 4-3

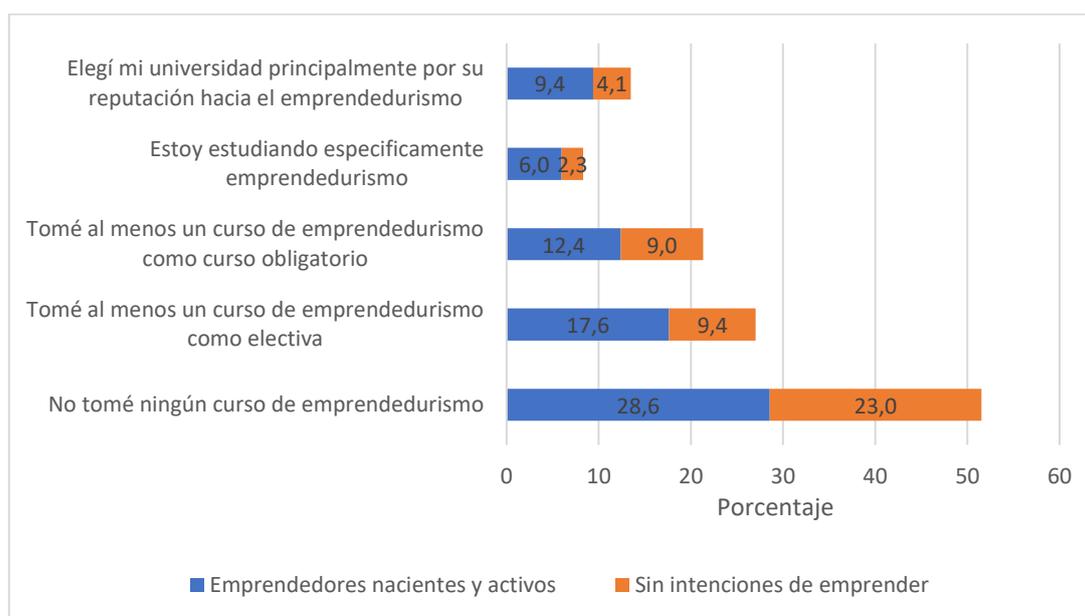


Figura 4-3 Porcentaje de entrevistados según la frase que les corresponda.

En tercer lugar, se consultó a los estudiantes con respecto a la actitud de la universidad frente a asegurar la equitatividad de la calidad educativa, las habilidades de los estudiantes para lograr un desarrollo sostenible y su participación en la toma de decisiones. A la hora de analizar las respuestas a las frases consultadas se obtuvo promedios superiores a 5,5 puntos, lo que implica una percepción positiva de los estudiantes frente a su universidad.

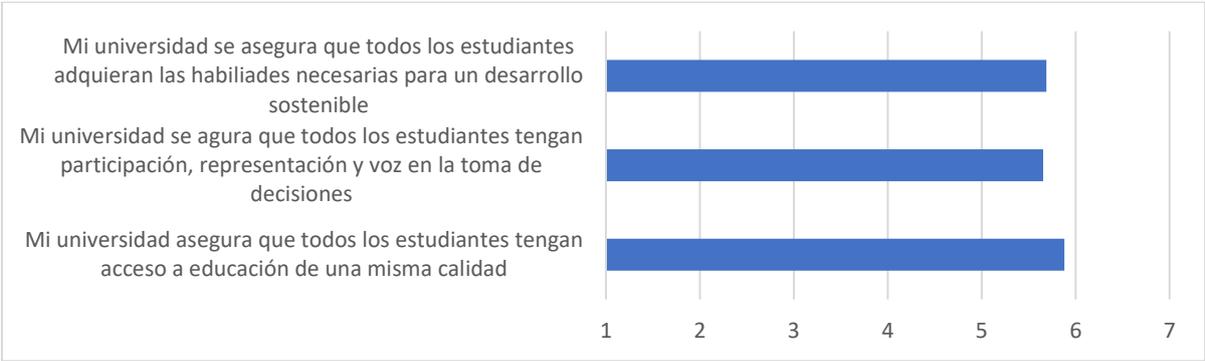


Figura 4-4 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

Por último, en esta sección se analizó las propuestas universitarias referentes a temas de actualidad como el desempleo, cambio climático y el desarrollo tecnológico. Se observó en las tres frases consultadas niveles de positividad mayores a cuatro puntos y medio, es decir, las universidades tienen un rol activo en actividades activo frente el cambio climático, el desempleo estudiantil y el desarrollo de la tecnología, investigación y emprendedurismo. Ver figura 4-5

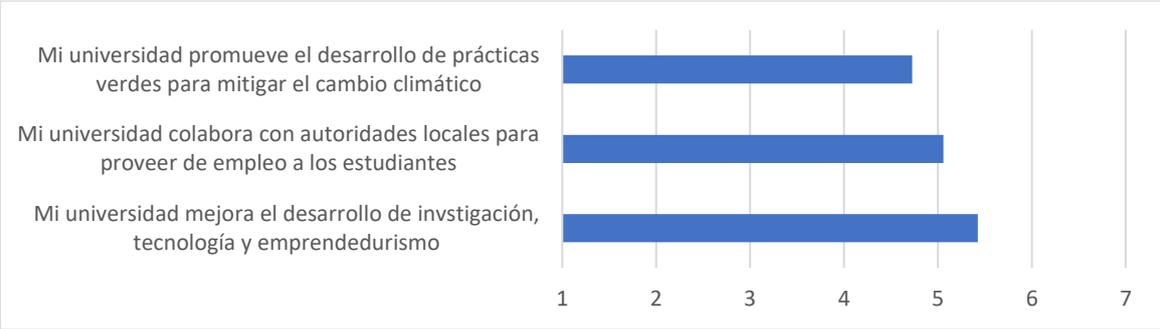


Figura 4-5 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

4.2 Habilidades emprendedoras (Locus de control, actitud emprendedora y autoeficacia)

En los estudiantes encuestados, se observa una actitud emprendedora moderadamente alta, donde todas las categorías consultadas se mantuvieron en promedio por encima de cuatro. Ver figura 4-6

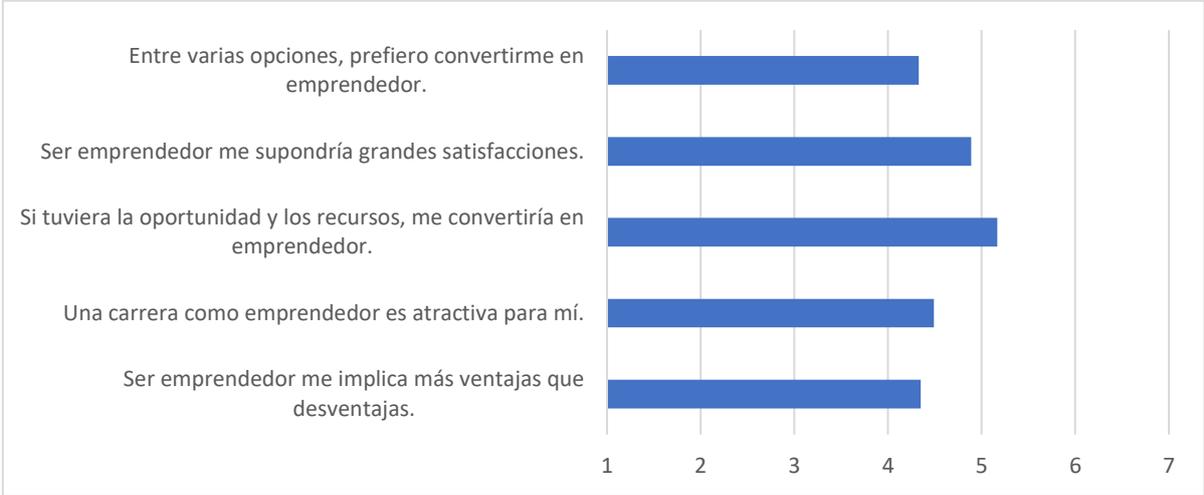


Figura 4-6 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

En segundo lugar, se estudió la autoeficacia de estos, ítem en el cual los estudiantes se mostraron capaces en todas las aptitudes consultadas, obteniéndose promedios por encima de 4 igualmente. Donde 1 representaba “competencias muy bajas” y 7 representaba “competencias muy altas”. Ver figura 4-7



Figura 4-7 Promedio del nivel competencias.

En tercer lugar, se relevó el Locus de control de los encuestados, donde se observó respuestas por encima de cuatro en las tres categorías consultadas. Esto infiere que los entrevistados perciben tener control sobre sus actividades a presente y futuro. Ver figura 4-8



Figura 4-8 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

4.3 Entorno familiar

En este apartado se analiza el entorno familiar de los encuestados, donde se les consultó sobre la ocupación de sus padres y el apoyo recibido por su entorno a la hora de emprender.

Se constató que un 45% de los entrevistados no posee padres trabajando de manera independiente, luego un 23,2% posee a ambos padres trabajando en esta modalidad, un 21% posee solo al padre como trabajador independiente y un 10% solo a la madre. Ver figura 4-9

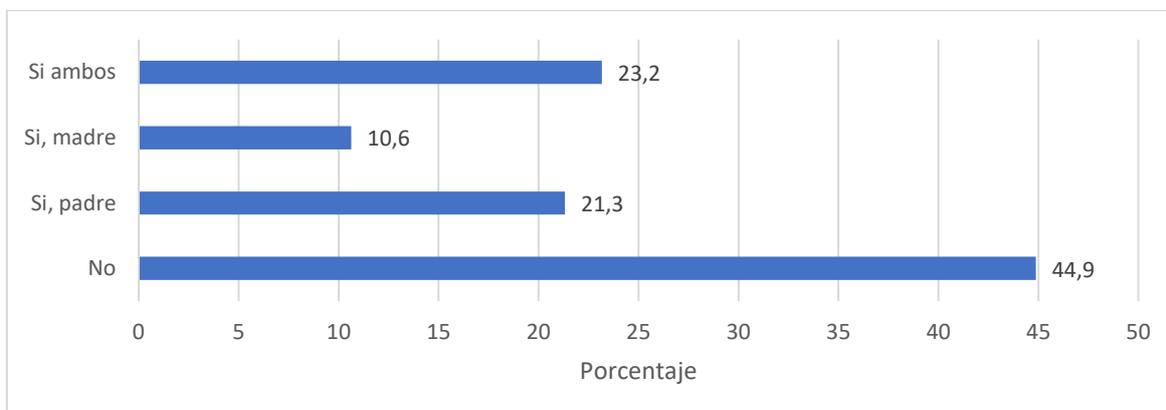


Figura 4-9 Porcentaje de entrevistados en respuesta a la pregunta ¿Son tus padres trabajadores independientes?

En tercer lugar, se consultó a los encuestados si sus progenitores eran o no dueños mayoritarios de una empresa. En esta ocasión se observó que un 62% son empleados, el restante porcentaje está conformado por aquellos que solo el padre es propietario de un negocio, un 20%, la madre un 6,5% y ambos un 11%. Ver figura 4-10

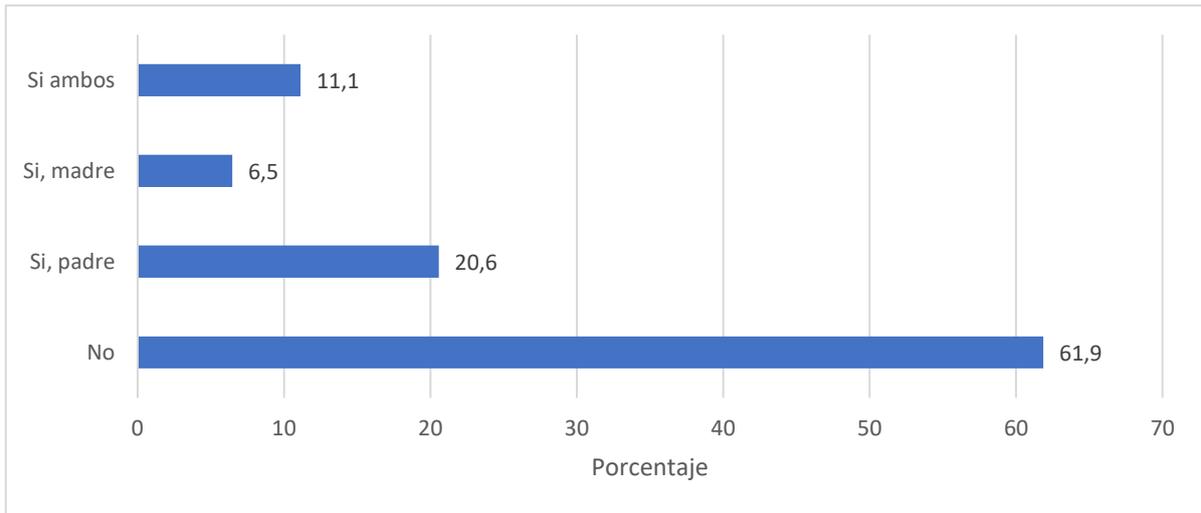


Figura 4-10 Porcentaje de entrevistados en respuesta a la pregunta ¿Son tus padres dueños mayoritarios de un negocio?

Para finalizar con esta sección, se indagó sobre los apoyos que recibirían los estudiantes si comenzarían un emprendimiento. Se constató que el mayor provendría de sus amigos, en segundo lugar, su familia cercana y finalmente sus compañeros de estudio. Sin embargo, las tres categorías poseen promedios en torno a seis, es decir que los estudiantes se sentirían acompañados en el camino de emprender.

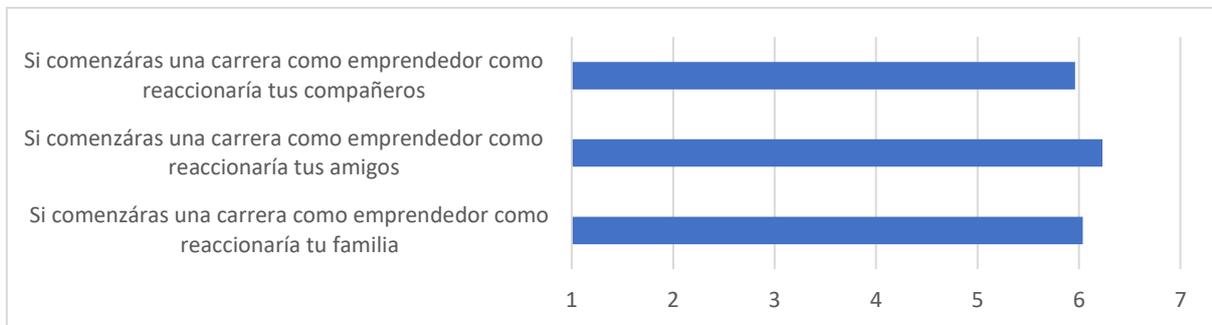


Figura 4-11 Promedio del nivel de aprobación a las siguientes frases.

5 Emprendedores naciotes

5.1 Descripciones

Se describe como emprendedores nacientes, a aquellas personas que a la hora de responder la encuesta se encuentran creando su propia empresa. Aquellos que ya establecieron su propio negocio o ya trabajan de manera independiente, son considerados como emprendedores activos.

Como se mencionó en secciones anteriores, un 35% de los encuestados se encuentran en proceso de fundación de su negocio, es decir, son emprendedores nacientes. De este grupo, se obtuvo que más de un 33% pretende culminar la etapa de establecimiento durante sus estudios, un 22% en el momento que termine sus estudios y un 14% en los dos años posteriores a finalizar su carrera universitaria; mientras que un 30% no lo sabe aún. Esto refleja una clara intención de los estudiantes de egresar de la Universidad con un negocio ya en marcha. Ver figura 5-1

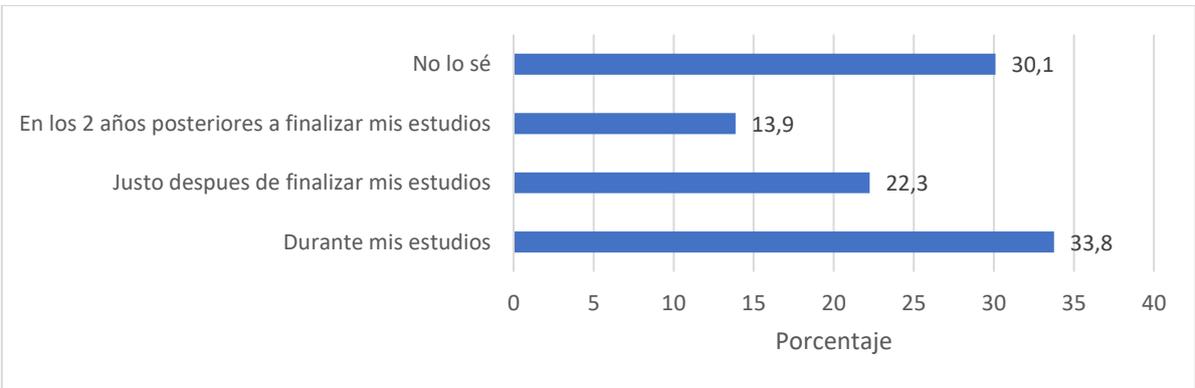


Figura 5-1 Porcentaje de entrevistados respecto a cuando planea completar su proceso fundacional.

En segundo lugar, se consultó la importancia de este negocio dentro de sus fuentes de ingreso, a lo que un 41% respondió que ve a su emprendimiento como la principal, mientras que un 20% lo ve como un ingreso secundario. Ver figura 5-2

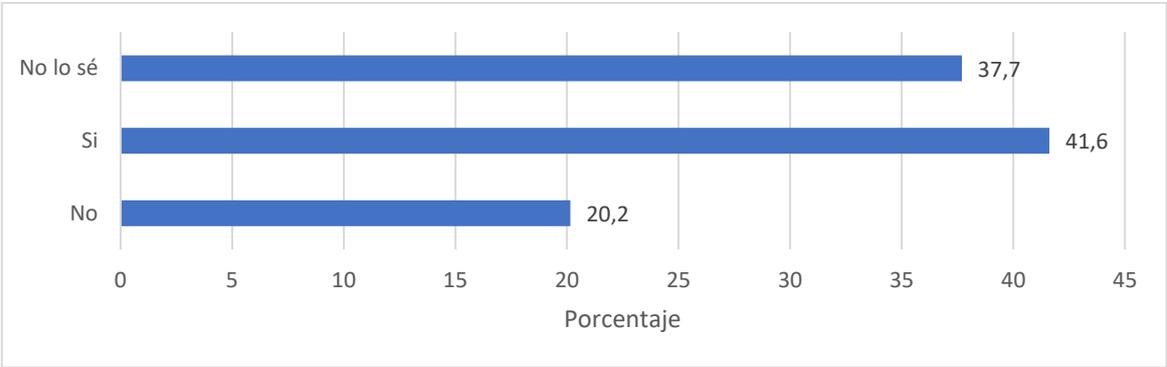


Figura 5-2 Porcentaje de entrevistados respecto a su intención sobre el negocio de emprendedor se vuelva su principal ingreso.

Posteriormente se consultó a los emprendedores nacientes sobre su experiencia previa a la hora de emprender, donde resultó que solo un 14% presentaba experiencia en emprendimientos anteriores. Ver figura 5-3

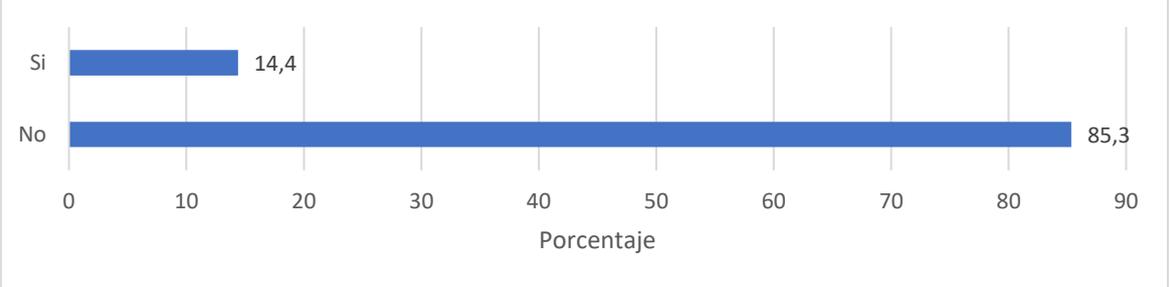


Figura 5-3 Porcentaje de los entrevistados sobre haber creado algún negocio anteriormente.

Se analizó también el impacto que tuvo la universidad en el emprendimiento, en el 25% la universidad tuvo algún tipo de influencia sobre ellos, pero en el 75% de los casos, no tuvo relación alguna. Ver figura 5-4

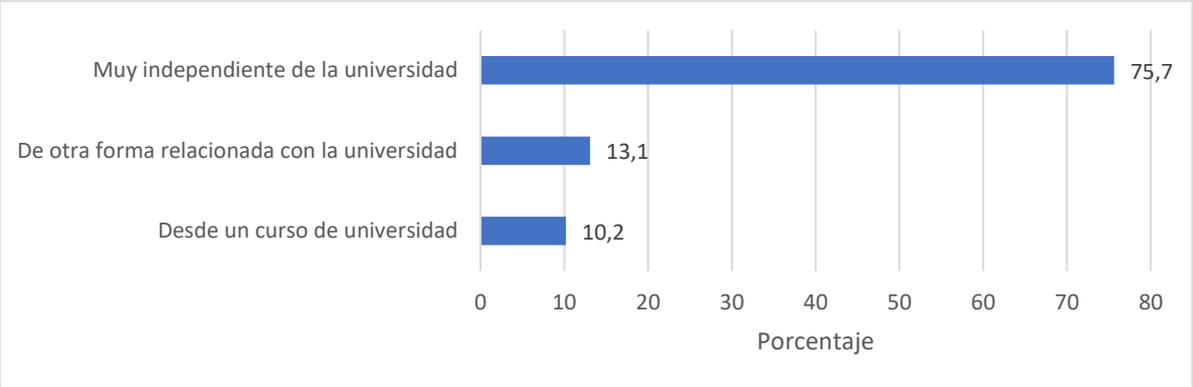


Figura 5-4 Porcentaje de entrevistados respecto a cómo emergió la puesta en marcha del negocio.

Al igual que la incidencia de a la universidad, también se consultó sobre el impacto de la pandemia, es decir si ésta tuvo o no que ver a la hora de decidir emprender; observando que en en más de un 87% no incidió en la decisión. Ver figura 5-5

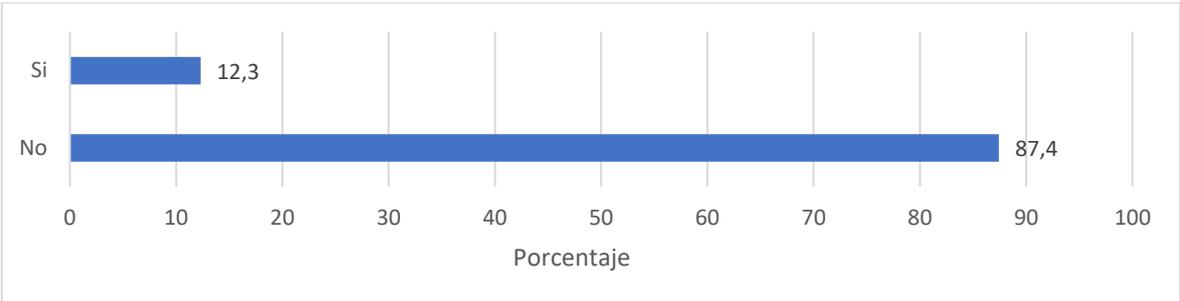


Figura 5-5 Porcentaje de los entrevistados respecto a si planea crear este negocio principalmente debido a la pandemia COVID-19.

Finalmente, respecto al rubro en el que se desempeñarán, cerca de un 20% respondió “Comercio”, en segundo lugar, “Asesoramiento”, “Publicidad/Diseño/Marketing” y “Tecnología Informática y Comunicaciones” con porcentajes en el entorno del 10%. La lista completa se muestra en la figura a continuación. Ver figura 5-6

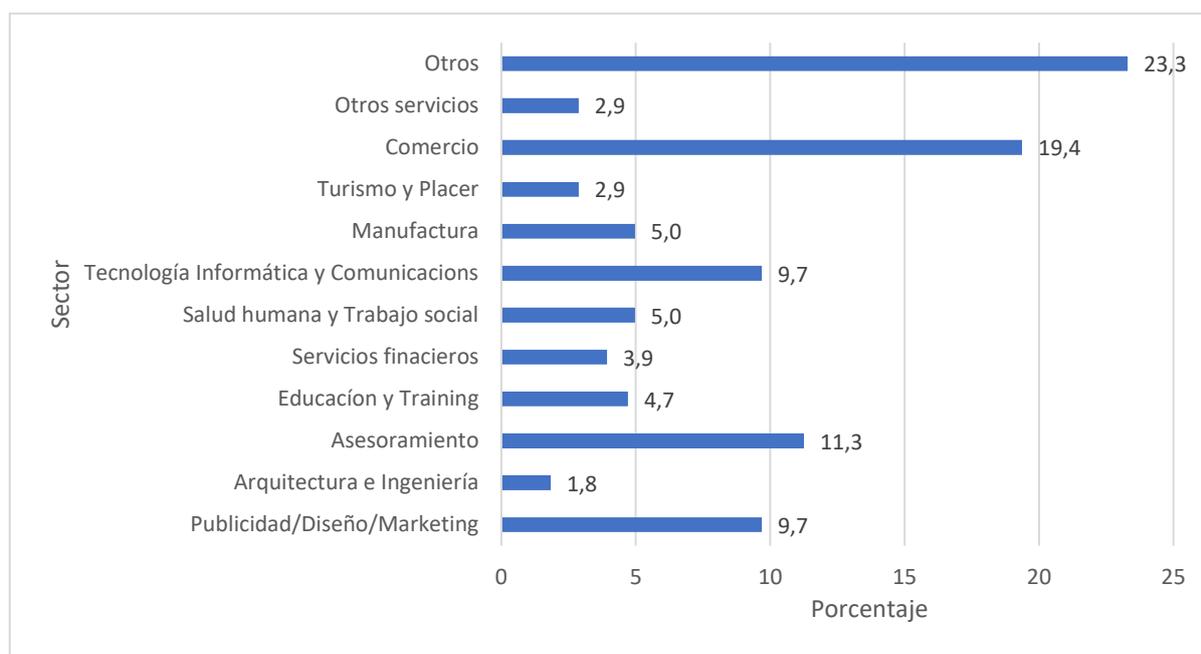


Figura 5-6 Porcentaje de los entrevistados según el sector económico en el cual su negocio se desenvolverá.

En última instancia se consultó a los encuestados cuál o cuáles de las siguientes actividades ha realizado hasta el momento en el proceso de creación de su negocio. Como se observa en la gráfica a continuación, la actividad más realizada es “Recoger información acerca de mercados o competidores”, un 45% de los emprendedores nacientes marcaron afirmativamente. En segundo lugar, surgen “Empezar el desarrollo del producto” y “Discutir el producto con potenciales clientes” con un porcentaje próximo a 30%. Sin embargo, se observa que todos se encuentran en una etapa temprana ya que menos de un 5% ha respondido afirmativamente a “Registrar el negocio” y “Obtener una patente”, además que solo un 9% ha intentado obtener financiamiento. Ver figura 5-7

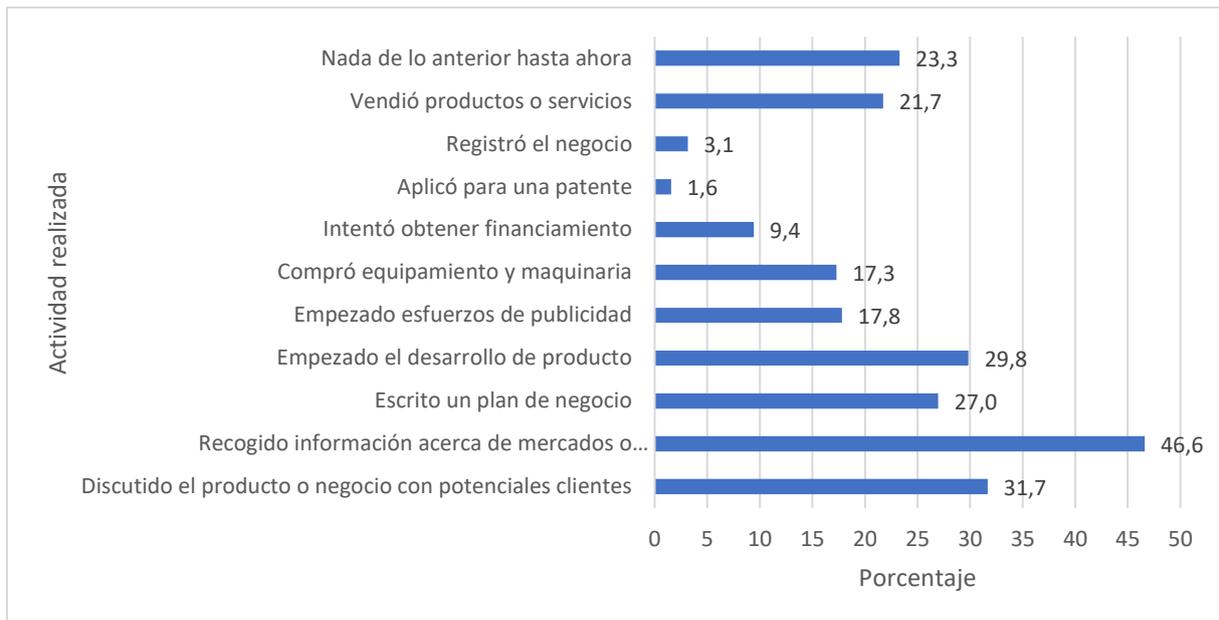


Figura 5-7 Porcentaje de entrevistados respecto a cuál o cuáles de las siguientes actividades han realizado de cara a comenzar un negocio.

5.2 Características

Se analizan las características de los emprendedores nacientes, es decir su proactividad, innovación y capacidad de tomar riesgos.

En primer lugar, se solicitó a los emprendedores nacientes que eligieran una de las siguientes afirmaciones sobre que prefieren respecto a su negocio: Ver figura 5-8

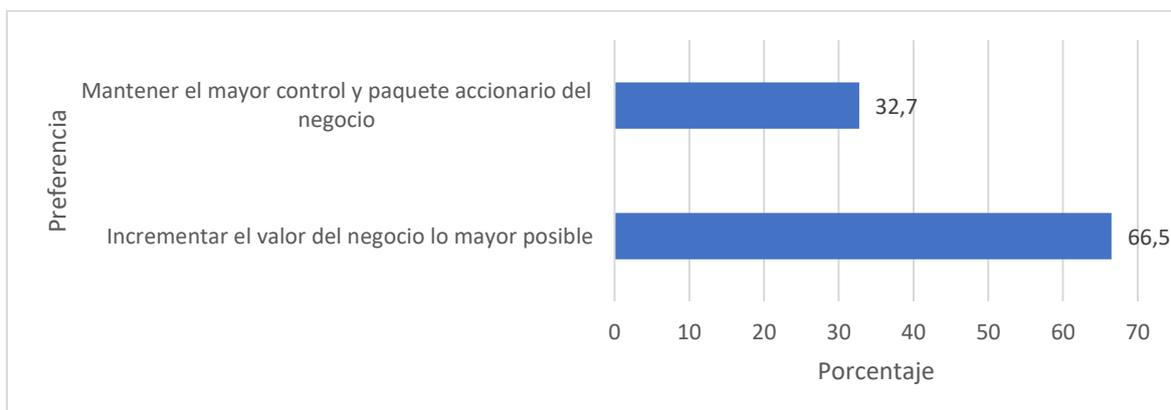


Figura 5-8 Porcentaje de los entrevistados según su elección respecto a su negocio.

Se observó que más de un 66% prefieren incrementar el valor de su negocio al máximo posible, lo que denota una preferencia a lograr una mayor escalabilidad del negocio antes que tener el control absoluto del mismo.

En segunda instancia se indagó acerca del número de personas que conformaron el negocio, donde se encontró que 54% lo han hecho de manera individual, 29% ha comenzado el negocio con un cofundador, 12% junto a dos socios y 4% con tres o más socios. Ver figura 5-9

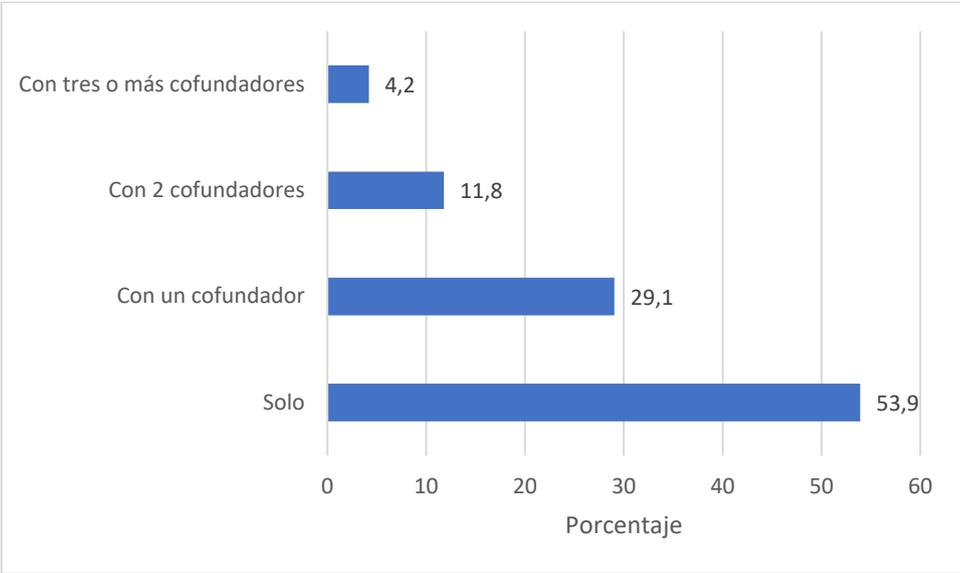


Figura 5-9 Porcentaje de entrevistados respecto a con cuantas personas han comenzado el negocio.

Respecto al porcentaje del paquete accionario que corresponde al encuestado, se observa que el 61% de estos son socios mayoritarios (poseen el 50% más una acción o más), 30% es dueño de la mitad del negocio y 7% posee un porcentaje inferior a 49%. Ver figura 5-10

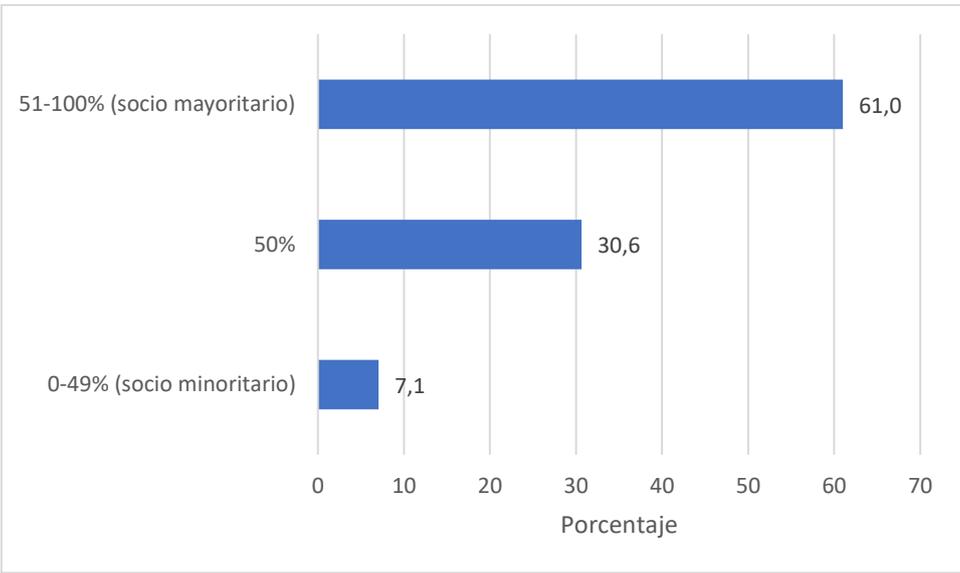


Figura 5-10 Porcentaje de entrevistados respecto a cuál será su porcentaje dentro del negocio.

Al 54% de los que contestaron haber comenzado el negocio de forma individual, se les preguntó la razón de esto. A lo que 27% respondió no ser necesario en el trabajo que desenvuelve, un 25% ser favorable a buscar un nuevo socio en el futuro, 10% indicó no haber encontrado un socio apto, mientras que 21% dice no desear un socio. Ver figura 5-11

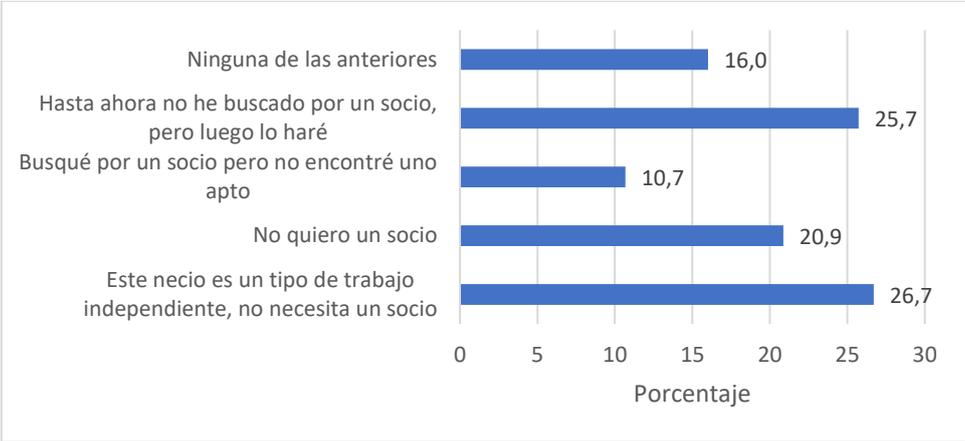


Figura 5-11 Porcentaje de entrevistados respecto a por qué están empezando un negocio solos.

Finalmente, en este apartado se evaluó la capacidad de los emprendedores a tomar riesgos, mediante su respuesta al nivel de acuerdo/desacuerdo en un grupo de categorías.

Al igual que en casos anteriores el nivel 1 representa estar completamente en desacuerdo y el nivel 7 muy de acuerdo. De la figura 5-12 se observa que emprendedores nacientes tienen una actitud media-alta de cara arriesgarse con su negocio, obteniéndose promedios en los tres casos en el entorno de 5.

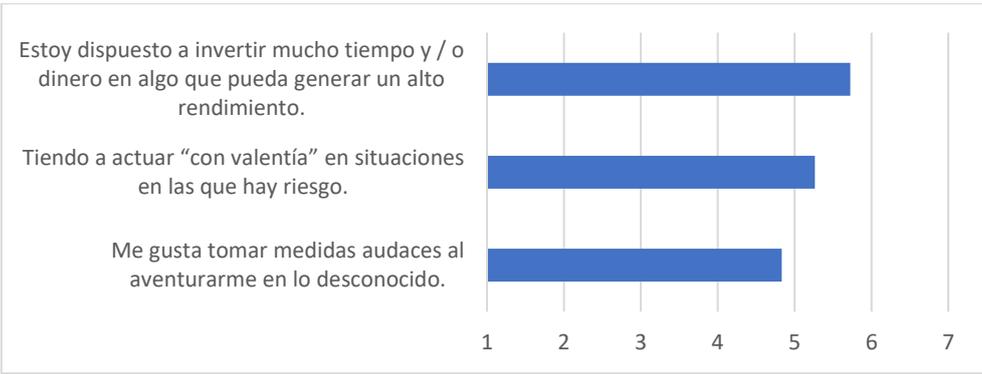


Figura 5-12 Promedio de respuestas según el nivel de aprobación a las frases consultadas.

Se observa que la mayoría de los emprendedores tienen una fuerte actitud innovadora, denotándose en respuestas de promedio 5 en las cuatro categorías consultadas. Ver figura 5-14

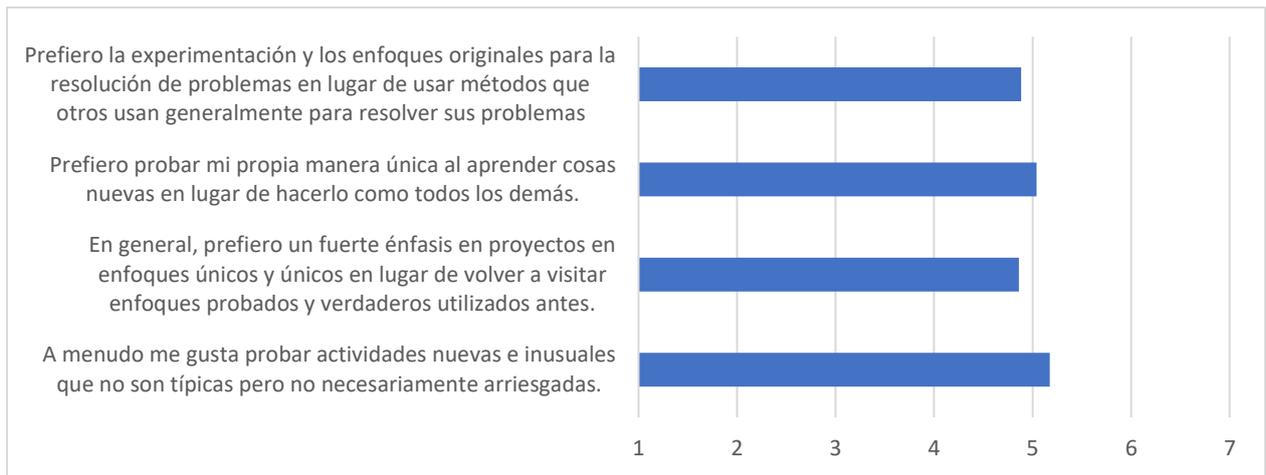


Figura 5-13 Promedio de respuestas según el nivel de aprobación a las frases consultadas.

Por último, fue evaluada su proactividad, se obtuvo promedios en el entorno de 5,5 denotando a personas moderada-altamente proactivas. Ver figura 5-15

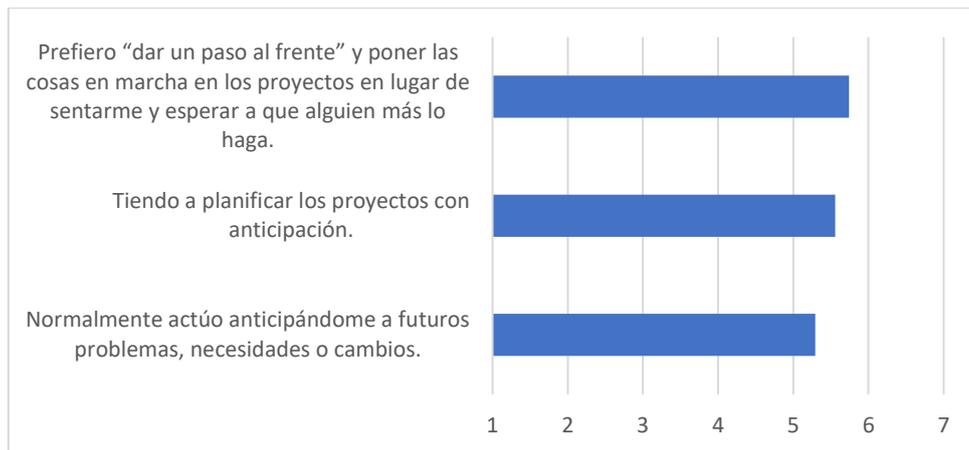


Figura 5-14 Promedio de respuestas según el nivel de aprobación a las frases consultadas.

Estas tres características generalmente definen a un emprendedor y fundamentales a la hora de tener un emprendimiento alto impacto.

6 Emprendedores activos

Esta sección se constituye por un 18% de los encuestados, por eso, se profundizará en su descripción general, es decir ítems como con cuántos socios comparte su negocio o su motivación para comenzar, y sus características principales, por ejemplo, si su personalidad es más maquiavélica o narcisista, o como se ven afectados por la adicción al trabajo, entre otros.

6.1 Descripciones

Al igual que en el caso de los emprendedores nacientes, a los emprendedores activos se les consultó si compartían o no el negocio y como era la composición. Se encontró que 34% de los casos son dos emprendedores y en segundo lugar con un 27% tres emprendedores, a diferencia de los nacientes, emprender de forma individual quedó relegada en tercer lugar con un 23%. Al consultar la composición de estos grupos un 60% respondió no estar acompañado de un familiar y en un 44%, uno de los socios es mujer. Ver figura 6-1

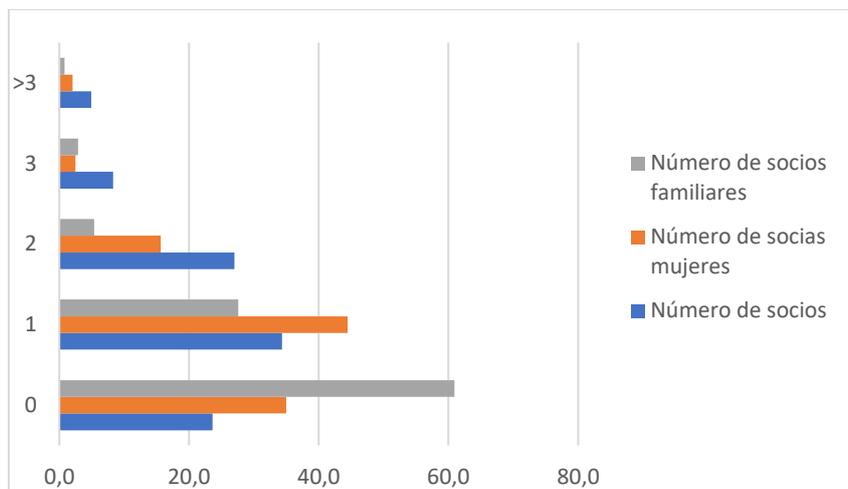


Figura 6-1 Número de socios según categoría.

Un 62% son socios mayoritarios de la empresa, un 21% posee el 50% del negocio y un 14% son socios minoritarios. Ver figura 6-2

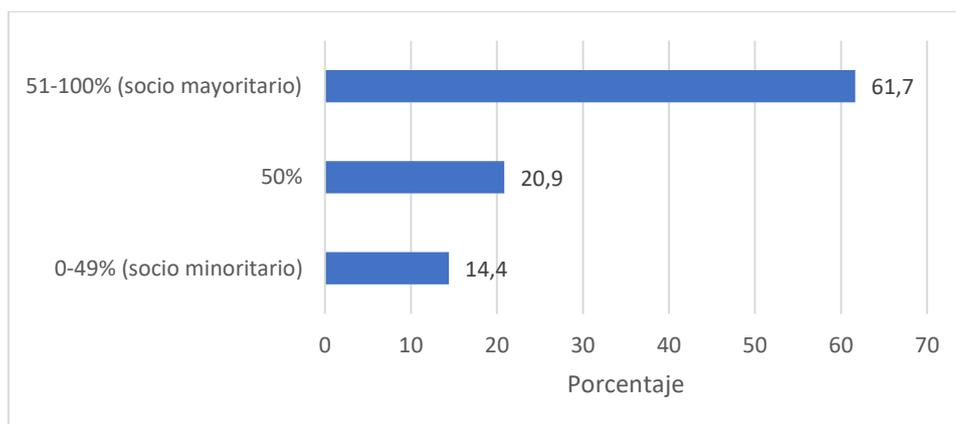


Figura 6-2 Porcentaje de entrevistados según su porcentaje de participación.

Es pertinente conocer el tamaño y tiempo de operación de los emprendimientos, por lo que se consultó con cuántos empleados opera y en qué año fue fundado el negocio. Se encontró que la

mitad son emprendimientos pequeños, es decir que cuentan con entre uno y cinco empleados, y si se suma a aquellos que no cuentan con empleados la cifra asciende a 82%. La mayoría, 44% fue creado entre el 2020 y el 2021 y entre 2015-2019 un 39%. Ver figura 6-3

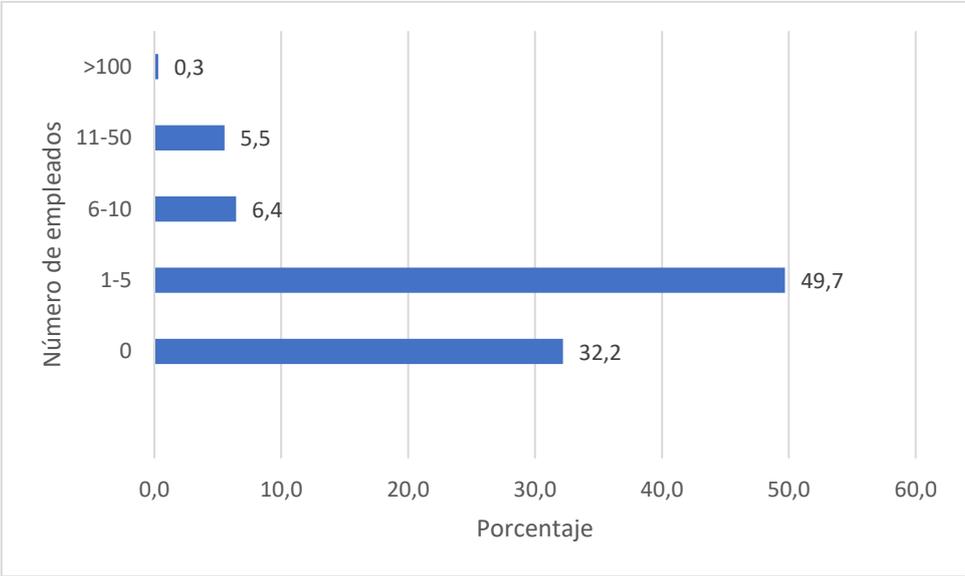


Figura 6-3 Porcentaje de emprendimientos según el número de empleados en la plantilla.

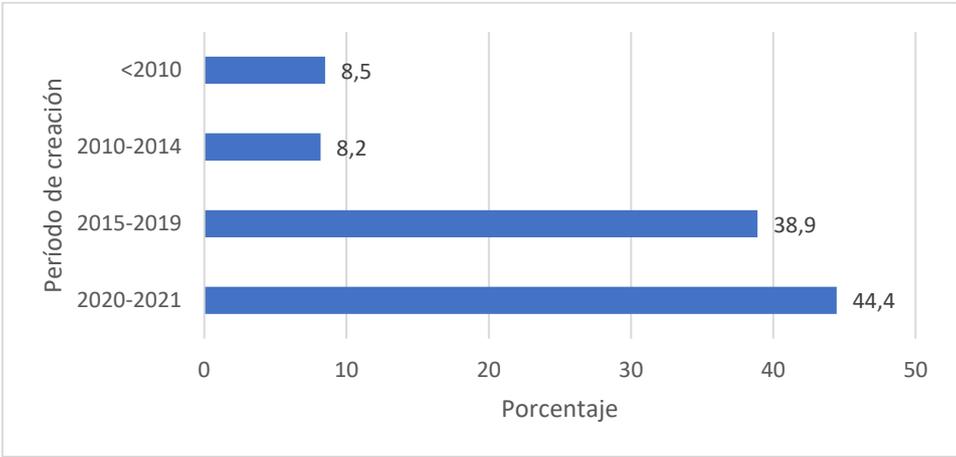


Figura 6-4 Porcentaje de entrevistados según el período en que comenzó el negocio.

Dado que en el período 2020-2021 ha ocurrido una pandemia, también se consultó la implicancia de ésta a la hora de emprender y si fue motivo por el cual se fundó el negocio. Sin embargo, se obtuvo que en un 76% de los casos esto no fue así. Ver figura 6-5

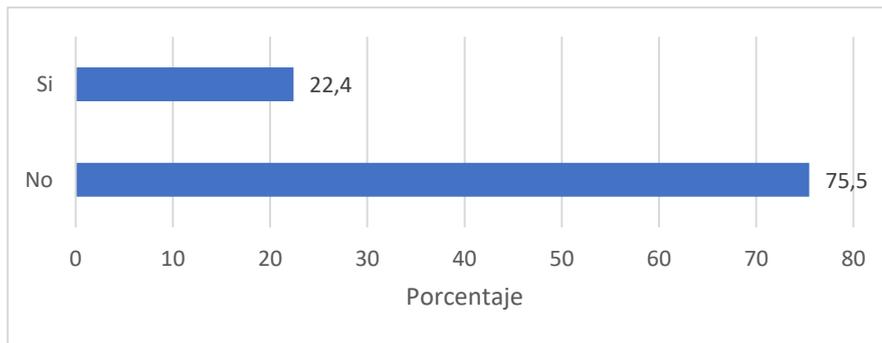


Figura 6-5 Porcentaje de entrevistados sobre si han empezado su negocio debido a COVID-19.

Para finalizar con este apartado se indagó sobre las principales motivaciones de los emprendedores que los llevó a convertirse en tales y las metas que estos se establecieron. Para lograr ésto se les solicito que indicaran en una escala de 1 a 7 su nivel de acuerdo/desacuerdo en un grupo de frases.

Se obtuvo que de forma moderada-alta los emprendedores buscaban ser motor de cambio en la sociedad en las que están inmersos, además como forma de crecimiento profesional y fuente de dinero. Donde se observó que más de un 36% pretende que su emprendimiento sea su principal fuente de ingresos. Ver figuras 6-6 y 6-7

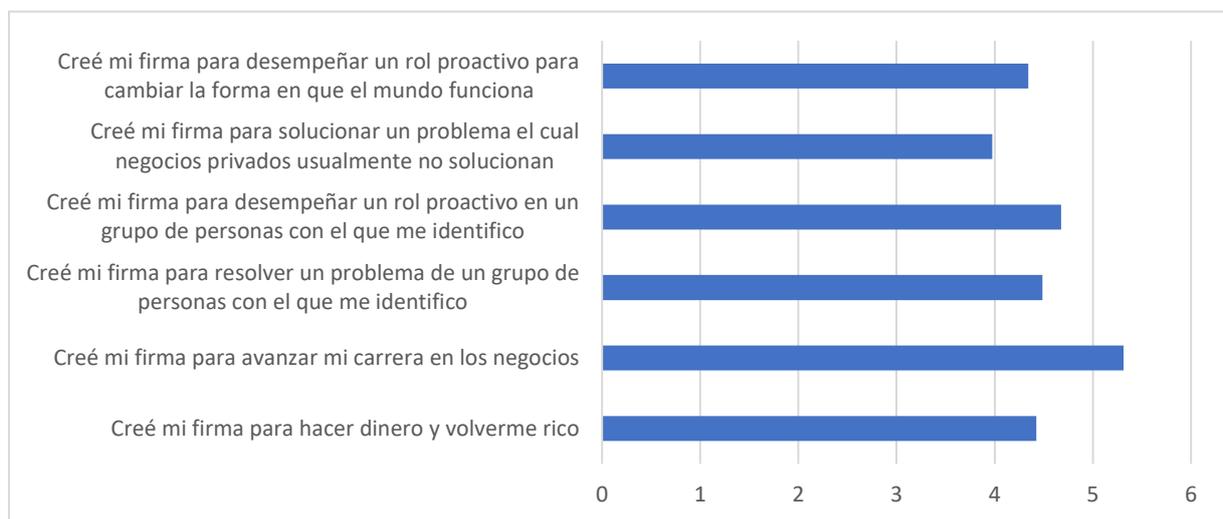


Figura 6-6 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

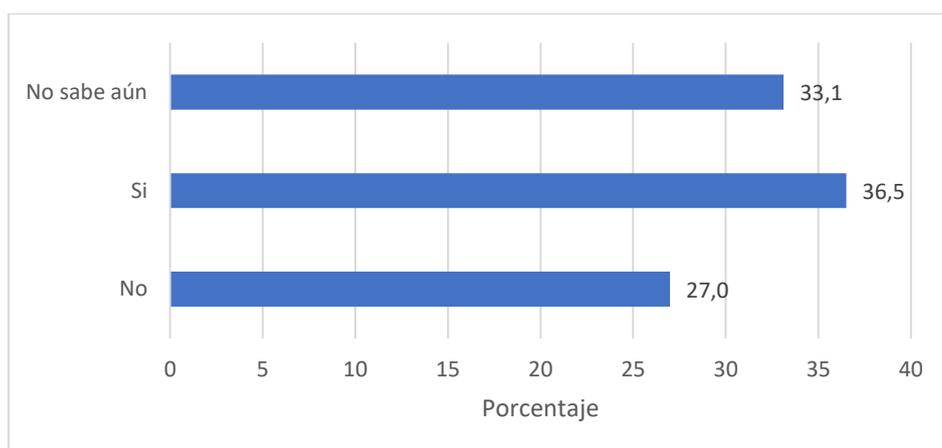


Figura 6-7 Porcentaje de entrevistados según si quieren que su negocio sea su principal ocupación profesional.

6.2 Características

El primer ítem que cobra importancia en este apartado es la experiencia previa de los emprendedores, para lo que se les consultó si ya habían comenzado un negocio previamente y en qué rubro. Esto arrojó que un 71% no había comenzado antes un negocio, y además dentro del porcentaje restante se destacan categorías como Asesoramiento y Comercio con un 17% cada una. Ver figura 6-8

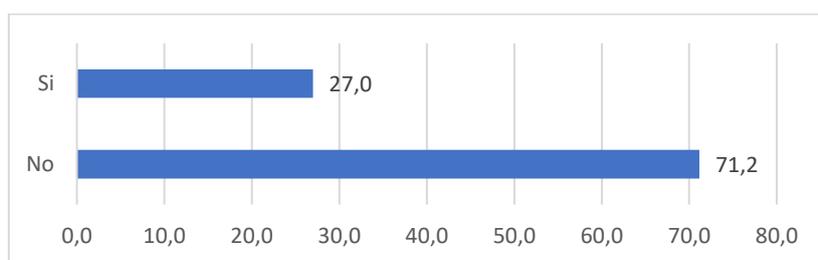


Figura 6-8 Porcentaje de entrevistados según si han empezado otro negocio antes.

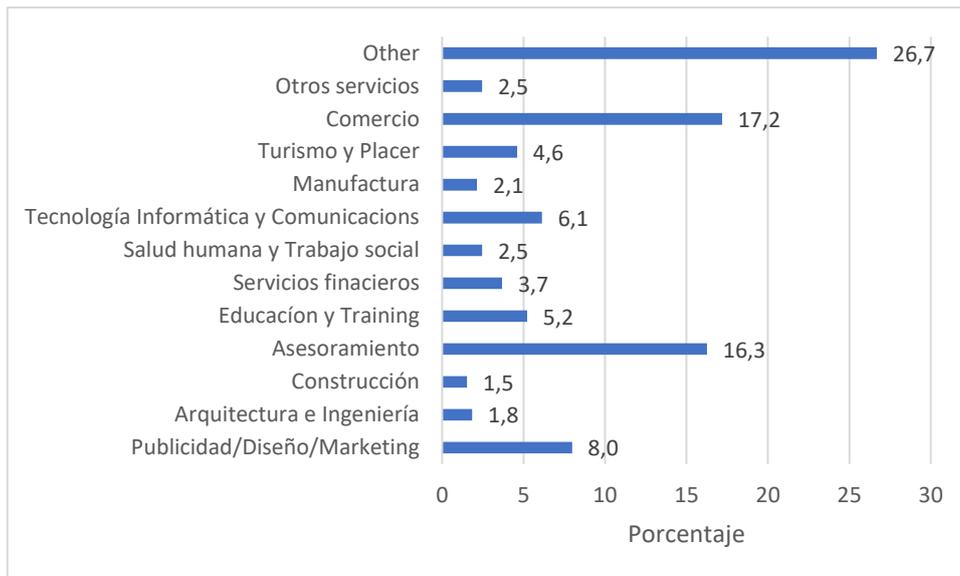


Figura 6-9 Porcentaje de entrevistados según la rama previa en la que incursionaron.

En las siguientes figuras se relevó la empatía, responsabilidad social y el enfoque gerencial. Se puede observar que todas las frases recibieron en promedio resultados mayores a 5 (figura 6-10) y mayores a 4 en la figura 6-11. Esto manifiesta un desarrollo de la empatía moderado a alto, y una responsabilidad social con el mismo grado de desarrollo, cualidades que no se manifiestan en personas con personalidades psicópatas, narcisistas o maquiavélicas.

Según (Coleman & Dulewicz, 2021), la manifestación de este tipo de comportamientos en el área laboral, puede tener implicancias no solo de índole de relacionamiento sino también afectaciones en la productividad y eficiencia del emprendimiento, por ello la importancia de su relevamiento, donde estos autores los catalogan como la “Tríada oscura”.

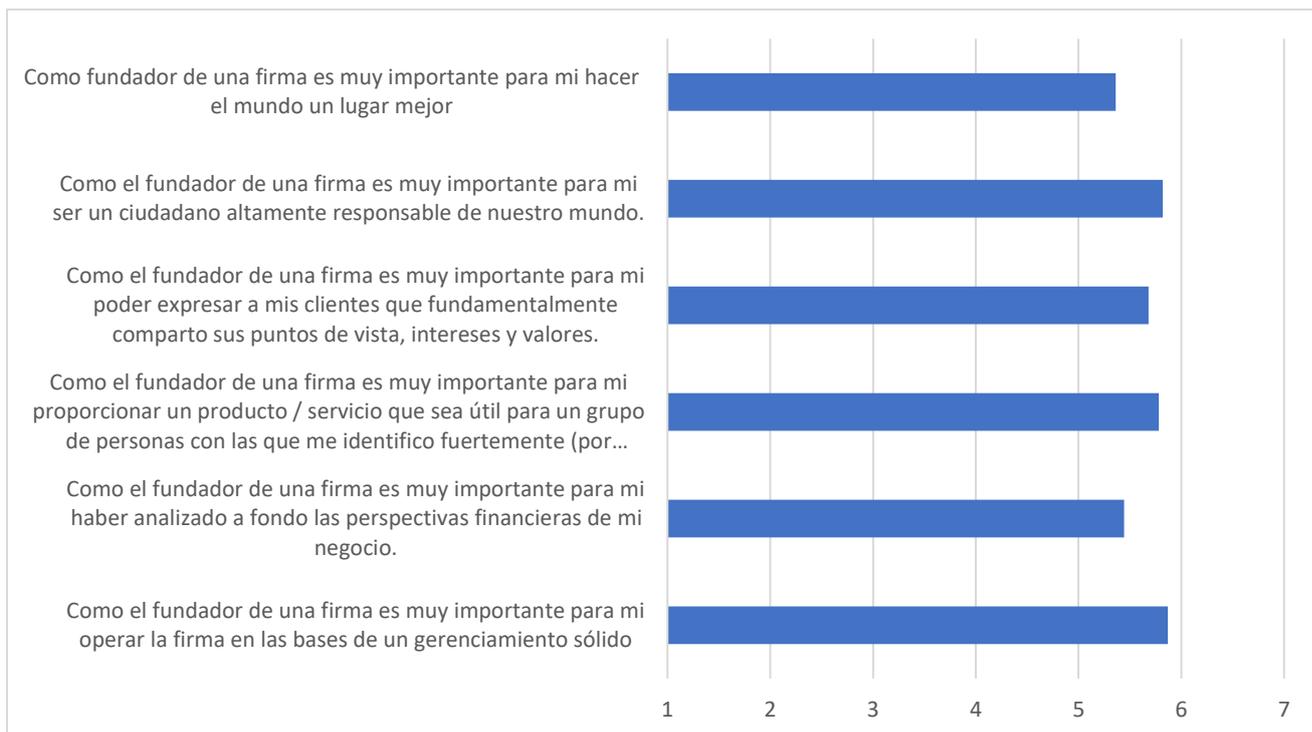


Figura 6-10 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

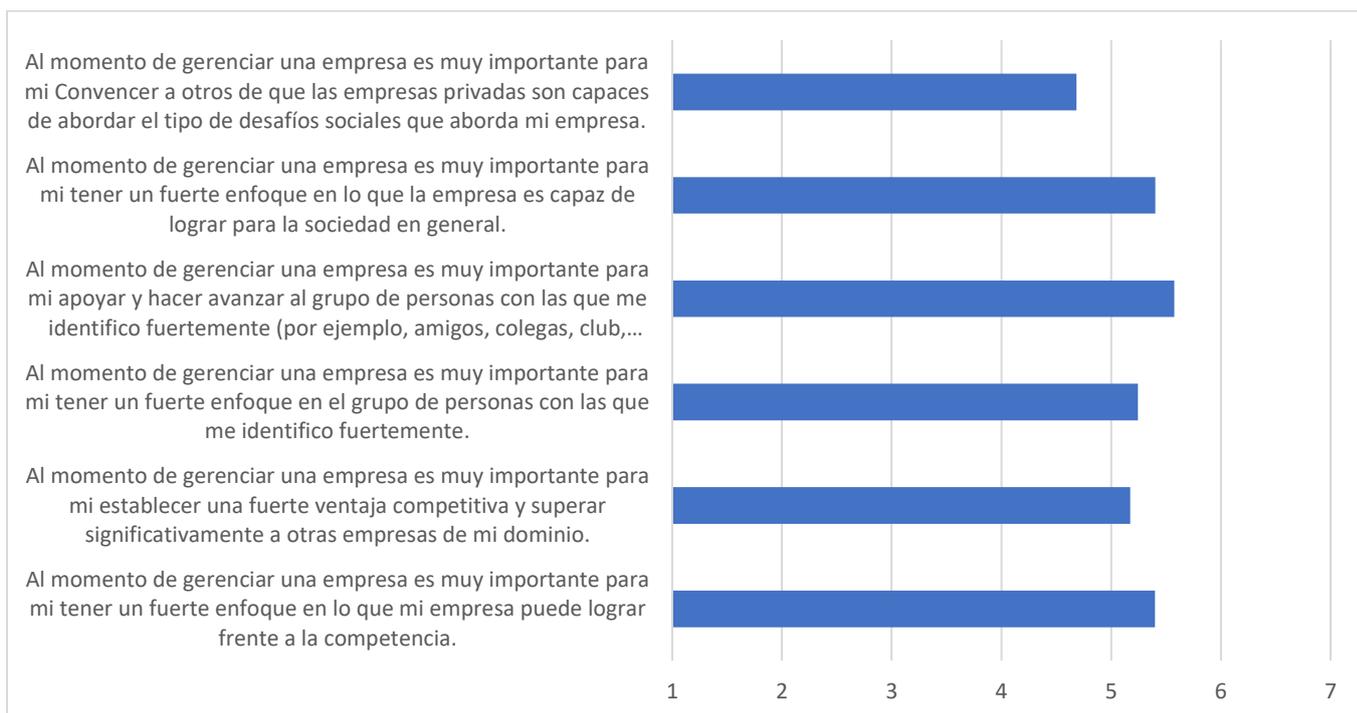


Figura 6-11 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

Dado el frenetismo de la sociedad en la que vivimos es muy usual que las personas sufran de adicción al trabajo. En este reporte se pretendió censar a los emprendedores en este sentido, para lo que se les solicitó que indicaran un número del 1 al 7 según su grado de

acuerdo/desacuerdo. En este inciso se halló que los emprendedores son moderadamente adictos al trabajo, ya que como se muestra en la figura a continuación, en todas las categorías consultadas se obtuvo un promedio en torno a 5.

Según (Fernández, Grau, Ripoll, & Colet, 2019) existe una correlación directa entre indicadores como la absorción del trabajo y la responsabilidad excesiva con una pasión obsesiva. Ver figura 6-12

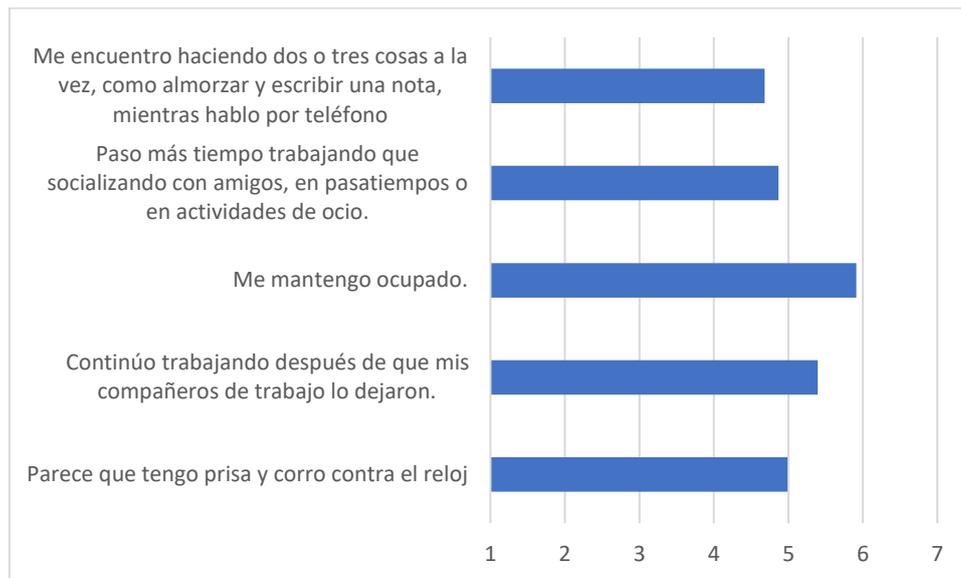


Figura 6-12 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

Se evaluó el nivel de compromiso con el trabajo y su afectación a la vida de los emprendedores, donde se observó que el empleo es una parte muy importante de su día a día, incluyendo en los momentos de dispersión y relajación. Donde se obtuvo en las categorías mostradas promedios en el entorno de cinco. Ver figura 6-13

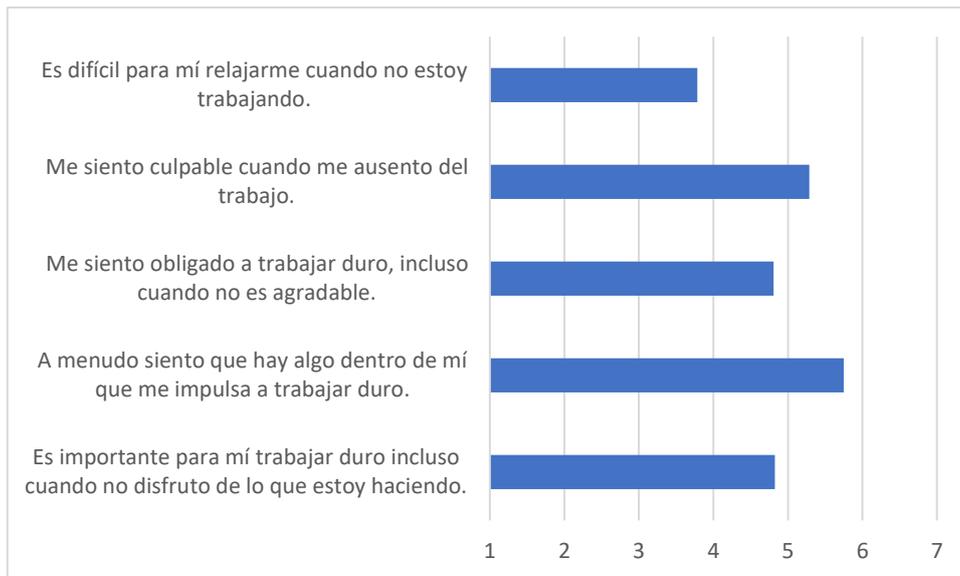


Figura 6-13 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

En segunda instancia, se evaluó la personalidad de los emprendedores, asignando niveles del 1 al 7, 1 si estaba muy en desacuerdo y 7 muy de acuerdo. La primera figura hace referencia a comportamientos maquiavélicos, donde se observa que en promedio los emprendedores no presentan este tipo de comportamientos, ya que se obtuvieron valores en torno a 1.5. Ver figura 6-14

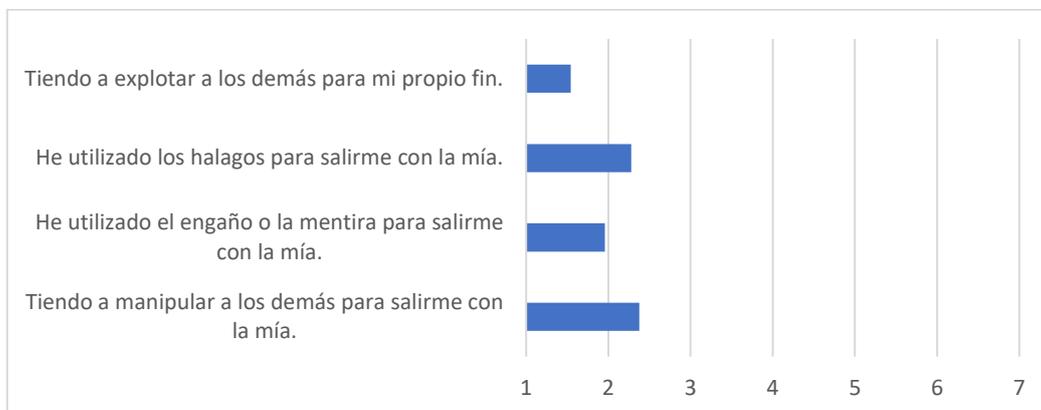


Figura 6-14 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas

También se evaluaron actitudes psicópatas, sin embargo, el resultado fue similar al caso anterior, con promedios cercanos a 1,5 denotando una personalidad empática y que tiene en cuenta a la sociedad en la que está involucrada.



Figura 6-15 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

En última instancia dentro de las características personales de cada emprendedor, se buscó rasgos narcisistas en su personalidad, con lo que se encontró que la masa encuestada es medianamente narcisa, situándose los promedios de respuestas en torno a 3,5, al ser consultados por ejemplo si tiende a querer que los demás lo admiren.

Según (Park, Ferrero, Colvin, & Carney, 2013) existe un vínculo entre el comportamiento narciso y el poder de negociación de los emprendedores, donde se observa que aquellos negociadores narcisistas obtienen en general un mayor rédito económico, sin embargo, acompañado de una pérdida interpersonal. Ver figuras 6-16



Figura 6-16 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

Al igual que en el caso de los emprendedores nacientes, se observó que la familia muestra apoyo a los emprendedores activos en su trabajo y como los emprendedores encuentran en su familia empatía, interés y preocupación de cara a su emprendimiento (figura 6-17) con un promedio mayor de 5.

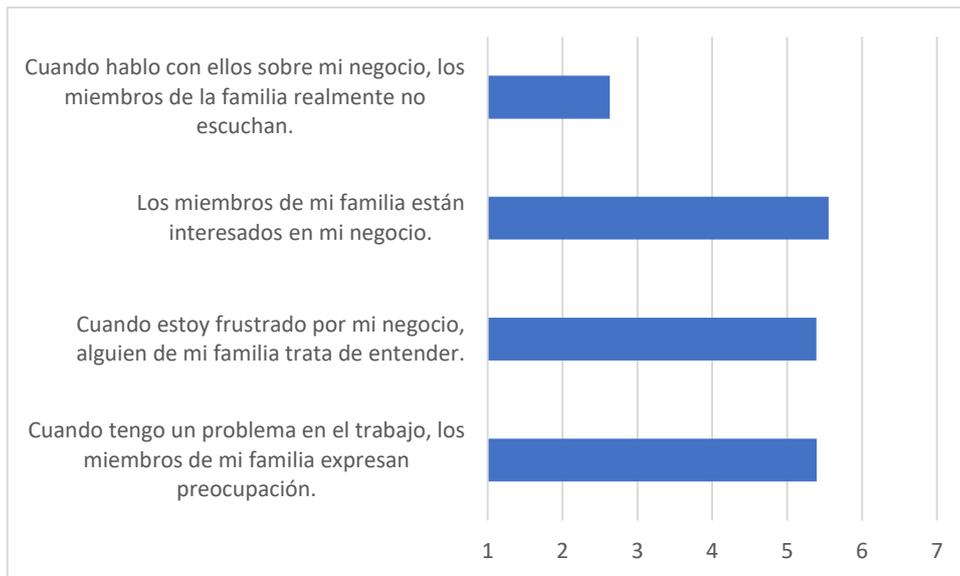


Figura 6-17 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

Además, las familias se mostraron proactivas y contribuyentes al éxito del emprendimiento, aportando ideas y colaborativas en las tareas. Esto se denota ya que, en todas las frases consultadas los emprendedores asignaron en promedio valores mayor a 4,5, siendo esto muy favorable. Ver figura 6-18

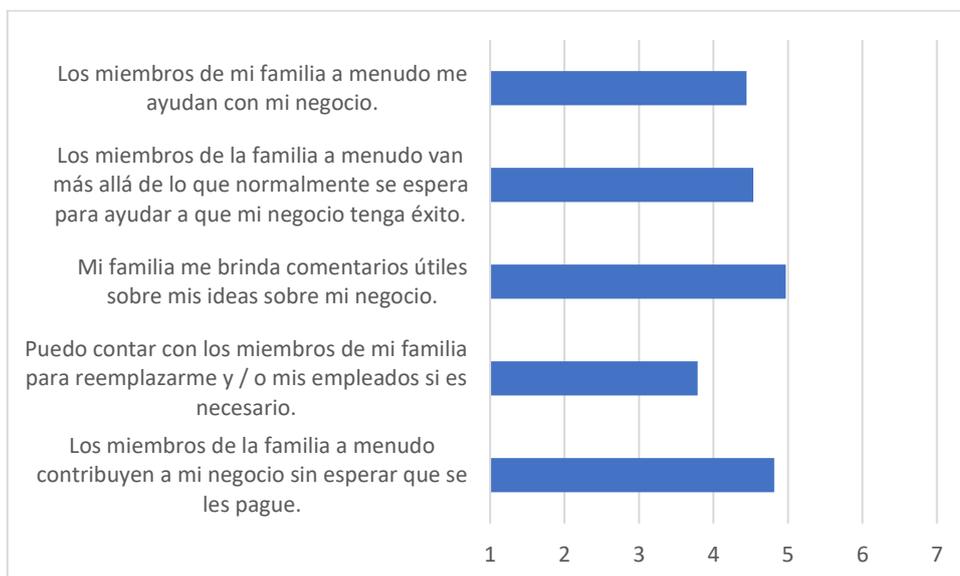


Figura 6-18 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

Como punto final en esta sección, se solicitó a los encuestados que evaluaran a su emprendimiento en relación a la competencia, donde 1 significa que se encuentran en condiciones mucho peores y 7 mucho mejores.

Tal como lo indica la siguiente figura, los encuestados se mostraron optimistas atribuyendo en promedio valores cercanos a 4 a todas las categorías consultadas, por ende, sus emprendimientos se encuentran en mejor situación que su competencia. Ver figura 6-19

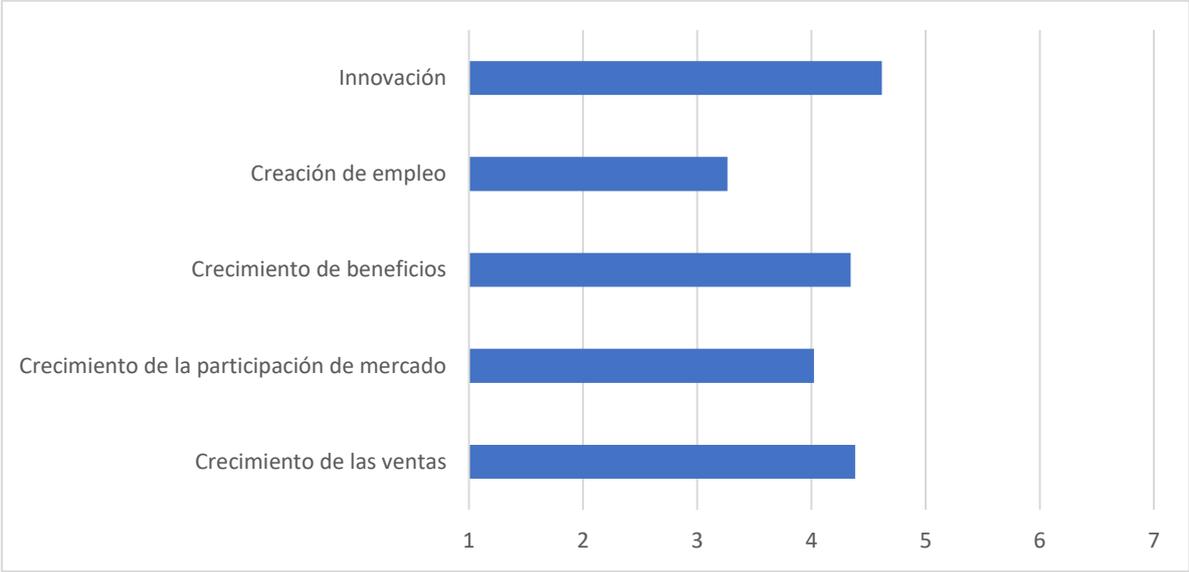


Figura 6-19 Promedio del nivel de calificación de los entrevistados según cómo califica el desempeño de su empresa en comparación con sus competidores desde su creación en los siguientes ítems.

7 Emprendedurismo familiar

7.1 Descripciones

De igual forma que en las secciones anteriores, en este apartado se dará información general de la muestra, referente al negocio familiar, se abordarán datos como la edad del negocio, el tamaño, el área de operaciones, entre otros.

En primer lugar, se encontró que la mayoría de los negocios familiares fueron fundados en períodos prepandemia, es decir previo al 2020. Un 41% datan de fechas anteriores a 1999 y un 36% de entre 2000 y 2019. Ver figura 7-1

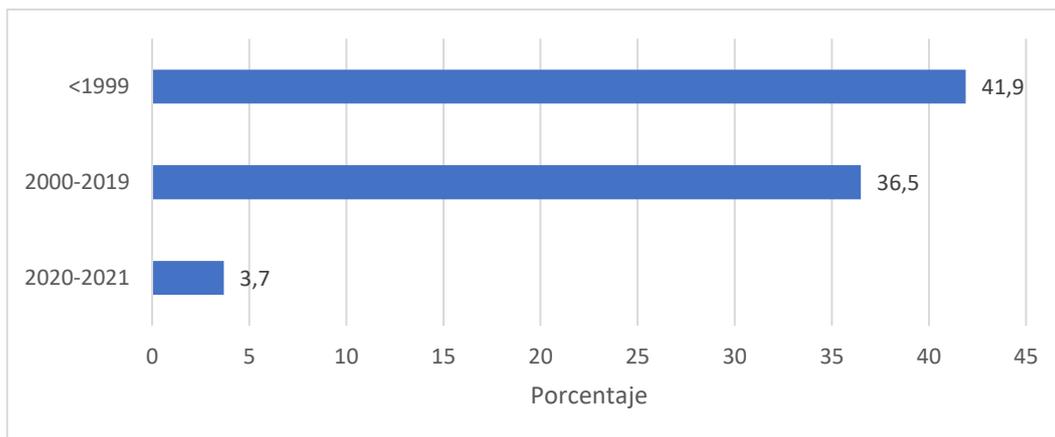


Figura 7-1 Años en los que fueron establecidos los emprendimientos.

Dichos emprendimientos se distribuyeron de la siguiente manera dentro de los participantes de las universidades: Ver tabla 7-1

Universidad	Nº
CLAEH - Universidad CLAEH	31
CURE- Centro Universitario Regional del Este UDELAR	44
UCU - Universidad Católica del Uruguay	291
UDE - Universidad de la Empresa	59
UDELAR - Universidad de la República del Uruguay	82
UM - Universidad de Montevideo	236
UTEC - Universidad Tecnológica del Uruguay	63
Otras	8

Tabla 7-1 Emprendimientos por universidad

Se analizó el tamaño de los emprendimientos de acuerdo con su número de empleados, con lo que obtuvo los siguientes resultados: un 35% posee 1 o 2 empleados de tiempo completo, 35% posee entre 3 y 10 empleados, un 18% son establecimientos con entre 11 y 100 empleados, y el restante porcentaje se distribuye como lo muestra la siguiente figura. Ver figura 7-2

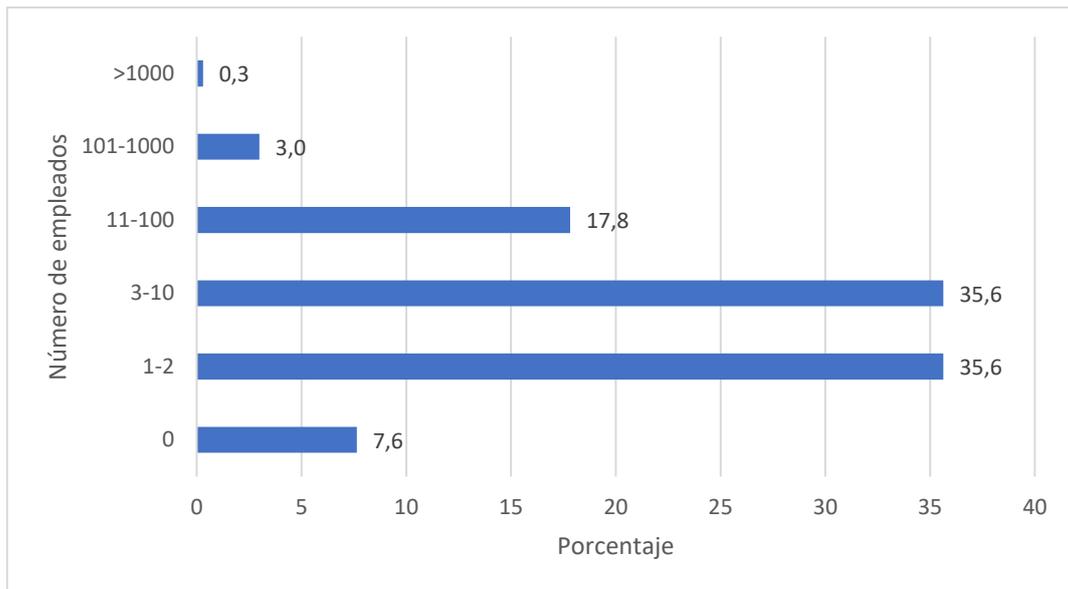


Figura 7-2 Número de empleados tiempo completo.

Así mismo, se consultó la distribución accionaria correspondiente a la familia de los encuestados y si todavía lideran el negocio. En el 83% de los casos, el núcleo familiar lidera el negocio, sin embargo, cuando se indaga sobre la distribución accionaria se encontró que el 75% posee más del 51% de la empresa, 10% posee la mitad de la misma y 15% posee menos del 49%. Ver figuras 7-3 y 7-4.

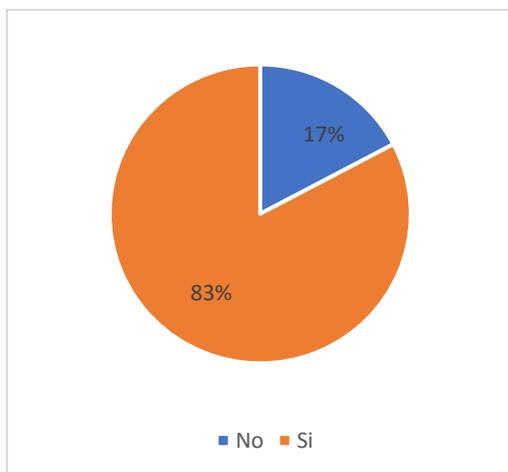


Figura 7-3 Porcentaje según si los familiares están liderando el negocio.

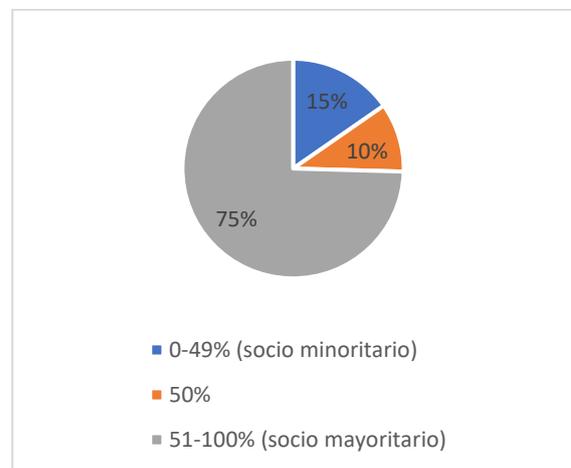


Figura 7-4 Porcentaje del paquete accionario correspondiente a la familia.

Los emprendedores fueron consultados si ellos poseen participación accionaria propia, a lo que el 11% contestó afirmativamente y el 89% negativamente. El 53% no trabajó en el negocio. Ver figuras 7-5 y 7-6.

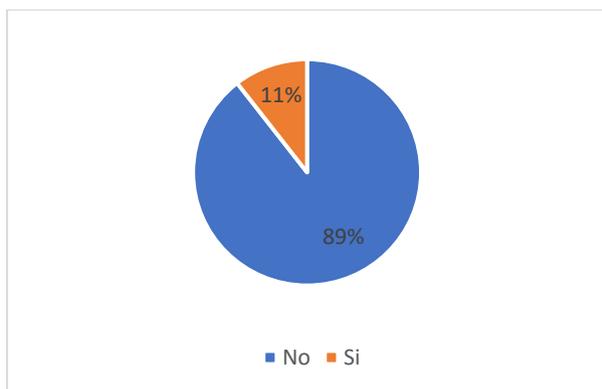


Figura 7-5 Porcentaje de emprendedores según si tienen o no participación accionario personal.

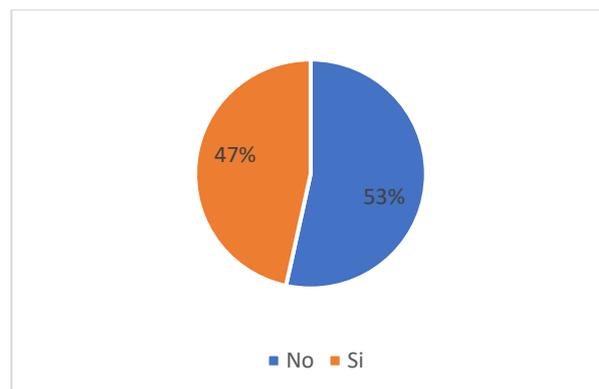


Figura 7-6 Porcentaje de entrevistados que han trabajado para el negocio familiar.

De los encuestados cuyas familias eran emprendedoras, se obtuvo que un 22% pertenece al rubro comercio, un 6% a la manufactura, igual porcentaje a consultoría y a construcción. Las demás categorías se reparten porcentajes menores a continuación. Ver figura 7-7

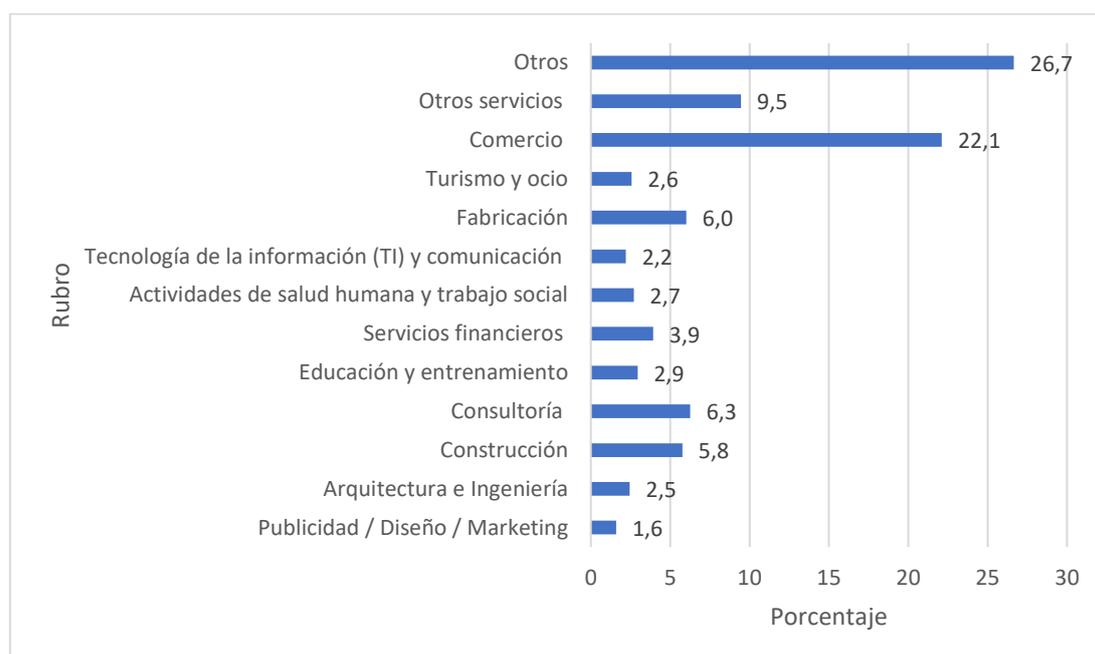


Figura 7-7 Porcentaje según la actividad en la que el negocio familiar se desarrolla.

Para finalizar este apartado, se consultó a los encuestados si el negocio sigue poseyendo características de uno familiar, es decir, es gobernado por la familia, hay vocación de continuidad familiar y además, mantiene los valores familiares. A lo que se contestó afirmativamente por el 54% de los encuestados.

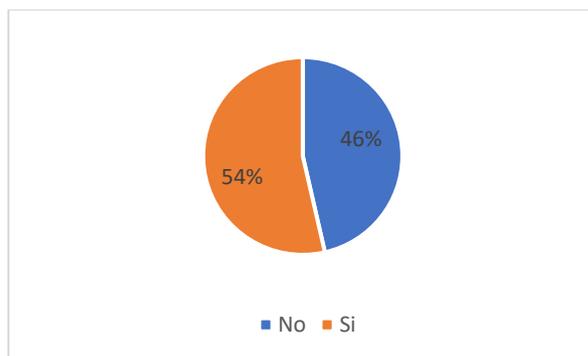


Figura 7-8 Porcentaje de entrevistados que consideran o no el negocio como "familiar".

7.2 Características

En el último apartado del análisis de datos, se analizarán las características del negocio familiar, incluyendo posición frente a la competencia, actitud de los emprendedores hacia el negocio de su familia, interacción entre el negocio familiar y el personal, entre otros.

En primer lugar, se analizó la voluntad de continuar el negocio familiar, por lo que se consultó si los emprendedores poseen o no hermanos mayores y posteriormente la voluntad de ser sucesor. Con respecto al primer interrogante se encontró que un 46% posee dos o más hermanos mayores, un 39% posee uno solo. Ver figura 7-9

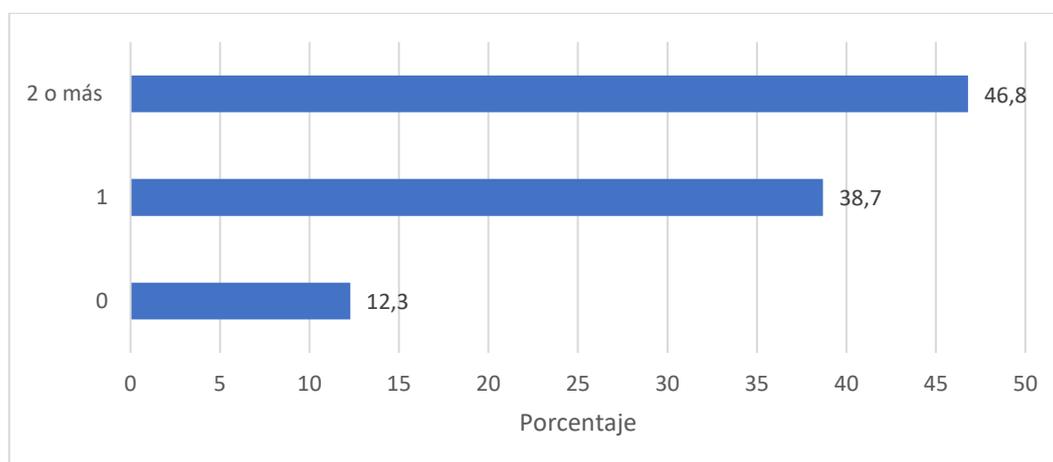


Figura 7-9 Porcentaje de entrevistados según el número de hermanos mayores.

De igual forma que en casos anteriores, se evaluó la voluntad y deseo de hacerse cargo del negocio familiar, mediante la calificación en una escala de 1 a 7 en un grupo de frases que fueron consultadas. Como resultado se obtuvo que los emprendedores están indecisos respecto a ocuparse del negocio familiar como su futuro profesional, dado que se obtuvo promedios

inferiores a 2,4 en todas las frases consultadas. Donde 1 representaba muy en desacuerdo y 7 muy de acuerdo. Ver figura 7-10.

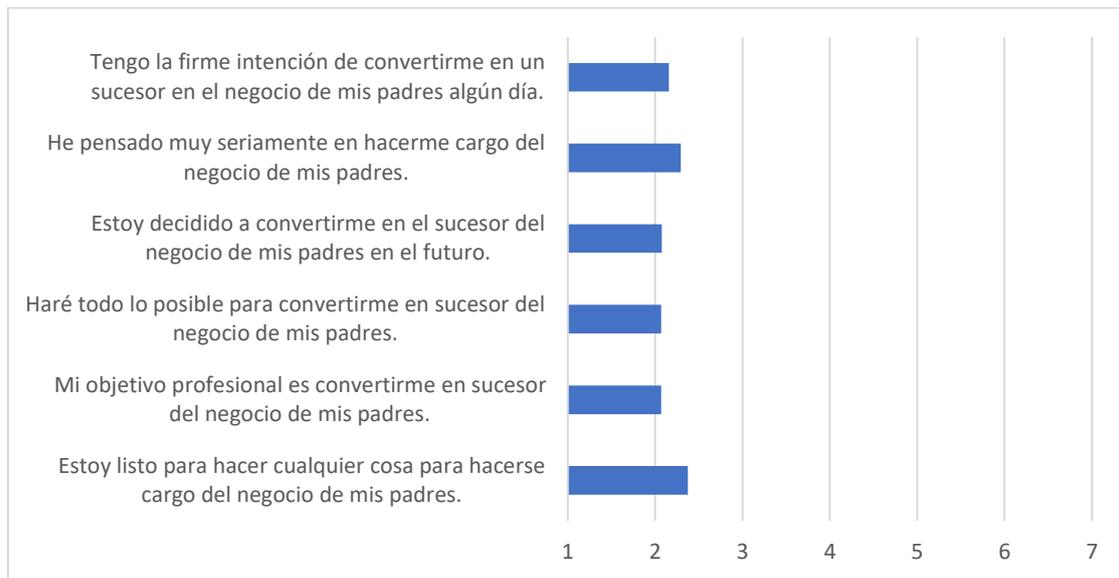


Figura 7-10 Promedio del nivel de aprobación de los entrevistados a las frases consultadas.

También se solicitó a los encuestados que calificasen la empresa familiar con respecto a su competencia, con la modalidad antes mencionada. En este caso se obtuvo que las empresas de sus familiares se encuentran igual o levemente por encima de su competencia en promedio. Ver figura 7-11.



Figura 7-11 Promedio del nivel de calificación de los entrevistados según cómo califica el desempeño de su empresa familiar en comparación con sus competidores desde su creación en los siguientes ítems.

Finalmente se analizó la interacción entre el negocio familiar y el emprendimiento personal de los encuestados, dado que en 216 casos ocurría esta situación en la que no solo el encuestado poseía un emprendimiento, sino que su familia también era poseedora de una empresa. Donde se encontró que en un 20% estos comparten mercado y/o industria y además que en un 23% los padres poseen parte del negocio personal de los emprendedores. Ver figuras 7-12 y 7-13.

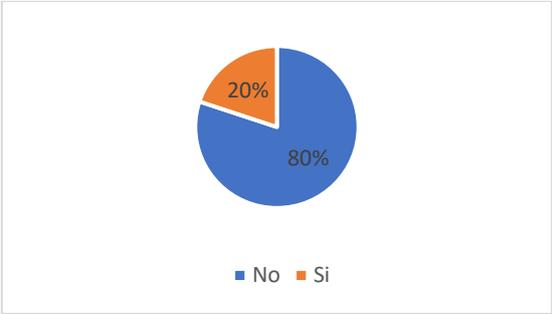


Figura 7-12 Porcentaje según si el negocio familiar y el personal comparten mercado y/o industria.

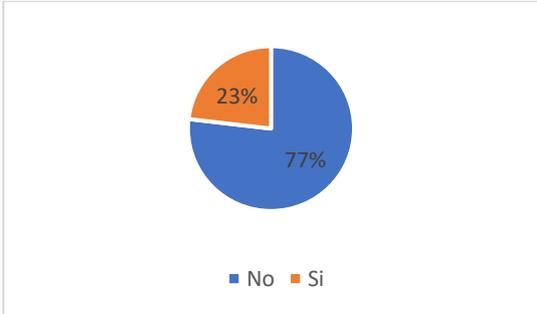


Figura 7-13 Porcentaje según si los padres poseen parte del paquete accionario de la empresa personal.

Sin embargo, se observó que solo en un 10% de los casos existen transacciones entre ambos negocios, lo que denota independencia comercial entre los negocios familiares y los personales de cada emprendedor. Ver figura 7-14.

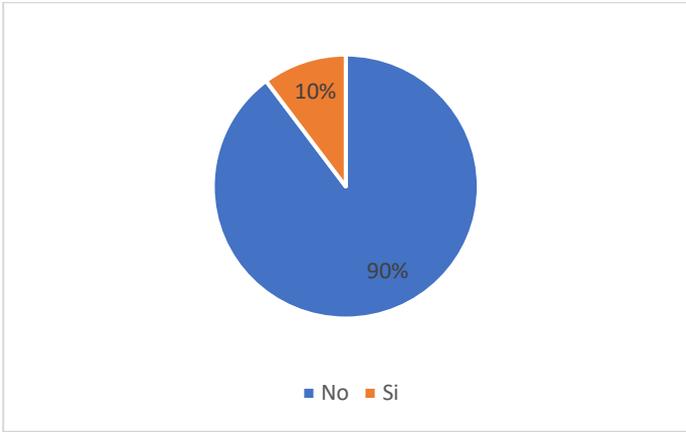


Figura 7-14 Porcentaje según si existen transacciones relevantes entre ambos negocios.

En la próxima sección, luego del análisis de los 1.832 datos recabados en colaboración a las universidades partners se plantean las conclusiones y reflexiones del estudio.

8 Conclusiones y reflexiones

8.1 Desempleo y emprendedurismo

En primer lugar, el contexto temporal e histórico marca una crisis tanto sanitaria, como económica nunca vista no solo en Uruguay sino en el mundo entero; crisis que ha golpeado a todos los ámbitos de una nación y la universidad no ha sido la excepción. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2021 la tasa de desempleo ha fluctuado entre 9,4% y 11,7%. Sin embargo, el país está atravesando una reactivación económica donde al finalizar la misma se espera que se recuperen los puestos de trabajo perdidos.

Se puede inferir entonces, que tal como los resultados de este informe lo muestran que los estudiantes ven al emprendedurismo como una fuente viable de autoempleo, y si es posible, de generación de fuentes de trabajo que contribuyan con esta reactivación. No es extraño que un 35% de la muestra haya sido catalogado como emprendedor naciente, es decir, que posee intenciones claras de crear su empresa.

8.2 Estímulos universitarios al emprendimiento

Tras el análisis de la muestra se observa que ven como fructíferos los aportes que la universidad realiza de cara a fomentar, estimular y desarrollar capacidades relativas a emprender en los estudiantes, esto se denota de promedios superiores a 4 en las escalas consultadas. No obstante, es posible que los estudiantes no se sientan totalmente preparados al finalizar sus estudios para comenzar un negocio, fenómeno que se observa en el aumento significativo del porcentaje de estudiantes con intención de emprender al finalizar sus estudios (26,9%) y en los 5 años posteriores (42,3%).

La comunidad estudiantil manifiesta que sus universidades presentan un clima inspirador de nuevas ideas de negocio y fomenta el emprendedurismo, involucrando a sus estudiantes en actividades y cursos.

Las universidades deben reforzar sus esfuerzos y aumentar la carga horaria correspondiente a este tipo de cursos en las grillas, ya que se observó que un 51% no ha participado de estas actividades y un 21% los ha realizado de manera obligatoria. Además, estimular la elección de

cursos relativos a emprender como parte de aquellos cursos elegibles, donde solo un 27% los ha tomado.

Aunque en su globalidad el contexto universitario parece fomentar y estimular el emprendedurismo no así lo refleja la participación en cursos dedicados a él. Por ello, es recomendable revisar las mallas curriculares y sus contenidos, pero también la generación de espacios y actividades extracurriculares que permitan desarrollar el espíritu emprendedor en ambientes más distendidos e informales.

Se debe profundizar y fomentar en los estudiantes habilidades que les permitan desarrollar redes e identificar oportunidades de negocio, que fueron descritas como las menos desarrolladas en los cursos tomados. Estas cualidades son vitales en cualquier emprendedor, permitiéndoles conocer mercados, socios e inversionistas una vez identificado el potencial de una idea.

8.3 Estabilidad primero, emprendedurismo después

Se ha observado, no solo en este informe sino en el pasado, un patrón en el cual los estudiantes prefieren en primer lugar ser empleados una vez graduados y posteriormente emprender. Es decir, prefieren consolidarse, generar un capital social y económico para luego emprender.

8.4 Emprendedurismo colectivo

Al estudiar a los emprendedores nacientes y a los activos, se observó que en el primer caso un 54% de ellos optaron por emprender de forma individual, sin embargo, en el caso de los activos solo un 24% lo hacen. Esto se puede corresponder a que los emprendedores nacientes en su mayoría están en etapas tempranas del emprendimiento y pueden hacer las actividades en forma individual. Una vez consolidado el negocio, se invierten los roles y las modalidades más utilizadas son las de emprender con uno o dos socios.

8.5 Sucesión no como objetivo primario

Si bien tan solo un 7% de los entrevistados optó por suceder el negocio familiar (ya sea al graduarse o en los cinco años posteriores), un 42% proviene de una familia emprendedora, lo que denota una voluntad de crear un emprendimiento propio o desarrollarse profesionalmente de una forma más acorde a sus intereses personales.

8.6 COVID-19

Un 87% de los emprendedores nacientes y un 76% de los emprendedores activos no planearon crear su emprendimiento debido a la pandemia. Por lo tanto, el contexto pandémico no ha sido la fuente impulsora principal de emprendimientos y emprendedores en este ámbito universitario.

9 Desafíos hacia las universidades

Este informe fue realizado en base a las 7 universidades participantes, con una mirada global.

El estudio GUESSS ha proporcionado no solo una forma de medir el emprendedurismo en la comunidad universitaria, sino que también es una herramienta para que las universidades midan el clima universitario respecto a él. Esto con la intención de realizar cambios y adaptarse de manera de favorecer y fomentar de manera efectiva a sus estudiantes a emprender.

Sin embargo, para esto se debe no solo fomentar, sino brindar las herramientas necesarias para que sean capaces de lograr sus objetivos y sentirse con los conocimientos necesarios al comenzar el camino del emprendedurismo.

En ese sentido, surge como desafío más importante una mejora de la participación de estudiantes en cursos y actividades referentes a emprender, creando espacios atractivos para desarrollar las capacidades emprendedoras de los estudiantes.

Además, si se desea que la universidad forme emprendedores, es necesario que esto pase al eje central de la misma, atravesando transversalmente los programas, donde el emprendedurismo esté presente en los cursos brindados. Esto implica un giro, que algunas universidades están aplicando en sus programas académicos, como forma de potenciar el impacto generado al entrelazar los conocimientos entre un curso y otro, y fomentar el ejemplo y la utilización de casos sobre emprendedores.

Parece pertinente que en temas de emprendedurismo, el acompañamiento de la universidad no se limite solamente a lo académico, sino se propone la creación de programas de asesoramiento

y mentorías a aquellos que comiencen su negocio. Esto se podría realizar tanto con los estudiantes como con los recién graduados de manera de establecer una continuidad en los primeros años como emprendedores. De esta forma, se podría fortalecer el lado práctico de los conocimientos y verter la experiencia generada por los profesores en los estudiantes aplicada a las situaciones que estos experimentan como emprendedores.

Es claro que lo mencionado hasta el momento implica un gran esfuerzo presupuestal y organizativo por parte de las directivas universitarias, además de un compromiso por parte de los docentes. No obstante, si lo que se pretende como universidad es fortalecer el emprendedurismo, es necesario establecer una estrategia clara e integral, que logre posicionarlo dentro de las primeras opciones de desarrollo profesional de los estudiantes.

Estudios como este deben ser promovidos de manera de poder estudiar y analizar las diferentes variables que afectan este fenómeno y como pueden ser abarcadas de forma efectiva y atractiva para los estudiantes.

En el informe global (Sieger, Raemy, Zellweger, Fueglistaller, & Hatak, 2021) menciona algunos aspectos que como universidades se deberían considerar en el Uruguay como:

- “Tener en cuenta que la universidad normalmente ofrece diferentes formas de apoyo, asesoramiento y la oportunidad de conocer a posibles cofundadores.”
- “Mejorar y ampliar aún más las ofertas de educación empresarial y buscar crear una atmósfera empresarial”.
- “Promover activamente los ecosistemas emprendedores con actores públicos y privados.”

10 Referencias

- Acs, Z., Audretsch, D., & Lehmann, E. (2013). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Revista Latinoamericana de Administración*, 41(1). doi:757-774
- Adjzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2). doi:179-211
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the. *Small Business Economics*, 47(1), 53-76. doi:10.1007/s11187-016-9700
- Coleman, B., & Dulewicz, V. (2021). Assessing the Dark Triad of machiavellianism, narcissism and psychopathy in the workplace. *Assessment & Development Matters*, 13(3). Recuperado el 22 de septiembre de 2021
- Din, B., Anual, A. R., & Usman, M. (2016). The effectiveness of the entrepreneurship education program in upgrading entrepreneurial skills among public university students. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 224, 117-123. Recuperado el 6 de octubre de 2021
- Fernández, M. J., Grau, J. B., Ripoll, C. G., & Colet, A. V. (2019). ApredictivestudyofantecedentvariablesofPassiontowardsWork. *anales de psicología*, 35(3). Recuperado el 22 de Septiembre de 2021
- Gelderen, M. v., Praag, M. v., Bodewes, M., Poutsma, E. W., & Gils, A. v. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6). doi:535-559
- INE. (2020). *Desempleo*. Recuperado el 10 de junio de 2021, de <https://ine.gub.uy/indicadores?indicadorCategoryId=67534>
- Krauss, C., Bonomo, A., & Volfovicz, R. (2018). La educacion emprendedora frente al impacto de la 4ta revolucion industrial. *Teuken Bidikay*, 9(12), 193-217. doi:10.33571/teuken
- Leiva, J. C., Mora-Esquivel, R., Krauss-Delorme, C., Bonomo-Odizzio, A., & Soliz-Salazar, M. (2021). Entrepreneurial intention among Latin American university students. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 34(3), 339-418. doi:<https://doi.org/10.1108/ARLA-05-2020-0106>
- Levenson, H. (1973). Reliability and Validity of the I,P, and C Scales - A Multidimensional View of Locus of Control. *American Psychological Association Convention*, (pág. 9). Montreal.

- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3). doi:593-617
- Lüthje, C., & Franke, N. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology*, 269-288.
- Morris, M., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university. *European J. International Management*, 11(1), 65-85. doi:10.1504/ejim.2017.081251.
- Nayan, S., Shalfie, L. A., Chuluan, M., Zakaria, F., & Nayan, S. (2021). Graduate Employability and Digital Entrepreneurship in the Era of IR 4.0. *Jurnal Itelek*, 16(1), 158-165. Recuperado el 6 de octubre de 2021
- Park, S. W., Ferrero, J., Colvin, C. R., & Carney, D. R. (2013). Narcissism and Negotiation. doi:10.1080/01973533.2013.840633
- Sánchez, J., Lanero, A., & Yurrebaso, A. (2005). Variables determinantes de la intención emprendedora en el contexto universitario. *Revista de Psicología Social Aplicada*, 15(1). Recuperado el 22 de septiembre de 2021
- Sieger, P., & Braun, L. (2020). Under Pressure: Family Financial Support and the Ambidextrous use of Causation and Effectation.
- Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U., & Hatak, I. (2021). Global Student Entrepreneurship 2021: Insights From 58 Countries.
- Solomita, M. (21 de marzo de 2021). Por COVID, más uruguayos apuestan al negocio propio, ¿qué errores hay que evitar para no fracasar? *El País*. Obtenido de <https://www.elpais.com.uy/que-pasa/covid-uruguayos-apuestan-negocio-propio-errores-hay-evitar-fracasar.html>
- Welsh, D. H., Tullar, W. L., & Nemati, H. R. (2016). Entrepreneurship education: Process, method or both? *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(3), 125-132. doi:10.1016/j.jik.2016.01.005



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

ITHAKA



UCU

Universidad Católica del Uruguay



UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA URUGUAY



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE ADMINISTRACIÓN



UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA URUGUAY



initium
UNIVERSIDAD DE MONTEVIDEO

UTEC
Universidad Tecnológica

