

URUGUAY

Reporte 2018



Autores

Catherine Krauss | Adriana Bonomo | Roberto Volfovicz

Agradecimientos

El Centro Ithaka de Emprendimiento e Innovación de la Universidad Católica del Uruguay (UCU), Institución Partner de Uruguay, agradece a todas las universidades que dieron acceso a la cohorte de sus estudiantes vía email, social media y otros apoyos para recabar los datos para este proyecto y en especial a los participantes que completaron la encuesta.

Agradecemos a los colegas de la University of St. Gallen (KMU-HSG) y de University of Bern (IMU) quienes manejaron y coordinaron este proyecto internacional de forma excelente. En particular el liderazgo, pericia y apoyo del Dr. Philipp Sieger que nos fueron brindados en esta edición y un caluroso agradecimiento a EY, sponsor internacional y a Santander Universidades sponsor nacional.

Una mención especial por el apoyo recibido para el acceso a los estudiantes de la Universidad de la República, Mag. María Messina, Directora de Emprenur.

Dra. Catherine Krauss: ckrauss@ucu.edu.uy

<https://ucu.edu.uy/es/catherine-krauss>

Dra(C). Adriana Bonomo: abonomo@ucu.edu.uy

<https://ucu.edu.uy/es/adriana-bonomo>

Dr. Roberto Volfovicz: roberto.volfovicz@ucu.edu.uy

Para citar este reporte:

Krauss, C.; Bonomo, A., Volfovicz, R. (2018). GUESSS: Reporte de Uruguay (2018). ITHAKA-Centro Emprendimiento e Innovación y Departamento de Administración y Finanzas Universidad Católica del Uruguay, Montevideo, Uruguay.

Contenido

Resumen Ejecutivo.....	5
1 Introducción	6
1.1 Objetivo y propósito del reporte.....	6
1.2 Proyecto GUESSS 2018: Información clave	7
2 Información demográfica.....	8
2.1 Género, edad, estado civil, religión.....	8
2.2 Nivel de estudio y carrera	9
3 La intención de elección de carrera e intención emprendedora	10
3.1 Reflexiones generales.....	10
3.2 Intención emprendedora	12
3.3 Emprendedores nacientes y activos	13
4 Impulsores de la intención emprendedora.....	15
4.1 El ambiente de la Universidad.....	15
4.2 Habilidades emprendedoras (Locus de control, actitud emprendedora y autoeficacia)	17
4.3 Entorno familiar	18
4.4 Entorno social (La sociedad en que viven)	20
5 Emprendedores nacientes	20
5.1 Descripción.....	20
6 Emprendedores Activos	22
6.1 Descripciones	22
6.2 Características	22
7 Conclusiones.....	24
8 Bibliografía	26

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Fundamentos conceptuales del estudio GUESSS Uruguay	6
---	---

Índice de Cuadros

Cuadro 1-1 Respuestas por Universidades	7
Cuadro 3-1 Intención de elección de carrera al terminar los estudios y 5 años después.....	11
Cuadro 3-2 Intención emprendedora al terminar los estudios y 5 años después por género .	13
Cuadro 3-3 Comparación de Emprendedores nacientes y activos por género.....	14
Cuadro 4-1 Ambiente de la Universidad, promedios por afirmación	15
Cuadro 4-2 Los cursos y servicios a los que asistí, promedios totales comparación entre 2016 y 2018.....	16

Cuadro 4-3 Locus de control, promedios totales por afirmación 2016-2018	18
Cuadro 4-4 Actitud Emprendedora, promedios totales por afirmación 2016-2018	18
Cuadro 4-5 Autoeficacia, promedios totales por afirmación 2016-2018.....	18
Cuadro 4-6 Reacción del entorno si emprende, promedios por afirmación 2016 -2018	19
Cuadro 4-7 Entorno familiar 2016-2018.....	19
Cuadro 5-1 Empresa como ocupación principal después de la graduación por género	21
Cuadro 6-1 Sector en donde está activa la empresa.....	23
Cuadro 6-2 Cantidad personas tienen participación en el capital de la empresa.....	24
Cuadro 6-3 Cantidad personas tienen participación en el capital de la empresa.....	24

Índice de Gráficas

Gráfica 2-1 Género de los estudiantes encuestados.....	8
Gráfica 2-2 Nivel en que se encuentra estudiando	9
Gráfica 2-3 Campos de estudio	10
Gráfica 3-1 Intención de elección de carrera en grupos	12
Gráfica 3-2 Comparación de Emprendedores nacientes y activos.....	14
Gráfica 4-1 Ambiente de la Universidad	16
Gráfica 4-2 Relevamiento de qué capacitaciones sobre emprendimiento recibieron durante su pasaje por la universidad	17
Gráfica 4-3 Encuestados en contexto de negocio familiar.....	19
Gráfica 4-4 La sociedad en que viven, promedios totales por afirmación.....	20
Gráfica 5-1 Información general – Plazo para la puesta en marcha de la empresa.....	21
Gráfica 5-2 Información general – Empresa como ocupación principal después de graduación	21
Gráfica 6-1 Año de fundación de la empresa que gestionas/administras	22
Gráfica 6-2 Número de empleados actuales a tiempo completo	22
Gráfica 6-3 Porcentaje de tu participación en el capital de la empresa	23

Resumen Ejecutivo

En la 8va edición del Estudio Internacional GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*) realizado en 2018, participaron más de 208.000 estudiantes de 54 países y más de 3.000 universidades. En Uruguay participaron 509 estudiantes.

En los resultados del estudio para Uruguay se observa que 46% de los participantes eran hombres y el 54% mujeres. Con respecto a las edades, la mayoría tiene hasta 24 años (68%). Teniendo un 12% de estudiantes mayores de 31 años.

Principales hallazgos

- El porcentaje de estudiantes que tienen la intención de convertirse en empleados directamente después de terminar sus estudios a nivel nacional corresponde a un 80%.
- La intención de trabajar directamente en su propio negocio al terminar sus estudios es de 11% a nivel nacional.
- 50% de los estudiantes tienen intención de trabajar en su propio negocio 5 años después de completar sus estudios.
- Existe una brecha entre los géneros donde las mujeres tiene menor intención emprendedora que los hombres, siendo 5 años después de 7,4%.
- El impacto del ambiente universitario se vio incrementado con respecto a la encuesta GUESSS 2016, en donde disminuyó la cantidad de estudiantes que no había asistido a curso sobre emprendimiento pasando de 53% a 48%.
- Es interesante destacar que 52% de los encuestados de ambas universidades trabajan y mayoritariamente son estudiantes de grado.

1 Introducción

1.1 Objetivo y propósito del reporte

GUESSS sigla en inglés para *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* es una investigación mundial sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios, su intención y actividades emprendedoras. Se realiza en más de 54 países y con una participación en la ronda 2018 de 208.000 estudiantes de 3.000 universidades.

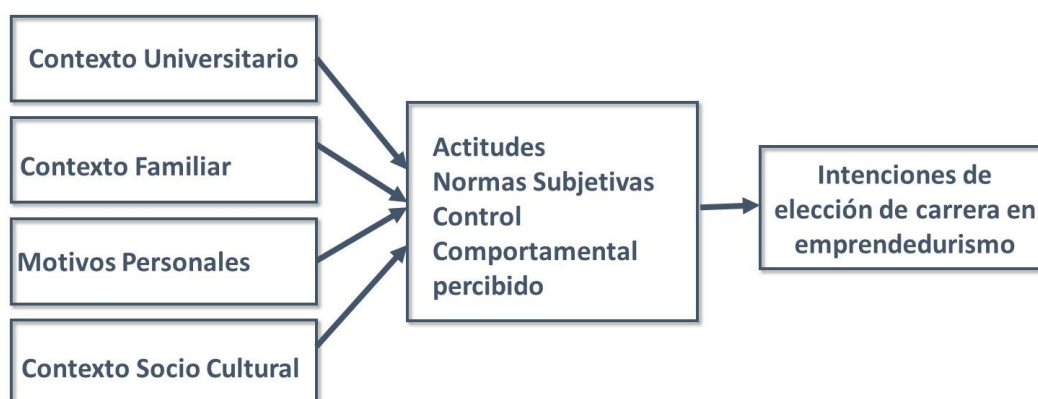
La primera investigación se hizo en 2003 y su octava edición es en 2018. El proyecto está liderado por el Swiss Institute for Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen (KMU-HSG) en Suiza junto con la Universidad de Bern. El responsable del proyecto es el Profesor Doctor Philipp Sieger junto con los Doctores Urs Fueglistaller, Thomas Zellweger e Ilija Braun.

En cada país que participa existe un equipo líder responsable de recopilar los datos (con la colaboración de universidades locales) y de realizar el Reporte Nacional.

Existen varias ramas de investigación, que utilizando los datos del GUESSS, analizan a los estudiantes universitarios de grado y postgrado sobre sus intenciones emprendedoras, los emprendedores nacientes, el desarrollo de nuevos emprendimientos, aspectos relacionados a pertenecer a una empresa familiar, los desafíos de la sucesión en la misma y el impacto sobre el espíritu emprendedor de diferentes factores

El diseño de la investigación, se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991), como indica la ilustración 1.

Ilustración 1 Fundamentos conceptuales del estudio GUESSS Uruguay



Fuente: (Ajzen, 1991), (Sieger, Fueglistaller, & Zellweger, 2014)

El objetivo principal de esta investigación es recopilar datos sobre la intención emprendedora, y la actividad de los estudiantes, en el contexto universitario utilizando una comparación geográfica y temporal. Es un esfuerzo para proporcionar información de valor a las universidades, a los estudiantes, y a los hacedores de políticas.

La encuesta se basa en la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991). Su objetivo es analizar el impacto de los factores que influyen en la elección de carrera (sobre todo la elección de las actividades empresariales): como es el entorno universitario y la educación, relacionados con el espíritu empresarial, las motivaciones personales, la situación familiar, etc.

Van Gelderen et al (2015) y Sánchez (2009) citan a Ajzen (1991, 2011/2014) mencionando que las intenciones aparecen como un buen predictor de la teoría del comportamiento planificado futuro (TPB- Theory of Planned Behavior) como es el de emprender. Sánchez (2009) también menciona a (Kim & Hunter, 1993) indicando que las intenciones predicen satisfactoriamente el comportamiento; refiriendo a los antecedentes individuales y situacionales (Krueger & Carsrud, 1993), (Krueger N. , 2008).

1.2 Proyecto GUESSS 2018: Información clave

En cada país participante, se elige una universidad de referencia. Se invita a participar a las otras universidades. El cuestionario original es en inglés y en el caso del reporte en español, las once universidades latinoamericanas contribuyeron a la traducción y revisión del cuestionario. El Reporte Global ya está disponible en las publicaciones del GUESSS (Sieger P. , Fueglistaller, Zellweger, & Braun, 2019)

El cuestionario estaba alojado en la WEB del Proyecto y cada institución participante envió un correo electrónico a sus estudiantes conteniendo la URL con la invitación a participar de la investigación. En Uruguay, se recabaron los datos entre los meses de setiembre a diciembre 2018. Dado que muchos estudiantes ignoraban el correo, profesores de algunas facultades de la UCU aplicaron el test durante el dictado de sus clases, vía smartphone.

Esta es la segunda participación de Uruguay en el estudio y como resultado se obtuvieron 509 respuestas. En el Cuadro 1-1, se indica el número y porcentaje correspondiente.

Cuadro 1-1 Respuestas por Universidades

Universidad	N	%
Universidad Católica del Uruguay	393	77,2
Universidad de la República del Uruguay	109	21,4
Otras *	7	1,4
Total	509	100,0

* Representa respuestas de estudiantes de otras universidades del Uruguay. No son valores perdidos.

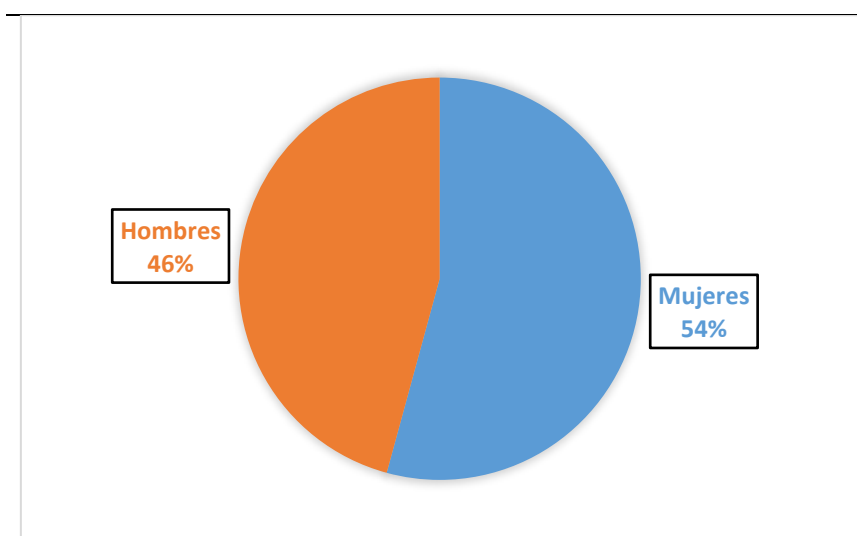
Visto la cantidad de estudiantes que contestaron la encuesta proveniente de la universidad privada (78,6%), las conclusiones a las que se llega pueden tener un sesgo debido al entorno socioeconómico de donde provienen. Es interesante destacar que 52% de los encuestados de ambas universidades trabajan frente a un 48% que no lo hace y mayoritariamente eran estudiantes de grado.

2 Información demográfica

2.1 Género, edad, estado civil, religión

En la muestra del Uruguay existe un porcentaje muy similar de encuestados hombres (46%) y mujeres (54%), siendo éstas un poco mayor (Gráfica 2-1).

Gráfica 2-1 Género de los estudiantes encuestados



El 68% de los estudiantes tienen hasta 24 años de edad, donde la media es de 32 años. Es importante destacar como están constituidas las franjas para las categorías de edades.

- Hasta 24 años: incluye los nacidos de 2000 a 1994 (68%)
- De 25 a 30 años: incluye los nacidos de 1993 a 1988 (20%)
- De 31 años en adelante: incluye nacidos de 1987 a 1963 (12%)

Con respecto al estado civil de los estudiantes, el 87% es soltero, 8% vive en parejas, 4% está casado y el 1% divorciado.

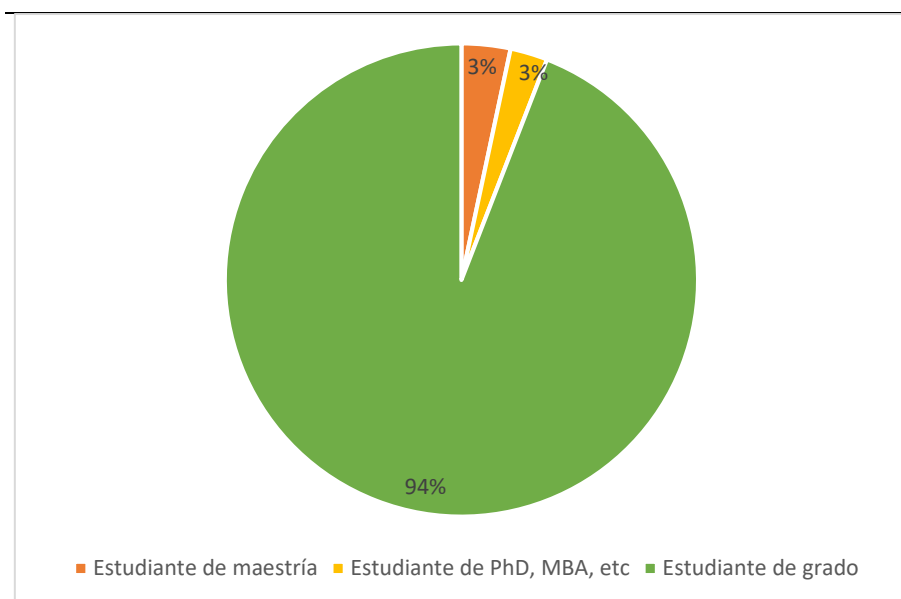
El 92% de los estudiantes son uruguayos, siendo el 8% de los mismos provienen de otros destinos como Brasil, España, Venezuela, etc.

Con respecto a la religión, 39% de los estudiantes son cristianos, 50% declara no profesar ninguna religión, 10% prefiere no contestar y solamente el 1% es de otra religión como el judaísmo y el islam.

2.2 Nivel de estudio y carrera

Respecto al nivel en que se encuentran estudiando, en la Gráfica 2-2, se puede observar que el porcentaje de estudiantes de grado es de 94%, en cambio hay sólo 3% de estudiantes de maestría y 3% de doctorado y MBA.

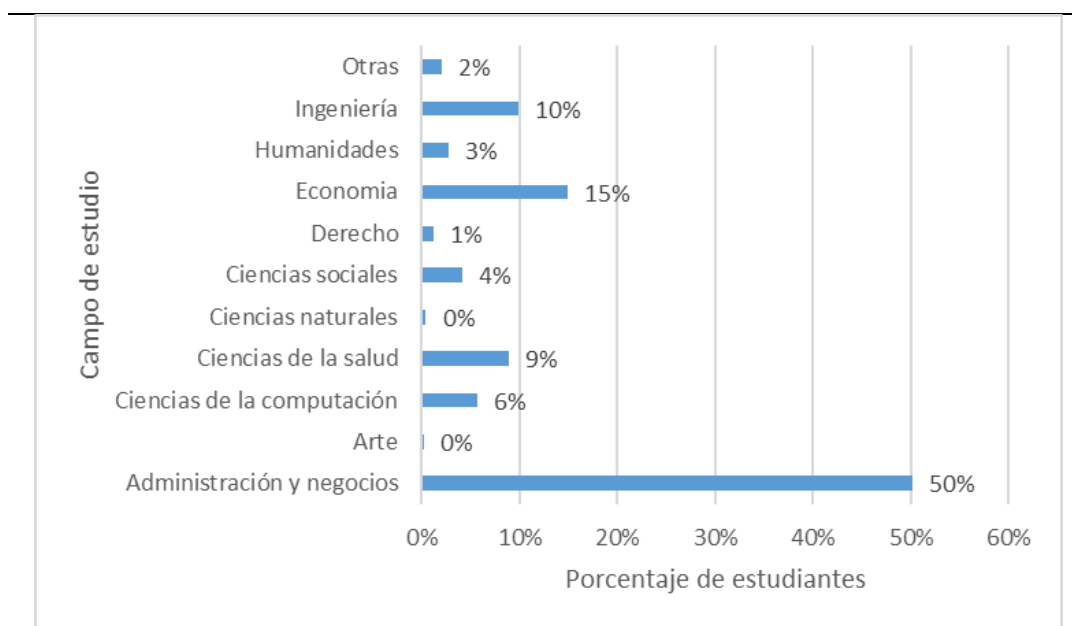
Gráfica 2-2 Nivel en que se encuentra estudiando



La distribución por carrera se muestra en la Gráfica 2-3. Dado que en Uruguay los cuestionarios fueron distribuidos en la Universidad de la República por la Facultad de Ciencias Económicas y en la Universidad Católica en la Facultad de Ciencias Empresariales, el porcentaje de estudiantes es mayoritariamente de administración y negocios (50%), seguido por los de economía (15%), alcanzando el 65% de los estudiantes.

El resto de la muestra se compone por un 10% de ingeniería, 9% de ciencias de la salud, 6% por ciencias de la computación, 4% ciencias sociales y 6% el resto de las carreras.

Gráfica 2-3 Campos de estudio



3 La intención de elección de carrera e intención emprendedora

3.1 Reflexiones generales

El estudio GUESSS se basa en la teoría de la conducta planificada (Ajzen, 1991) como base para argumentar que las intenciones emprendedoras, darán lugar a acciones en algún momento en el futuro, y predecir la posibilidad de tener su emprendimiento.

En el estudio se les preguntaba a los estudiantes sus preferencias de carrera, una vez que se graduaran y cinco años después de terminar. Comparando las respuestas de los estudiantes de 2016 y luego 2018, se ve que hay muy poca diferencia. En ambos casos, la preferencia para trabajar en empresas medianas es el mayor deseo que tienen al finalizar su carrera, teniendo esta respuesta 26% para 2016, frente a 27% en 2018. El deseo de trabajar en una gran empresa sigue siendo muy atractivo cuando se gradúan, pero ha habido una pequeña disminución con respecto a 2016 que era el 27%, pasando a 23% en 2018.

En ambos casos se observa una declinación importante al analizar los porcentajes de intención de trabajar 5 años después en una empresa según su tamaño, pero manteniendo los mismos guarismos que en 2016. Se puede observar que disminuyen al 14% en empresas grandes y al 5% en empresas medianas. (Cuadro 3-1)

De los estudiantes, al finalizar sus estudios, únicamente el 11% de ellos quiere fundar su empresa, pero luego de 5 años, el porcentaje cambia a 51%. En este punto es donde se va el

mayor incremento y variación en sus intenciones de emprender. Lo interesante es que los niveles se mantienen de forma muy similar en 2016 y 2018 (Cuadro 3-1).

Cuadro 3-1 Intención de elección de carrera al terminar los estudios y 5 años después

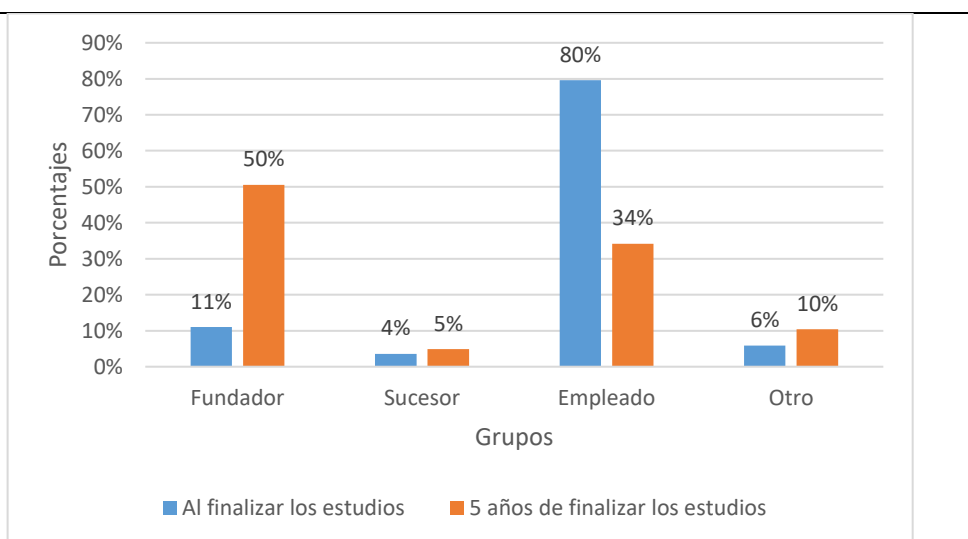
	Uruguay			
	Al terminar los estudios (2016)	Al terminar los estudios (2018)	5 años después (2016)	5 años después (2018)
Un empleado en una pequeña empresa (1-49 empleados)	13%	14%	1%	1%
Un empleado en una mediana empresa (50-249 empleados)	26%	27%	4%	5%
Un empleado en una gran empresa (250 o más empleados)	27%	23%	13%	14%
Un empleado en una organización sin fines de lucro (ONG)	3%	2%	3%	3%
Un empleado en academia (seguir una carrera académica)	3%	7%	3%	4%
Un empleado en el servicio público	8%	8%	4%	7%
Un fundador (emprendedor) trabajando en mi propia empresa	10%	11%	57%	51%
Un sucesor en la empresa de mis padres o de mi familia	4%	3%	3%	2%
Un sucesor en una empresa actualmente no controlada por mi familia	1%	1%	3%	3%
Otro / no lo sé todavía	6%	6%	9%	10%
Total	100%	100%	100%	100%

El alto porcentaje que manifiesta intenciones de ser el fundador de su propia empresa, luego de 5 años de graduado, confirma un hallazgo clave de anteriores ediciones, que puede indicar la importancia del desarrollo de capacidades emprendedoras en varios niveles de la currícula universitaria.

En la Gráfica 3-1 se puede apreciar como varía la intención de carrera con el tiempo. Al finalizar los estudios, el 11% de los estudiantes desean fundar su empresa frente a 80% que quisiera ser empleado. En cambio, 5 años después el 50% de ellos se ve fundando una empresa y únicamente el 34% empleado.

Comparando con el reporte GUESSS Global 2018 (Sieger P. , Fueglistaller, Zellweger, & Braun, 2019), se puede constatar que el 79% de los estudiantes al finalizar sus estudios quieren ser empleados, y en Uruguay es el 80%. Cinco años más tarde el 50,5% quiere ser empleado a nivel internacional, frente al 34% de Uruguay. A su vez, en la intención de fundar su propia empresa, en Uruguay el 50% de los estudiantes lo quiere hacer al finalizar sus estudios, frente al 34,7% a nivel internacional.

Gráfica 3-1 Intención de elección de carrera en grupos



3.2 Intención emprendedora

Analizando la intención emprendedora por género, tanto al terminar los estudios como cinco años después, el ser empleado es levemente superior para las mujeres.

Comparando con los resultados obtenidos en 2016 y 2018, se ve que hay un aumento en el deseo de ser empleado, luego de pasado 5 años de finalizada la carrera, pasando en hombres del 24,4% al 31,9% y en las mujeres del 29,8% al 36,4%.

Los valores para fundador como opción siempre son ligeramente superior en el género masculino tanto en 2016 como 2018 en ambas situaciones, pero donde se aprecian las mayores diferencias es cuando se introduce el factor de sucesión en la empresa familiar dónde los hombres se ven más en ese puesto que las mujeres (Cuadro 3-2).

Cuadro 3-2 Intención emprendedora al terminar los estudios y 5 años después por género

	Uruguay (2016)				Uruguay (2018)			
	Al terminar los estudios		5 años después		Al terminar los estudios		5 años después	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Empleado	75,4%	81,7%	24,4%	29,8%	75,4%	83,3%	31,9%	36,4%
Fundador	12,7%	8,9%	59,4%	55,3%	14,7%	8,0%	54,3%	46,9%
Sucesor	6,5%	3,8%	8,8%	4,0%	5,2%	2,2%	5,6%	4,4%
Otro	5,4%	5,6%	7,4%	10,9%	4,7%	6,5%	8,2%	12,4%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Estudios realizados en estudiantes universitarios muestran que las actitudes emprendedoras están positivamente relacionadas a la intención emprendedora (IE), pero en menor grado en mujeres (Maresch, Harms, Kailer, & Wimmer-Wurm, 2016), confirmado por los datos presentados

3.3 Emprendedores nacientes y activos

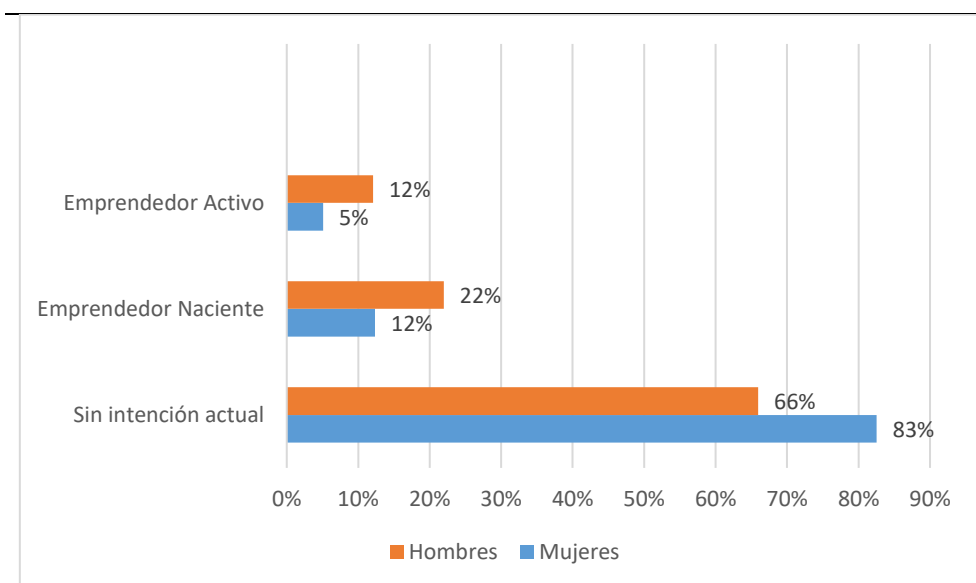
En el estudio se analiza los estudiantes que están en un proceso de creación de un negocio (emprendedores nacientes) y los que ya tienen su propio negocio (emprendedores activos). Para identificarlos se les preguntó:

“¿estás actualmente tratando de iniciar tu propio negocio/convertirte en auto empleado?” y

“¿estás actualmente operando/gestionando tu propio negocio o ya estás autoempleado?”

En la Gráfica 3-2, se puede ver claramente que son los hombres los que están emprendiendo más que las mujeres, siempre una proporción del doble que las mujeres. En emprendedores activos tenemos 12% de los hombres frente al 5% de las mujeres, y en emprendedor naciente, el 22% de los hombres frente al 12% de las mujeres.

Gráfica 3-2 Comparación de Emprendedores nacientes y activos



La importancia de las intenciones como un antecedente del comportamiento planificado (como la fundación de una la empresa) se ha destacado en los últimos años (Krueger, Reilly, & Carsud, 2000). En el Cuadro siguiente, se puede apreciar la comparación en la encuesta realizada en 2016 frente a la realizada en 2018, pudiéndose ver resultados muy similares, salvo en que las mujeres emprendedoras activas han disminuido pasando de 8,9% en 2016 al 5,1% en 2018.

Cuadro 3-3 Comparación de Emprendedores nacientes y activos por género

	Uruguay (2016)		Uruguay (2018)	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Sin Intención Actual	64,7%	80,8%	65,9%	82,5%
Emprendedor Naciente	21,2%	10,3%	22,0%	12,4%
Emprendedor Activo	14,0%	8,9%	12,1%	5,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En la comparación por género, claramente las mujeres emprenden en menor proporción que los hombres como refuerza la bibliografía (Cuadro 3-3).

4 Impulsores de la intención emprendedora

4.1 El ambiente de la Universidad

Las preguntas de esta sección se basan en (Luethje & Franke, 2004) que analizan la importancia del contexto académico como una parte importante del entorno de los alumnos, ya que las universidades están en condiciones de formar y animar las intenciones empresariales. Especialmente pueden fomentar el espíritu empresarial entre sus graduados, así como también pueden amortiguar el optimismo e incluso puede convertir a los estudiantes que estaban originalmente interesados en la iniciativa empresarial en graduados interesados sólo en una carrera en las empresas grandes y establecidas.

Analizando los promedios totales, se observa el mayor peso en los estudiantes de Uruguay en 2018, comparando con 2016, indicando que el ambiente de la universidad favorece una mayor propensión a emprender (Cuadro 4-1).

Cuadro 4-1 Ambiente de la Universidad, promedios por afirmación

Afirmación	Promedios Totales Uruguay	
	2016	2018
El entorno de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios.	4,4	4,6
En mi Universidad, existe un clima favorable para convertirme en emprendedor.	4,7	4,8
En mi Universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras.	4,7	5,0

Considerando también el ambiente de la universidad, en los grados de acuerdo/desacuerdo de las afirmaciones, utilizando siete categorías de respuesta, en donde se presentan 1=Muy en desacuerdo (rojo), 7=Muy de acuerdo (verde), visualizándose el impacto en la Gráfica 4-1.

Se puede ver que, en estos años, hubo un aumento del efecto del clima favorable para emprender en las universidades, así que como se fomenta más a los estudiantes para que realicen actividades vinculadas con emprender.

Gráfica 4-1 Ambiente de la Universidad



Se utilizan siete categorías de respuesta, en donde se presentan 1=Muy en desacuerdo (rojo), 7=Muy de acuerdo (verde).

La literatura sugiere que el ambiente universitario, a través de la educación emprendedora, cursos, talleres de sensibilización impacta al estudiante en su intención emprendedora (Goldstein, 2010). En cambio Serra & Kabadayi (2014) y Yang (2013) relacionan la educación con la IE como predictora de futuros emprendedores.

Para Soto (2012), la universidad, además de formar personas que ocuparán empleos establecidos, debe formar a quienes buscan investigar, innovar, crear y emprender sus propios proyectos para transformarlos en nuevas fuentes de empleo, innovando procesos, productos o servicios que resuelven problemas o necesidades de la sociedad.

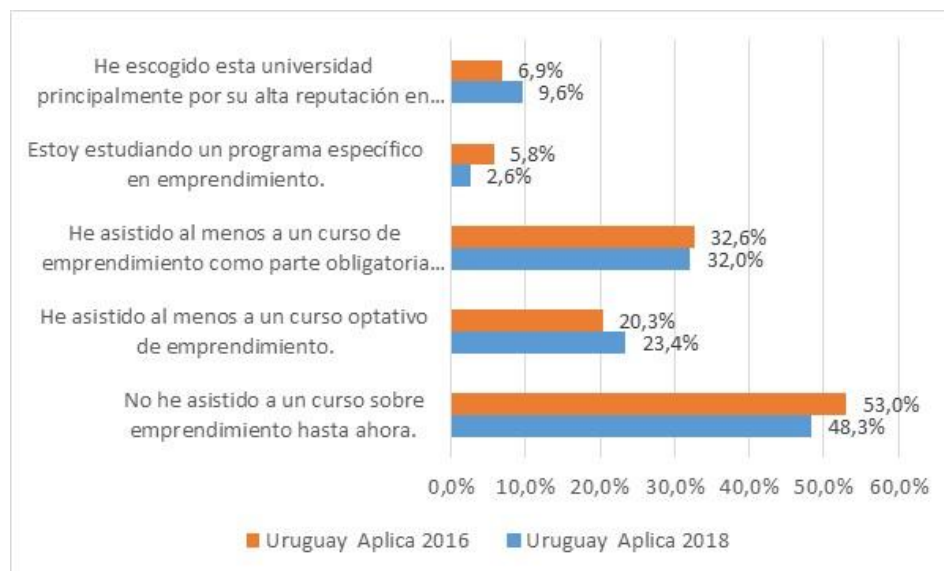
Cuadro 4-2 Los cursos y servicios a los que asistí, promedios totales comparación entre 2016 y 2018

Afirmación	Promedios Totales Uruguay	
	2016	2018
...aumentaron mi entendimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores.	4,6	4,7
...aumentaron mi entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio.	4,5	4,6
...aumentaron mis habilidades prácticas administrativas/de gestión para poder iniciar un negocio.	4,5	4,5
...aumentaron mi habilidad para desarrollar redes.	4,3	4,4
...aumentaron mi habilidad para identificar una oportunidad.	4,7	4,5

Analizando los resultados, se puede ver claramente que los estudiantes en 2018 consideran que los cursos y servicios que recibieron en la universidad realmente aumentaron su motivación para emprender, así como sus habilidades para llevar adelante su negocio, más que en 2016. En cambio, no hay diferencias en las habilidades prácticas administrativas/de gestión para poder iniciar un negocio. En cambio, sí se encuentra una disminución en las habilidades para identificar una oportunidad (Cuadro 4-2).

El tipo de capacitaciones sobre emprendimiento que recibieron durante su pasaje por la universidad se muestra en la Gráfica 4-2.

Gráfica 4-2 Relevamiento de qué capacitaciones sobre emprendimiento recibieron durante su pasaje por la universidad



En 2018 el 23,4% ha participado de al menos un curso optativo de emprendimiento frente a 20,3% en 2016. En ambos años, el 32% ha asistido al menos a un curso obligatorio. Una posible explicación podría ser el número de estudiantes de la FCE que participó de la encuesta ya que ellos tienen una asignatura obligatoria de Emprendedurismo e Innovación y en ambos años fueron una gran proporción de estudiantes que lo hizo.

En este año, se puede ver que los cursos de emprendimiento aumentaron ya que disminuyó el porcentaje de 53% a 48,3% en el ítem "No he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora".

En Uruguay no existen actualmente licenciaturas, ni maestrías ni doctorados en emprendedurismo, eso explica el bajo resultado en *estar estudiando un programa específico de emprendimiento* (2,6%). Las universidades están realizando un gran esfuerzo en volverse emprendedoras, tienen Centros de Emprendimiento y se dictan cursos transversales para su fomento, razón por lo que la pregunta "He escogido esta universidad por su alta reputación en emprendimiento" es de un 9,6%.

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

Según (Levenson, 1973) se podría medir el Locus de control (control interno percibido) al procesar los grados de acuerdo/desacuerdo de las afirmaciones siguiente; con siete categorías de respuesta, en donde 1=Muy en desacuerdo, 7=Muy de acuerdo.

Cuadro 4-3 Locus de control, promedios totales por afirmación 2016-2018

Afirmación	Promedios Uruguay	
	2016	2018
Suelo perseguir y defender mis propios intereses.	5,6	5,6
Cuando hago planes, casi siempre estoy seguro de que los voy a cumplir.	5,4	5,4
Tengo muy claro cómo va a ser mi vida.	4,8	4,3

Analizando los promedios totales, se observan resultados iguales para 2016 y 2018, salvo en la afirmación “*tengo muy claro cómo va a ser mi vida*” que disminuye en el último año (Cuadro 4-3).

Cuadro 4-4 Actitud Emprendedora, promedios totales por afirmación 2016-2018

Afirmación	Promedios Uruguay	
	2016	2018
Ser emprendedor implica más ventajas que desventajas para mí.	4,8	4,5
Una carrera profesional como emprendedor me resulta atractiva.	5,0	4,8
Si tuviera la oportunidad y recursos, sería emprendedor.	5,4	5,4
Ser emprendedor implicaría grandes satisfacciones para mí.	5,2	5,0
Entre varias opciones, preferiría ser emprendedor.	4,9	4,6

En los estudiantes de Uruguay respecto a su actitud emprendedora hay una disminución con respecto a 2016, la única que se mantiene en el mismo valor es “*Si tuviera la oportunidad y recursos, sería emprendedor*” (Cuadro 4-4).

Cuadro 4-5 Autoeficacia, promedios totales por afirmación 2016-2018

Afirmación	Uruguay	
	2016	2018
Identificar nuevas oportunidades de negocio.	4,5	4,3
Crear nuevos productos y servicios.	4,3	4,2
Gestionar la innovación dentro de un negocio.	4,6	4,7
Ser un líder y comunicador.	5,2	5,2
Crear una red de contactos profesionales.	4,7	4,6
Comercializar una nueva idea o desarrollarla.	4,6	4,6
Administrar/Gestionar exitosamente un negocio.	5,0	5,0

Se observa que la mayoría de los ítems se mantienen igual o disminuyen con respecto a 2016, viéndose un incremento solamente en “*Gestionar la innovación dentro de un negocio*”(Cuadro 4-5).

4.3 Entorno familiar

Reacción del entorno si emprende, según (Linan & Chen, 2009), al procesar los grados de impacto de la gente del entorno de la pregunta 6.2 se analiza en siete categorías de respuesta, en donde 1=Muy negativamente, 7=Muy positivamente obteniendo el promedio en el (Cuadro 4-6).

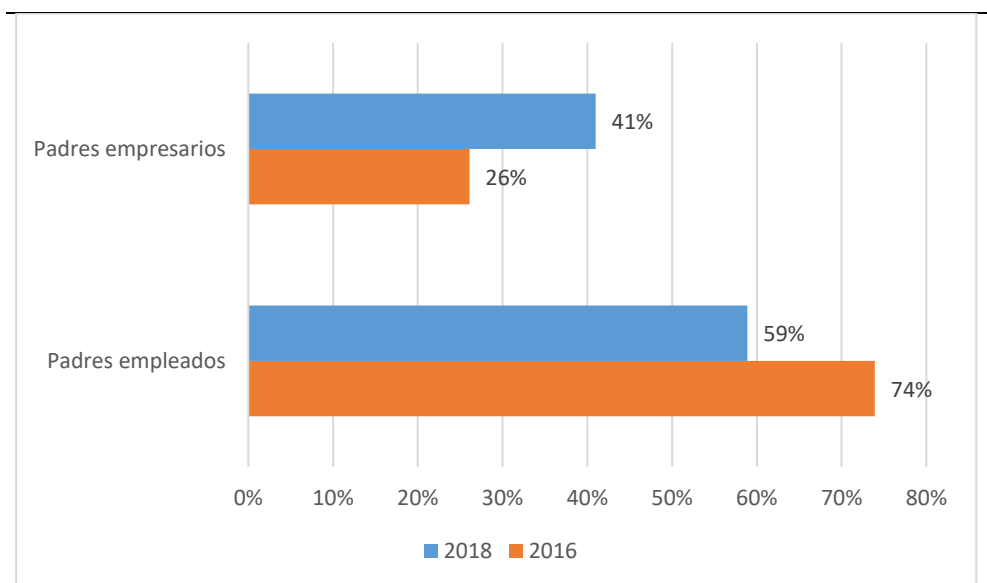
Cuadro 4-6 Reacción del entorno si emprende, promedios por afirmación 2016 -2018

Afirmación	Promedios Totales Uruguay	
	2016	2018
Tu familia cercana.	6,1	5,9
Tus amigos.	6,1	6,0
Tus compañeros de estudios.	5,8	5,7

Analizando los promedios totales, se observa que el mayor apoyo lo obtienen de sus amigos, en cambio, en 2016 también apoyaban más la familia cercana.

El 41% de los estudiantes uruguayos provienen de familias que poseen una empresa, frente al 26% que lo hacía en 2016. Se puede apreciar una disminución de los padres empleados en 2018, pasando de 74% en 2016 a 59% en la última encuesta (Gráfica 4-3).

Gráfica 4-3 Encuestados en contexto de negocio familiar



Cuadro 4-7 Entorno familiar 2016-2018

	Padres actualmente trabajadores por cuenta propia/autoempleados		Padres accionistas mayoritarios de alguna empresa	
	2016	2018	2016	2018
No	48,4%	47,5%	73,9%	58,9%
Sí, sólo padre	22,6%	21,2%	13,9%	20,2%
Sí, sólo madre	8,1%	8,1%	3,9%	6,3%

Sí, ambos	20,9%	23,2%	8,3%	14,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

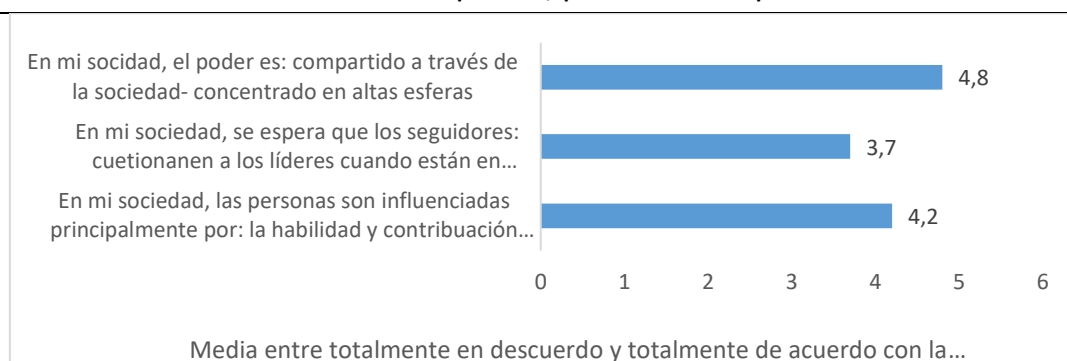
En el Cuadro 4-7, se puede apreciar que el porcentaje en que ambos padres trabajan por cuenta propia en 2016 (20,9%) es menor que en 2018 que es 23,2%. A su vez se ve un incremento de los padres en que ambos son accionistas mayoritarios de alguna empresa pasando de un 8,3% a 14,5%.

4.4 Entorno social (La sociedad en que viven)

Grados de acuerdo/desacuerdo de las afirmaciones de la pregunta 6.1 sobre la sociedad en la que viven. Se dan dos respuestas opuestas en la que los estudiantes deben indicar con cuál están más de acuerdo en una escala de siete categorías. En la Gráfica 4-4, se muestra la media por afirmación.

Es interesante destacar que, en la sociedad uruguaya, los seguidores cuestionan a los líderes cuando están en desacuerdo, pudiéndose evidenciar en la media de 3,7.

Gráfica 4-4 La sociedad en que viven, promedios totales por afirmación

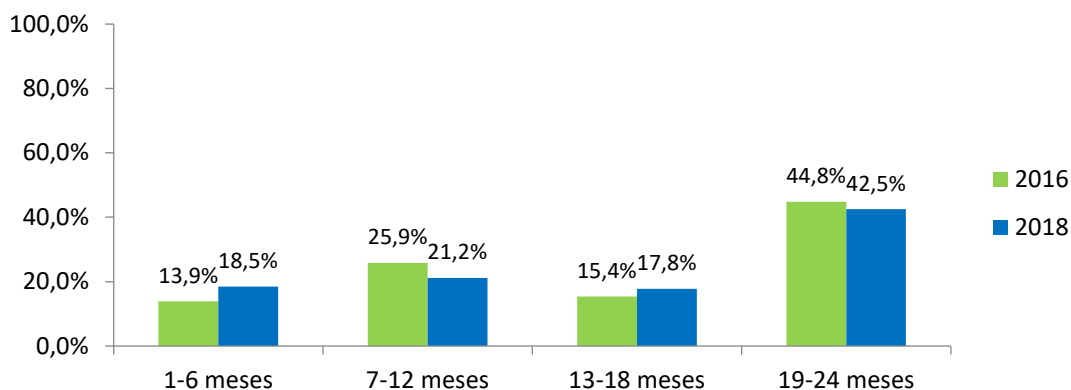


5 Emprendedores nacientes

5.1 Descripción

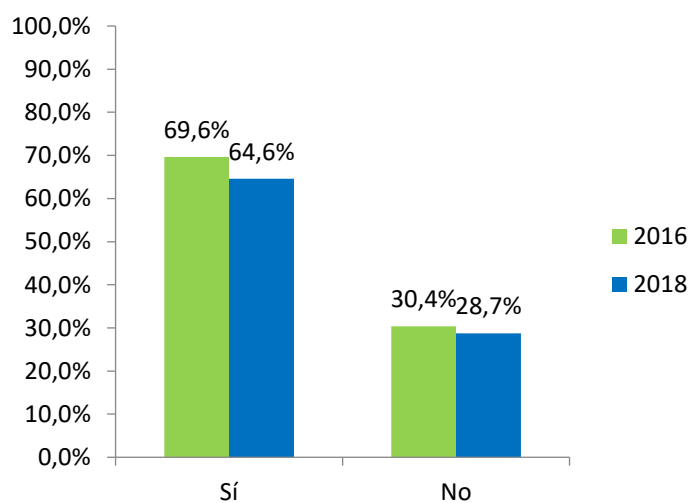
De acuerdo a la Gráfica 5-1, tanto en 2016 como en 2018, el tiempo más frecuente de puesta en marcha de la empresa es de 19 a 24 meses, seguido por la opción de llevarla a cabo entre los 7 a 12 meses.

Gráfica 5-1 Información general – Plazo para la puesta en marcha de la empresa



Los estudiantes universitarios consideran que su ocupación principal después de la graduación es llevar adelante su propia empresa así como los que dudan en hacerlo, nuclean un 69,9% en el año 2016 y 64,6% en el año 2018 (Gráfica 5-2).

Gráfica 5-2 Información general – Empresa como ocupación principal después de graduación



En el Cuadro 5-1, se puede apreciar una preponderancia del género masculino tanto en el año 2016 como en el 2018 frente al femenino.

Cuadro 5-1 Empresa como ocupación principal después de la graduación por género

	2016		2018	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Sí	74,2%	63,1%	76,2%	62,5%
No	25,8%	36,9%	23,8%	37,5%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

6 Emprendedores Activos

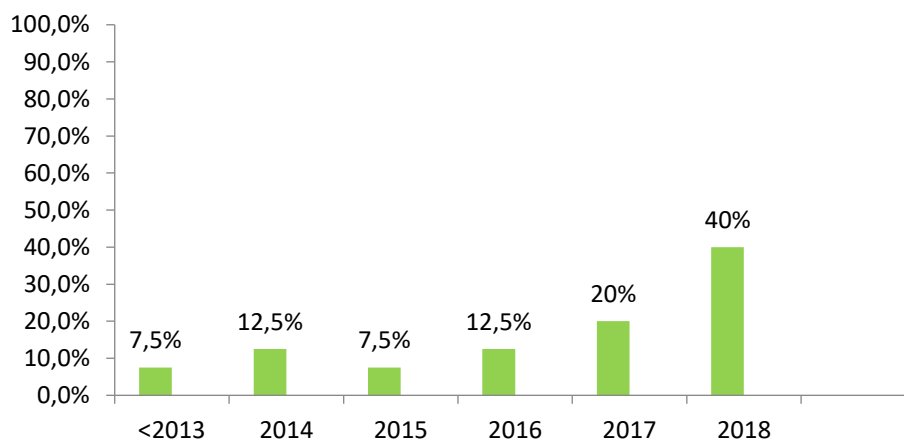
6.1 Descripciones

Se identificó un 8,3% de emprendedores activos del total encuestado en Uruguay. Los emprendedores activos, son estudiantes que han completado la creación de una empresa y que actualmente la están gestionando (Gráfica 3-2).

6.2 Características

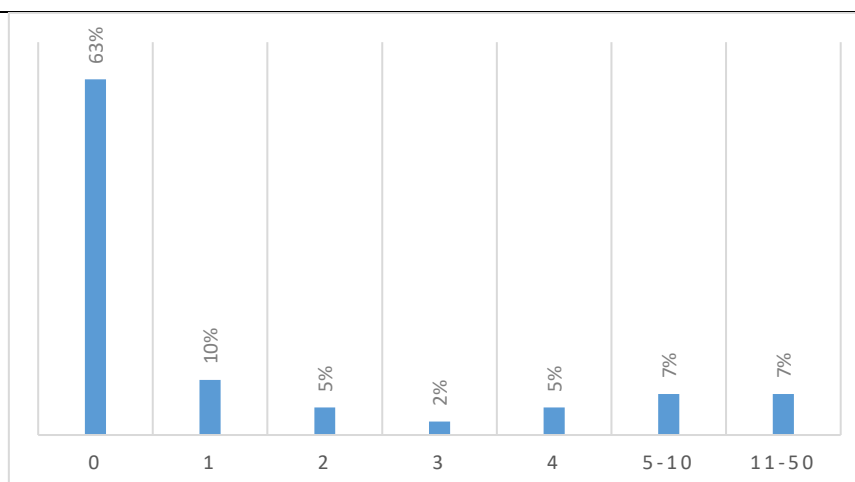
Los aspectos a considerar para los emprendedores activos se muestran en las siguientes gráficas-

Gráfica 6-1 Año de fundación de la empresa que gestionas/administras



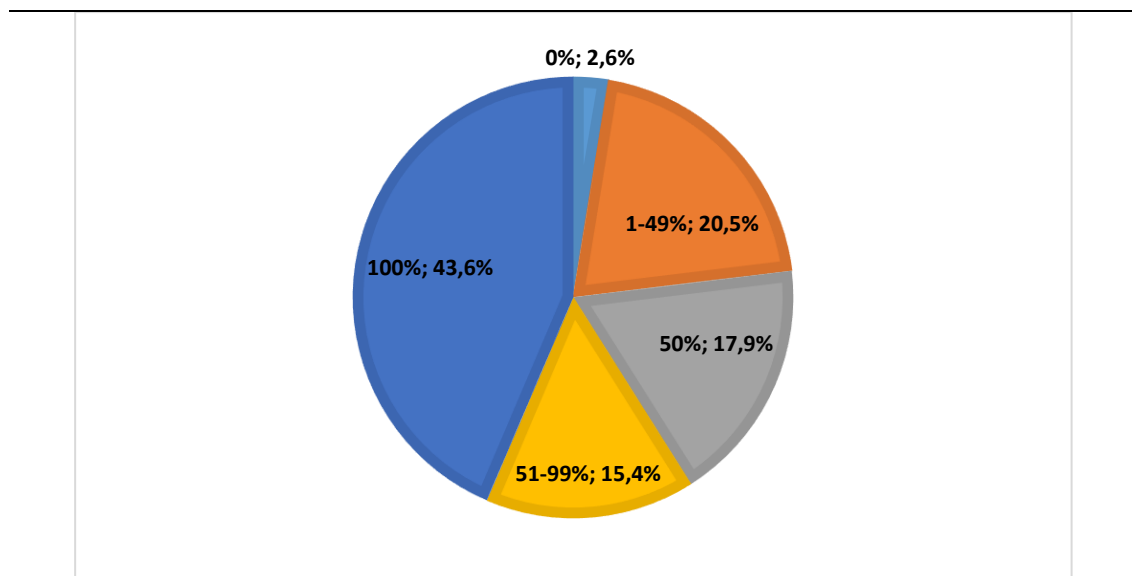
La mayoría de los negocios fueron creados entre 2017 y 2018. (Gráfica 6-1).

Gráfica 6-2 Número de empleados actuales a tiempo completo



En el caso de Uruguay, el 63% de las empresas no tienen empleados a tiempo completo, solo un 10% de ellas tiene únicamente un empleado (Gráfica 6-2).

Gráfica 6-3 Porcentaje de tu participación en el capital de la empresa



En la Gráfica 6-3, se puede apreciar que el 43,6% de los encuestados son dueños de su empresa, el 15,4% tiene más del 50% de la propiedad, 17,9% son dueños del 50% y se encuentra que un 20,5% su participación en el capital de la empresa es de 1 a 49%. Esto indica que el 59% de los emprendedores activos son únicos accionistas o accionistas mayoritarios en la empresa que administran.

En el Cuadro 6-1 se puede visualizar que los sectores en el que trabajan más empresas son en Tecnologías de la Información y Comunicación y Comercio, seguido por Consultoría. El de mayor valor es Otros, pero no está discriminado.

Cuadro 6-1 Sector en donde está activa la empresa

Sector	Uruguay
Publicidad/Marketing/Diseño	7,90%
Consultoría	10,50%
Servicios financieros	2,60%
Servicios de salud y asistencia social	7,90%
TIC's	13,20%
Turismo y ocio	7,90%
Comercio	13,20%
Otros servicios	5,30%
Otros	31,50%
Total	100,00%

Con respecto a la cantidad de personas que integran el capital de la empresa, se ha visto un incremento con respecto a 2016 que el 23% era dueño en su totalidad de la empresa, comparando en 2018 que es un 56% de los emprendedores activos (Cuadro 6-2).

Cuadro 6-2 Cantidad personas tienen participación en el capital de la empresa

	2016	2018
0	23%	56 %
1	26%	22%
2	33%	12%
3	9%	5%
>3	8%	5%
Total	100%	100%

En base a los datos, en el Cuadro 6-3 se puede apreciar que como copropietarias del emprendimiento, sólo 39% tienen una, mayor cantidad 17% tiene más de dos y en el 44% de los emprendimientos ninguna.

Por otra parte, el 72% de los copropietarios son parientes, indicando el impacto de la empresa familiar.

Cuadro 6-3 Cantidad personas tienen participación en el capital de la empresa

	¿Cuántas mujeres son co-propietarias?	¿Cuántos co-propietario son parientes?
0	44%	28%
1	39%	50%
2	11%	11%
>3	6%	11%
Total	100%	100%

7 Conclusiones

En base a los análisis realizados, se puede ver que existe bastante similitud entre los estudiantes universitarios nacionales en 2016 y 2018.

Las universidades en Uruguay tienen un rol muy importante en el desarrollo del emprendedurismo a través de los cursos realizados (opcionales y obligatorios), concursos, talleres y la creación de un ecosistema integrado para el desarrollo de nuevos emprendimientos. También poseen un rol con la pre-incubación de sus startup y el acceso al capital semilla.

Estos hallazgos confirman lo sostenido por la literatura, que sugiere que el ambiente universitario a través de la educación emprendedora, impacta al estudiante en su intención emprendedora según Serra & Kabadayi (2014), Yang (2013) y Soto (2012). Para Uruguay, sería importante generar licenciaturas, maestrías y doctorados en emprendedurismo como una

forma de potenciar a los emprendedores. Para el año 2020, la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de la República dictará por primera vez en el país un Doctorado en Emprendedurismo con el apoyo académico de una universidad europea.

Se pudo constatar que las mujeres tienen una menor intención emprendedora que los hombres, la brecha entre ambos disminuye luego que han pasado 5 años desde que terminaron sus estudios.

Con la edad, los estudiantes que no tenían intención emprendedora van cambiando y sí ven más interesante emprender comprobado en 2016 y 2018. Al finalizar los estudios, el 11% de los estudiantes desean fundar su empresa frente a 80% que quisiera ser empleado. En cambio, 5 años después el 50% de ellos se ve fundando una empresa y únicamente el 34% empleado.

Analizando por género, al terminar los estudios, el 14,7% de los hombres se ve como fundador al terminar los estudios y 5 años después aumenta a un 54,3%. En el caso de las mujeres, corresponde a un 8% que pasa a un 46,9% cinco años después.

Considerando los emprendedores activos, son los hombres los que están emprendiendo más que las mujeres, siempre una proporción del doble que las mujeres. En emprendedores activos tenemos 12% de los hombres frente al 5% de las mujeres, y en emprendedor naciente, el 22% de los hombres frente al 12% de las mujeres.

En 2018 el 23,4% ha participado de al menos un curso optativo de emprendimiento frente a 20,3% en 2016. En ambos años, el 32% ha asistido al menos a un curso obligatorio. Una posible explicación podría ser el número de estudiantes de la FCE que participó de la encuesta ya que ellos tienen una asignatura obligatoria de Emprendedurismo e Innovación y en ambos años fueron una gran proporción de estudiantes que lo hizo.

En este año, se puede ver que los cursos de emprendimiento aumentaron ya que disminuyó el porcentaje de 53% a 48,3% en el ítem *"No he asistido a un curso sobre emprendimiento hasta ahora"*.

Con respecto a la reacción del entorno si emprende, se pudo observar que el mayor apoyo lo obtienen de sus amigos, en cambio, en 2016 lo apoyaban más la familia cercana.

El 41% de los estudiantes uruguayos provienen de familias que poseen una empresa, frente al 26% que lo hacía en 2016. Se puede apreciar una disminución de los padres empleados en 2018, pasando de 74% en 2016 a 59% en la última encuesta.

En el caso de Uruguay, el 63% de las empresas creadas por los estudiantes, no tienen empleados a tiempo completo, sólo un 10% de ellas tiene únicamente un empleado. Además el 59% de los emprendedores activos son únicos accionistas o accionistas mayoritarios en la empresa que administran.

Analizando la copropiedad de la empresa, se puede apreciar que 39% tienen una mujer así como el 17% tiene más de dos. Por otra parte, el 44% de los emprendimientos son sólo masculinos en su participación.

Es importante destacar que el 72% de los copropietarios son parientes, indicando el impacto de la empresa familiar en el emprendimiento.

8 Bibliografía

- Ajzen, I. (12 de 1991). Theory of Planned Behavior. . *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- DeTienne, D. R., McKelvie, A., & Chandler, G. N. (2015). Making sense of entrepreneurial exit strategies: A typology and test. *Journal Of Business Venturing*, 30, 255-272.
- Goldstein, H. (2010). The 'entrepreneurial turn' and regional economic development mission of universities. *Annals of Regional Science*, 83-109.
- Hongwei, X., & Ruef, M. (2004). The myth of the risk-tolerant Entrepreneur. *Strategic Organization*, 2 (4), 331.
- Krueger, N. (08 de 06 de 2008). <http://papers.ssrn.com/>. Recuperado el 10 de 03 de 2016, de Entrepreneurial Resilience: real & perceived barriers to implementing entrepreneurial intentions.: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1155269
- Krueger, N. F., Reilly, M., & Carsrud, A. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 411-432.
- Krueger, N., & Carsrud, A. L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, , 315-330.
- Levenson, H. (1973). Reliability and Validity of the I,P, and C Scales - A Multidimensional View of Locus of Control. *Paper presented at American Psychological Association Convention* , (pág. 9). Montreal.
- Linan, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 593-617.
- Luethje, C., & Franke, N. (2004). Entrepreneurial intentions of business students: A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology*, 269-288.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., & Wimmer-Wurm. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting & Social Change*, 104, 172-179.
- Sánchez, J. C. (2009). Aprendizaje social e intenciones emprendedores: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41(1), 109-119.
- Serra, E., & Kabadayi, Z. D. (2014). Exploring the antecedents of entrepreneurial intention on Turkish university students. *Procedia. Social and Behavior Sciences*, 150, 841-850.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2011). *Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the World: International Report of GUESS 2011*. St.Gallen: KMU-HSG.
- Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student Entrepreneurship Across the Globe: A Look at Intentions and Activities*. St.Gallen: KMU-HSG.

- Sieger, P., Fueglistaller, U., Zellweger, T., & Braun, I. (12 de 07 de 2019). *Global Student Entrepreneurship 2018: Insights From 54 Countries*. Recuperado el 18 de 10 de 2019, de http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_Global_2018.pdf
- Soto, R. (2012). Desarrollo de la capacidad emprendedora en la oferta educativa a nivel superior. *Gestión y estrategia*(42), 85-93.
- Van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action- related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30, 655-673.
- Yang, J. (2013). The theory of planned behavior and prediction of entrepreneurial intention among chinese undergraduates. *Social Behavior & Personality*, 41(3), 367-376.