

GUESSS Argentina 2016

Global University Entrepreneurial Intentions and Activities of Students across the World



Informe preparado por la Profesora Silvia de Torres Carbonell, Directora del Centro de Entrepreneurship del IAE con la colaboración de la Magister Aranzazu Echezarreta, Coordinadora de la investigación para el Centro de Entrepreneurship del IAE.

1 Introducción

1.1 Punto de partida y objetivos del GUESSS

El proyecto de investigación internacional GUESSS, cuya sigla en inglés significa "Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey", comenzó en Suiza en el año 2003 a cargo del Instituto de Investigación de Pequeñas y Medianas empresas de la Universidad de St. Gallen (HSG-KMU), desde el 2016 es co – organizado junto a la Universidad de Berna, Suiza (IMU). Este estudio se realiza año por medio, siendo el 2016 el séptimo ciclo del GUESSS que se realiza a nivel global con la participación de 50 países y mas de 122.000 respuestas.

Luego de la experiencia adquirida desde el año 2003, el ciclo GUESSS 2016 consolida su expansión global y particularmente de América Latina con ocho países participantes en la reunión donde Brasil, México y Argentina son pioneros. El objetivo de seguir repitiendo este estudio es ampliar el conocimiento existente sobre una base científica.

Argentina participó del estudio por primera vez en 2011. La realización del mismo estuvo a cargo del Centro de Entrepreneurship del IAE Business School de la Universidad Austral. En 2016 participaron y colaboraron 35 universidades de todos el país tanto publicas como privadas con sus respectivas facultades, logrando un nivel de respuesta record de 2700 casos.

La atención del estudio se centra en las actitudes emprendedoras, y actividades de los estudiantes a nivel mundial. Además hace un exhaustivo relevamiento del tipo y la calidad de educación emprendedora a nivel país y global.

Los objetivos del GUESSS se pueden resumir como sigue:

- Observación sistemática y en el largo plazo de las intenciones emprendedoras y actividades de los estudiantes universitarios (grado y post grado).
- Identificación de los antecedentes y los aspectos condicionantes del contexto para la creación de nuevas empresas y la carrera emprendedora en general.
- La observación y la evaluación de la oferta universitaria de actividades y educación relacionadas con el desarrollo de capacidades y actitudes emprendedoras de sus alumnos.

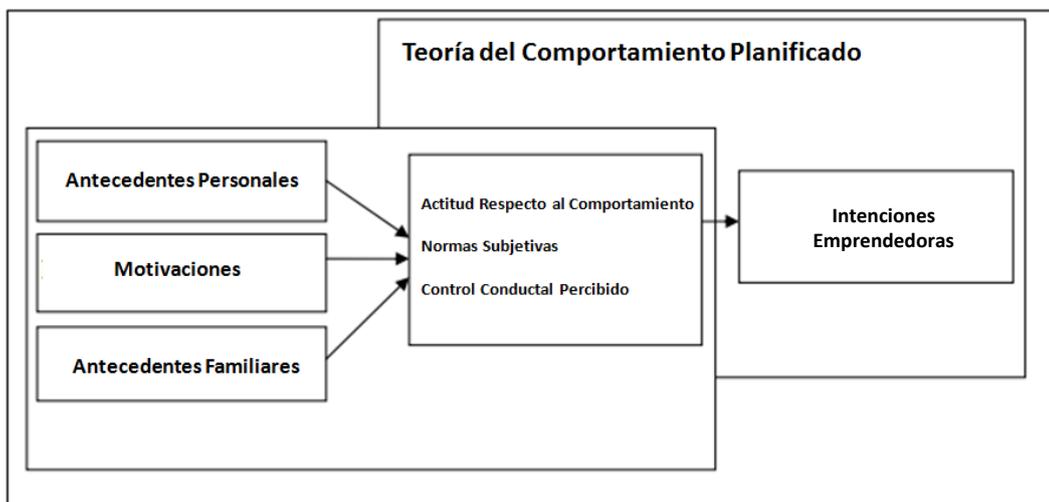
GUESSS tiene la intención de crear valor para diferentes actores:

- Para los países participantes, identificar las condiciones particulares de su entorno para promover el espíritu emprendedor en general.
- Les permite a las universidades aprender más sobre el poder emprendedor de sus estudiantes.
- Las universidades participantes adquieren información para evaluar la cantidad y calidad de su oferta educativa en el contexto de la iniciativa emprendedora.
- La política y el público se ven sensibilizados por la iniciativa emprendedora en general y por la creación de nuevas empresas en particular, e idealmente, identifican la necesidad de acción.
- Los estudiantes pueden beneficiarse de la aplicación de las respectivas acciones en el largo plazo.

1.2 Marco Teórico

El GUESSS toma como fundamento teórico la “Teoría del Comportamiento Planificado” (Ajzen, 2002; Fishbein y Ajzen, 1975). Según esa teoría, la intención de exhibir un tipo específico de comportamiento está influenciada por un número de factores, tales como actitud hacia dicho comportamiento, normas subjetivas y el control conductual percibido. En el contexto de GUESSS, se investigan las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios; por ejemplo, la intención de fundar una empresa, de hacerse cargo de una ya existente o de unirse a la empresa familiar. Un condicionante clave del entorno es el contexto universitario, el cual se estudia específicamente. Asimismo se investigan también los antecedentes personales, las motivaciones y el entorno familiar y social que completan los antecedentes de los estudiantes.

Figura 1: Marco teórico del GUESSS 2011



1.3 Organización del proyecto

El GUESSS es coordinado a nivel global por KMU-HSG y el CFB-HSG y la universidad de St.Gallen, junto a la Universidad de Berna (IMU). El Dr. Philipp Sieger (U. Berna) es el responsable global por el proyecto, el consejo de revision está formado por el profesor Urs Fueglistaller (presidente – U. St. Gallen), Prof. Thomas Zellweger (U.St Gallen) , Prof. Norris Krueger y el Dr. Frank Halter (U. St. Gallen).

Cada país participante está representado por una institución académica seleccionada, quien designa a un Director de Proyecto quien tiene a su cargo la convocatoria, y coordinación del proceso de recopilación de datos de las diferentes universidades y es responsable de la elaboración del Informe Final GUESSS de su país.

2 Recolección de información - Construcción de la muestra

En el caso de Argentina, el proceso es liderado por la Prof. Silvia Torres Carbonell, Directora Académica del Centro de Entrepreneurship del IAE Business School de la Universidad Austral junto a Aranzazu Echezarreta como coordinadora del proceso.

2.1 Resumen Ejecutivo Global

¿Cuáles son las intenciones emprendedoras de los estudiantes en todo el mundo, cuántos estudiantes están en el proceso de crear un negocio y cuántos ya tienen un negocio propio?
¿Cuáles son los impulsores y las características de las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes?

Las principales conclusiones son:

- El 80,3% de todos los estudiantes tienen la intención de convertirse en empleados directamente después de los estudios.
- 8.8% de todos los estudiantes tienen la intención de trabajar en su propio negocio directamente después de los estudios.
- El 38,2% tiene la intención de trabajar en su propio negocio 5 años después de terminar sus estudios.
- La proporción de fundadores intencionales en los países en desarrollo es considerablemente mayor que aquella de los países desarrollados.
- Existe una "brecha de género": las mujeres tienen intenciones empresariales más débiles que los hombres. Pero difiere mucho entre países y áreas de estudio. El brecha relativa es de un 36,6% directamente, pero sólo de 10,8% 5 años después.
- 55,4% de todos los estudiantes no han asistido a ninguna oferta sobre temas de emprendimiento en la universidad hasta el momento.
- Es más probable que los estudiantes con padres emprendedores tengan la intención de convertirse en emprendedores que no los tienen. La diferencia relativa es de 33,6% en estudios directos y 17,6% en 5 años. El efecto depende del rendimiento emprendedor de los padres.
- En los 18 países que participaron en las ediciones GUESSS 2011, 2013/2014 y 2016, la proporción de fundadores intencionales (5 años después de los estudios) disminuyó de 34,8% en 2011 a 29,0% en 2013/2014 y aumentó a 30,1% Nuevamente en 2016. Se trata de una disminución del 16,7%, seguida de un aumento del 3,7%.
- El 21.9% de todos los estudiantes están en el proceso de crear su propio negocio. El 34,9% de los participantes completan el proceso de creación de negocio en un año. 8.8% de todos los estudiantes ya tienen su propio negocio.
- 18.6% tienen la intención de crear la empresa por si solo, el resto planea tener co – fundadores.

· El 28,7% creó el negocio solo, todos los demás con un co - fundador. En promedio, estas empresas emplean 3.3 empleados (o equivalente de tiempo completo).

· Aquellos estudiantes que emprenden se sienten muy satisfechos con la experiencia de vida que tienen como emprendedor (5.28 de satisfacción en una escala de 1-7); 18,4% exhiben el nivel de satisfacción más alto posible.

En conjunto, la edición de 2016 de GUESSS provee información novedosa y única sobre varios aspectos importantes del emprendimiento estudiantil para numerosas partes interesadas.

2.2 Países e Instituciones participantes en el estudio GUESSS:

Tabla 1 – Universidades e Instituciones educativas de Argentina

| UNIVERSIDADES ARGENTINA |
|---|
| Universidad Nacional del Nordeste (ARG) |
| Inst. Univ. de Cs. de la Salud Fund. Barceló (FB) (ARG) |
| Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ARG) |
| Pontificia Universidad Católica de Argentina (UCA) (ARG) |
| Universidad Argentina de la Empresa (UADE) (ARG) |
| Universidad Austral (ARG) |
| Universidad Blas Pascal (ARG) |
| Universidad CAECE - Mar del Plata (ARG) |
| Universidad Católica de Córdoba (ARG) |
| Universidad Católica de Cuyo (UCCUYO) (ARG) |
| Universidad Católica de Santa Fe (ARG) |
| Universidad Cuenca del Plata |
| Universidad de Buenos Aires (ARG) |
| Universidad de Congreso (ARG) |
| Universidad de Palermo (ARG) |
| Universidad de San Andrés (UDESА) (ARG) |
| Universidad de San Martín (ARG) |
| Universidad del CEMA (ARG) |
| Universidad del Museo Social Argentino (ARG) |
| Universidad del Salvador (ARG) |
| Universidad Empresarial Siglo XXI (ARG) |
| Universidad FASTA (ARG) |
| Universidad Maimonides (ARG) |
| Universidad Nacional de Córdoba (ARG) |
| Universidad Nacional de Formosa (ARG) |
| Universidad Nacional de Río Negro (ARG) |
| Universidad Nacional de Tres de Febrero (ARG) |
| Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (ARG) |
| Universidad Nacional del Litoral (ARG) |
| Universidad Nacional del Nordeste (ARG) |
| Universidad Nacional del Sur (ARG) |
| Universidad Nacional General Sarmiento (ARG) |
| Universidad provincial del Sudoeste (ARG) |
| Universidad Tecnológica Nacional - Regional Resistencia (ARG) |
| Universidad Torcuato Di Tella (UTDT) (ARG) |
| Otra.. (ARG) |

Tabla 2 : Universidades líderes del proyecto GUESS - Global

| PAIS | UNIVERSIDAD |
|--------------------------|---|
| 1 Albania / Kosovo (ALB) | AAB College |
| 2 Argentina (ARG) | Austral University / IAE Business School |
| 3 Australia (AUS) | Curtin University of Technology |
| 4 Austria (AUT) | Johannes Kepler University Linz |
| 5 Belgium (BEL) | Antwerp Management School |
| 6 Belarus (BLR) | Belarusian State University |
| 7 Brazil (BRA) | UNINOVE - Universidade Nove de Julho |
| 8 Canada (CAN) | Concordia University |
| 9 Chile (CHI) | Universidad Catolica del Norte |
| 10 China (CHN) | Shanghai Finance University |
| 11 Colombia (COL) | Universidad EAFIT |
| 12 Croatia (CRO) | University of Zadar |
| 13 Czech Republic (CZE) | Technical University of Liberec |
| 14 Ecuador (ECU) | Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil |
| 15 England (ENG) | Kingston University |
| 16 El Salvador | Universidad Dr. Jose Matias Delgado |
| 17 Estonia (EST) | Tallinn University of Technology |
| 18 Finland (FIN) | Lappeenranta University of Technology |
| 19 France (FRA) | EM Lyon Business School |
| 20 Germany (GER) | University of St.Gallen (CH) FH Fulda |
| 21 Greece (GRE) | University of Macedonia |
| 22 Hungary (HUN) | University of Miskolc |
| 23 India (IND) | The Entrepreneurship School |
| 24 Ireland (IRL) | Dublin City University |
| 25 Italy (ITA) | University of Bergamo |
| 26 Japan (JAP) | Hosei University |
| 27 Kazakhstan (KAZ) | Turan University |
| 28 Korea (KOR) | Korea Entrepreneurship Foundation (KEF) |
| 29 Liechtenstein (LIE) | University of Liechtenstein |
| 30 Lithuania (LTU) | Aleksandras Stulginskis University |
| 31 Luxembourg (LUX) | Institut Universitaire International Luxembourg |
| 32 Malaysia (MAL) | Universiti Malaysia Kelantan |
| 33 Macedonia (MAC) | University American College Skopje |
| 34 Mexico (MEX) | EGADE Business School |
| 35 Morocco (MAR) | Abdelmalek Essaâdi University |
| 36 Norway (NOR) | Stord/Haugesund University College |
| 37 Pakistan (PAK) | Sukkur Institute of Business Administration |
| 38 Panama (PAN) | Universidad de Panama |
| 39 Peru (PER) | Universidad Esan |
| 40 Poland (POL) | Family Business Institute Poland |
| 41 Portugal (POR) | Universidade de Lisboa |
| 42 Russia (RUS) | St.Petersburg University - GSOM |
| 43 Slovakia (SVK) | Comenius University Bratislava |
| 44 Slovenia (SLO) | GEA College |
| 45 Spain (ESP) | ESADE Business School |
| 46 Sweden (SWE) | University of Skövde |
| 47 Switzerland (SUI) | University of Bern / University of St.Gallen / HEG Fribourg |
| 48 Ukraine (UKR) | Stord/Haugesund University College |
| 49 Uruguay (URY) | Universidad Catolica del Uruguay Stetson University |
| 50 USA | University of Vermont (UVM) |

2.3 Características de la muestra

En esta sección se analizará el perfil de los participantes del estudio. El objetivo del GUESSS, tal como quedó especificado en la sección sobre la metodología, fue relevar la oferta educativa a nivel nacional relativa a motivación e intenciones emprendedoras para alumnos de nivel universitario en adelante. Para ello se accedió a estudiantes de toda Argentina a partir de sus universidades de referencia.

La muestra nacional ha tenido un muy buen resultado, superando ampliamente las anteriores. Hemos logrado más de 2500 respuestas en todo el país, distribuidas entre más de 35 instituciones y una gran representación federal.

2.3.1 Perfil General de los participantes del estudio en Argentina

En Argentina participaron un total de 2636 alumnos provenientes de más de 35 universidades en todo el país y sus sedes federales. El perfil de los participantes fue diverso, la mayoría fueron alumnos de nivel universitario, de hasta 24 años, más del 50% fueron mujeres. Las áreas de estudio que mayor representación tuvieron entre los participantes son derecho, economía e ingeniería, entre otras. Respecto al entorno familiar, se observan mayor cantidad de padres auto-empleados que aquellos que son dueños de un negocio familiar, pero en ambos casos hay gran representación.

Figura 2: Edad de los participantes de la muestra en Argentina (Total de la muestra Argentina)

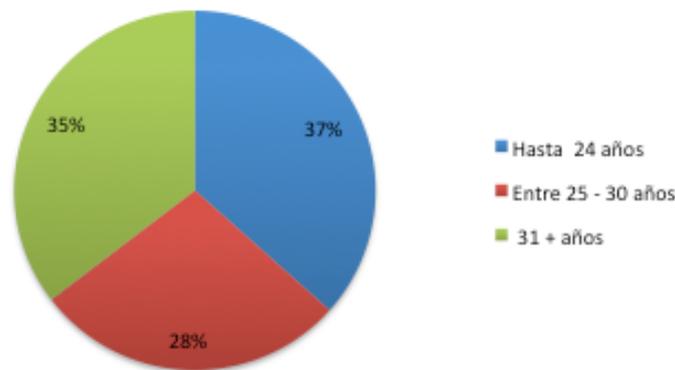


Figura 3: Género de los participantes de la muestra en Argentina (Total de la muestra Argentina)

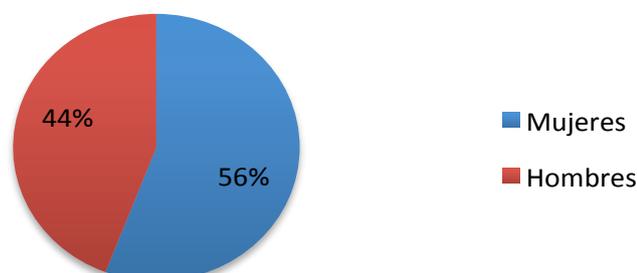


Figura 4: Nacionalidad de los participantes de la muestra en Argentina (Total de la muestra Argentina)

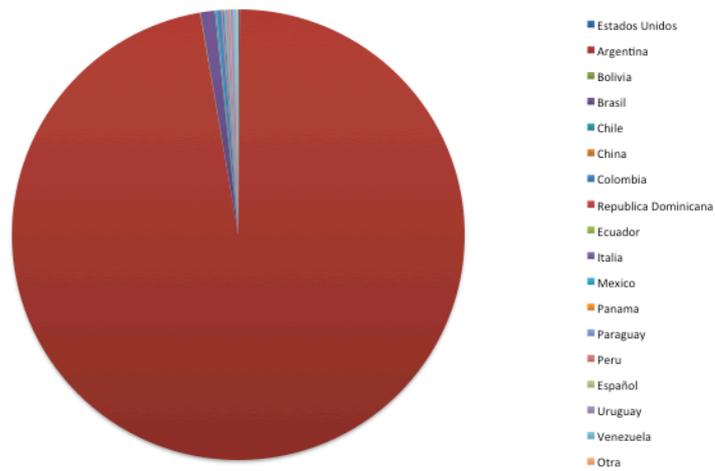


Figura 5: Área de estudio de los participantes de la muestra en Argentina (Total de la muestra Argentina)

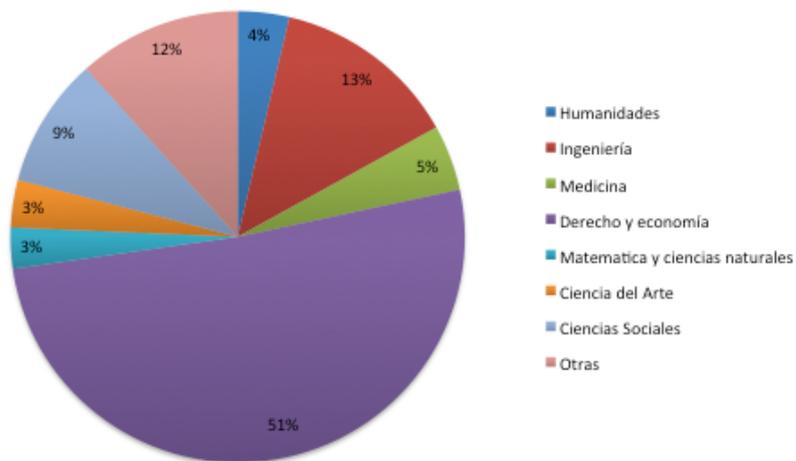


Figura 6: Nivel de Estudios de la muestra en Argentina (Total de la muestra Argentina)

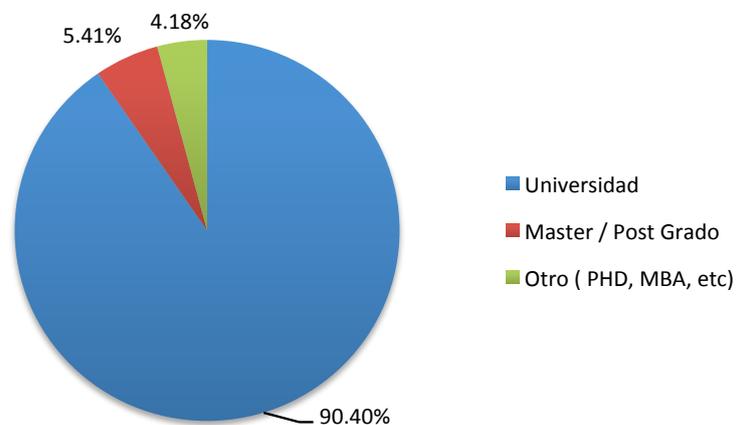
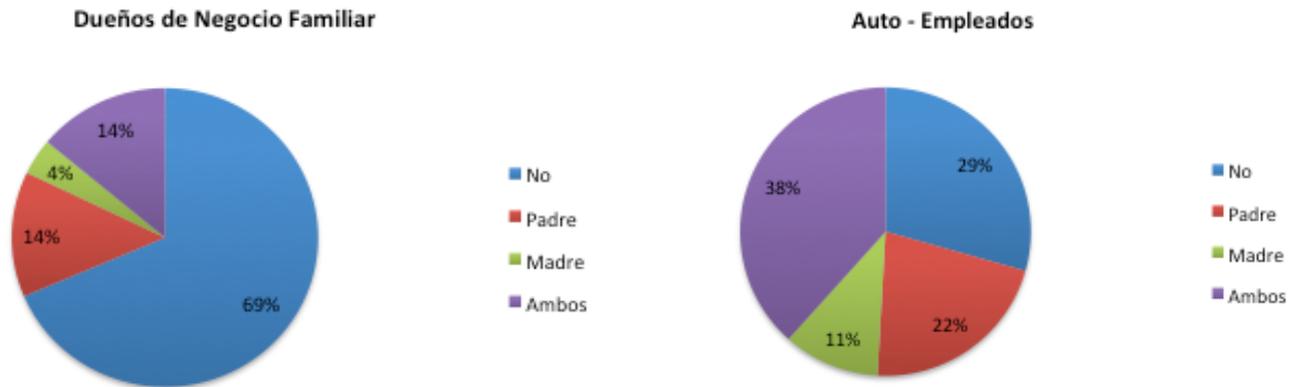


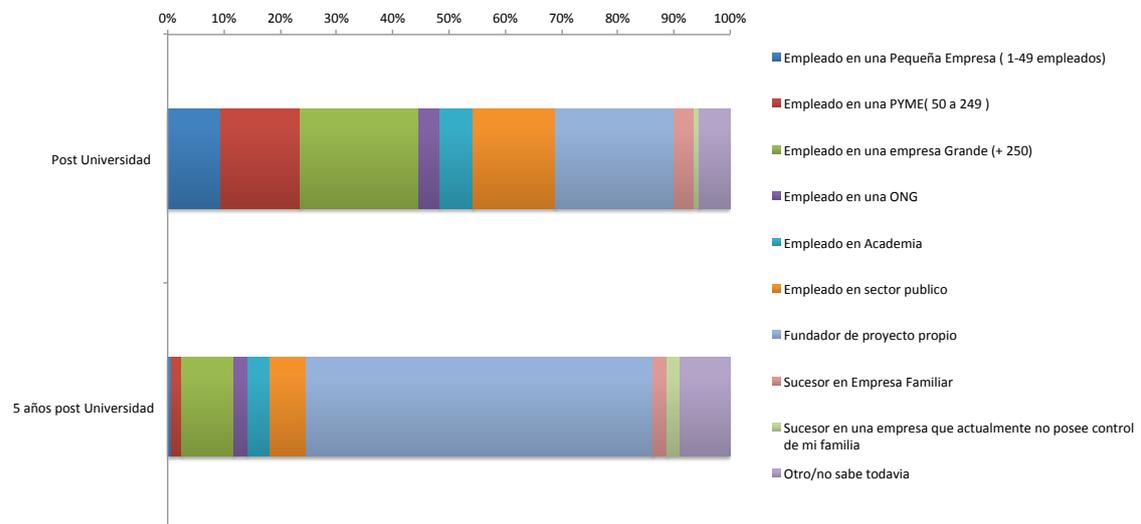
Figura 7: Contexto familiar de la muestra – Padres Emprendedores : Auto empleados o Negocio Familiar. (Total de la muestra Argentina)



3 Elección de carrera e intenciones Emprendedoras.

La elección de carrera profesional en general y las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios en particular, son dos de las variables que toma el GUESSS como foco central de su investigación. Se releva en dos momentos, al finalizar los estudios y cinco años después, para obtener una imagen de la tendencia a nivel macro de mediano plazo.

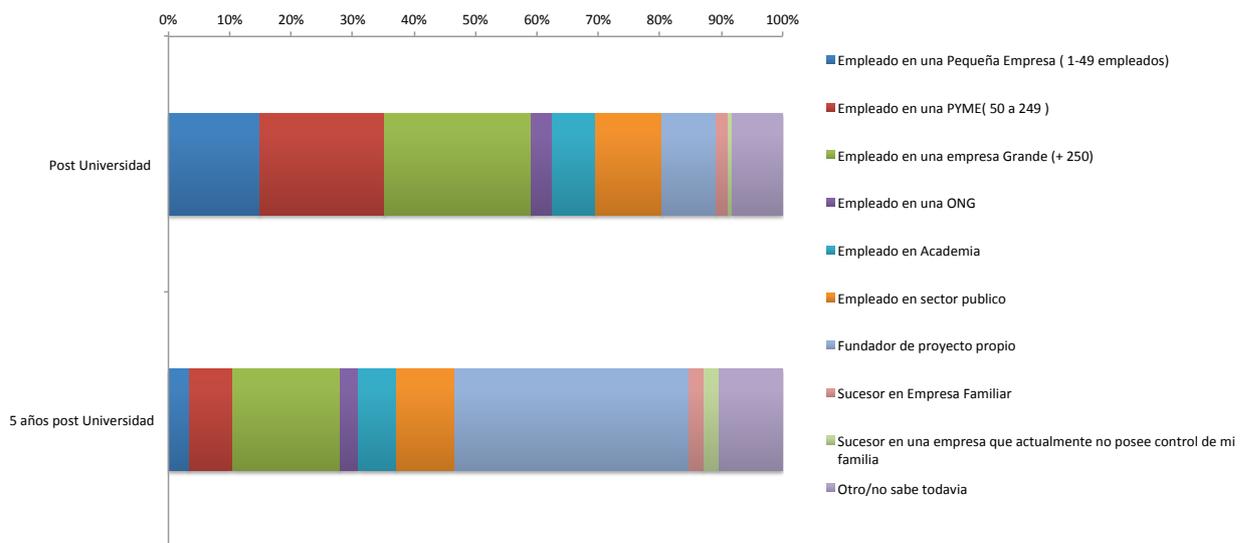
Figura 8: Intenciones de carrera al salir de la universidad y 5 años más tarde. (Total de la muestra Argentina)



Los datos agregados para Argentina muestran que, al finalizar los estudios, la mayoría de los estudiantes prefiere una carrera dentro de una organización establecida. Sin embargo, cinco años después esta tendencia se invierte, y así las intenciones de ser fundadores o sucesores superan ampliamente las intenciones de ser empleado en cualquier tipo de organización. Las

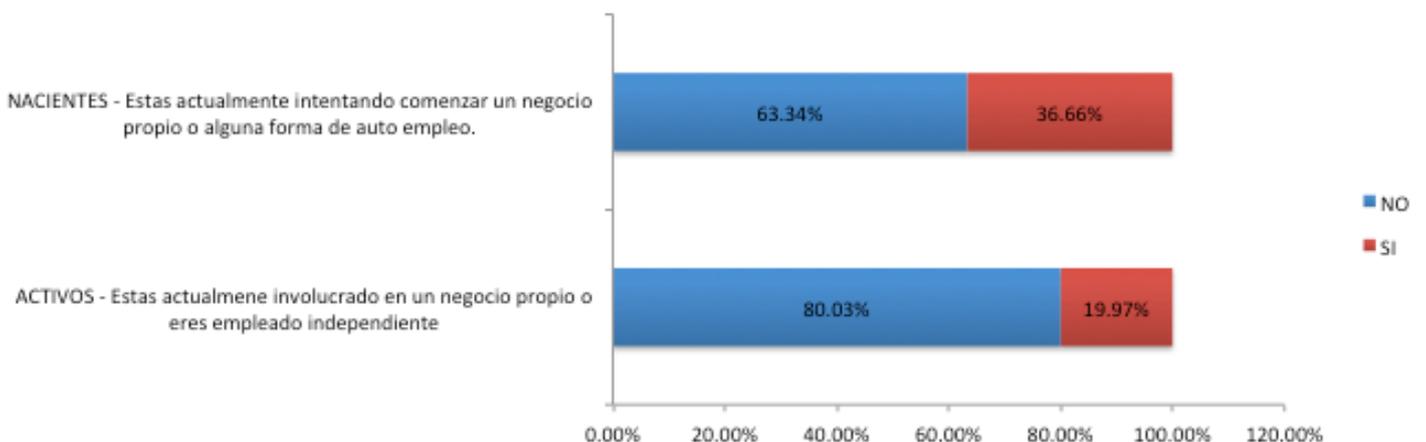
figuras 8 y 9 presentan una comparación entre los datos agregados por categoría de empleado, fundador, sucesión u otros tipos de empleo, tanto al momento de terminar sus estudios como 5 años más tarde, en Argentina y el mundo. El patrón de comportamiento en nuestro país responde al del resto del mundo en general, donde las intenciones emprendedoras se manifiestan con fuerza luego de haber adquirido cierta experiencia en el mercado y hay una fuerte tendencia hacia la empresa familiar tanto al finalizar los estudios como 5 años después.

Figura 9 : Intenciones de carrera al salir de la universidad y 5 años más tarde. (Total de la muestra Global)



El GUESSS profundiza sobre aquellos participantes que manifiestan intenciones emprendedoras, para conocer su nivel de avance, expectativas y otras características. La figura 10 refleja sobre la muestra de Argentina, el porcentaje de participantes que al momento de la encuesta son fundadores nacientes y aquellos que ya están activos en algún tipo de proyecto emprendedor. De acuerdo con las figuras 8 y 9 , aquellos que están ACTIVOS o NACIENTES son la menor cantidad al momento de la encuesta.

Figura 10 : Fundadores intencionales - Emprendedores. (Total de la muestra Argentina)



4 Factores Influenciadores – Muestra de Argentina

4.1 La Universidad

Uno de los temas que el estudio GUESSS intenta describir es la oferta educativa y el rol que juegan las universidades en relación a las intenciones y actividades emprendedoras de sus estudiantes. Para ello, se preguntó a los estudiantes qué entorno hay y el tipo de oferta que encuentran en su universidad de referencia: cursos, seminarios, talleres e infraestructura. Adicionalmente se indagó sobre qué oferta les gustaría tener y qué impacto tiene esto sobre su espíritu emprendedor.

En general las universidades de Argentinas , de acuerdo con la percepción de los estudiantes, favorecen el desarrollo emprendedor. Se destaca el acuerdo en la existencia de un “clima” favorable, se incentivan las actividades relativas al tema y la inspiración para pensar nuevos proyectos. La calidad de esta oferta, para aquellos que la aprovechan, tiene un impacto positivo en las intenciones y habilidades emprendedoras tal como muestra la figura 12. Sin embargo en términos relativos, son pocos los estudiantes que contestaron haber utilizado el abanico de opciones y recursos que las universidades ofrecen, de acuerdo con la figura 13. Aproximadamente el 30% tomo por lo menos un curso como materia electiva y el 50% ha tomado algún tipo de curso relacionado con la temática.

Figura 11: La Universidad - Entorno / Clima (Total de la muestra Argentina)

“En tu universidad ...”

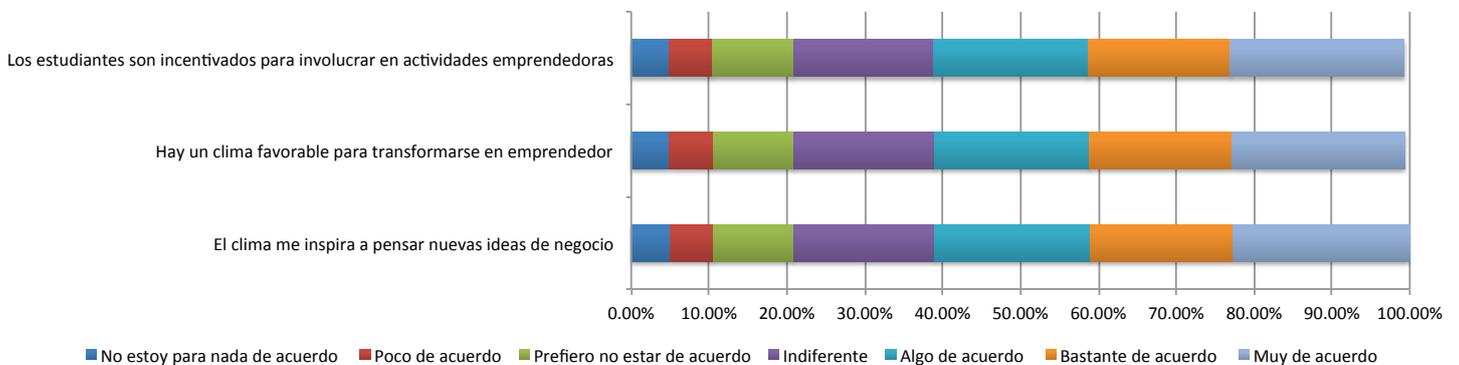


Figura 12: La Universidad – Impacto de la oferta educativa (Total de la muestra Argentina)

“La oferta de cursos o clases a las que asistí ...”

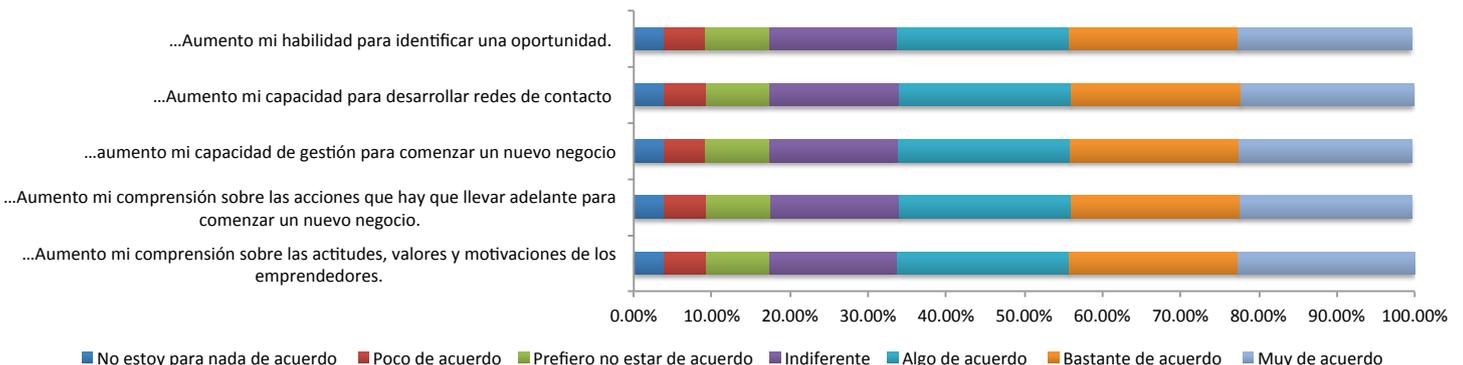
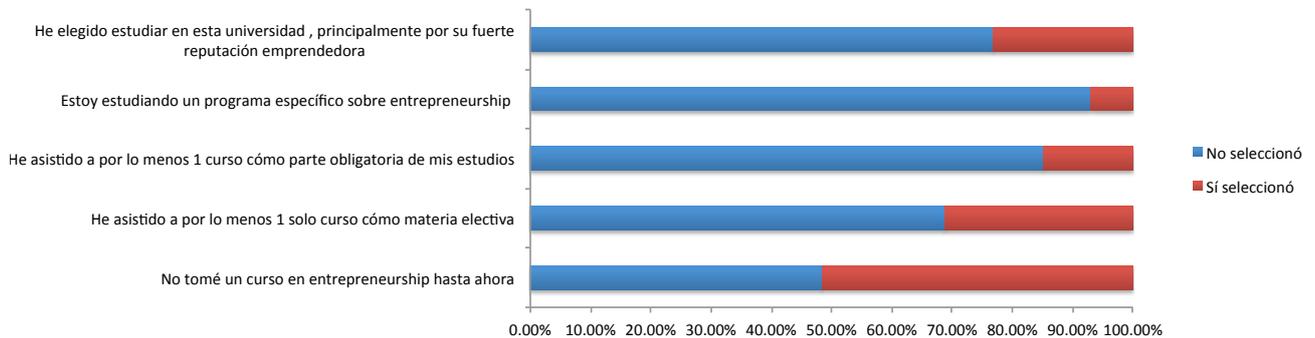
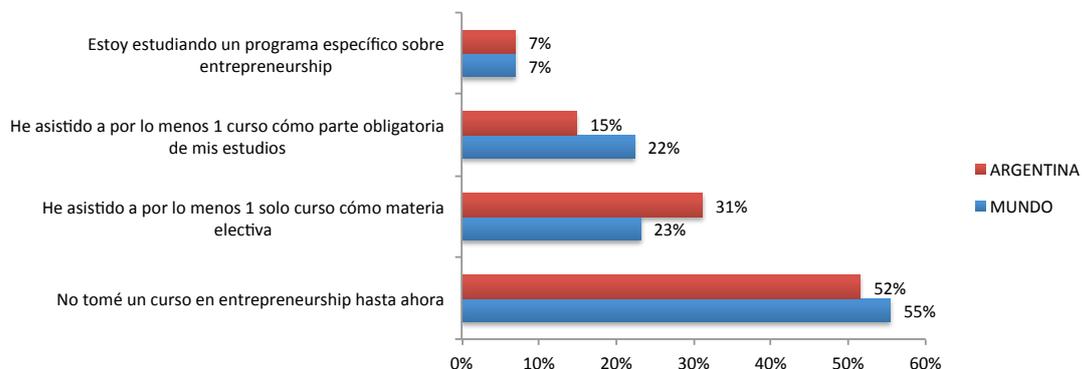


Figura 13: La Universidad – Nivel de aprovechamiento de la oferta educativa (Total de la muestra Argentina) - “ Selecciona lo que corresponda...”



Los resultados del GUESSS respecto a la oferta global son similares, mas de la mitad de los alumnos que respondieron a la encuesta en todo el mundo declaran no haber asistido a ningún curso relacionado al tema emprendedor. El nivel de involucramiento de los estudiantes en actividades, cursos y clases sobre la temática emprendedora, es directamente proporcional al su nivel de “intencionalidad” emprendedora.

Figura 14: La Universidad – Nivel de aprovechamiento de la oferta educativa (Argentina vs. Mundial) - “ Seleccionó “SÍ” a la afirmación ...”



4.2 Relación con la actividad Emprendedora

El estudio evalúa además del efecto el sistema educativo sobre el alumno, su auto-percepción respecto a la actividad emprendedora y a tareas derivadas de la misma. Entre los temas clave están su percepción sobre el nivel de “ preparación” para emprender, liderar una empresa y como consideran que su entorno tomaría esta decisión.

Algunas conclusiones generales respecto a la relación de los alumnos con la actividad emprendedora son que la mayoría se siente listo para comenzar un nuevo proyecto y hará lo que sea necesario para poder hacerlo. En general los participantes de la muestra han respondido que consideran tener las “actitudes” para emprender, cómo por ejemplo “ser líderes de su vida” y consideran que poseen “gran capacidad para tomar decisiones”;

además han respondido positivamente también, respecto de las “ aptitudes“: consideran que son capaces de identificar oportunidades, gestionar un nuevo proyecto y liderar un equipo. Finalmente, en todos los casos, evalúan que tendrán muy buena recepción de su entorno ante esta decisión, amigos, compañeros y familia.

Figura 15: Vos y la actividad emprendedora – “Nivel de preparación para emprender” - Grado de acuerdo con cada afirmación. (Emprendedor se refiere a un individuo que crea un nuevo negocio) – Muestra : Argentina .

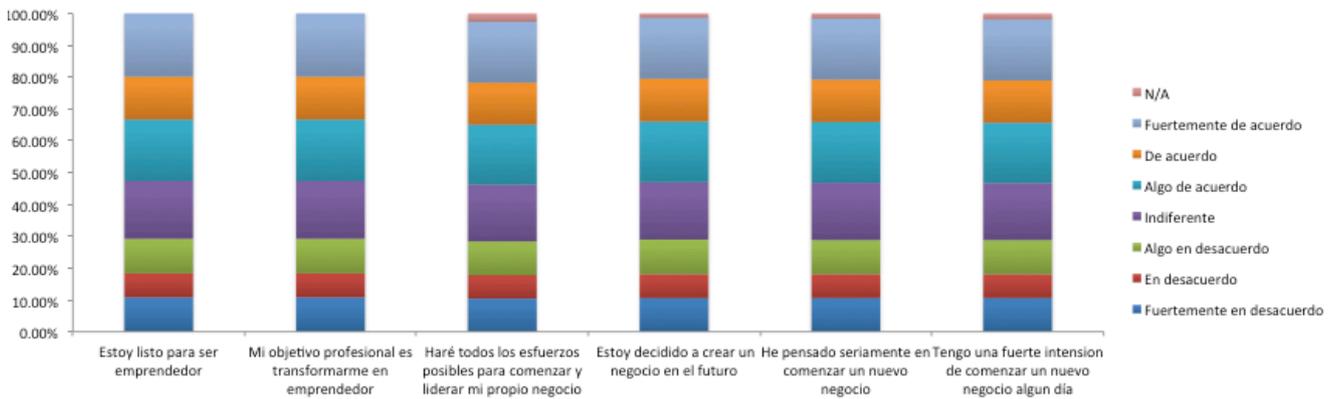


Figura 16: Vos y la actividad emprendedora: “ Nivel de deseo de emprender “ – Grado de acuerdo con cada afirmación. (Emprendedor se refiere a un individuo que crea un nuevo negocio) – Muestra : Argentina

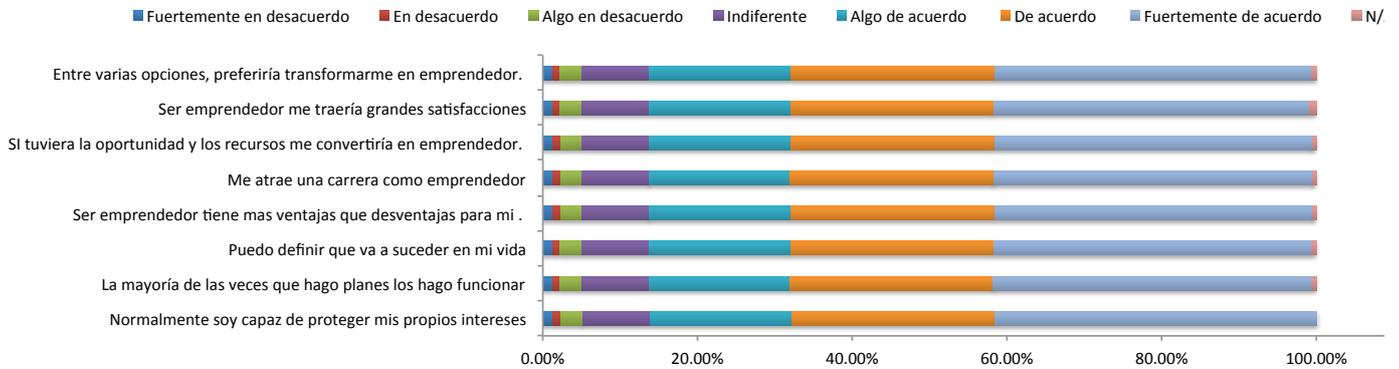


Figura 17: Vos y la actividad emprendedora: “Actitud Emprendedora” – Grado de acuerdo con cada afirmación. (Emprendedor se refiere a un individuo que crea un nuevo negocio) – Muestra : Argentina

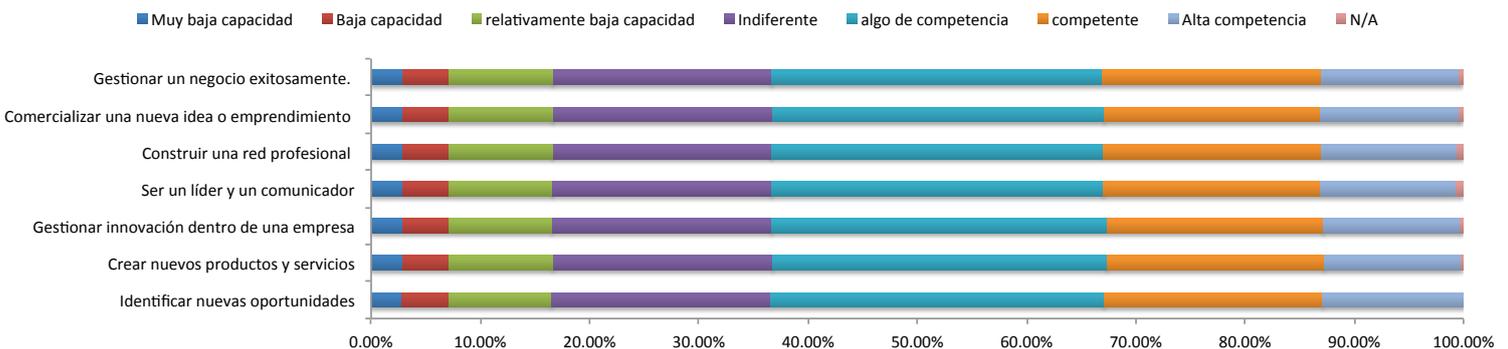
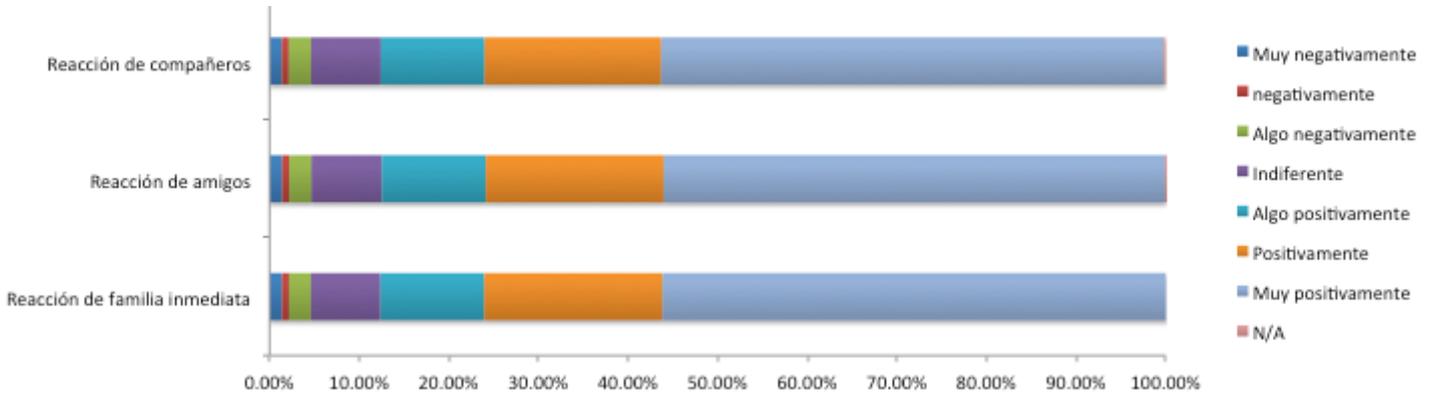


Figura 18: Vos y la actividad emprendedora: “El entorno cercano respecto a la decisión de emprender” – Grado de acuerdo con cada afirmación. (Emprendedor se refiere a un individuo que crea un nuevo negocio) – Muestra : Argentina



5 Emprendedores Nacientes

Este apartado analizará a aquellos estudiantes que confirmaron estar intentando comenzar un nuevo proyecto o alguna forma de auto empleo , aproximadamente el 37% de los participantes contestaron afirmativamente a esta pregunta en Argentina, a nivel global la tasa es de 22%. Este resultado es similar al comportamiento que muestran las intenciones emprendedoras, donde los países en desarrollo suelen presentar las mayores tasas de voluntad emprendedora.

Figura 19: Emprendedores Nacientes – Tasas en todos los países participantes. (Muestra Argentina y Global)

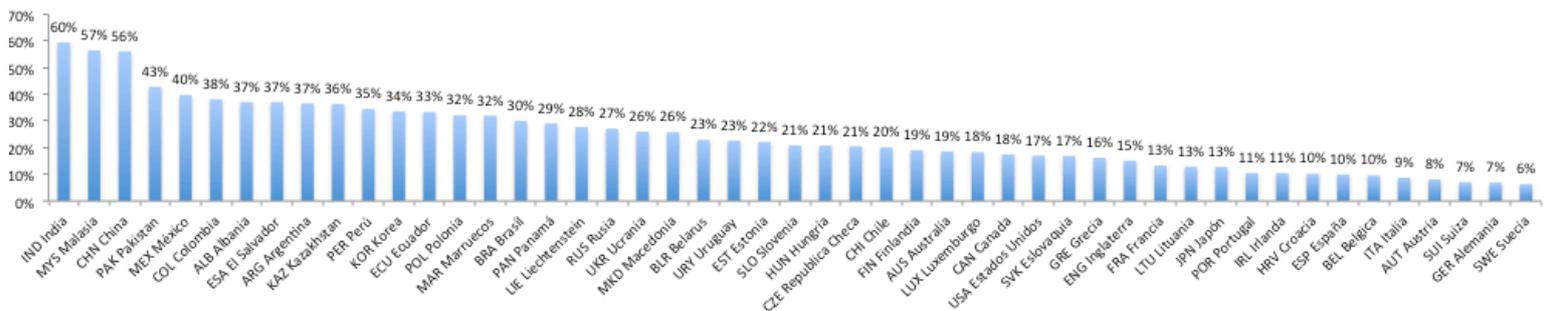
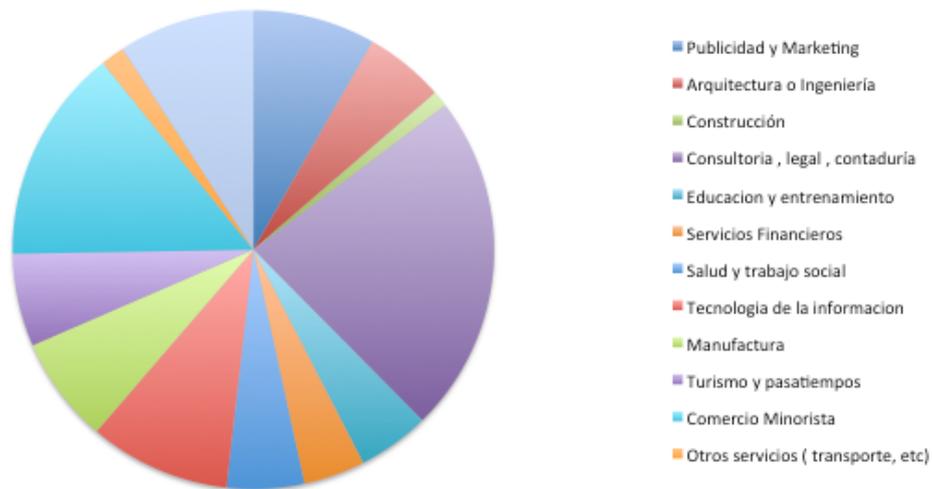


Figura 20: Expectativas respecto al proyecto – Muestra Argentina – Emprendedores nacientes.



La figura 20 muestra las expectativas que tienen los alumnos respecto a la creación de su proyecto. La mayoría espera tardar más de 18 meses en ponerlo en marcha, que sea su principal ocupación luego de egresados y solo el 20,5 tiene experiencia con otro proyecto. A nivel global, los números son muy similares. Argentina presenta un patrón de comportamiento equivalente al resto de los países en términos de expectativas. Respecto al sector , en la figura 21 la mayor parte de los proyectos estarán en el sector de servicios profesionales , comercio minorista de diversa índole y tecnología.

Figura 21: Expectativas respecto al proyecto – Sector – Muestra Argentina – Emprendedores nacientes.



La figura 22 indaga sobre las acciones que se han tomado sobre el proyecto. La mayoría de los emprendedores nacientes han comenzado con temas estratégicos cómo buscar información sobre el mercado en el que ingresarán , analizado el producto con potenciales consumidores y comenzado con su diseño. Aquellos que ya presentaron patentes y están desarrollando acciones efectivas de venta no superan el 5% de los participantes.

Figura 22: Expectativas respecto al proyecto – Acciones para comenzar el proyecto – Muestra Argentina – Emprendedores nacientes.

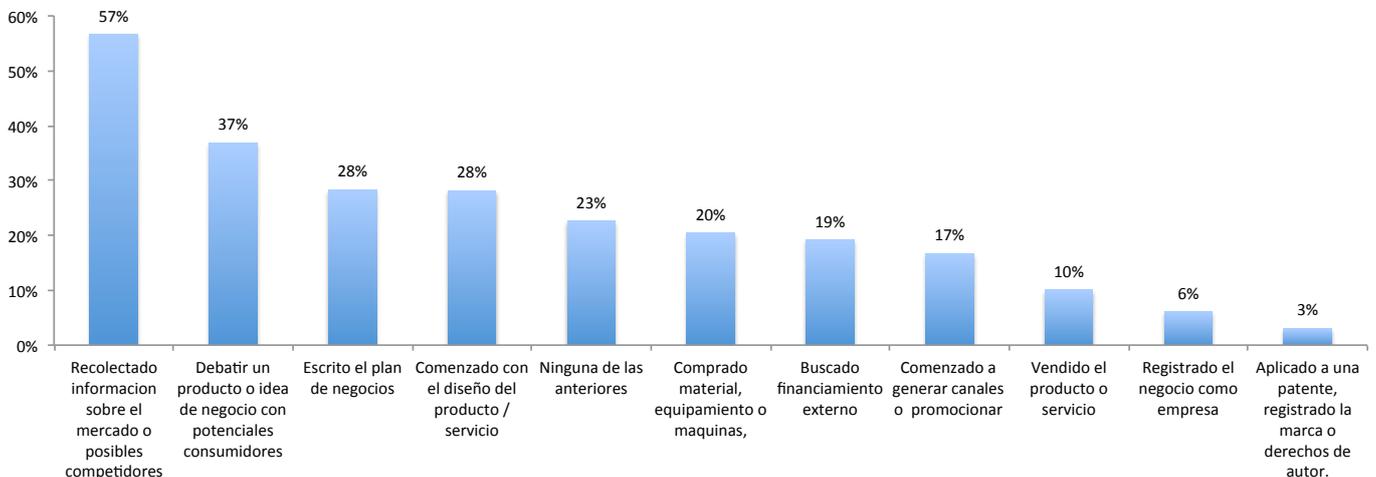
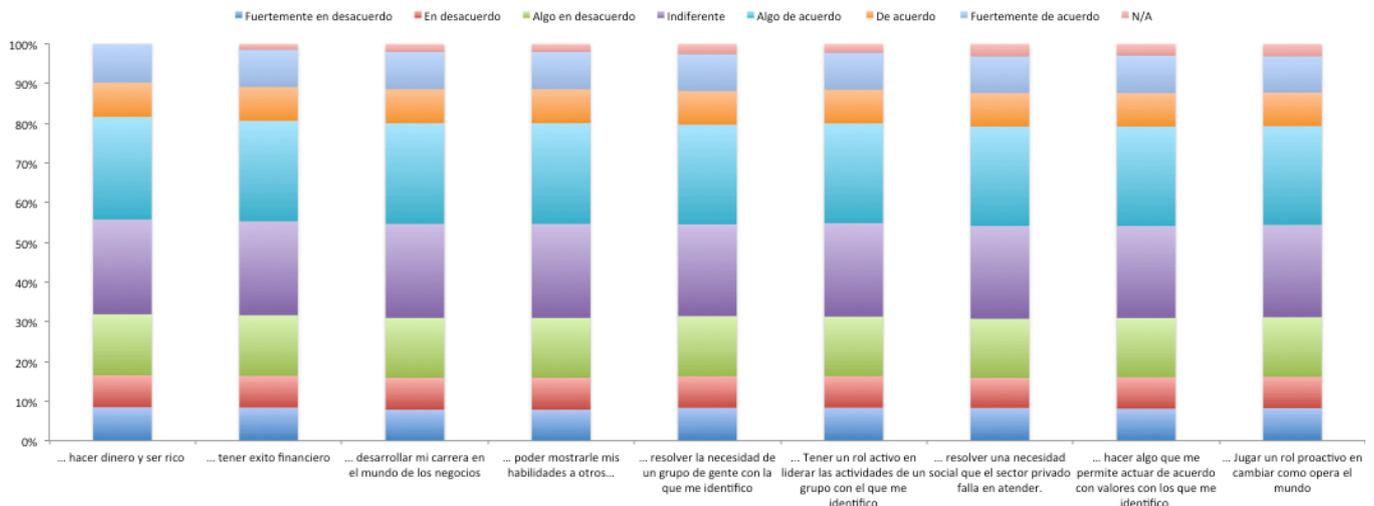


Figura 23: Expectativas respecto al proyecto –“ Motivaciones para crear el negocio..” – Muestra Argentina – Emprendedores nacientes.



El GUESSS profundiza sobre los valores de los emprendedores nacientes. En primer lugar, haciendo especial foco en la gestión del negocio. Los estudiantes argentinos respondieron que para ellos será muy importante gestionar con bases sólidas, definir muy bien las proyecciones financieras, desarrollar un producto útil para los clientes y sobre todo hacer un proyecto que les permita mejorar el mundo. El segundo conjunto de valores clave que identifica el GUESSS sobre los emprendedores nacientes, hacen foco sobre el espíritu del proyecto. Las respuestas son muy positivas y principalmente será muy importante lograr un buen proyecto frente a la competencia, trabajar en sus ventajas competitivas como empresa, resolver problemas para grupos clave de la sociedad y que sus proyectos sean un ejemplo de resolución de problemas sociales.

Respecto a su rol en el proyecto, el equipo y estructura societaria; la mayor parte de los participantes que respondieron ser emprendedores nacientes:

- Posee más del 50% del proyecto.
- Armaron el proyecto entre 2 y 3 socios.
- Más del 50% confirmo tener 1 o más mujeres co fundadoras.
- Menos del 50% posee co fundadores familiares o compañeros de universidad.
- Las ideas que inspiraron para armar sus proyectos provienen principalmente de estudios universitarios, investigación propia o trabajos fuera de la universidad.

6 Emprendedores Activos

Este apartado analizará a aquellos estudiantes que confirmaron estar activos en la gestión de un proyecto propio o alguna forma de auto empleo, esto significa que han creado una empresa y están liderándola. El 20% de los participantes contestaron afirmativamente a esta pregunta en Argentina, el promedio global es 9% aproximadamente. Poco más del 50% de los participantes respondieron que esperan que este proyecto se convierta en su trabajo de tiempo completo al egresar de la universidad. La mayoría indica estar satisfecho con su carrera y con su proyecto, lo volvería a hacer y con el mismo proyecto. El 60% de los equipos fundadores están integrados por entre 2 y 4 socios y la mayoría de los participantes aseguró

tener entre 1 y 5 empleados. El 6% de los participantes ha creado entre 6 y 20 puestos de trabajo, más del 80% asegura que su proyecto es rentable y saludable financieramente, de acuerdo con la figura 27. Los proyectos principalmente se desarrollan en el sector consultoría y servicios profesionales, venta minorista y publicidad / marketing. Finalmente respecto a los motivos por los cuales iniciaron el proyecto es parejo el “nivel de acuerdo” sobre las afirmaciones que indican “ el deseo de generar riqueza y hacer dinero” y aquellos que indican el “deseo de cambiar el mundo” , de acuerdo con la figura 28.

Figura 24: Emprendedores Activos – Tasas en todos los países participantes. (Muestra Argentina y Global)

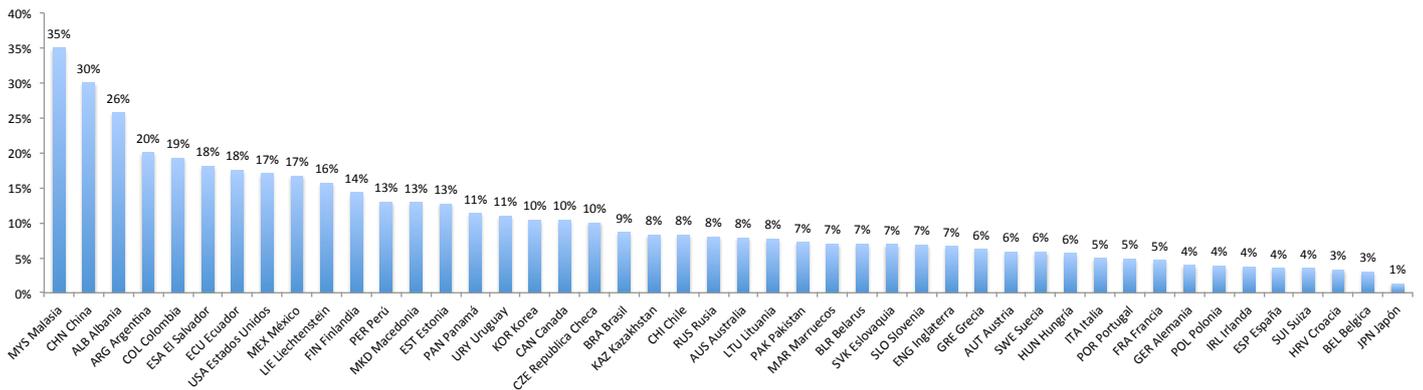


Figura 25: Emprendedores Activos – Cantidad de Empleados (Muestra Argentina)

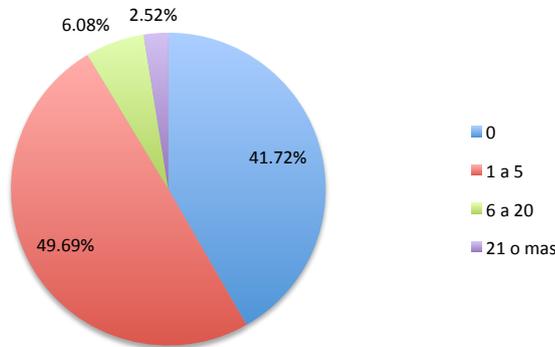


Figura 26: Fundadores Activos – Sector del negocio – Muestra Argentina –

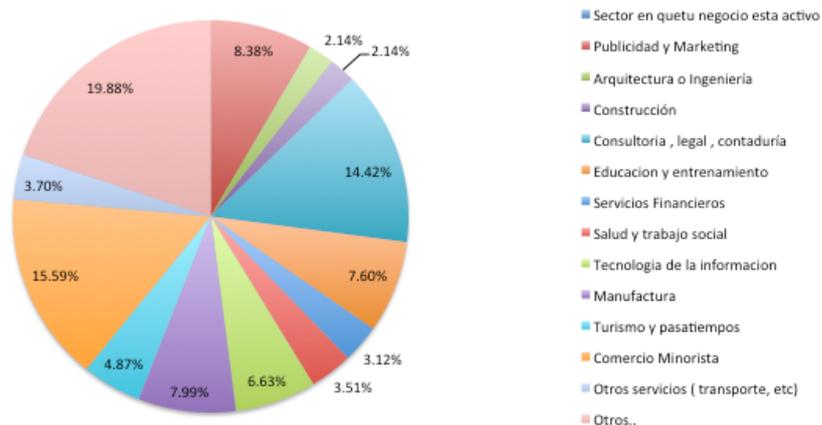


Figura 27: Emprendedores Activos –“ Estado de Sustentabilidad del proyecto..” – Muestra Argentina.

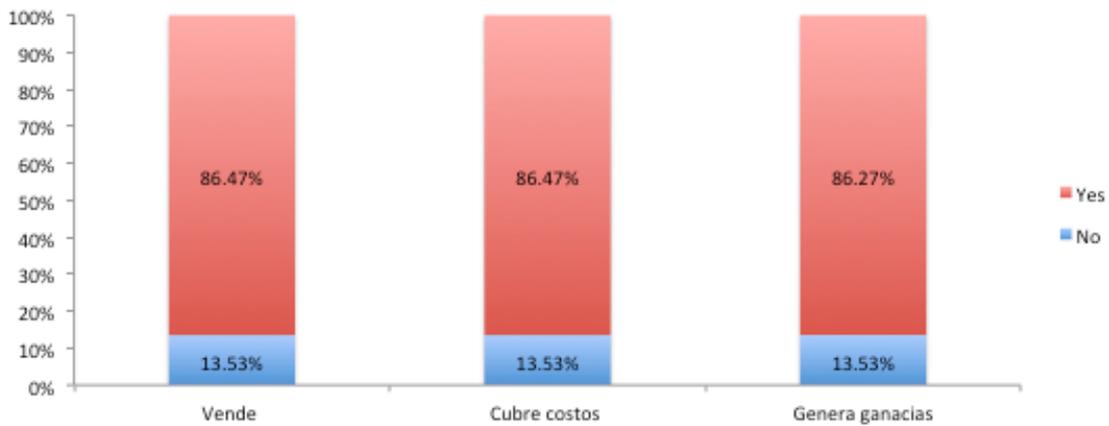
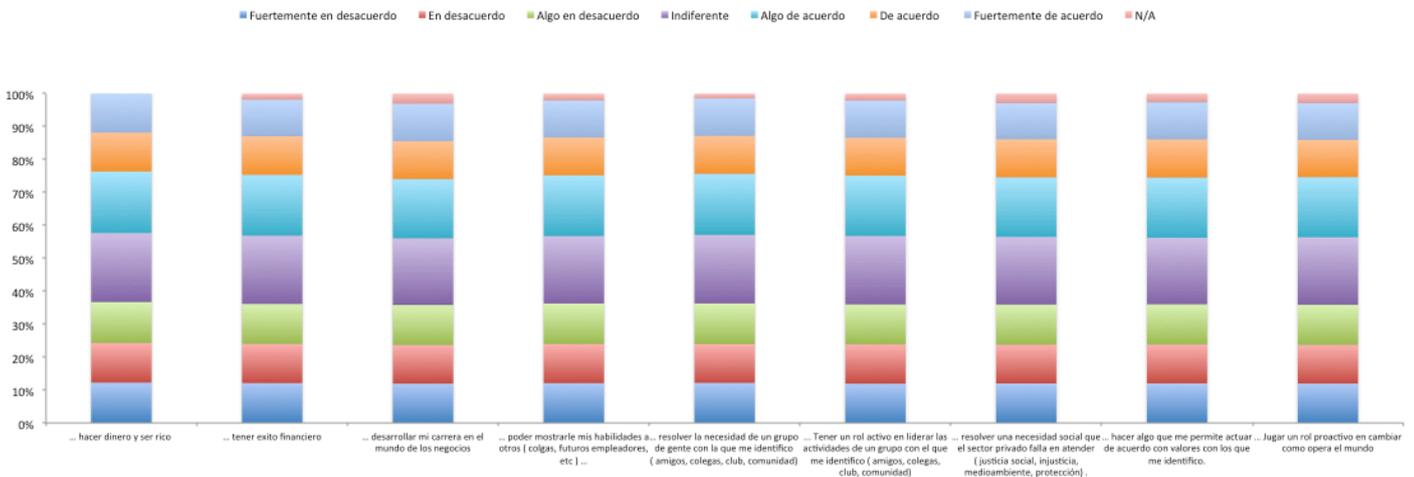


Figura 28: Emprendedores Activos –“ Motivaciones para crear el negocio..” – Muestra Argentina.



El GUESSS profundiza sobre los “valores” de los emprendedores activos respecto al proyecto. En primer lugar, haciendo foco en la gestión del negocio y que es clave para ellos como “Fundadores”. Los estudiantes argentinos respondieron un gran nivel de acuerdo sobre todas las afirmaciones; principalmente para ellos es muy importante gestionar con bases solidas su negocio, ser un ciudadano responsable del mundo, hacer del mundo un lugar mejor , estando muy cerca de sus clientes en sus valores y deseos: en ese orden de importancia. El segundo conjunto de valores clave, que identifica el GUESSS sobre los emprendedores activos, hacen foco sobre el espíritu del proyecto y lo que esperan de él. Las respuestas son muy positivas y principalmente es muy importante para ellos lograr un buen proyecto frente a la competencia, hacer foco en un grupo de personas con quienes se identifican para desarrollar una solución y que el proyecto sea un ejemplo para el mundo privado sobre como resolver problemas sociales.

Respecto a su rol en el proyecto, el equipo y estructura societaria; la mayor parte de los participantes que respondieron ser entre emprendedores activos:

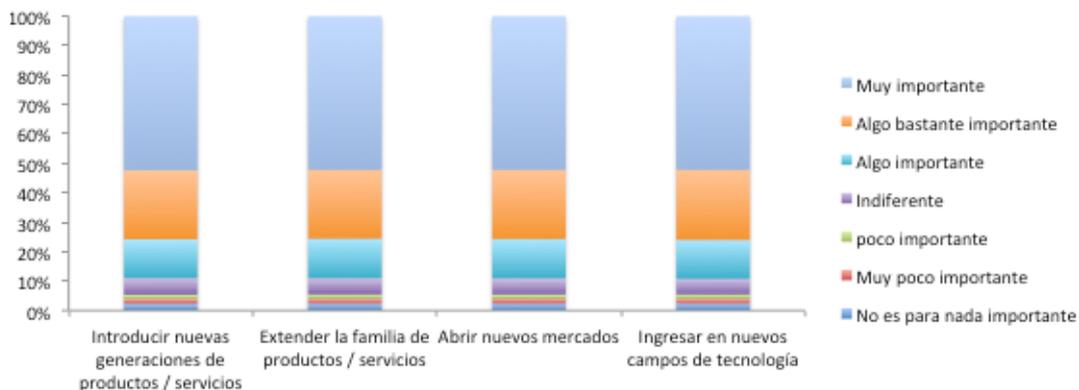
- Posee más del 50% del proyecto.
- El proyecto tiene entre 2 y 3 socios .
- Más del 50% confirmo tener 1 o más mujeres co fundadoras.
- Las ideas que inspiraron para armar sus proyectos provienen principalmente de estudios universitarios, investigación propia o trabajos fuera de la universidad.

El GUESSS profundiza sobre los emprendedores activos y sus proyectos respecto a :

6.1.1 - Nivel de innovación en sus proyectos - Dos dimensiones : la introducción de nuevos productos y servicios ; la optimización y la mejora de lo ya existente en el mercado.

Los estudiantes argentinos que están actualmente liderando un proyecto presentan un gran nivel de acuerdo sobre la importancia de incorporar nuevos producto y abrir nuevos mercados. Al mismo tiempo que manifestaron gran nivel de acuerdo sobre mejorar la calidad de lo que ya existe en el mercado, reducir costos para optimizar, mejorar el rendimiento y la flexibilidad de producción.

Figura 29: Emprendedores Activos –“Objetivos de innovación sobre el proyecto..” – Muestra Argentina.



6.1.2 Relación con el “riesgo “ en el marco de la gestión del proyecto: en general el perfil es de muy baja aversión al riesgo, con una alta proactividad hacia la innovación y el desarrollo de nuevos productos y servicios

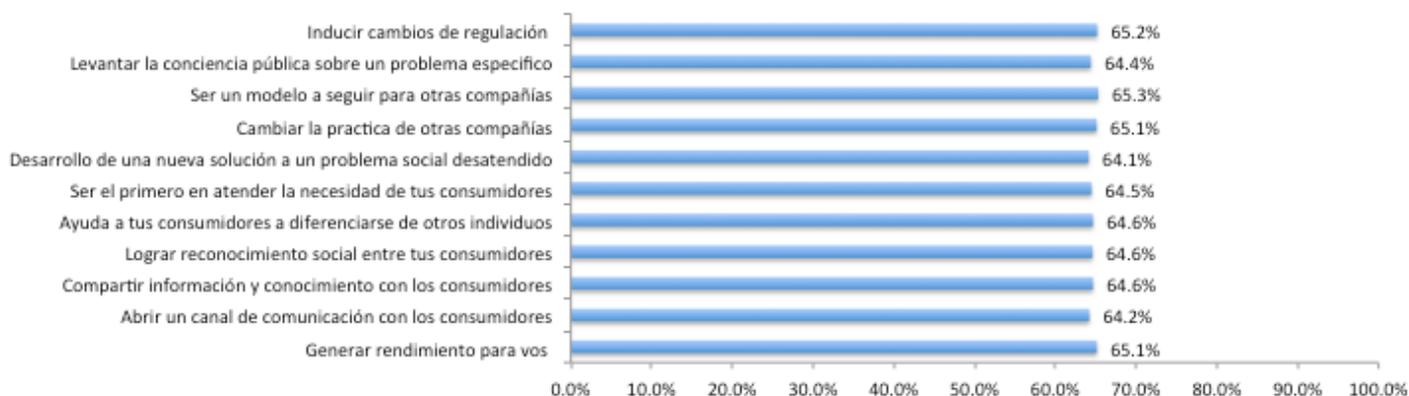
Se le pidió a los estudiantes que seleccionasen una cantidad de afirmaciones entre opuestos. La mayoría indicó que elige:

- Una postura arriesgada y agresiva para maximizar la probabilidad de explotar oportunidades (48.9%)
- Fuerte tendencia a proyectos riesgosos con altos rendimientos (48%)
- Explorar el ambiente de forma arriesgada y con actos fundamentales (48.4%)
- Fuerte énfasis en I+D e innovación (48.3%)
- Cambios rotundos en productos y servicios. (48.5%)

- Introducir muchas nuevas líneas de productos y servicios (69.57%)
- Ser generalmente el primero en introducir nuevos productos / servicios. (68.4%)
- Iniciar acciones a las que los competidores responden. (69.3%)
- Adelantarse a la competencia en introducir nuevos productos y servicios. (69%)

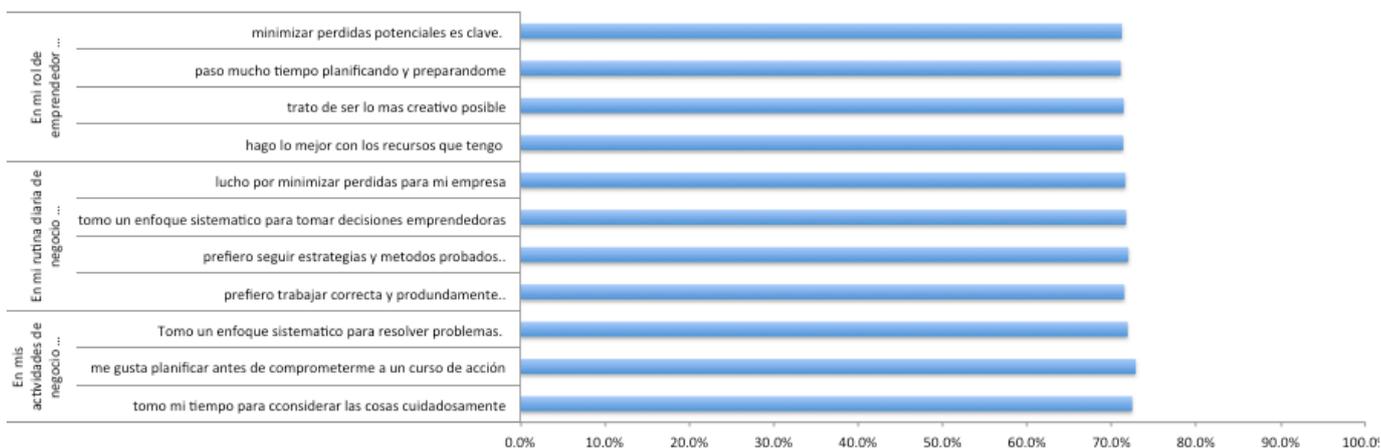
6.1.3 La performance del proyecto respecto a una serie de aspectos clave :

Figura 30: Emprendedores Activos –“Cómo se comporta tu proyecto respecto a ..” – porcentaje de respuestas entre “Algo bien – muy bien” Muestra Argentina.



6.1.4 Nivel de madurez y percepciones personales respecto a la gestión del proyecto :

Figura 31: Emprendedores Activos – Percepciones sobre Rol en el proyecto - porcentaje de respuestas entre “ más o menos seguido – siempre ” Muestra Argentina.



Las figuras 30 y 31 muestran una postura muy madura de los jóvenes emprendedores a la hora de gestionar sus proyectos. Si bien arriesgada para lograr ventajas competitivas y abrirse camino en nuevos mercados, mantienen una actitud cautelosa frente a la gestión para cuidar la sustentabilidad de sus proyectos.

7 Sucesores Familiares

Este apartado analizará a aquellos estudiantes que contestaron que esperan suceder a sus padres en la gestión de una empresa de la familia. El 4% de los participantes en Argentina contestaron que esperan hacerlo inmediatamente luego de la universidad y el 2% 5 años más tarde, el promedio global es 1.9% para los que afirmaron que lo harán directo luego de la universidad y 2.4% 5 años mas tarde. El 65% espera hacerse cargo total del negocio de sus padres en 3 años y el 25% en 2.

Características generales:

- En el 84% de los casos los padres están a cargo de la empresa aun, en general son accionistas mayoritarios.
- De ellos , el 64% de los casos posee el 100% de la empresa y el 26% de los casos posee entre el 26% y el 99% de la empresa.
- Son pequeñas empresas, el 90% tiene entre 0 y 20 empleados, solo el 1% más de 200.
- Las empresas se encuestan principalmente en el sector de comercio minorista, manufactura / producción y otros servicios al consumidor como transporte entre otros.

Figura 32: Sucesores – Numero total de empleados o equivalente a tiempo completo. Muestra Argentina.

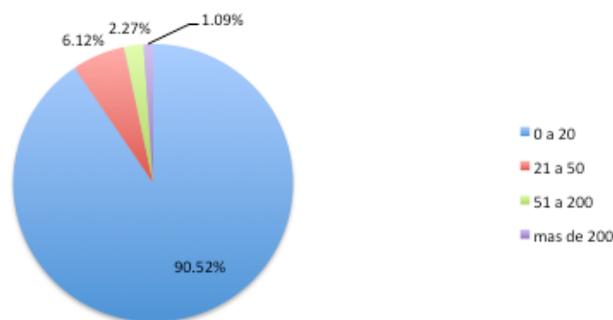
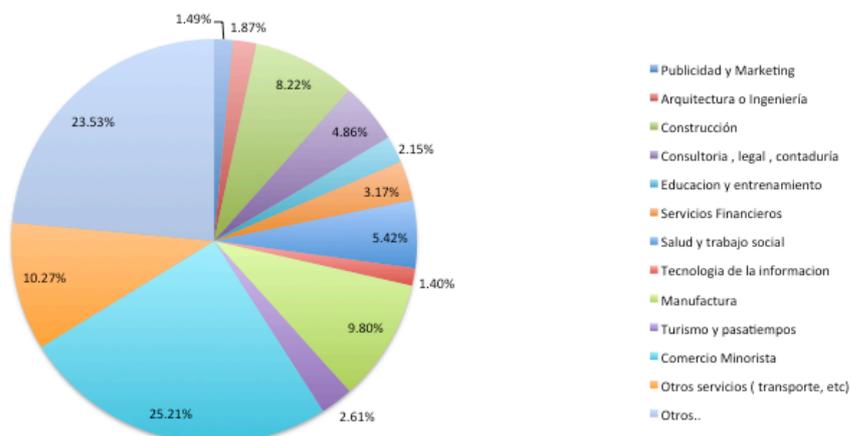
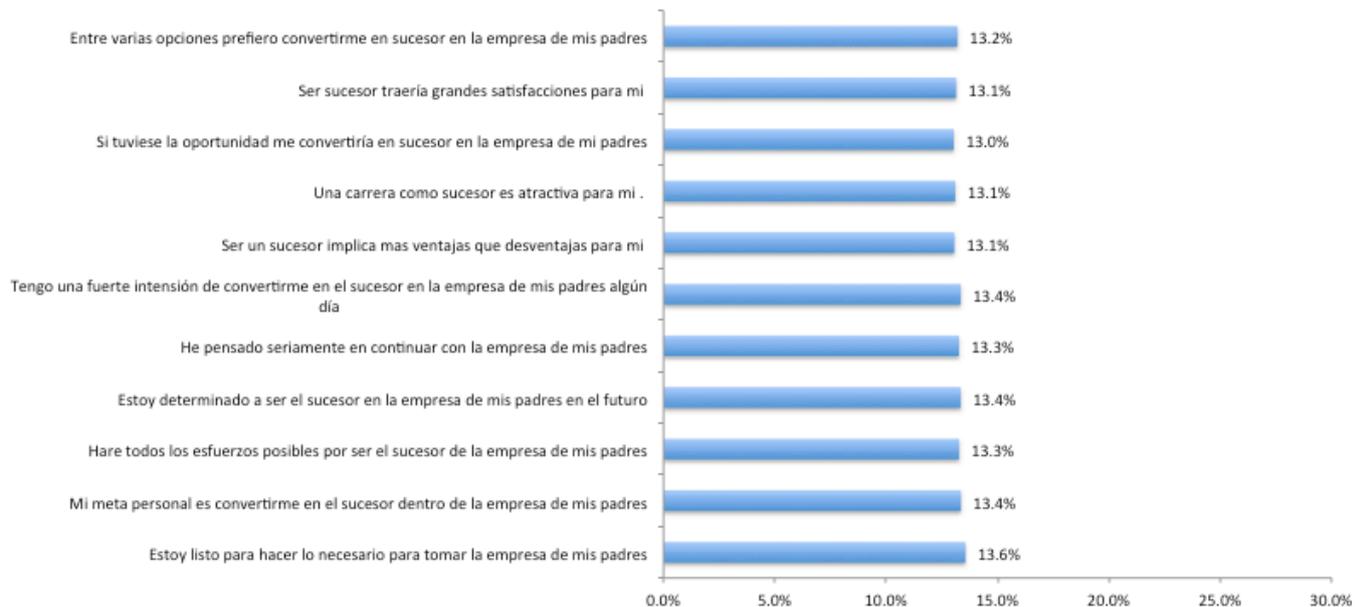


Figura 33: Fundadores Activos – Sector del negocio – Muestra Argentina –



Finalmente, a los sucesores intencionales se los interpela respecto a sus sentimientos frente al negocio. Es interesante observar que frente al 6% del total de estudiantes participantes que aseguraron su interés en suceder a sus padres al mando de la empresa con mayor o menor rapidez luego de la universidad, solo alrededor del 13% y el 14% respondieron positivamente a las afirmaciones debajo sobre sus sentimientos frente al negocio.

Figura 34: Fundadores Activos – Sentimientos frente al negocio – Muestra Argentina –



8 Recomendaciones Generales GUESSS Argentina y Global

Sobre la base de las conclusiones para cada segmento nacionales y globales, derivamos algunas recomendaciones clave para los diferentes interesados.

- Las universidades tanto públicas como privadas tienen el desafío de seguir mejorando la ofertas de educación emprendedora. El objetivo general debe ser sensibilizar al mayor número de estudiantes posible para desarrollar su espíritu emprendedor tanto para comenzar un proyecto , cuanto para sus actividades en la vida laboral en general. Estos estudiantes deben tomar una decisión consciente sobre si deben ser emprendedores o no y cuando. La educación para desarrollar su espíritu emprendedor tiene que proporcionarles las herramientas, habilidades y capacidades no sólo para convertirse en emprendedores, sino para convertirse en empresarios exitosos.

- Es clave diseñar ofertas educativas que se ajusten a las necesidades de cada alumno y perfil, en el momento en que se encuentra para poder acompañarlos en la maduración de su espíritu emprendedor.

- Muchos estudiantes quieren adquirir experiencia profesional antes de crear un negocio, en el caso del GUESSS considera aquellos que manifiestan querer emprender 5 años luego de

egresarse. Esto puede ser un riesgo, ya que podría quedar "atrapados" en el mundo corporativo. Es deseable que el camino emprendedor, para aquellos que realmente lo quieren perseguir, sea facilitado todo lo posible por parte de los responsables políticos que generan las condiciones y las instituciones académicas que crean las habilidades. De lo contrario, los costos de oportunidad de dejar el empleo organizacional tradicional serán demasiado altos.

- El género es un tema importante. Tanto las instituciones académicas, como las organizaciones del tercer sector y los encargados de la formulación de políticas públicas deben prestar especial atención en promover el camino emprendedor en las mujeres. Ya sea a través de ofertas personalizadas como eventos de redes, tutorías y asesoramiento específicos, o facilitando la combinación de la familia y el espíritu emprendedor como un camino.

- Los padres, y en particular los padres emprendedores, deben ser conscientes que son modelos importantes a seguir. Es por ello que deben mostrar una imagen realista sobre lo que significa ser un emprendedor (particularmente cuando el negocio no está funcionando bien). Es más útil para que los hijos puedan decidir si quieren ser empresarios o no.

- Muchos de los estudiantes que participaron de la encuesta tienen la intención o incluso ya han creado un negocio con socios. Encontrar los cofundadores adecuados es clave. Las instituciones académicas son un actor fundamental para ayudar con este esfuerzo, por ejemplo proporcionando plataformas de conexión de cofundadores entre universidades u otras instituciones.

- Las universidades y las instituciones educativas en general, desempeñan un papel esencial y extremadamente importante. Su valor es en diversos frentes, desde ofrecer cursos de emprendimiento de alta calidad, eventos como las tardes de inicio o concursos de planes de negocios, hasta crear internamente un ambiente emprendedor constante. Se trata de sensibilizar a los estudiantes para el emprendimiento, proporcionarles las herramientas y habilidades necesarias, y apoyarlos en sus actividades emprendedoras a largo plazo. Las universidades deben ser conscientes de este papel y deben tratar de cumplir todas las altas expectativas en estos aspectos.

- Una pregunta verdaderamente importante es por qué o para qué propósito se crea realmente una empresa. Los estudiantes deben ser conscientes sobre lo que los motiva realmente (por ejemplo, en términos de su identidad social fundadora), y pensar y actuar en consecuencia.

- Por último, los estudiantes deben ser conscientes que convertirse en emprendedor no es un "deber"; pero es una opción a considerar. Es necesario transmitirles que hay muchas maneras de ser un emprendedor. Tanto creando un negocio u organización independiente, como dentro de una institución como empleado o parte de un equipo. Lo que importa es el espíritu con el que lo encaren.

Para concluir, el emprendimiento estudiantil es un campo importante y fascinante que merece mayor atención por parte de académicos, profesionales y políticos. Debemos

trabajar en construir las condiciones para potenciar y fomentar la creación de nuevos emprendimientos exitosos, forjando el carácter de los jóvenes, mostrando las opciones que existen y sobre todo trabajando sobre su espíritu, más allá de los estereotipos establecidos.

