



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey



Entre la intención y la acción: el emprendimiento universitario en Uruguay

Reporte Nacional GUESSS Uruguay 2025

Catherine Krauss-Delorme
Patricia Guzzo

Adriana Bonomo-Odizzio
Santiago García-Hartwig

ITHAKA



UCU

Universidad
Católica del
Uruguay



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

Como citar: Krauss-Delorme, C; Guzzo, P.; Bonomo-Odizzio, A; García-Hartwig, S.; Entre la intención y la acción: el emprendimiento universitario en Uruguay. Reporte Nacional GUESSS. Uruguay 2025. Universidad Católica del Uruguay.

TABLA DE CONTENIDO.

INTRODUCCIÓN.....	7
RESUMEN EJECUTIVO.....	8
Sobre el estudio.....	8
Perfil sociodemográfico.	8
Intenciones de carrera.	8
Emprendedores nacientes y activos.	8
Impulsores universitarios.	8
Miedo al fracaso.....	9
1. EL PROYECTO GUESS.	10
1.1 Aspectos generales.....	10
1.2 Marco conceptual.	11
1.3 El ecosistema uruguayo.....	12
1.4 El Proyecto GUESS en Uruguay.	13
2. INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA.....	14
2.1 Aspectos generales.....	14
2.2 Edad de los estudiantes encuestados en Uruguay.....	15
2.3 Género de los estudiantes encuestados en Uruguay.....	15
2.4 Nivel de formación académica de los estudiantes encuestados en Uruguay.....	16
2.5 Área de estudios de los estudiantes encuestados en Uruguay.....	16
3. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES.	18
3.1 Aspectos generales.....	18
3.2 Intenciones de carrera al graduarse.....	19
3.3 Intenciones de carrera 5 años después de graduarse.....	20
3.4 Resumen comparativo de la intención de carrera en Uruguay.	21
3.5 Intención de carrera, Uruguay y Global.	22
3.6 Intención de carrera por género en Uruguay.	23
3.7 Intención de carrera por área de estudio en Uruguay.....	24
3.8 Intención de carrera 5 años después de graduarse de los estudiantes que tienen intención de ser emprendedores al graduarse.	25
3.9 Intención de carrera al graduarse de los estudiantes que tienen intención de ser emprendedores 5 años después de graduarse.....	26
3.10 Emprendedores nacientes.	28
3.11 Emprendedores activos.....	28
3.12 Fuerza de la intención emprendedora.....	29

4. IMPULSORES DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA.	30
4.1 Aspectos generales.....	30
4.2 Contexto universitario.....	31
4.3 Actitud sobre cursos de emprendimiento en la universidad.	32
4.4 Percepción del aprendizaje en los cursos de emprendimiento.	33
5. EMPRENDEDORES NACIENTES.	34
5.1 Aspectos generales.....	34
5.2 Emprendedores nacientes según su género.	35
5.3 Participación de otro socio fundador en la creación de la empresa.....	35
5.4 Participación en la propiedad de la empresa.	36
5.5 Sector económico en el que planean desarrollar principalmente su empresa.	37
5.6 Actividades que los emprendedores nacientes han llevado a cabo para crear su empresa.	38
6. EMPRENDEDORES ACTIVOS.	40
6.1 Aspectos generales.....	40
6.2 Emprendedores activos según su género.	41
6.3 Año de establecimiento de la empresa.....	41
6.4 Participación de otro socio fundador en la empresa.	42
6.5 Participación en la propiedad de la empresa.	43
6.6 Cantidad de trabajadores a jornada completa en su empresa.	44
6.7 Sector económico en el que operan principalmente las empresas.	45
6.8 Miedo al fracaso de los emprendedores activos.	46
7. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES.....	48
7.1 Introducción	48
7.2 Principales hallazgos	49
7.3 Implicaciones.....	50
8. REFERENCIAS.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 2.1 – Edad de los estudiantes encuestados en Uruguay (N=1.504).....	15
Figura 2.2 – Género de los estudiantes encuestados en Uruguay (N=1.596).....	15
Figura 2.3 – Nivel de formación académica de los estudiantes encuestados en Uruguay (N=1.594).....	16
Figura 2.4 – Área de estudios que cursan los estudiantes encuestados en Uruguay (N = 1.595).	17
Figura 3.1 - Intenciones de carreras al graduarse, Uruguay (N = 1.596) vs. Global (N = 196.162).	20
Figura 3.2 - Intenciones de carrera 5 años después de graduarse, Uruguay (N=1.596) vs. Global (N = 196.161).....	21
Figura 3.3 - Resumen comparativo de la intención de carrera en Uruguay (N = 1.596).....	22
Figura 3.4 - Intención de carrera, Uruguay al graduarse (N=1596) vs. Global al graduarse (N=196162), Uruguay 5 años después (N=1596) vs. Global 5 años después (N=196161).....	23
Figura 3.5 – Intención de carrera por género en Uruguay, Hombre (N=590), Mujer (N=997). ...	24
Figura 3.6 - Evolución de la intención de carrera por área de estudio en Uruguay (N=1450)....	25
Figura 3.7 - Intención de carrera 5 años después de graduarse de los estudiantes que tienen intención de ser emprendedores al graduarse, Uruguay (N = 362) vs. Global (N=30189).	26
Figura 3.8 - Intención de carrera al graduarse de los estudiantes que tienen intención de ser emprendedores 5 años después de graduarse, Uruguay (N=544) vs. Global (N=55.494).....	27
Figura 3.9 - Emprendedores nacientes, Uruguay (N = 1.596) vs. Global (N = 196.162).....	28
Figura 3.10 - Emprendedores activos, Uruguay (N = 1596) vs. Global (N = 196.162).....	28
Figura 3.11 – Fuerza de la intención emprendedora en Uruguay (N = 1.596).....	29
Figura 4.1 - Evaluación de la percepción sobre el contexto universitario (N = 1.596).....	31
Figura 4.2 - Actitud sobre cursos de emprendimiento en la universidad Uruguay (N = 1.596) vs. Global (N = 196.162).	32
Figura 4.3 - Percepción del aprendizaje en los cursos de emprendimiento (N = 1.595).	33
Figura 5.1 - Emprendedores nacientes diferenciados por género (N = 290).	35
Figura 5.2 - Participación de otro socio fundador en la creación de la empresa (N = 289).	36
Figura 5.3 - Participación en la propiedad de la empresa de los emprendedores nacientes (N = 287).	37
Figura 5.4 - Sector económico en el que se desarrollará principalmente la empresa de los emprendedores nacientes, Uruguay (N = 290) vs. Global (N = 31.681).....	38
Figura 5.5 - Actividades realizadas por emprendedores nacientes, Uruguay (N = 250) vs. Global (N = 26.642).....	39
Figura 6.1 - Emprendedores activos según su género (N =119).	41
Figura 6.2 - Año de establecimiento del negocio de los emprendedores activos (N = 111).....	42

Figura 6.3 - Participación de otro socio fundador de la empresa de los emprendedores activos (N = 115).....	43
Figura 6.4 - Participación en la propiedad de la empresa de los emprendedores activos (N = 115).	43
Figura 6.5 - Cantidad de trabajadores a jornada completa actuales en la empresa de los emprendedores activos (N = 105).....	44
Figura 6.6 - Sector económico que opera principalmente la empresa de los emprendedores activos (N = 115).....	45
Figura 6.7 - Miedo al fracaso de los emprendedores activos, Uruguay (N = 115) vs. Global (N = 11.415).	47



INTRODUCCIÓN.

El presente informe analiza los principales resultados obtenidos en Uruguay a partir de la edición 2025 del *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS), relevada en estudiantes universitarios del país.

Este estudio se desarrolla en el marco de una iniciativa internacional coordinada por las universidades de Universidad de Berna y Universidad de St. Gallen, con origen en el año 2003, y es implementado en Uruguay por el Centro Ithaka de Emprendimiento e Innovación de la Universidad Católica del Uruguay (UCU).

GUESSS tiene como propósito analizar las intenciones, actitudes y comportamientos emprendedores de los estudiantes universitarios, así como identificar los factores que influyen en sus decisiones de carrera, tanto durante su formación como en los primeros años posteriores a su egreso. En este sentido, el estudio ofrece una perspectiva amplia del fenómeno emprendedor, considerando tanto el contexto educativo como las características individuales de los estudiantes.

La recolección de información se realiza de forma periódica cada dos años mediante encuestas en línea, lo que permite comparar resultados entre países y a lo largo del tiempo.

En la edición 2025 participaron 66 países y 196.162 estudiantes a nivel global. En Uruguay, el relevamiento incluyó a diversas instituciones de educación superior, alcanzando un total de 1.596 respuestas.

RESUMEN EJECUTIVO.

A continuación, se presentan los principales resultados y aspectos clave del informe

Sobre el estudio.

El presente informe analiza los resultados obtenidos en Uruguay sobre la edición 2025 del proyecto GUESS, en la que participaron 66 países y 196.162 estudiantes universitarios a nivel global. En Uruguay, se alcanzó un total de 1.596 respuestas, en el marco de una alianza entre la Universidad Católica del Uruguay (UCU) y la Universidad de la República (UdelAR). Esta edición constituye la quinta participación de Uruguay en el proyecto GUESS.

Perfil sociodemográfico.

La muestra está compuesta en su mayoría por estudiantes de hasta 24 años (68,15%), consistente con el perfil de estudiante de grado (88,33% de la muestra). Las mujeres representan el 62,47% de los encuestados, frente al 36,97% de hombres. Las áreas de estudio con mayor representación son Dirección/Administración de empresas (18,43%), Economía (17,81%) y Medicina/Ciencias de la salud (17,43%).

Intenciones de carrera.

La intención emprendedora de los estudiantes uruguayos supera al promedio global tanto al graduarse (22,68% vs. 15,40%) como a cinco años después de graduarse (34,09% vs. 28,30%). Por género, los hombres presentan mayor intención emprendedora que las mujeres tanto al graduarse (28,47% vs. 19,26%) como a cinco años después de graduarse (39,32% vs. 30,99%).

Emprendedores nacientes y activos.

El 18,17% de los estudiantes encuestados se identifica como emprendedor naciente, por encima del promedio global (16,50%), mientras que el 7,46% se identifica como emprendedor activo también por encima del promedio global (6,40%). A diferencia de la intención declarada entre los emprendedores nacientes, las mujeres son mayoría (51,03% vs. 48,28%), mientras que entre los emprendedores activos predominan los hombres (54,62% vs. 44,54%).

Impulsores universitarios.

Los encuestados perciben favorablemente el contexto universitario para emprender, con un promedio general de 5,27 en una escala de 1 a 7. Sin embargo, el 57,58% de los estudiantes nunca ha asistido a un curso de emprendimiento, valor idéntico al global (57,50%).

Miedo al fracaso.

Entre los emprendedores activos, la principal preocupación es la falta de financiación suficiente para sacar la empresa adelante, obteniendo esta un promedio de 5,42 en una escala del 1 al 7, siendo la única preocupación en la que Uruguay supera al promedio global (4,50).



1. EL PROYECTO GUESSS.

1.1 Aspectos generales.

El presente capítulo introduce el proyecto GUESSS (*Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey*), una iniciativa internacional de investigación sobre emprendimiento universitario coordinada por las universidades de Berna y St. Gallen desde el año 2003, e implementada en Uruguay por el Centro Ithaka de Emprendimiento e Innovación de la Universidad Católica del Uruguay (UCU), en alianza con la Facultad de Ciencias Económicas y de Administración (FCEA) de la Universidad de la República

En su edición 2025 — quinta edición en la que participa Uruguay — el proyecto reúne información de 66 países y 196.162 estudiantes universitarios, consolidándose como uno de los estudios más relevantes en el campo del emprendimiento universitario a nivel global. En Uruguay, el relevamiento alcanzó un total de 1.596 respuestas provenientes de diversas instituciones de educación superior.

El capítulo presenta el marco conceptual que sustenta el estudio, basado en la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991), así como el contexto del ecosistema emprendedor uruguayo, caracterizado por una Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) del 20,8% en 2025 y una percepción favorable hacia el emprendimiento entre la población adulta (GEM, 2025). Este marco permite comprender el entorno en el que se desarrollan las intenciones y comportamientos emprendedores de los estudiantes universitarios del país.

1.2 Marco conceptual.

El proyecto GUESSS tiene como propósito analizar las decisiones de carrera de los estudiantes universitarios, particularmente aquellas vinculadas al emprendimiento, la creación de empresas y la sucesión empresarial.

La literatura sobre emprendimiento universitario ha destacado la relevancia de diversos factores individuales y contextuales en la formación de intenciones emprendedoras, incluyendo: la educación emprendedora, el contexto universitario, la orientación emprendedora individual, la experiencia familiar, y ecosistemas emprendedores.

Diversos estudios han señalado que las universidades desempeñan un rol clave en el desarrollo de capacidades emprendedoras y en la creación de entornos que favorecen la innovación y la generación de nuevas empresas (Bergmann et al., 2016; Nabi et al., 2017).

GUESSS se implementa mediante una encuesta online estandarizada, aplicada de forma periódica en universidades de todo el mundo, permitiendo comparaciones nacionales e internacionales. En su edición 2025, reúne información de 66 países y 196.162 estudiantes universitarios, consolidándose como uno de los estudios más relevantes en el campo del emprendimiento universitario (Sieger *et al.*, 2026).

En el marco del contexto universitario, el análisis del fenómeno emprendedor debe ser multinivel, tomando en cuenta variables cognitivas, la educación emprendedora que se presta y el fomento de la intención emprendedora a corto y mediano plazo, el análisis de los jóvenes emprendedores que ya tienen su empresa, y la sucesión de la empresa familiar (Bodolica *et al.*, 2024; Leiva *et al.* 2021; Morris *et al.*, 2017; Veksler, *et al.*, 2024).

El proyecto GUESSS (Braun & Sieger, 2021) tiene como objetivo principal dar a conocer información acerca de la intención emprendedora de los estudiantes, tanto a nivel de cada país participante como a nivel global. El proyecto se focaliza en los estudiantes universitarios y su relación con las actividades emprendedoras, incluyendo a quienes ya gestionan su propio negocio, a quienes están intentando iniciarlo, y a quienes manifiestan intención de hacerlo en el futuro.

El cuestionario GUESSS se basa en la Teoría del Comportamiento Planificado (Liñán & Chen, 2009), utilizando el modelo de Ajzen (1991), quien establece que la intención emprendedora se ve afectada por tres variables: las actitudes hacia el comportamiento, el control del comportamiento percibido y las normas subjetivas.

Venkatesh et al. (2003) dieron lugar a una nueva teoría denominada Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología –UTAUT– (The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology), relacionando la aceptación de la tecnología TAM (Theory of Reasoned Action) con el modelo motivacional, el TPB, y la teoría del aprendizaje social, entre otros. Una expansión de la aplicación del modelo UTAUT al campo del emprendimiento

permite probar su relevancia en contextos donde la intención de emprender es fundamental, pero es aún más crítica la implementación exitosa (González-Tamayo, et al., 2024).

1.3 El ecosistema uruguayo.

En Uruguay, se realiza el informe GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) desde 2006, a partir de la iniciativa del IEEM, Escuela de Negocios de la Universidad de Montevideo, con el apoyo de la Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE). Es importante destacar algunos puntos del ecosistema uruguayo en base a los datos más recientes disponibles (GEM, 2025).

En cuanto a la actividad emprendedora, la Tasa de Actividad Emprendedora Total (TEA) de Uruguay alcanzó el 20,8% en 2025, lo que implica una caída respecto al 26,2% registrado en 2023, año en que se ubicó en su máximo reciente. Al desagregar por género, la TEA fue de 25,8% en hombres y 16,0% en mujeres, evidenciando una brecha de casi 10 puntos porcentuales. En perspectiva regional, Uruguay se posiciona en un lugar intermedio, por debajo de Chile (29,4%), Ecuador (29,6%) y Argentina (21,4%), pero por encima de Brasil (19,4%), México (19,4%) y Costa Rica (13,9%) (GEM, 2025).

Respecto a las motivaciones para emprender, la principal razón declarada por los emprendedores uruguayos fue ganarse la vida (68,1%), seguida de construir una gran riqueza (49,1%), marcar una diferencia en el mundo (38,9%) y continuar una tradición familiar (30,6%) (GEM, 2025).

En cuanto a las percepciones emprendedoras, el 55,3% de los adultos entre 18 y 64 años percibe buenas oportunidades para emprender, mientras que el 70,4% considera tener las capacidades necesarias para hacerlo, siendo este último el valor más alto registrado desde 2006. Por su parte, el miedo al fracaso se mantiene en niveles moderados, con un 51,1% de la población que lo identifica como un factor limitante (GEM, 2025).

En lo que refiere al contexto emprendedor, el Índice Nacional de Contexto Emprendedor (NECI) registró un valor de 4,24 en 2025, el más bajo desde 2017, ubicando a Uruguay en el puesto 38 de 53 economías analizadas por el GEM. Las principales fortalezas identificadas fueron la infraestructura física y de servicios (7,11) y los programas gubernamentales (5,52), mientras que las debilidades más marcadas se encontraron en la educación emprendedora en la educación básica (2,33) y el apoyo y políticas gubernamentales (2,93) (GEM, 2025).

En este contexto, las universidades uruguayas juegan un rol fundamental en el fomento del espíritu emprendedor, contribuyendo al desarrollo de las capacidades, actitudes e intenciones emprendedoras de sus estudiantes. El presente informe busca precisamente analizar en profundidad este fenómeno a nivel de la educación superior en Uruguay.

1.4 El Proyecto GUESSS en Uruguay.

La presente edición 2025 constituye la quinta edición del Proyecto GUESSS en la que participa Uruguay, consolidando una alianza interuniversitaria que ha permitido recopilar información sistemática sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes a nivel nacional. Al igual que en ediciones anteriores, la implementación del estudio fue posible gracias a la articulación con la Universidad de la República, Facultad de Ciencias Económicas y de Administración.

El Reporte GUESSS Uruguay 2025 constituye una nueva instancia de análisis que permite examinar la evolución de las intenciones emprendedoras de los estudiantes universitarios uruguayos, comparar los resultados con ediciones anteriores e identificar similitudes y diferencias con el comportamiento registrado a nivel internacional.



2. INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA.

2.1 Aspectos generales.

El presente capítulo describe el perfil sociodemográfico de los estudiantes universitarios uruguayos que participaron en el estudio GUESSS 2025, abarcando las variables de edad, género, nivel de formación académica y área de estudios, con el objetivo de contextualizar los resultados presentados a lo largo del informe.

La muestra está compuesta por 1.596 estudiantes, con una marcada predominancia de participantes jóvenes: el 68,15% tiene hasta 24 años, lo que es consistente con el perfil típico del estudiante universitario de grado (88,33%). En cuanto al género, las mujeres representan la mayoría de la muestra (62,47%), superando en 25,5 puntos porcentuales a los hombres (36,97%). Las áreas con mayor representación son Dirección/Administración de empresas (18,43%), Economía (17,81%) y Medicina/Ciencias de la salud (17,43%), lo que otorga al estudio una perspectiva amplia y diversa sobre las actitudes e intenciones emprendedoras de los universitarios uruguayos.

2.2 Edad de los estudiantes encuestados en Uruguay.

La distribución etaria de la muestra evidencia una fuerte concentración de estudiantes jóvenes, consistente con el perfil típico de educación superior relevado por GUESSS a nivel internacional

Con respecto a la edad de los estudiantes encuestados en Uruguay, la Figura 2.1 evidencia que la mayor proporción de la muestra se concentra en el rango de hasta 24 años, alcanzando el 68,15%. En segundo lugar, se ubican los estudiantes de entre 25 y 30 años, con una participación del 16,22%. Por su parte, el grupo de mayores de 31 años representa el 15,63%, mostrando una distribución muy similar al rango anterior.

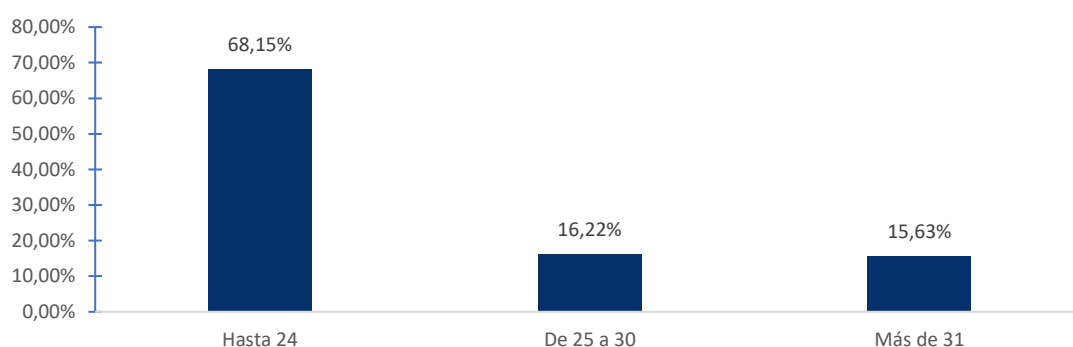


Figura 2.1 – Edad de los estudiantes encuestados en Uruguay (N=1.504).

2.3 Género de los estudiantes encuestados en Uruguay.

En lo que refiere al género, en Uruguay, la Figura 2.2 muestra que la mayoría de la muestra está compuesta por mujeres, quienes representan el 62,47%. Esto implica una diferencia de 25,5 puntos porcentuales respecto a los hombres, que alcanzan el 36,97%. Por último, el 0,56% de los encuestados se identificó con otro género. Estos resultados evidencian un claro predominio del género femenino dentro de la muestra analizada.

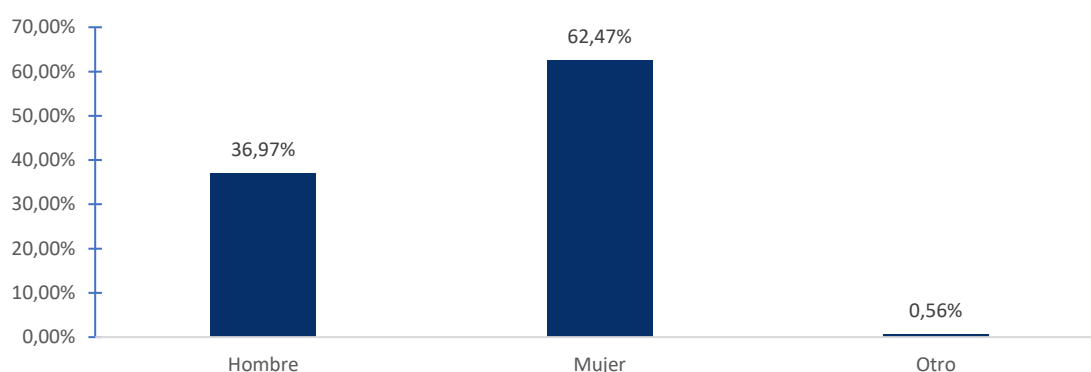


Figura 2.2 – Género de los estudiantes encuestados en Uruguay (N=1.596).

2.4 Nivel de formación académica de los estudiantes encuestados en Uruguay.

Respecto al nivel de formación académica de los estudiantes encuestados en Uruguay, la Figura 2.3 muestra que la gran mayoría corresponde a estudiantes de grado, quienes representan el 88,33% de la muestra. En segundo lugar, se encuentran aquellos que cursan estudios de maestría, con un 7,78%. Por su parte, otras formaciones, como programas tipo MBA, alcanzan el 2,89%, mientras que los estudiantes de doctorado representan el 1%. Estos resultados evidencian una fuerte concentración de la muestra en el nivel de grado.

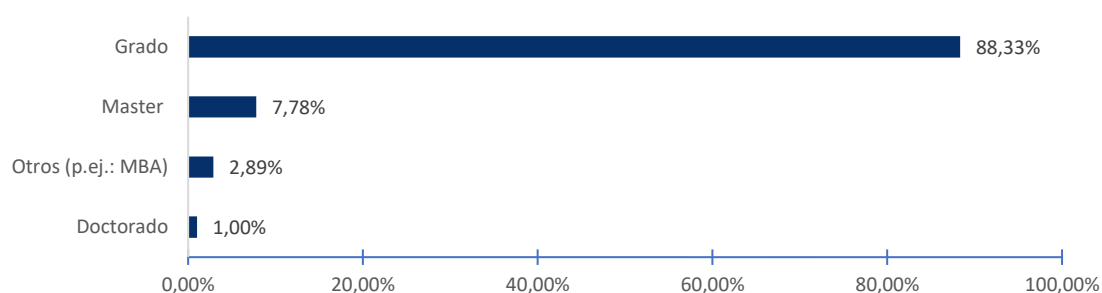


Figura 2.3 – Nivel de formación académica de los estudiantes encuestados en Uruguay (N=1.594).

2.5 Área de estudios de los estudiantes encuestados en Uruguay.

En cuanto al área de estudio de los estudiantes encuestados en Uruguay, la Figura 2.4 muestra que la mayor parte de la muestra corresponde al área de Dirección/Administración de empresas, con un 18,43%. En segundo lugar, se ubican los estudiantes de Economía, que representan el 17,81%, seguidos muy de cerca por Medicina/Ciencias de la salud, con un 17,43%.

A continuación, se destacan áreas como Ingeniería (11,03%) y Ciencias sociales (10,47%), mientras que el resto de las disciplinas presenta una participación menor dentro de la muestra.

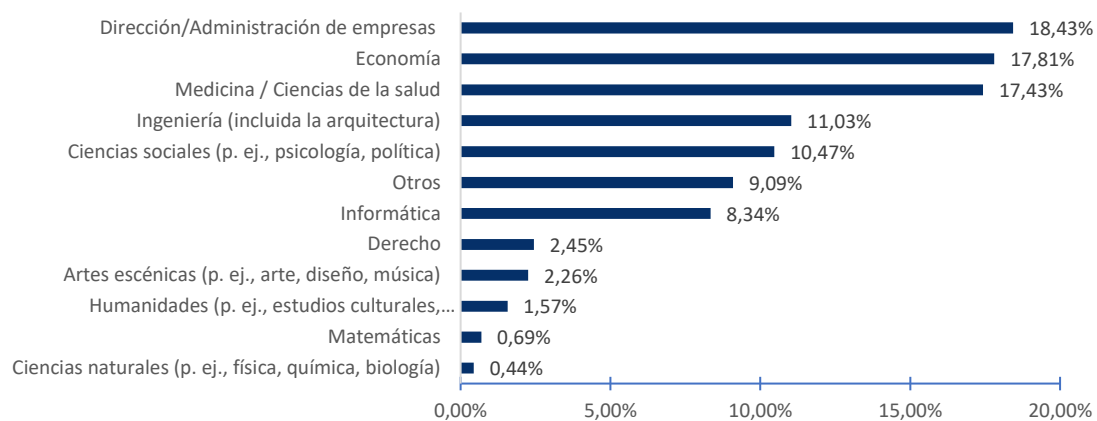


Figura 2.4 - Área de estudios que cursan los estudiantes encuestados en Uruguay (N = 1.595).



3. INTENCIONES DE ELECCIÓN DE CARRERA EMPRENDEDORA DE LOS ESTUDIANTES.

3.1 Aspectos generales.

Las preguntas vinculadas a la intención de elección de carrera permiten identificar el rumbo profesional que los estudiantes desean seguir, tanto al momento de su graduación como en los cinco años posteriores. Este aspecto constituye uno de los puntos de partida del informe GUESSS, ya que aporta una primera aproximación a las aspiraciones profesionales de los participantes.

Asimismo, la intención emprendedora representa un eje central del proyecto. Esta se analiza a partir de la proporción de estudiantes que se encuentran en proceso de creación de un negocio propio (emprendedores nacientes), así como de aquellos que ya están gestionando activamente su empresa (emprendedores activos).

3.2 Intenciones de carrera al graduarse.

La Figura 3.1 muestra las intenciones de carrera de los estudiantes inmediatamente al graduarse, en comparación con los estudiantes a nivel global; siendo este un indicador clave de la intención directa de los estudiantes por crear su propia empresa. Se puede apreciar que, a nivel de Uruguay, la opción más elegida es la de ser emprendedor/a trabajando en su propia empresa, representando el 22,68%, superando ampliamente la intención global que se ubica en el 15,40%. Este resultado es especialmente destacable, ya que implica que la intención directa de emprender apenas terminados los estudios en Uruguay se encuentra 7,28 puntos porcentuales por encima de la media global.

En segundo lugar, se ubica la opción de ser empleado/a en una gran empresa (250 o más trabajadores), con un 22,56% a nivel nacional, prácticamente idéntico al 22,60% registrado a nivel global. A continuación, se posiciona la categoría Otro/Todavía no lo sé, con un 17,67% en Uruguay frente al 16,80% global, evidenciando que una proporción relevante de estudiantes aún no tiene definido su rumbo profesional al momento de la graduación.

Como aspecto a destacar, se observa que la intención de ser empleado/a en una mediana empresa es notoriamente mayor en Uruguay (13,22%) respecto al promedio global (11,60%). En contraste, la intención de ser empleado/a público es significativamente menor a nivel nacional (8,83%) en comparación con el global (13,60%), lo que podría reflejar una preferencia de los estudiantes universitarios uruguayos por el sector privado o el emprendimiento frente al empleo en el Estado.

Por su parte, las opciones vinculadas a la sucesión empresarial presentan porcentajes muy bajos tanto en Uruguay como a nivel global.

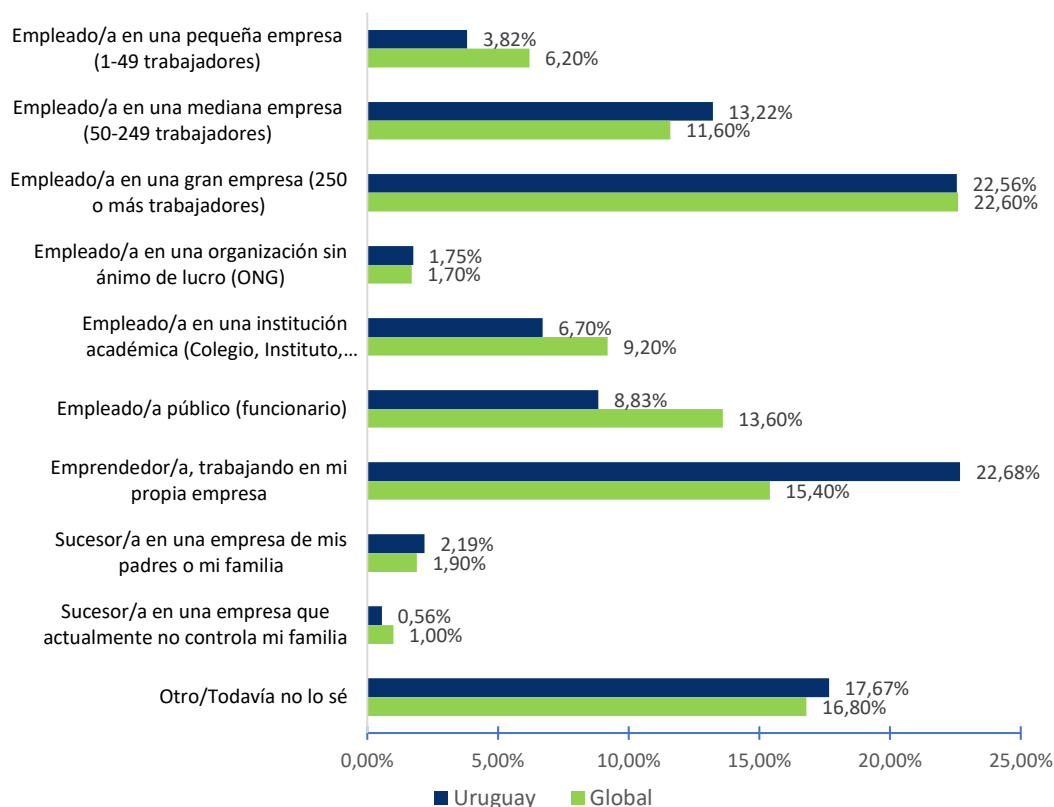


Figura 3.1 - Intenciones de carreras al graduarse, Uruguay (N = 1.596) vs. Global (N = 196.162).

3.3 Intenciones de carrera 5 años después de graduarse.

Al analizar las proyecciones de carrera cinco años después de la graduación, se observa un incremento significativo de la intención emprendedora en comparación con el escenario inmediatamente posterior al egreso.

La Figura 3.2 muestra que la opción de ser emprendedor/a trabajando en su propia empresa se posiciona como la más elegida por los estudiantes uruguayos, alcanzando el 34,09%. A nivel global, esta opción también lidera con un 28,30%, aunque la intención emprendedora uruguaya supera a la global en casi 6 puntos porcentuales, evidenciando una marcada orientación hacia el emprendimiento en el mediano plazo entre los estudiantes universitarios del país.

En segundo lugar, se ubica la opción de ser empleado/a en una gran empresa con un 20,49% en Uruguay frente al 19,40% global, manteniéndose como la segunda preferencia tanto a nivel nacional como internacional. A continuación, se destaca la categoría Otro/Todavía no lo sé, con un 14,97% en Uruguay y un 14,40% a nivel global.

En cuarto lugar, se posiciona el empleo público, con un 8,90% en Uruguay, valor notoriamente inferior al 13,50% registrado a nivel global. Le sigue el empleo en instituciones académicas con un 7,14% en Uruguay frente al 8,60% global, y el empleo en medianas empresas con un 6,64% nacional versus 6,90% global, siendo estas dos

opciones las que presentan mayor similitud entre el comportamiento nacional e internacional.

Las opciones de empleo en pequeñas empresas y en organizaciones sin ánimo de lucro son las que menor atractivo generan entre los estudiantes, tanto a nivel nacional como global. En cuanto a las intenciones vinculadas a la sucesión empresarial continúan siendo marginales, con apenas un 2,51% para la sucesión en empresa familiar y un 0,81% para la sucesión en empresa no familiar en Uruguay, valores muy similares al 2,00% y 1,70% registrados a nivel global respectivamente.

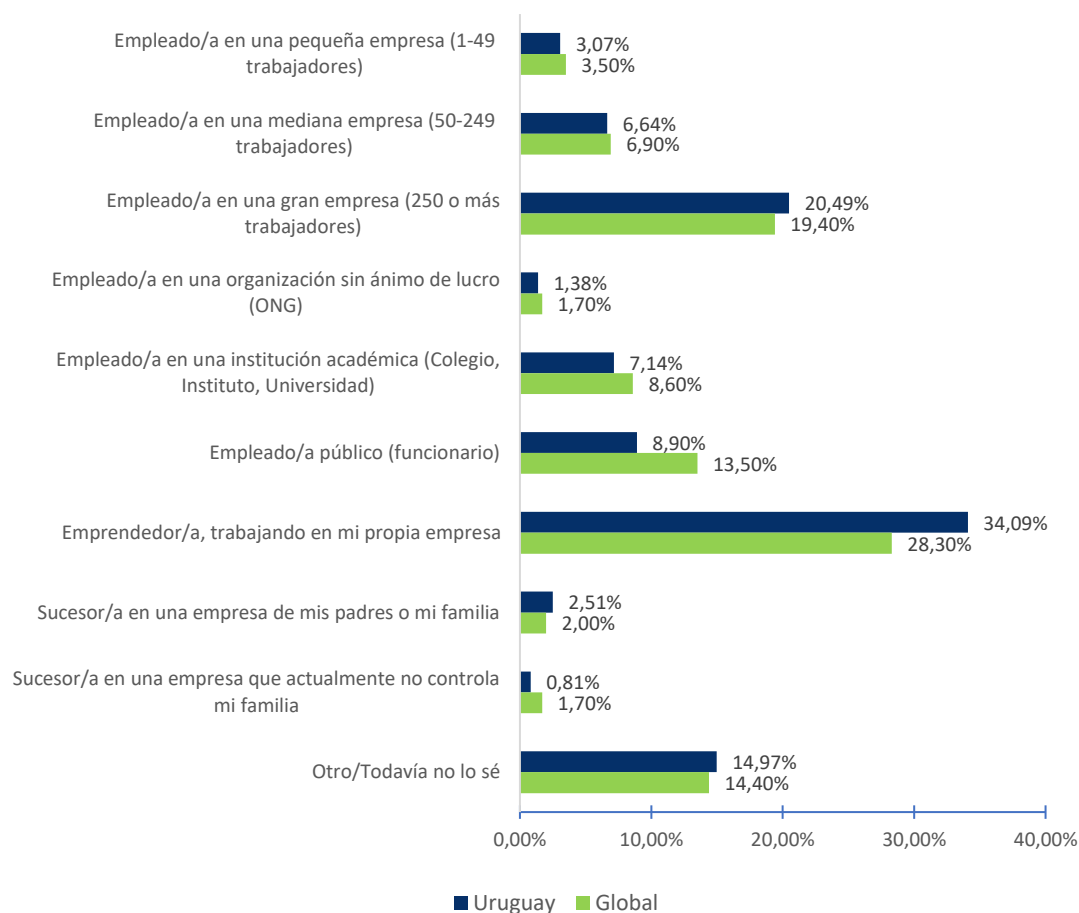


Figura 3.2 - Intenciones de carrera 5 años después de graduarse, Uruguay (N=1.596) vs. Global (N = 196.161).

3.4 Resumen comparativo de la intención de carrera en Uruguay.

La Figura 3.3 permite observar de forma agrupada las intenciones de carrera de los estudiantes uruguayos entre el momento de graduación y los cinco años posteriores, agrupando las opciones en cuatro grandes categorías: emprendedor/a, empleado/a, sucesor/a y otro/todavía no lo sé.

Al momento de graduarse, la opción de ser empleado/a es ampliamente la más elegida por los participantes uruguayos, concentrando el 56,89% de las preferencias. Sin

embargo, este porcentaje experimenta una caída de 9,27 puntos porcentuales al proyectarse a cinco años, ubicándose en el 47,62%, lo que indica que, si bien el empleo sigue siendo la opción mayoritaria en el mediano plazo, su peso relativo disminuye considerablemente.

En sentido contrario, la intención emprendedora presenta el crecimiento más significativo entre ambos momentos temporales, pasando del 22,68% al graduarse al 34,09% a cinco años, un incremento de 11,41 puntos porcentuales. Este resultado refleja que a medida que los estudiantes proyectan su futuro profesional a mayor plazo, la opción de emprender y trabajar en su propia empresa gana protagonismo de manera considerable.

La intención de sucesión empresarial se mantiene en niveles muy bajos en ambos momentos, registrando un leve incremento de 2,76% al graduarse a 3,32% a cinco años. Este resultado es consistente con ediciones anteriores del estudio y confirma que la sucesión no representa una aspiración prioritaria para los estudiantes universitarios uruguayos, independientemente del horizonte temporal considerado. Finalmente, la categoría Otro/Todavía no lo sé muestra una reducción de 17,67% al graduarse a 14,97% a cinco años, lo que sugiere que con mayor horizonte temporal los estudiantes logran definir con mayor claridad sus aspiraciones profesionales, reduciendo la incertidumbre sobre su rumbo de carrera.

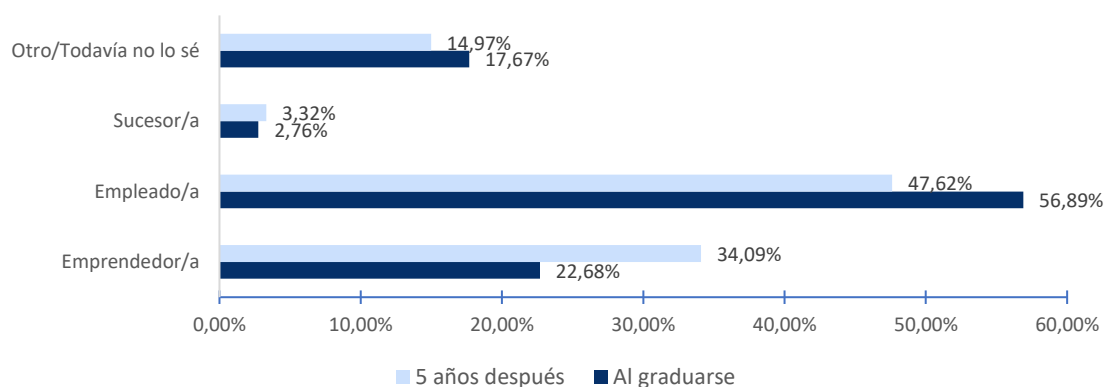


Figura 3.3 - Resumen comparativo de la intención de carrera en Uruguay (N = 1.596).

3.5 Intención de carrera, Uruguay y Global.

La comparación entre Uruguay y el reporte global permite contextualizar las tendencias nacionales dentro del escenario internacional GUESSS 2025.

La Figura 3.4 contrasta las intenciones de carrera de los estudiantes uruguayos con el promedio global. Al graduarse, la intención emprendedora uruguaya (22,68%) supera en 7,28 puntos porcentuales la media global (15,40%), mientras que la intención de ser empleado/a es menor en Uruguay (56,89%) que a nivel global (65,00%). A cinco años de

graduarse, las diferencias se mantienen en la misma dirección: la intención emprendedora crece hasta el 34,09% en Uruguay frente al 28,30% global, consolidando un perfil emprendedor universitario uruguayo más marcado que el promedio internacional en ambos horizontes temporales.

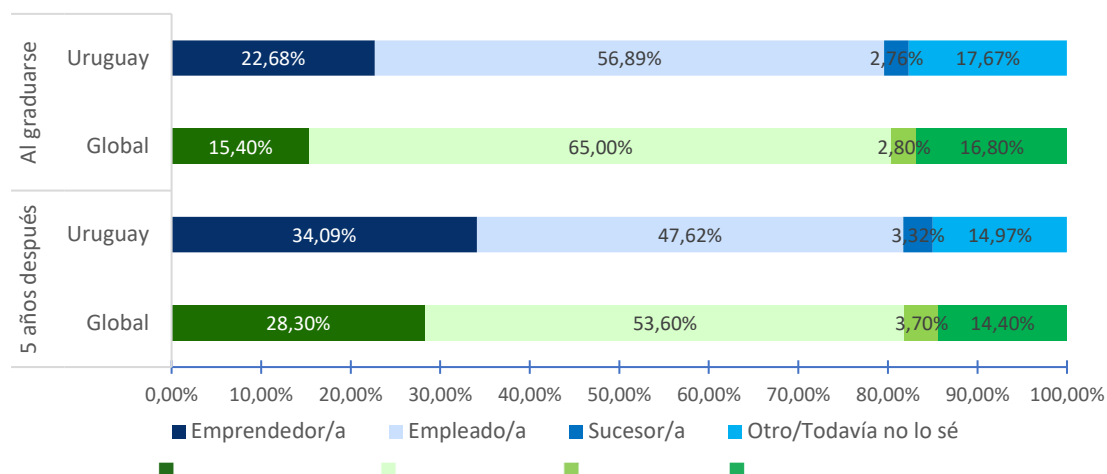


Figura 3.4 - Intención de carrera, Uruguay al graduarse (N=1596) vs. Global al graduarse (N=196162), Uruguay 5 años después (N=1596) vs. Global 5 años después (N=196161).

3.6 Intención de carrera por género en Uruguay.

La Figura 3.5 analiza las intenciones de carrera desagregadas por género en Uruguay, tanto al graduarse como a cinco años después. Al graduarse, los hombres presentan una mayor intención emprendedora (28,47%) que las mujeres (19,26%), mientras que estas últimas concentran una mayor proporción de intención de ser empleada (60,58% vs. 50,51%). La categoría Otro/Todavía no lo sé presenta valores similares entre ambos géneros, con un 17,75% en mujeres y un 17,63% en hombres.

A cinco años de graduarse, la intención emprendedora crece en ambos géneros, manteniéndose la brecha favorable a los hombres. Los hombres alcanzan un 39,32% de intención emprendedora a cinco años, frente al 30,99% de las mujeres, siendo ambos valores significativamente superiores a los registrados al momento de graduarse. En paralelo, la intención de ser empleado/a disminuye en ambos géneros, pasando del 50,51% al 42,88% en hombres y del 60,58% al 50,45% en mujeres. La intención de sucesión empresarial se mantiene marginal en ambos géneros y momentos temporales, sin variaciones significativas.

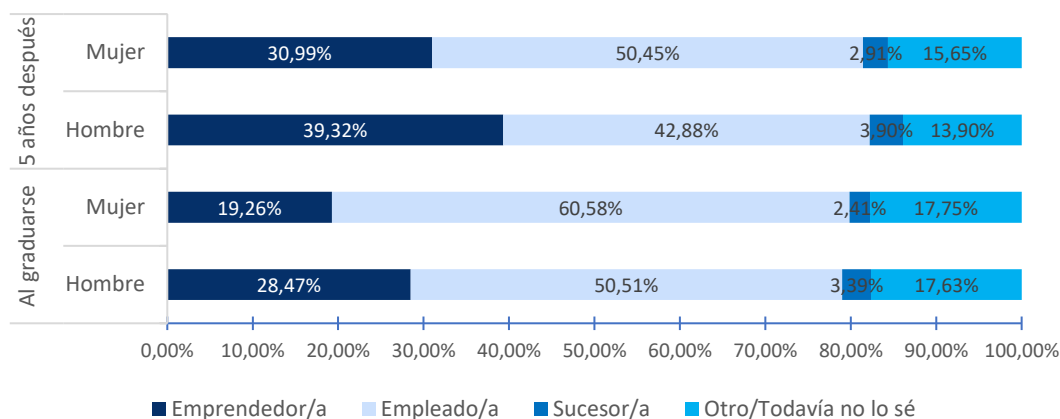


Figura 3.5 – Intención de carrera por género en Uruguay, Hombre (N=590), Mujer (N=997).

3.7 Intención de carrera por área de estudio en Uruguay.

El área de estudios constituye un factor relevante en la configuración de las intenciones de carrera de los estudiantes universitarios. La Figura 3.6 muestra la evolución de dichas intenciones, tanto al graduarse como a cinco años, desagregada por área de conocimiento. En términos generales, la intención emprendedora crece en todas las áreas entre ambos momentos temporales, confirmando la tendencia ya identificada a nivel agregado, aunque con variaciones considerables según la disciplina.

El área de Artes Escénicas presenta la intención emprendedora más alta a cinco años (52,78%), seguida de Ciencias Sociales (35,93%), Medicina/Ciencias de la salud (35,61%) y Economía (35,21%). Resulta llamativo que áreas no tradicionalmente asociadas al emprendimiento como Artes escénicas y Medicina superen en intención emprendedora a mediano plazo a disciplinas como Dirección/Administración de empresas (32,99%) e Informática (33,83%). Este resultado podría responder, en parte, a cambios en los planes de estudio que han incorporado materias de emprendimiento en carreras diversas, lo que permite a estos estudiantes percibir la necesidad y la oportunidad de desarrollar un emprendimiento desde su propia disciplina profesional. En el extremo opuesto, Matemáticas y Ciencias naturales registran los valores más bajos tanto al graduarse como a cinco años, siendo especialmente notable que Ciencias naturales presente una intención emprendedora nula al momento de graduarse.

La categoría Otro/Todavía no lo sé presenta valores elevados en Humanidades (32,00%), Derecho (28,21%) y Medicina/Ciencias de la salud (27,34%) al graduarse, reflejando una mayor incertidumbre vocacional en estas disciplinas.

	Intención de carrera	Emprendedor/a	Empleado/a	Sucesor/a	Otro/Todavía no lo sé
Dirección/Administración de empresas	Al graduarse	22,45%	62,24%	5,10%	10,20%
	5 años después	32,99%	53,06%	5,44%	8,50%
Informática	Al graduarse	24,06%	57,14%	0,00%	18,80%
	5 años después	33,83%	49,62%	0,00%	16,54%
Economía	Al graduarse	20,77%	64,08%	2,11%	13,03%
	5 años después	35,21%	52,11%	3,52%	9,15%
Ingeniería	Al graduarse	19,89%	53,41%	5,11%	21,59%
	5 años después	29,55%	49,43%	4,55%	16,48%
Medicina / Ciencias de la salud	Al graduarse	24,10%	47,12%	1,44%	27,34%
	5 años después	35,61%	38,13%	1,44%	24,82%
Humanidades	Al graduarse	16,00%	52,00%	0,00%	32,00%
	5 años después	28,00%	60,00%	0,00%	12,00%
Derecho	Al graduarse	17,95%	48,72%	5,13%	28,21%
	5 años después	23,08%	43,59%	5,13%	28,21%
Matemáticas	Al graduarse	9,09%	81,82%	9,09%	0,00%
	5 años después	18,18%	54,55%	9,09%	18,18%
Ciencias naturales	Al graduarse	0,00%	71,43%	0,00%	28,57%
	5 años después	14,29%	71,43%	0,00%	14,29%
Artes escénicas	Al graduarse	25,00%	61,11%	5,56%	8,33%
	5 años después	52,78%	36,11%	5,56%	5,56%
Ciencias sociales	Al graduarse	28,74%	53,29%	1,20%	16,77%
	5 años después	35,93%	44,31%	2,99%	16,77%

Figura 3.6 - Evolución de la intención de carrera por área de estudio en Uruguay (N=1450)

Nota: El N total de la tabla (1.450) es menor al N de la muestra completa (1.596) debido a que se excluyeron las categorías "Otros" (N=145) y aquellos estudiantes que no especificaron su área de estudio. Los N por área son: Dirección/Administración de empresas (N=294), Economía (N=284), Medicina/Ciencias de la salud (N=278), Ingeniería (N=176), Ciencias sociales (N=167), Informática (N=133), Derecho (N=39), Artes escénicas (N=36), Humanidades (N=25), Matemáticas (N=11) y Ciencias naturales (N=7).

3.8 Intención de carrera 5 años después de graduarse de los estudiantes que tienen intención de ser emprendedores al graduarse.

La Figura 3.7 muestra los planes de carrera a cinco años de aquellos estudiantes que al graduarse manifestaron intención de ser emprendedores, permitiendo analizar la consistencia y persistencia de dicha intención en el tiempo.

El resultado más destacado es que el 76,24% de los estudiantes uruguayos que desean emprender al graduarse mantienen esa intención cinco años después, lo que refleja un alto grado de convicción y coherencia en su proyecto profesional. A nivel global, este porcentaje es incluso mayor, alcanzando el 83,00%, lo que sugiere que los emprendedores con intención directa a nivel internacional presentan una mayor persistencia en su orientación emprendedora que sus pares uruguayos. Esta diferencia de casi 7 puntos porcentuales entre Uruguay y el global podría indicar que una proporción de estudiantes uruguayos que inicialmente desean emprender al graduarse reconsidera su proyecto profesional en el mediano plazo, optando por otras alternativas.

En efecto, el resto de las opciones presenta valores bajos, pero algo más elevados en Uruguay que a nivel global. El empleo en una gran empresa es la segunda opción más elegida con un 4,97% en Uruguay frente al 4,70% global, seguida de la categoría Otro/Todavía no lo sé con un 4,97% en Uruguay frente al 2,40% global, siendo esta última diferencia la más notable entre ambas referencias. El empleo en una mediana empresa

alcanza el 4,14% en Uruguay versus el 2,20% global, mientras que el empleo público registra un 2,49% nacional frente al 1,80% global. Las opciones vinculadas a la sucesión empresarial y al empleo en organizaciones sin fines de lucro son prácticamente marginales en ambos casos, confirmando que quienes manifiestan intención emprendedora directa al graduarse tienen una orientación profesional muy definida, con escasa dispersión hacia otras alternativas de carrera tanto en Uruguay como a nivel internacional.

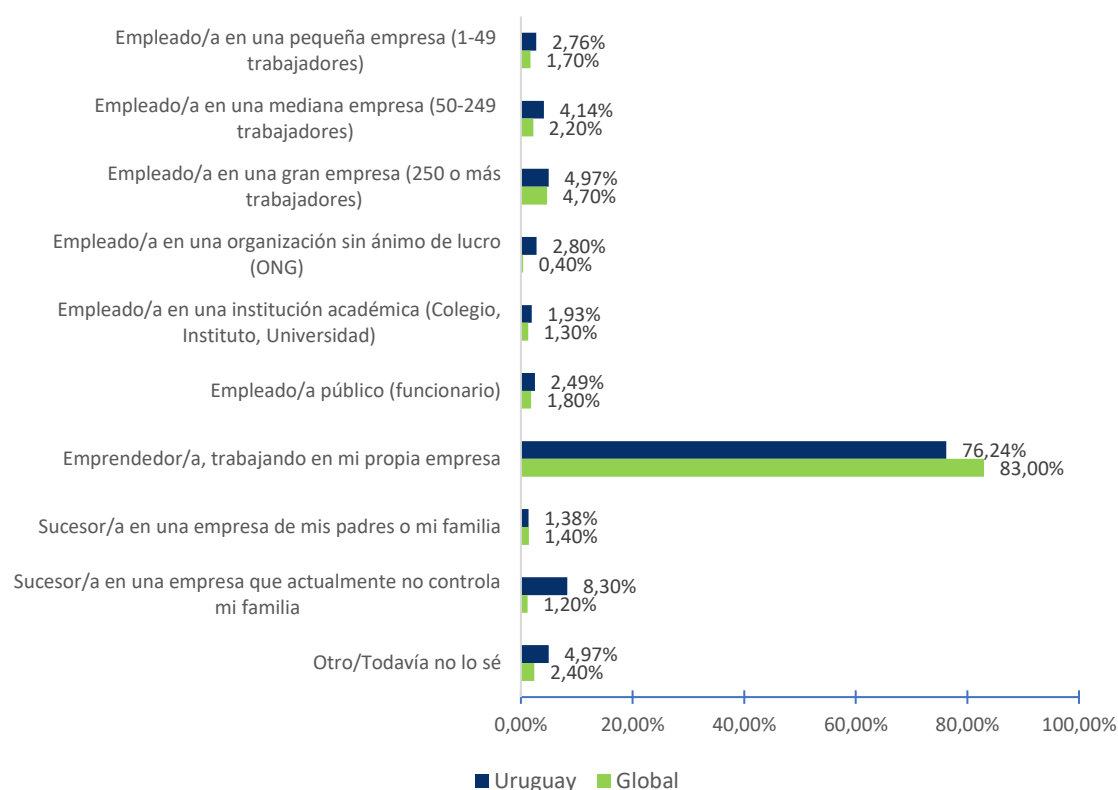


Figura 3.7 - Intención de carrera 5 años después de graduarse de los estudiantes que tienen intención de ser emprendedores al graduarse, Uruguay (N = 362) vs. Global (N=30189).

3.9 Intención de carrera al graduarse de los estudiantes que tienen intención de ser emprendedores 5 años después de graduarse.

La Figura 3.8 analiza el caso inverso al anterior, mostrando cuáles son los planes de carrera al graduarse de aquellos estudiantes que proyectan ser emprendedores cinco años después de finalizar sus estudios. Este análisis permite identificar el camino que los futuros emprendedores uruguayos prevén recorrer antes de lanzarse a crear su propia empresa.

El resultado más relevante es que el 50,74% de estos estudiantes uruguayos ya manifiesta intención de emprender también al graduarse, superando en 5,64 puntos porcentuales el promedio global (45,10%). Este dato refleja que más de la mitad de

quienes aspiran a emprender a cinco años ya tienen esa convicción desde el momento de finalizar sus estudios, evidenciando una orientación emprendedora temprana y consistente que es más pronunciada en Uruguay que a nivel internacional.

En segundo lugar, se ubica el empleo en una gran empresa (250 o más trabajadores), con un 16,91% en Uruguay frente al 21,20% global, siendo esta la diferencia más notable entre ambas referencias y sugiriendo que los futuros emprendedores uruguayos recurren en menor medida que sus pares internacionales a las grandes empresas como etapa previa antes de emprender. Le sigue el empleo en una mediana empresa con un 10,11% en Uruguay versus 8,80% global, mientras que el empleo público alcanza el 4,60% nacional frente al 5,10% global, manteniéndose en ambos casos por debajo de otras opciones de empleo.

La categoría Otro/Todavía no lo sé registra un 8,27% en Uruguay y un 7,40% global, valores relativamente bajos considerando que se trata de un subgrupo con una intención emprendedora ya definida a mediano plazo. Las opciones vinculadas a la sucesión empresarial y al empleo en organizaciones sin fines de lucro continúan siendo marginales en ambas referencias, confirmando que los estudiantes con orientación emprendedora a cinco años tienen una visión profesional clara y poco dispersa hacia alternativas no empresariales.

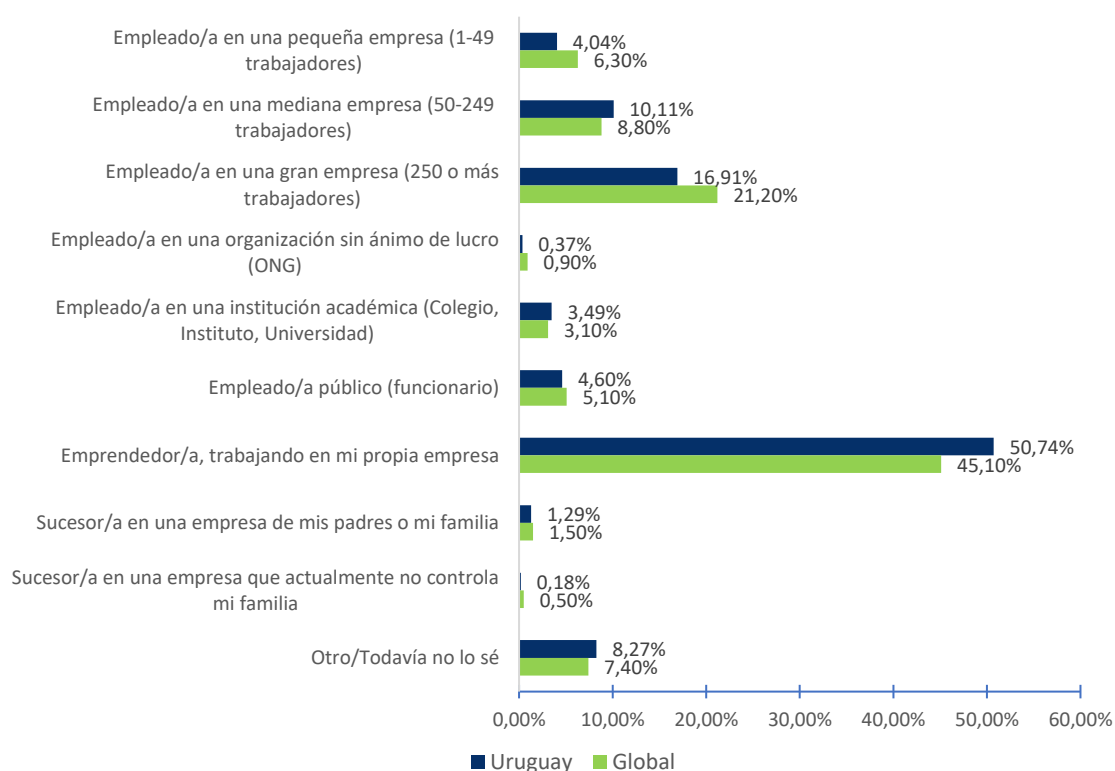


Figura 3.8 - Intención de carrera al graduarse de los estudiantes que tienen intención de ser emprendedores 5 años después de graduarse, Uruguay (N=544) vs. Global (N=55.494).

3.10 Emprendedores nacientes.

La Figura 3.9 presenta la proporción de emprendedores nacientes en Uruguay en comparación con el promedio global, identificando a aquellos estudiantes que se encuentran actualmente en proceso de creación de su propio negocio sin haber generado aún ventas regulares.

En Uruguay, el 18,17% de los estudiantes encuestados se identifica como emprendedor naciente, valor que supera en 1,67 puntos porcentuales el promedio global (16,50%). Este resultado posiciona a Uruguay por encima de la media internacional en cuanto a actividad emprendedora.

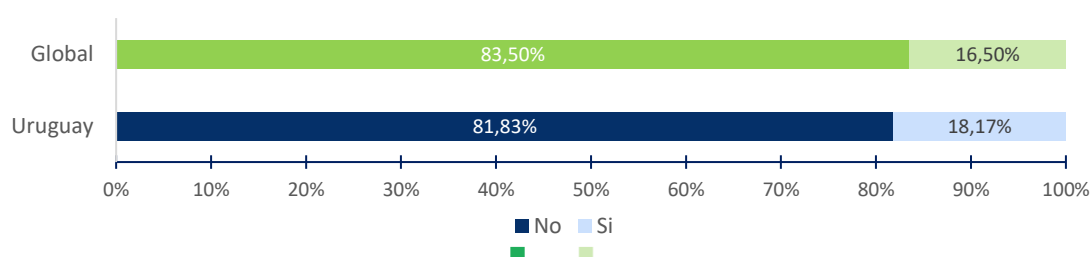


Figura 3.9 - Emprendedores nacientes, Uruguay (N = 1.596) vs. Global (N = 196.162).

3.11 Emprendedores activos.

La Figura 3.10 presenta la proporción de emprendedores activos en Uruguay en comparación con el promedio global, identificando a aquellos estudiantes que actualmente poseen y gestionan un negocio que ha generado ventas regulares en los últimos tres meses.

En Uruguay, el 7,46% de los estudiantes encuestados se identifica como emprendedor activo, valor que supera en 1,06 puntos porcentuales el promedio global (6,40%).

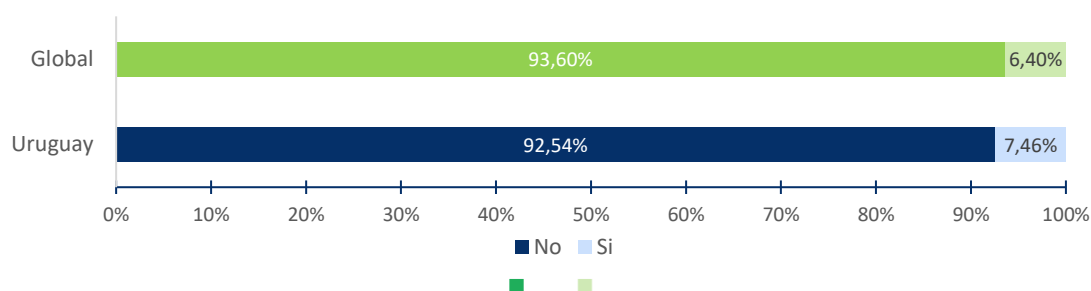


Figura 3.10 - Emprendedores activos, Uruguay (N = 1596) vs. Global (N = 196.162).

3.12 Fuerza de la intención emprendedora.

La Figura 3.11 presenta la fuerza de la intención emprendedora de los estudiantes universitarios uruguayos, medida a través de seis afirmaciones evaluadas en una escala de 1 a 7, donde 1 corresponde a "muy en desacuerdo" y 7 a "muy de acuerdo".

Los resultados muestran que todos los ítems se ubican en torno al valor 4 de la escala, indicando una intención emprendedora moderada en el conjunto de la muestra. La afirmación con mayor puntuación es "Tengo la firme intención de crear un negocio algún día" (4,44), seguida de "He pensado muy seriamente en iniciar un negocio" (4,34), "Haré todo lo posible para crear y gestionar mi propio negocio" (4,33) y "Estoy decidido/a a crear una empresa en el futuro" (4,33). Estos cuatro ítems presentan valores muy similares entre sí, sugiriendo una intención relativamente consolidada, aunque sin alcanzar niveles de alta convicción.

En los niveles más bajos se ubican "Mi meta profesional es llegar a ser emprendedor/a" (4,13) y "Estoy dispuesto/a a hacer cualquier cosa para ser un emprendedor/a" (3,99). En conjunto, los resultados evidencian una orientación emprendedora presente pero moderada.

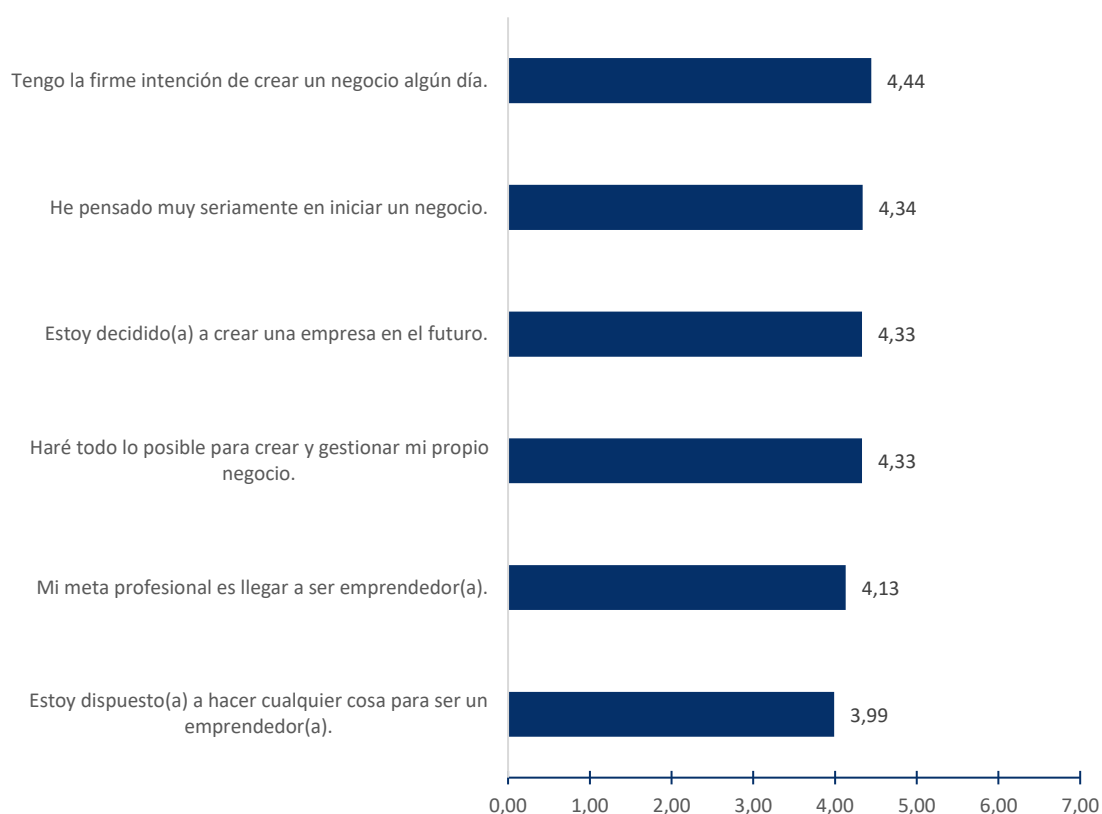


Figura 3.11 – Fuerza de la intención emprendedora en Uruguay (N = 1.596).



4. IMPULSORES DE INTENCIÓN EMPRENDEDORA.

4.1 Aspectos generales.

El presente capítulo analiza los principales impulsores del contexto universitario que inciden en la intención emprendedora de los estudiantes universitarios uruguayos. El entorno universitario constituye uno de los factores más relevantes en la formación de actitudes e intenciones emprendedoras, ya que las universidades no solo transmiten conocimientos, sino que también moldean el ambiente en el que los estudiantes desarrollan su vocación emprendedora.

El análisis se estructura en tres dimensiones complementarias. En primer lugar, se examina la percepción de los estudiantes sobre el clima y el apoyo institucional que ofrece su universidad para el emprendimiento. En segundo lugar, se analiza el grado de exposición a la educación emprendedora formal, a través de la participación en cursos voluntarios, obligatorios o programas específicos. Finalmente, se evalúa la percepción de los estudiantes sobre el aprendizaje obtenido en dichos cursos, identificando en qué medida han contribuido al desarrollo de conocimientos, habilidades y competencias emprendedoras.

4.2 Contexto universitario.

La Figura 4.1 presenta la evaluación de la percepción de los estudiantes uruguayos sobre el contexto universitario con relación al fomento del emprendimiento, medida a través de cuatro afirmaciones valoradas en una escala del 1 al 7, donde 1 corresponde a "muy en desacuerdo" y 7 a "muy de acuerdo".

Los resultados evidencian una percepción favorable y homogénea en todos los ítems evaluados, con valores que oscilan entre 5,18 y 5,34, ubicándose todos claramente por encima del punto medio de la escala. La afirmación mejor valorada es "En mi universidad puedo obtener fácilmente asesoramiento y orientación en materia de emprendimiento" (5,34), seguida de "En mi universidad existe un clima favorable para convertirme en emprendedor/a" (5,30) y "En mi universidad me motivan para participar en actividades emprendedoras" (5,24). La afirmación con menor puntuación, aunque igualmente positiva, es "El clima de mi universidad me inspira a desarrollar ideas para crear nuevos negocios" (5,18).

Al considerar los cuatro ítems de forma agregada, el promedio general del contexto universitario percibido por los estudiantes uruguayos se sitúa en torno a 5,27, lo que refleja una valoración positiva del entorno universitario como espacio propicio para el desarrollo de la vocación emprendedora. Estos resultados sugieren que las universidades uruguayas están desempeñando un rol activo en el fomento del espíritu emprendedor entre sus estudiantes.

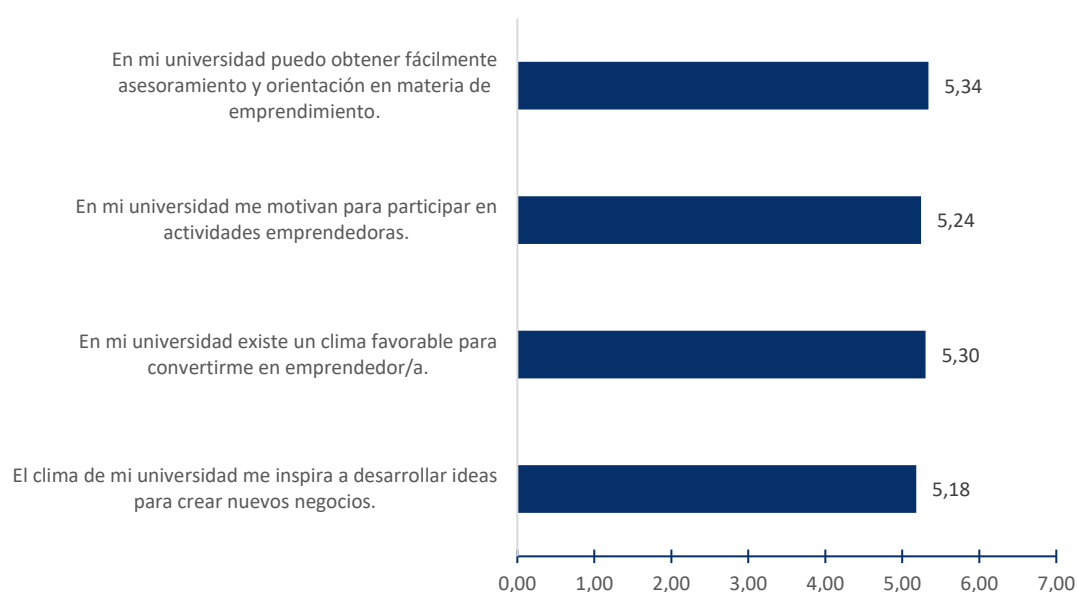


Figura 4.1 - Evaluación de la percepción sobre el contexto universitario (N = 1.596).

4.3 Actitud sobre cursos de emprendimiento en la universidad.

La Figura 4.2 muestra la actitud de los estudiantes universitarios uruguayos respecto a su participación en cursos de emprendimiento, comparando los resultados nacionales con el promedio global.

El dato más destacado es que más de la mitad de los estudiantes nunca ha asistido a un curso de emprendimiento, tanto en Uruguay (57,58%) como a nivel global (57,50%), valores prácticamente idénticos que evidencian que la educación emprendedora formal aún no alcanza a la mayoría del estudiantado universitario en ninguno de los dos contextos.

Entre quienes sí han tenido contacto con la educación emprendedora, la participación en cursos voluntarios y obligatorios presenta proporciones similares en Uruguay: el 21,93% ha asistido al menos a un curso voluntario, frente al 23,20% global, mientras que el 21,37% ha cursado al menos una asignatura obligatoria de emprendimiento dentro de su plan de estudios, superando levemente el promedio global (19,20%). Este último dato podría reflejar una mayor incorporación del emprendimiento como contenido curricular obligatorio en las instituciones universitarias uruguayas. Finalmente, quienes se encuentran actualmente cursando un programa específico de emprendimiento representan el 6,52% en Uruguay, valor levemente inferior al 7,20% global.

En conjunto, estos resultados señalan que existe un margen considerable para ampliar el alcance de la educación emprendedora en Uruguay, aunque el país muestra un comportamiento muy alineado con la tendencia internacional.

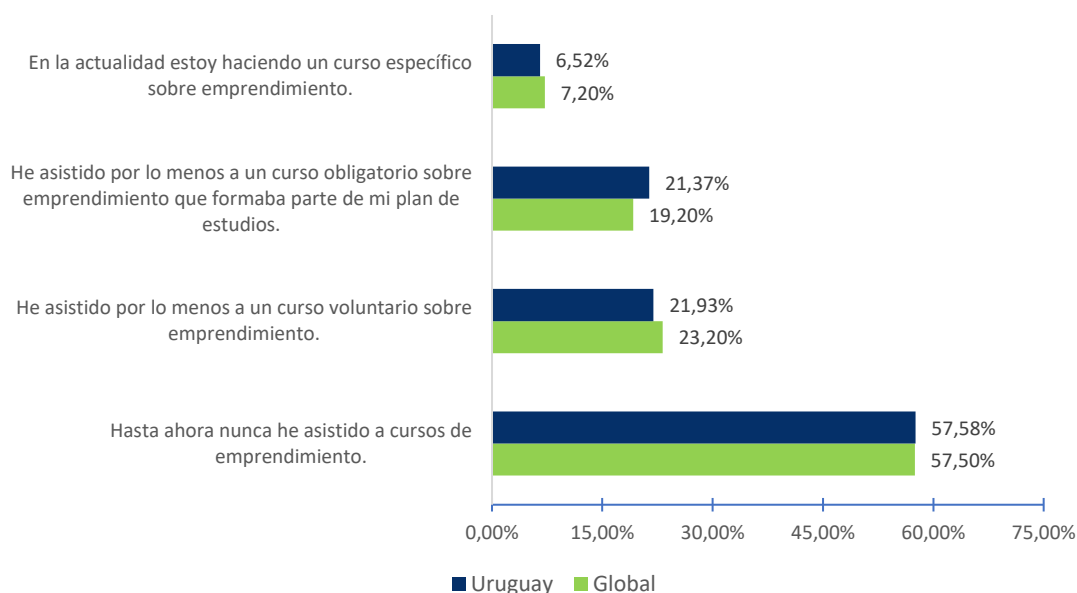


Figura 4.2 - Actitud sobre cursos de emprendimiento en la universidad Uruguay (N = 1.596) vs. Global (N = 196.162).

4.4 Percepción del aprendizaje en los cursos de emprendimiento.

La Figura 4.3 evalúa la percepción de los estudiantes uruguayos sobre el aprendizaje obtenido en los cursos de emprendimiento, medida a través de cuatro afirmaciones que completan la frase "Los cursos o servicios que he recibido...", valoradas en una escala del 1 al 7.

Los resultados muestran una percepción positiva y homogénea en todos los ítems, con valores que oscilan entre 4,55 y 4,74, ubicándose todos por encima del punto medio de la escala. La afirmación mejor valorada es "...aumentaron mi conocimiento de las actitudes, valores y motivaciones para emprender" (4,74), seguida de "...aumentaron mi conocimiento de las actividades que hay que realizar para crear una empresa" (4,67). Estas dos afirmaciones, vinculadas al desarrollo de conocimientos conceptuales y prácticos sobre el emprendimiento, son las que generan mayor acuerdo entre los estudiantes.

En un nivel ligeramente inferior se ubican "...mejoraron mis habilidades para crear redes de contactos" (4,61) y "...mejoraron mis habilidades prácticas de gestión para la creación de una empresa" (4,55), siendo este último el ítem con menor puntuación, lo que podría sugerir que los cursos de emprendimiento son percibidos como más efectivos para transmitir conocimientos teóricos y motivacionales que para desarrollar competencias prácticas de gestión empresarial.

En conjunto, el promedio general de los cuatro ítems se sitúa en torno a 4,64, reflejando una valoración favorable del impacto de la educación emprendedora universitaria entre quienes han tenido acceso a ella.

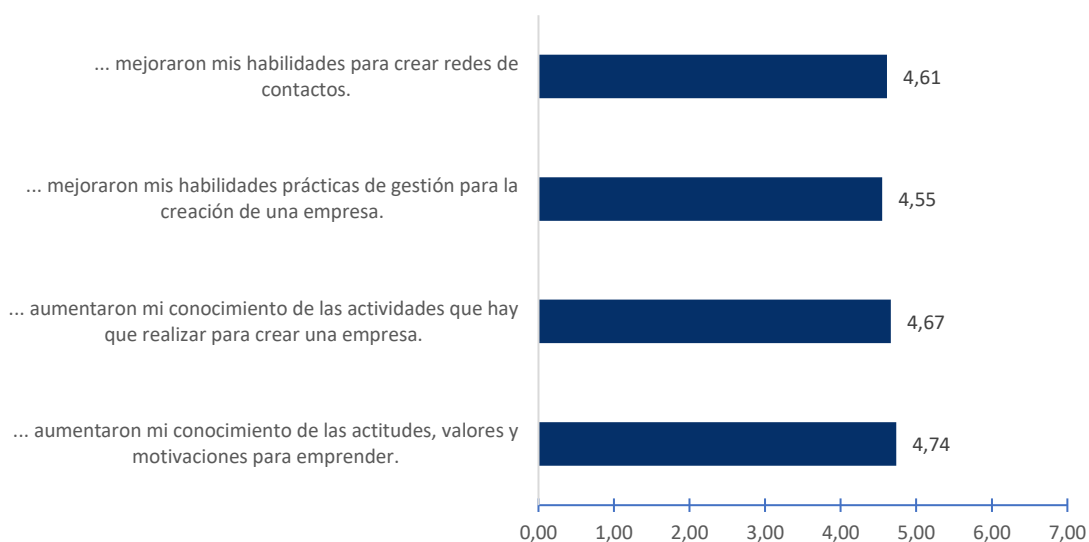


Figura 4.3 - Percepción del aprendizaje en los cursos de emprendimiento (N = 1.595).



5. EMPRENDEDORES NACIENTES.

5.1 Aspectos generales.

El presente capítulo analiza en profundidad el perfil y las características de los emprendedores nacientes en Uruguay, entendidos como aquellos estudiantes universitarios que se encuentran actualmente en proceso de creación de su propio negocio, sin haber generado aún ventas regulares. Como se identificó en capítulos anteriores, el 18,17% de los estudiantes uruguayos encuestados se encuentra en esta categoría, superando el promedio global (16,50%).

El análisis aborda cinco dimensiones que permiten caracterizar a este grupo de estudiantes y sus proyectos empresariales. En primer lugar, se examina la composición por género de los emprendedores nacientes, explorando si existen diferencias entre hombres y mujeres en la decisión de iniciar un emprendimiento durante los estudios. En segundo lugar, se analiza la estructura de fundación, identificando en qué medida estos estudiantes emprenden de forma individual o en equipo. A continuación, se examina la participación prevista en la propiedad de la empresa, evaluando el nivel de control que los emprendedores planean mantener sobre sus proyectos. Posteriormente, se analiza el sector económico en el que planean desarrollar principalmente su empresa, comparando los resultados nacionales con el promedio global. Finalmente, se identifican las actividades concretas que los emprendedores nacientes ya han llevado a cabo para crear su lo que permite aproximarse al grado de avance de sus proyectos empresariales.

5.2 Emprendedores nacies según su género.

La Figura 5.1 presenta la distribución por género de los emprendedores nacies en Uruguay, es decir, de aquellos estudiantes que se encuentran actualmente en proceso de creación de su propio negocio.

Los resultados muestran una distribución muy equilibrada entre géneros: las mujeres representan el 51,03% de los emprendedores nacies, superando levemente a los hombres (48,28%), mientras que el 0,69% se identifica con otro género. Esta distribución es especialmente llamativa si se considera que, en términos de intención emprendedora declarada, los hombres presentaban consistentemente valores más altos que las mujeres tanto al graduarse como a cinco años. El hecho de que las mujeres sean mayoría entre quienes ya están llevando a cabo acciones concretas de creación empresarial sugiere que la brecha de género en la intención emprendedora no se replica necesariamente en la acción emprendedora efectiva.

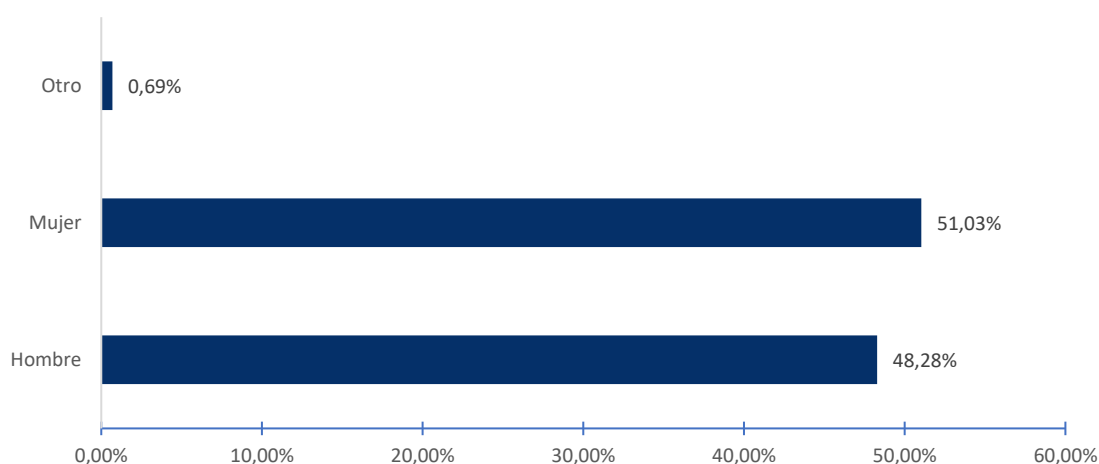


Figura 5.1 - Emprendedores nacies diferenciados por género (N = 290).

5.3 Participación de otro socio fundador en la creación de la empresa.

La Figura 5.2 presenta la estructura de fundación de los emprendedores nacies uruguayos, identificando si el proceso de creación empresarial se lleva a cabo de forma individual o en equipo.

Los resultados muestran que más de la mitad de los emprendedores nacies uruguayos está desarrollando su proyecto de forma individual, sin contar con ningún socio cofundador (57,79%). Entre quienes optan por emprender en equipo, el 31,83% lo hace con 1 cofundador, el 8,65% con 2 cofundadores y el 1,73% con 3 o más cofundadores. En conjunto, el 42,21% de los emprendedores nacies está creando su empresa junto a otros socios.

Este resultado refleja una tendencia mayoritaria hacia el emprendimiento individual entre los estudiantes universitarios uruguayos en etapa naciente, lo que podría estar asociado a la naturaleza temprana de estos proyectos, donde la búsqueda de socios aún no ha concluido o donde el emprendedor prefiere mantener el control total de su iniciativa en sus etapas iniciales. No obstante, la proporción significativa de quienes emprenden acompañados sugiere que el trabajo colaborativo también tiene un lugar relevante en el ecosistema emprendedor universitario uruguayo.

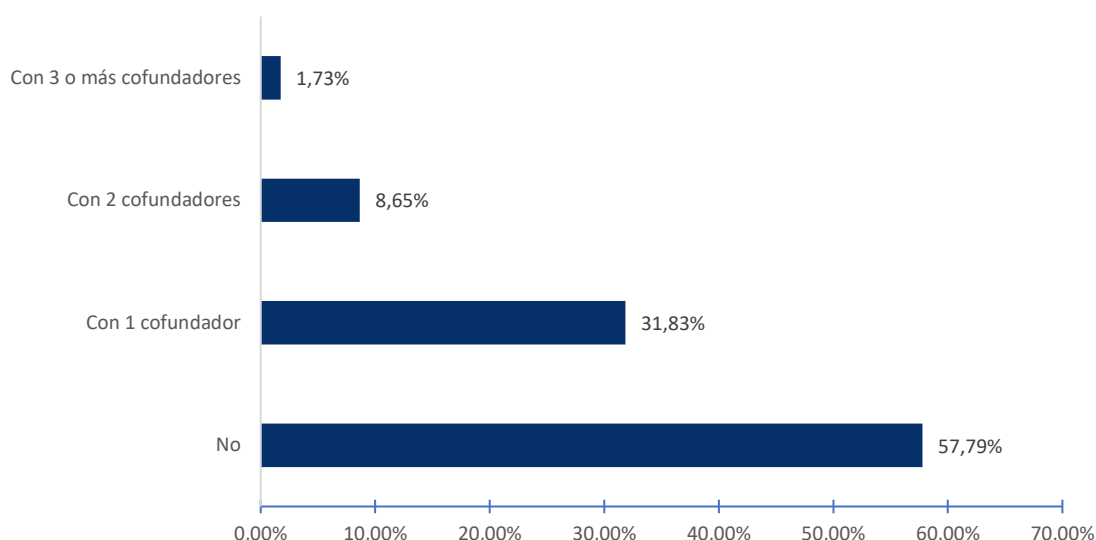


Figura 5.2 - Participación de otro socio fundador en la creación de la empresa (N = 289).

5.4 Participación en la propiedad de la empresa.

La Figura 5.3 presenta la distribución de los emprendedores nacentes uruguayos según su participación prevista en la propiedad del negocio que están creando.

Los resultados muestran que casi dos tercios de los emprendedores nacentes planea ser propietario mayoritario de su empresa, con una participación de entre el 51% y el 100% (64,81%). En segundo lugar, se ubican quienes prevén una participación igualitaria del 50% (24,39%), mientras que solo el 10,80% planea tener una participación minoritaria de entre 0% y 49%.

Este resultado es coherente con la tendencia mayoritaria al emprendimiento individual identificada en la figura anterior, donde más de la mitad de los emprendedores nacentes desarrolla su proyecto sin socios cofundadores. La elevada proporción de quienes planean mantener una participación mayoritaria refleja una marcada orientación hacia el control autónomo del proyecto empresarial entre los estudiantes universitarios uruguayos en etapa naciente, lo que podría facilitar la toma de decisiones ágil en las etapas iniciales, aunque también podría condicionar el acceso a financiamiento externo en fases posteriores de desarrollo del emprendimiento.

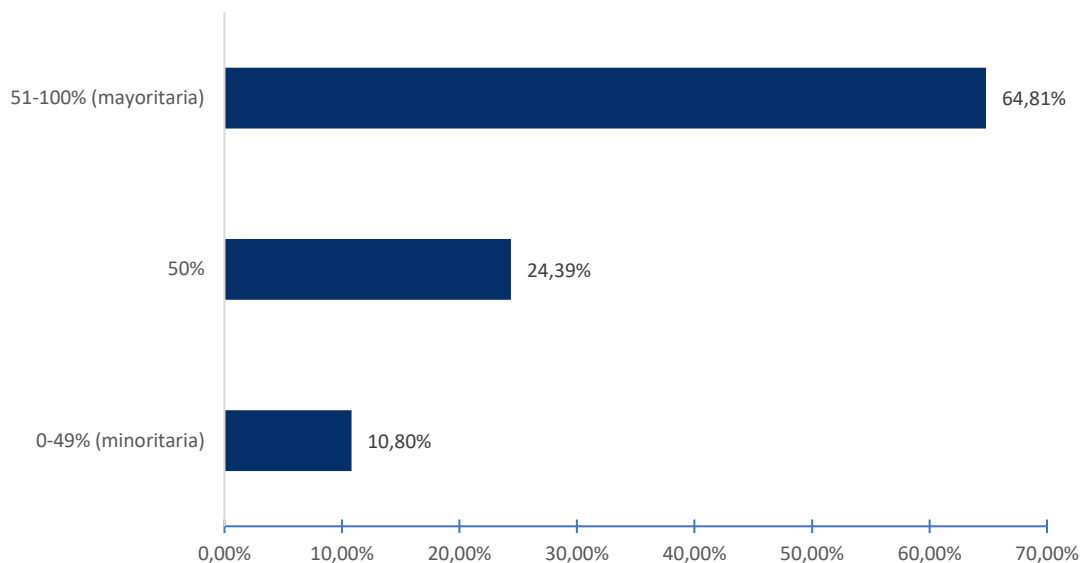


Figura 5.3 - Participación en la propiedad de la empresa de los emprendedores nacientes (N = 287).

5.5 Sector económico en el que planean desarrollar principalmente su empresa.

La Figura 5.4 presenta la distribución de los emprendedores nacientes uruguayos según el sector económico en el que planean desarrollar principalmente su empresa, comparando los resultados nacionales con el promedio global.

La categoría "Otro" concentra la mayor proporción tanto en Uruguay (32,41%) como a nivel global (27,10%), reflejando la diversidad de emprendimientos que no se encuadran en las categorías predefinidas. Entre los sectores identificados, la Economía Naranja — vinculada a las industrias creativas como arte, música, moda y diseño— es la más representada en Uruguay (23,45%), superando el promedio global (20,20%), lo que evidencia una marcada orientación de los estudiantes emprendedores uruguayos hacia actividades creativas y culturales.

En segundo lugar, se ubica la Economía Amarilla, asociada a tecnología de la información, inteligencia artificial y digitalización, con un 15,86% en Uruguay frente al 18,90% global, siendo uno de los pocos sectores donde Uruguay se posiciona por debajo del promedio internacional. Destaca también la Economía Social y Solidaria, con un 10,34% en Uruguay versus el 6,10% global, evidenciando una mayor orientación de los emprendedores nacientes uruguayos hacia emprendimientos de impacto social en comparación con sus pares internacionales.

Los sectores con menor representación en Uruguay son la Economía Azul (0,69%), la Economía Marrón (0,69%) y la Economía Verde (1,72%), esta última notablemente por debajo del promedio global (4,50%), lo que podría sugerir un menor desarrollo del

emprendimiento orientado a la sostenibilidad ambiental entre los estudiantes universitarios uruguayos en etapa naciente.

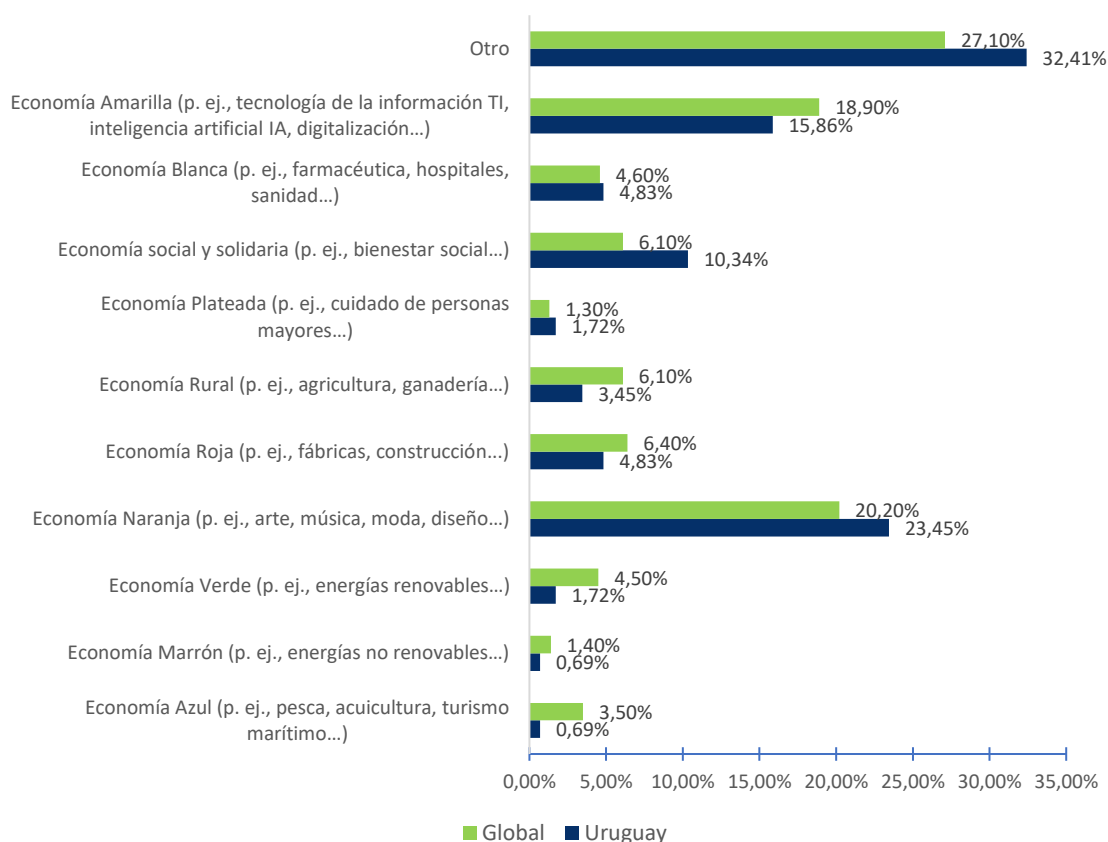


Figura 5.4 - Sector económico en el que se desarrollará principalmente la empresa de los emprendedores nacientes, Uruguay (N = 290) vs. Global (N = 31.681)

5.6 Actividades que los emprendedores nacientes han llevado a cabo para crear su empresa.

La Figura 5.5 presenta las actividades que los emprendedores nacientes uruguayos han llevado a cabo para crear su empresa, comparando los resultados nacionales con el promedio global.

Se puede apreciar que la actividad más frecuente entre los emprendedores nacientes uruguayos es la recopilación de información sobre mercados o competidores (54,80%), valor prácticamente idéntico al promedio global (54,00%). En segundo lugar, se ubica la discusión de un producto o idea de negocio con clientes potenciales (48,40%), seguida de la redacción de un plan de negocios (43,20%) y el inicio del desarrollo del producto o servicio (42,00%), todas con valores muy similares a los registrados a nivel global. Estas cuatro actividades, que concentran las proporciones más altas, reflejan que los emprendedores nacientes uruguayos priorizan la validación de su idea y la planificación en las etapas iniciales del proceso de creación empresarial.

Como aspecto a destacar, la adquisición de material, equipo o maquinaria para el negocio registra en Uruguay (30,80%) un valor notoriamente superior al global (25,30%), mientras que el inicio de acciones de marketing o promoción (27,60%) y la venta de productos o servicios (24,80%) presentan valores similares entre ambas referencias.

Por su parte, las actividades con menor realización son el registro formal de la empresa (6,40% vs. 11,80% global), la solicitud de patentes o marcas registradas (5,20% vs. 11,80% global) y el inicio de trámites para obtener financiación externa (4,80% vs. 13,70% global), siendo estas las que presentan las diferencias más notables respecto al promedio global. Finalmente, el 14,40% de los emprendedores nacientes uruguayos declaró no haber realizado ninguna de las actividades listadas, valor algo superior al 11,70% global.

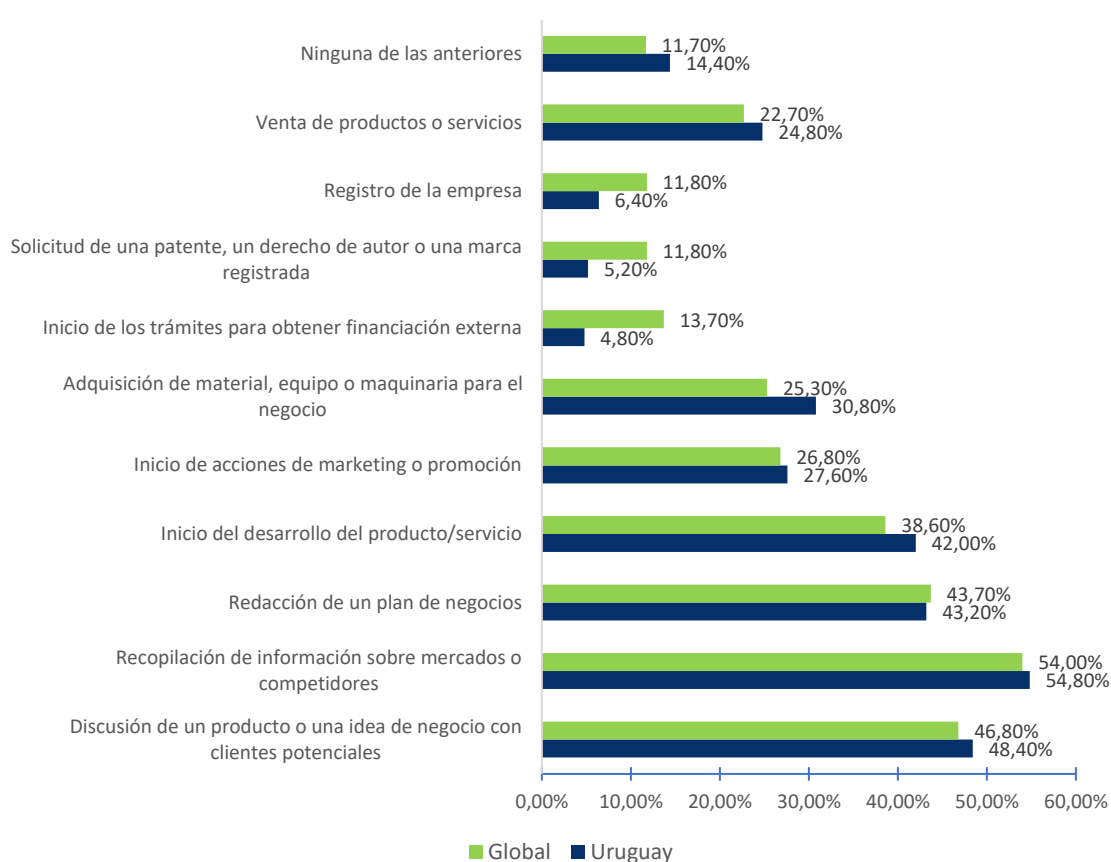


Figura 5.5 - Actividades realizadas por emprendedores nacientes, Uruguay (N = 250) vs. Global (N = 26.642).



6. EMPRENDEDORES ACTIVOS.

6.1 Aspectos generales.

El presente capítulo analiza en profundidad el perfil y las características de los emprendedores activos en Uruguay, entendidos como aquellos estudiantes universitarios que actualmente poseen y gestionan un negocio que ha generado ventas regulares en los últimos tres meses. Como se identificó en capítulos anteriores, el 7,46% de los estudiantes uruguayos encuestados se encuentra en esta categoría, superando levemente el promedio global (6,40%).

El análisis aborda siete dimensiones que permiten caracterizar a este grupo de estudiantes y sus emprendimientos. En primer lugar, se examina la composición por género. En segundo lugar, se analiza el año de establecimiento de los negocios, lo que permite identificar la antigüedad de las empresas y comprender en qué momento del período universitario los estudiantes deciden concretar su proyecto empresarial. A continuación, se examina la estructura de fundación y la participación en la propiedad de la empresa, evaluando el nivel de control que los emprendedores mantienen sobre sus negocios. Posteriormente, se analiza la capacidad generadora de empleo a través del número de trabajadores a jornada completa, y el sector económico en el que operan principalmente las empresas. Finalmente, se evalúa el miedo al fracaso de los emprendedores activos, identificando cuáles son sus principales fuentes de preocupación en la gestión de su negocio.

6.2 Emprendedores activos según su género.

La Figura 6.1 presenta la distribución por género de los emprendedores activos en Uruguay, es decir, de aquellos estudiantes que actualmente poseen y gestionan un negocio con ventas regulares.

A diferencia de lo observado en el caso de los emprendedores nacientes, donde las mujeres representaban la mayoría, entre los emprendedores activos son los hombres quienes concentran la mayor proporción, con un 54,62%, frente al 44,54% de mujeres. El 0,84% restante se identifica con otro género. Este resultado sugiere que, si bien las mujeres muestran una participación similar a los hombres en las etapas iniciales de creación empresarial, existe una brecha de género en la consolidación efectiva de los negocios, donde los hombres logran en mayor proporción llevar sus proyectos a una etapa de generación de ventas regulares.

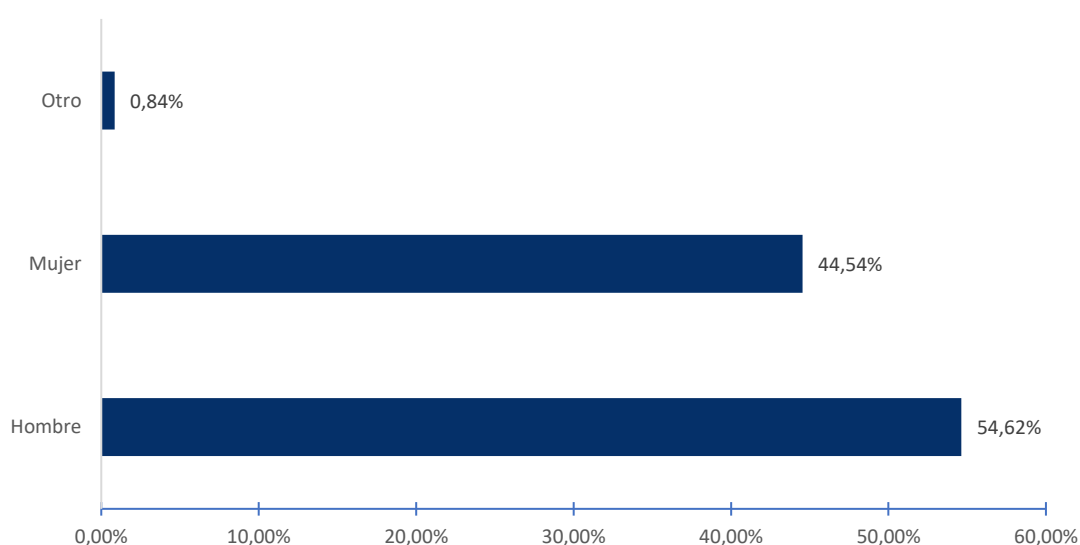


Figura 6.1 - Emprendedores activos según su género (N =119).

6.3 Año de establecimiento de la empresa.

La Figura 6.2 presenta la distribución de los emprendedores activos uruguayos según el año de establecimiento de su negocio.

Los resultados muestran que más de la mitad de los negocios gestionados por estudiantes universitarios activos fueron creados en el período más reciente, entre 2021 y 2025, concentrando el 51,35% de los casos. En segundo lugar, se ubica el período 2011-2020, con un 32,43%, lo que en conjunto con el anterior indica que el 83,78% de los emprendimientos activos tiene menos de 15 años de antigüedad. Los períodos más alejados, 2001-2010 y antes del 2000, presentan proporciones iguales e inferiores, con un 8,11% cada uno.

Este patrón es coherente con el perfil etario de los estudiantes universitarios encuestados, cuya mayoría tiene hasta 24 años, lo que naturalmente limita la posibilidad de haber establecido un negocio en fechas muy anteriores. Al mismo tiempo, la elevada concentración de emprendimientos recientes refleja una tendencia creciente hacia la creación de empresas durante los años de formación universitaria, lo que sugiere que el entorno académico puede estar actuando como un catalizador para la acción emprendedora temprana entre los estudiantes uruguayos.

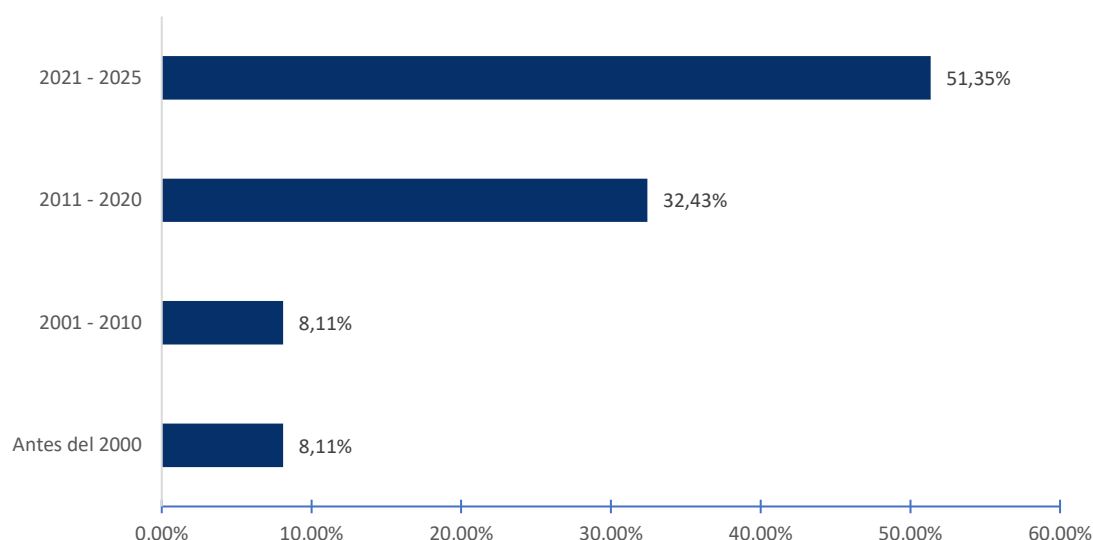


Figura 6.2 - Año de establecimiento del negocio de los emprendedores activos ($N = 111$).

6.4 Participación de otro socio fundador en la empresa.

La Figura 6.3 presenta la estructura de fundación de los emprendedores activos uruguayos, identificando si el negocio fue iniciado de forma individual o en equipo.

Los resultados muestran que la mitad de los emprendedores activos desarrolló su negocio de forma individual, sin contar con socios cofundadores (50,43%). Entre quienes optaron por emprender en equipo, el 36,52% lo hizo con 1 cofundador, el 8,70% con 2 cofundadores y el 4,35% con 3 o más cofundadores. En conjunto, el 49,57% de los emprendedores activos inició su empresa junto a otros socios.

Este patrón es muy similar al observado en el caso de los emprendedores nacientes, donde también predominaba el emprendimiento individual, aunque con una proporción relevante de proyectos colaborativos. La distribución prácticamente equilibrada entre emprendimiento individual y en equipo entre los emprendedores activos sugiere que ambas modalidades tienen cabida en el ecosistema emprendedor universitario uruguayo, y que la decisión de emprender en solitario o acompañado no parece condicionar de forma determinante la capacidad de llegar a una etapa de generación de ventas regulares.

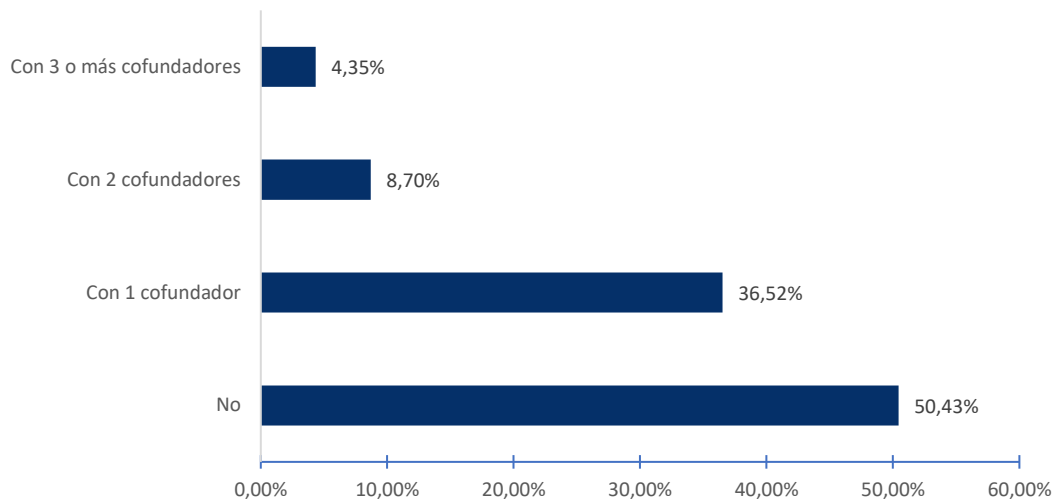


Figura 6.3 - Participación de otro socio fundador de la empresa de los emprendedores activos (N = 115).

6.5 Participación en la propiedad de la empresa.

La Figura 6.4 presenta la distribución de los emprendedores activos uruguayos según su participación en la propiedad de la empresa.

Los resultados evidencian que la gran mayoría de los emprendedores activos uruguayos ostenta una participación mayoritaria en su negocio, con un 65,22% que declara poseer entre el 51% y el 100% de la empresa. A continuación, se ubican quienes tienen una participación del 50% (18,26%) y quienes poseen una participación minoritaria de entre 0% y 49% (16,52%).

El hecho de que casi dos tercios de los emprendedores activos sean propietarios mayoritarios de su negocio refleja un perfil de emprendedor con alto nivel de control sobre su proyecto empresarial, lo que es coherente con la tendencia mayoritaria al emprendimiento individual observada en la figura anterior.

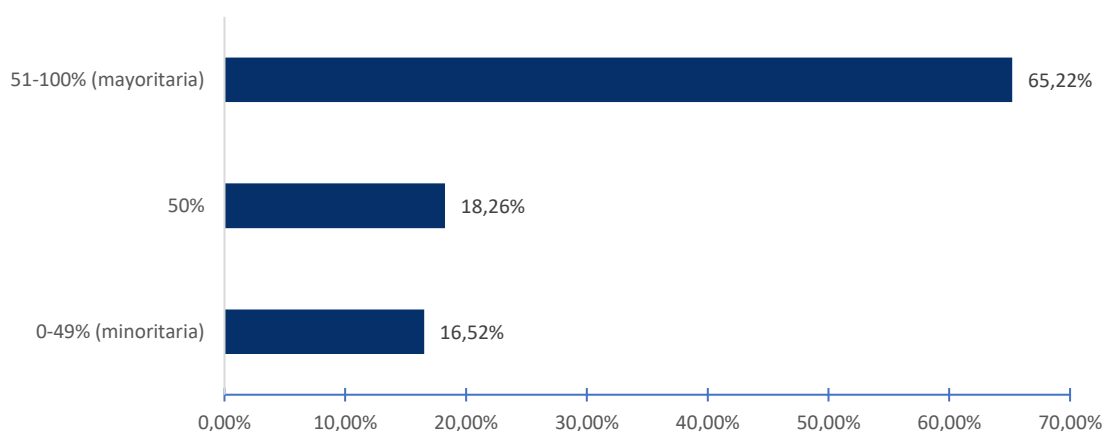


Figura 6.4 - Participación en la propiedad de la empresa de los emprendedores activos (N = 115).

6.6 Cantidad de trabajadores a jornada completa en su empresa.

La Figura 6.5 presenta la distribución de los emprendedores activos uruguayos según la cantidad de trabajadores a jornada completa en su empresa.

Los resultados evidencian que la gran mayoría de los emprendimientos activos son de pequeña escala en términos de generación de empleo formal. El 26,67% de los negocios no cuenta con ningún trabajador a jornada completa, lo que sugiere que operan exclusivamente con el propio emprendedor como único gestor y ejecutor. A este grupo se suma el 29,52% que cuenta con un solo trabajador, conformando en conjunto el 56,19% de los emprendimientos con hasta un empleado a jornada completa. Le siguen quienes tienen 2 trabajadores (12,38%) y entre 5 y 9 (12,38%), mientras que las categorías de 3 y 4 trabajadores representan el 6,67% y el 4,76% respectivamente.

En el extremo superior, los emprendimientos con 10 o más trabajadores a jornada completa representan el 7,62% de los casos. Destaca especialmente un emprendimiento que declaró contar con 50 trabajadores a jornada completa, siendo el valor más alto registrado en la muestra, lo que refleja que, si bien de forma excepcional, algunos estudiantes universitarios uruguayos han logrado consolidar negocios de escala considerablemente mayor al promedio. En conjunto, estos resultados confirman que el emprendimiento universitario activo en Uruguay se caracteriza principalmente por negocios de pequeña escala.

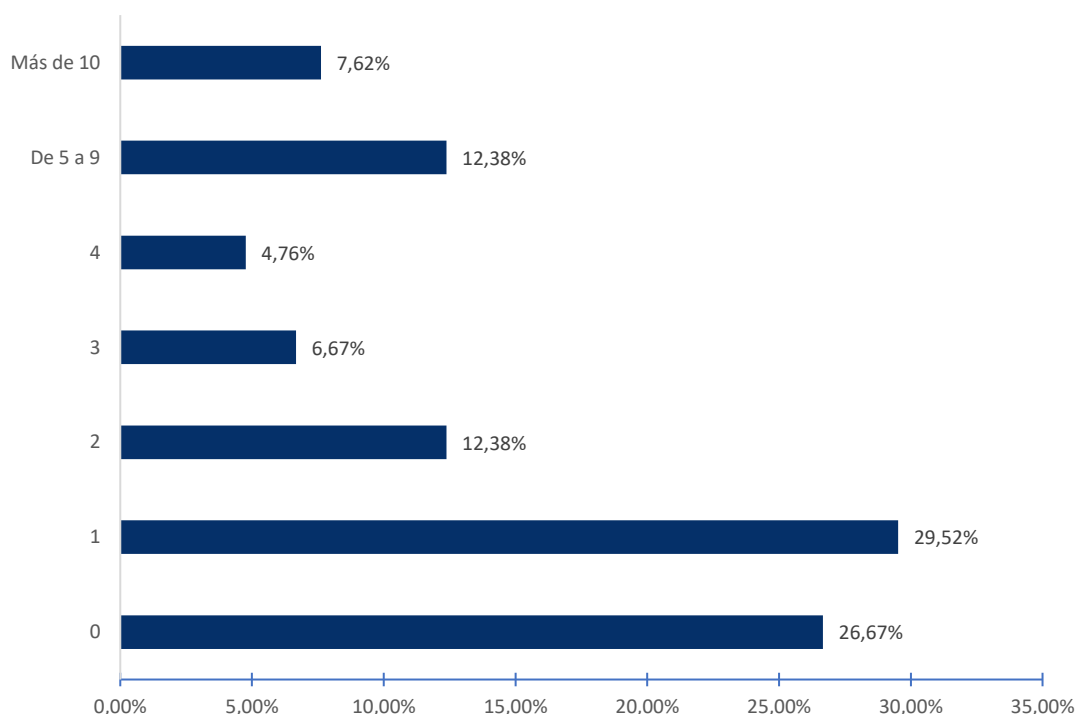


Figura 6.5 - Cantidad de trabajadores a jornada completa actuales en la empresa de los emprendedores activos (N = 105).

6.7 Sector económico en el que operan principalmente las empresas.

La Figura 6.6 presenta la distribución de los emprendimientos activos uruguayos según el sector económico en el que operan principalmente.

El dato más destacado es que el 46,09% de los emprendedores activos se ubica en la categoría "Otro", lo que podría reflejar la diversidad y heterogeneidad de los emprendimientos universitarios uruguayos, que no siempre encajan dentro de las categorías económicas predefinidas por el instrumento. Entre los sectores identificados, la Economía Naranja —vinculada a las industrias creativas como arte, música, moda y diseño— es la más representada, con un 14,78%, lo que evidencia una marcada orientación de los estudiantes emprendedores hacia actividades creativas y culturales. Le siguen en igual proporción la Economía Amarilla, asociada a tecnología de la información, inteligencia artificial y digitalización (8,70%), y la Economía Rural, vinculada a la agricultura y ganadería (8,70%), reflejando la relevancia tanto del sector tecnológico como del agropecuario entre los emprendedores universitarios activos del país.

A continuación, se ubican la Economía Roja, relacionada con la industria y la construcción (6,96%), y la Economía Social y Solidaria, orientada al bienestar social (5,22%). Los sectores con menor representación son la Economía Blanca (farmacéutica y salud, 3,48%), la Economía Plateada (cuidado de personas mayores, 1,74%), la Economía Verde (energías renovables, 1,74%), la Economía Azul (pesca y turismo marítimo, 1,74%) y la Economía Marrón (energías no renovables, 0,87%).

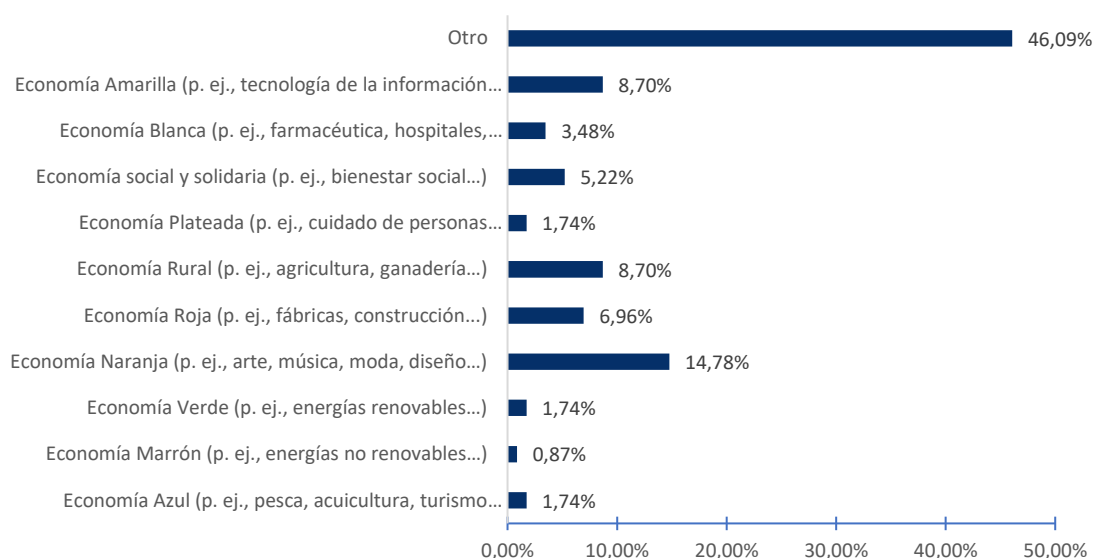


Figura 6.6 - Sector económico que opera principalmente la empresa de los emprendedores activos (N = 115).

6.8 Miedo al fracaso de los emprendedores activos.

La Figura 6.7 evalúa el miedo al fracaso de los emprendedores activos uruguayos, medido a través de seis dimensiones valoradas en una escala del 1 al 7, donde 1 corresponde a "nada de miedo" y 7 a "mucho miedo", comparando los resultados nacionales con el promedio global.

Los valores absolutos de Uruguay se ubican entre 3,70 y 5,42, indicando niveles moderados de miedo al fracaso en el conjunto de los emprendedores activos. El ítem con mayor puntuación es "De no conseguir suficiente financiación para sacar la empresa adelante" (5,42), que además supera notoriamente el promedio global (4,50), siendo la única dimensión en la que Uruguay se ubica por encima de la referencia internacional. Este resultado sugiere que la preocupación por el acceso al financiamiento es especialmente pronunciada entre los emprendedores universitarios uruguayos, lo cual es coherente con el bajo porcentaje de emprendimientos que acceden a capital de riesgo identificado en ediciones anteriores del estudio.

En segundo lugar, se ubica "De que me faltara el dinero" (4,46), valor muy próximo al promedio global (4,60), seguido de "Que nadie se interese por el producto/servicio" (4,35), también cercano al global (4,50). A continuación, se posiciona "De las expectativas que los demás tienen de mí" (4,07), levemente por debajo del global (4,30). En los niveles más bajos se encuentran "Que dirigir el negocio me quitase tiempo de otras actividades" (3,97) y "De no ser capaz de dirigir a las personas de manera efectiva" (3,70), siendo estos los ítems donde Uruguay presenta las diferencias más marcadas respecto al promedio internacional, con valores consistentemente inferiores al global en todos los casos salvo el de financiación.

En conjunto, estos resultados reflejan que, si bien el miedo al fracaso está presente entre los emprendedores activos uruguayos, su principal fuente de preocupación es de naturaleza financiera, mientras que los temores de carácter operativo y social se ubican por debajo del promedio internacional.

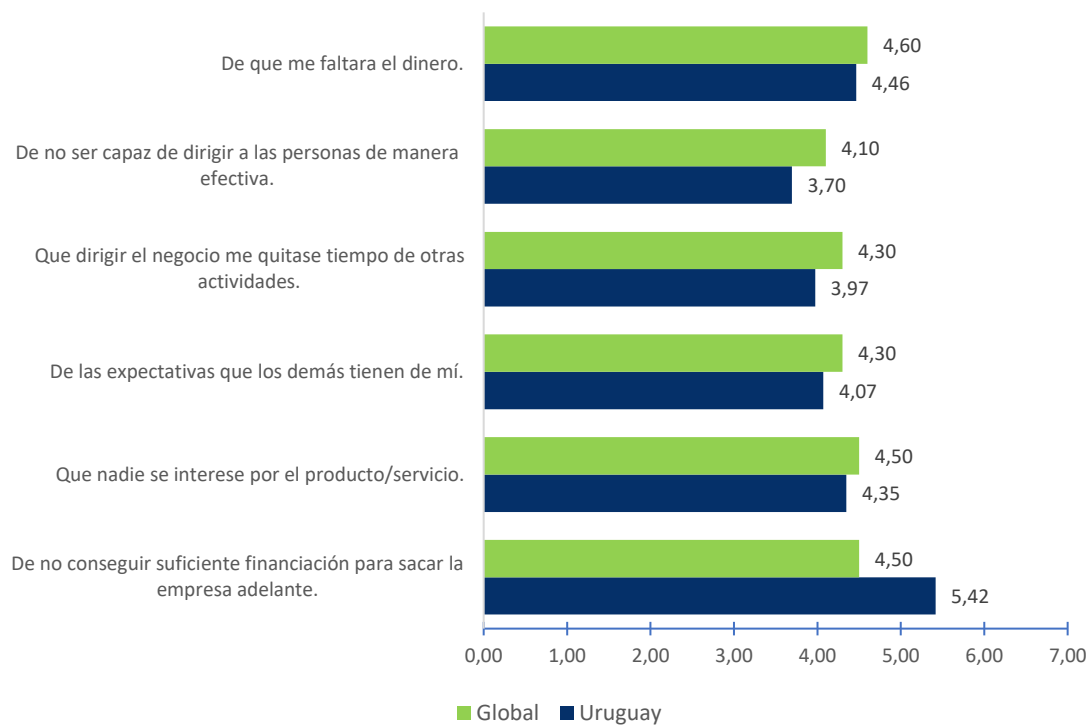


Figura 6.7 - Miedo al fracaso de los emprendedores activos, Uruguay (N = 115) vs. Global (N = 11.415).



7. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

7.1 Introducción

A partir del análisis de los datos recabados en la edición 2025 del proyecto GUESSS, el presente capítulo sistematiza los principales hallazgos del estudio y discute sus implicaciones en el contexto del emprendimiento universitario uruguayo, considerando tanto las tendencias identificadas a nivel nacional como su comparación con el escenario internacional. El análisis abarca las distintas dimensiones relevadas por el estudio, incluyendo las intenciones de carrera, la proporción de emprendedores nacientes y activos, los impulsores del contexto universitario y las características de los emprendimientos en curso.

7.2 Principales hallazgos

Uno de los resultados más destacados del estudio es que la intención emprendedora de los estudiantes universitarios uruguayos supera al promedio global, tanto al momento de graduarse (22,68% vs. 15,40%) como a 5 años después de graduarse (34,09% vs. 28,30%). Esto confirma que, aunque el empleo sigue siendo la opción mayoritaria en ambas proyecciones, la intención de emprender gana más protagonismo a medida que los estudiantes proyectan su futuro a largo plazo, lo que evidencia que el estudiante universitario uruguayo tiene un perfil emprendedor más marcado que el promedio global.

En los aspectos de género, se puede ver que los hombres presentan mayor intención emprendedora frente a las mujeres tanto al graduarse (28,47% vs. 19,26%) como a 5 años de la graduación (39,32% vs. 30,99%). Sin embargo, este patrón se revierte al analizar los emprendedores nacientes donde son las mujeres quienes representan la mayoría (51,03% vs. 48,28%), mientras que entre los emprendedores activos son los hombres quienes representan la mayoría (54,62% vs. 44,54%). Este hallazgo sugiere que la brecha de género observada en la intención emprendedora no se replica necesariamente en las primeras instancias de emprendedores, aunque si reaparece en la consolidación efectiva de los emprendimientos que ya generan ventas regularmente.

En cuanto a la intención emprendedora por área de estudio, es llamativo ver que áreas que tradicionalmente no están asociadas al emprendimiento como artes escénicas y medicina, superen en intención emprendedora 5 años después de graduarse a estudiantes de dirección/administración de empresas (Intención emprendedora 5 años después de graduarse, artes escénicas 52,78%, medicina/ciencias de la salud 35,61%, dirección/administración de empresas 32,99%). Este resultado refleja que estudiantes de áreas no tradicionales ven la oportunidad de emprender desde su propia formación.

Respecto a la proporción de emprendedores nacientes y activos Uruguay se posiciona levemente por encima del promedio global en ambas categorías (para emprendedores nacientes 18,17% vs 16,50% y 7,46% vs. 6,40% para emprendedores activos), lo que ubica al país por encima de la media internacional en cuanto a actividad emprendedora efectiva. No obstante, el 56,19% de los emprendimientos activos son de pequeña escala ya que operan con a lo sumo 1 trabajador a jornada completa, y el 83,78% fue establecido en los últimos 15 años.

En tanto a los impulsores universitarios, los estudiantes uruguayos manifiestan una percepción favorable del contexto universitario para emprender, con un promedio general de 5,27 (en una escala de 1 a 7). Sin embargo, más de la mitad de los estudiantes (57,58%) declaró no haber asistido nunca a un curso de emprendimiento, valor que es idéntico al global (57,50%), lo que expone que la educación emprendedora formal

todavía no llega a la mayoría de los estudiantes, pese a una valoración positiva del entorno emprendedor de su universidad.

Finalmente, el análisis de miedo al fracaso de los emprendedores activos revela que la principal preocupación es de los aspectos financieros, la falta de financiación suficiente para sacar adelante la empresa es la que tiene el promedio más alto 5,42 y además es en la única que Uruguay supera al promedio global. En contraste a esto, temores como dirigir a personas de manera efectiva se ubican por debajo del promedio global, lo que sugiere que la barrera más significativa para los emprendedores es el financiamiento de su emprendimiento.

7.3 Implicaciones

Los resultados presentados en este informe tienen implicaciones relevantes tanto para las universidades como para todos los actores del ecosistema emprendedor de Uruguay. En primer lugar, la brecha que existe entre una percepción institucional favorable y una baja tasa de participación en cursos de emprendimiento sugiere que existe un margen considerable para ampliar el alcance de la educación emprendedora.

Por último, la preocupación de los emprendedores al acceso de financiamiento (principal miedo al fracaso de los emprendedores activos) señala la necesidad de mejorar los mecanismos de apoyo financiero dirigido a emprendedores universitarios.

8. REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Bergmann, H., Hundt, C., & Sternberg, R. (2016). What makes student entrepreneurs? On the. *Small Business Economics*, 47(1), 53–76. <https://doi:10.1007/s11187-016-9700>.
- Bodolica, V., Shirokova, G., Ragulina, D., & Lushnikova, A. (2024). Students' individual entrepreneurial orientation and the scope of startup activities in Russia: The role of university infrastructure. *The International Journal of Management Education*, 22(2), 100986. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100986>.
- Braun, I., & Sieger, P. (2021). Under pressure: Family financial support and the ambidextrous use of causation and effectuation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 15(4), 716-749. <https://doi.org/10.1002/sej.1388>
- GEM (2025). Global Entrepreneurship Monitor: Reporte Nacional de Uruguay del GEM 2025. IEEM – Centro de Emprendimientos, Agencia Nacional de Desarrollo (ANDE).
- González-Tamayo, L. A., Maheshwari, G., Bonomo-Odizzio, A., & Krauss-Delorme, C. (2024). Success Business Behaviour: an approach from the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *The international Journal of Management Education* 22(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100979>
- 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>
- Liñán, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617.
- Morris, M., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2017). Student entrepreneurship and the university. *European J. International Management*, 11(1), 65–85. <https://doi:10.1504/ejim.2017.081251>.
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/amle.2015.0026>.
- Sieger, P., Raemy, L., Fueglistaller, U., Hatak, I., Lekkas, H., & Zellweger, T. (2026). Student Entrepreneurship in 66 Countries: GUESSS Global Report 2025. St.Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU-U.

- Veksler, K., Dvorkina, D., Amarantov, I., Shirokova, G., & Bodolica, V. (2024). Business Model Innovation and Young Firm Performance: The Role of Founder Personality. *IEEE Transactions on Engineering Management*.
<https://doi.org/10.1109/TEM.2024.3383150>.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.