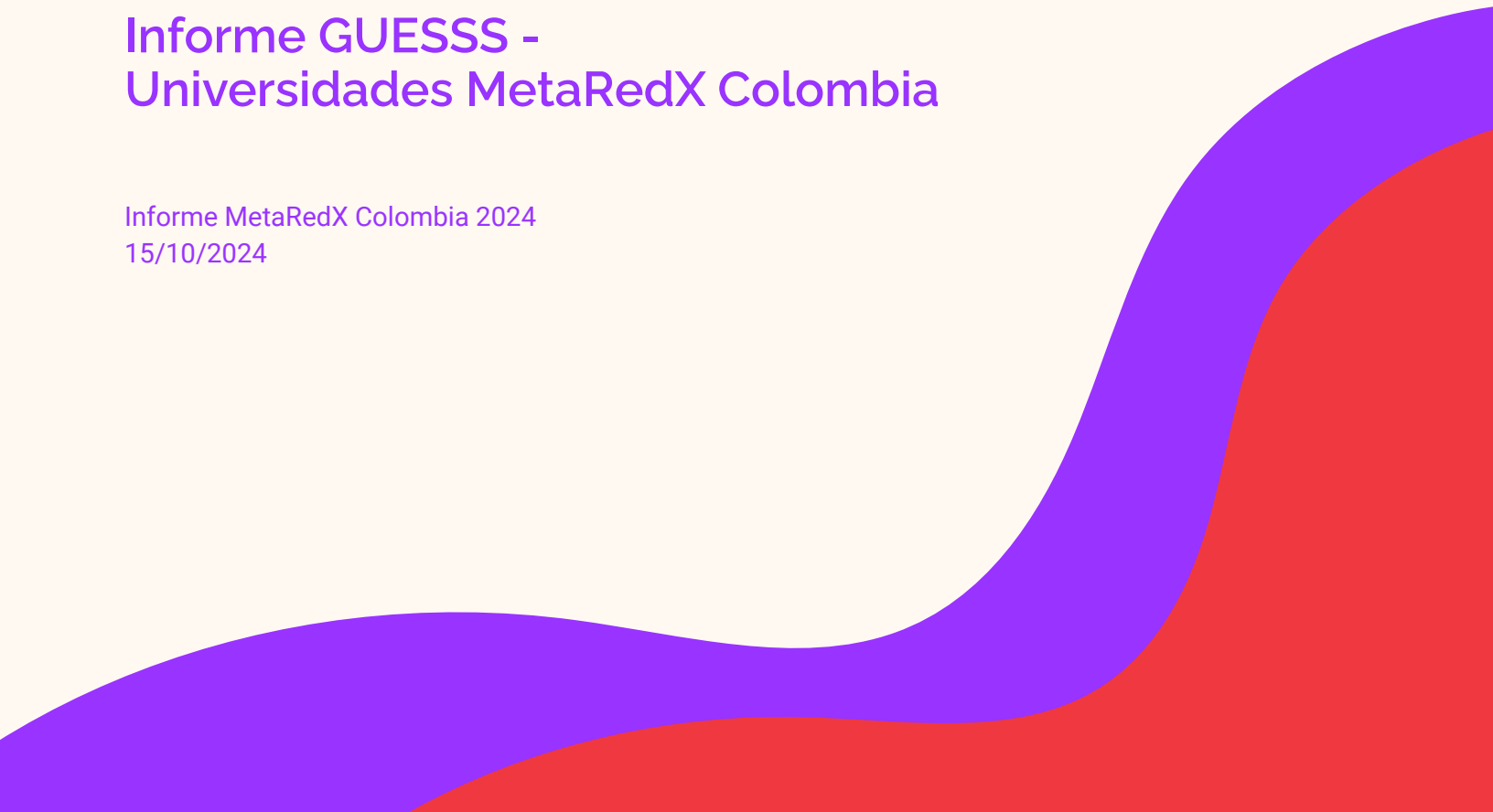




El Espíritu Emprendedor de los Estudiantes Universitarios

Informe GUESSS -
Universidades MetaRedX Colombia

Informe MetaRedX Colombia 2024
15/10/2024



CONTENIDO

<u>Sobre el proyecto GUESSS</u>	3
<u>Prólogo</u>	4
1. <u>Características sociodemográficas de los participantes</u>	5
2. <u>Intenciones de carrera y determinantes de la intención emprendedora</u>	8
3. <u>Entorno universitario y entorno familiar</u>	13
<u>3.1 Entorno universitario</u>	13
<u>3.2 Entorno familiar</u>	15
4. <u>Emprendedores activos</u>	17
<u>4.1 Características de las empresas activas</u>	19
<u>Conclusiones</u>	26
<u>Epílogo</u>	27
<u>Autores</u>	28
<u>Referencias</u>	28

Sobre el proyecto GUESSS

El proyecto GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) se destaca como uno de los estudios de investigación más amplios y relevantes a nivel mundial en el ámbito del emprendimiento. Iniciado en 2003 en la Universidad de St. Gallen, Suiza, GUESSS se lleva a cabo cada dos o tres años y reúne datos sobre las intenciones y actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios. Su estructura global implica la colaboración de equipos nacionales en cada país participante, los cuales son responsables de coordinar la recopilación de datos y asegurar la calidad y representatividad de la información (Sieger et al., 2024).

A nivel nacional, GUESSS ha realizado su cuarta edición en Colombia como parte de la décima recolección de datos a nivel mundial. Este año (2023), el proyecto ha logrado captar la atención de más de 226.000 estudiantes en 57 países, lo que evidencia la magnitud y relevancia de esta investigación. En Colombia, se obtuvo una muestra representativa de más de 13.000 participantes, lo que permite un análisis profundo sobre el espíritu emprendedor en el contexto universitario del país (Martins et al., 2024).

El principal objetivo del GUESSS es generar conocimientos únicos y aplicables sobre el espíritu emprendedor de los estudiantes. Se investigan temas como la intención emprendedora, la actividad de emprendedores nacientes, el crecimiento y la rentabilidad de empresas en etapa temprana, así como la sucesión en empresas familiares. A través de estos hallazgos, el estudio busca inspirar a emprendedores, influir en las polí-

ticas públicas relacionadas con el fomento del emprendimiento universitario y apoyar a investigadores dedicados al estudio de este fenómeno.

El proyecto GUESSS no solo proporciona datos valiosos sobre las aspiraciones empresariales de los jóvenes, sino que sienta las bases para un ecosistema emprendedor más robusto y dinámico en Colombia y en el mundo. Al analizar la información recopilada, se pueden identificar tendencias y oportunidades que permiten a las universidades mejorar sus programas de apoyo al emprendimiento, fomentar la innovación y conectar a los estudiantes con recursos clave. Por ello, se entiende que a partir de los datos obtenidos por el proyecto GUESSS resulta interesante observar cómo las universidades integrantes de MetaRedX Colombia se comportan, en comparación con otras universidades del país, frente a estos aspectos relevantes para la actividad emprendedora universitaria. Esta comparación no solo revela fortalezas y áreas de mejora, sino que destaca el papel fundamental que estas instituciones pueden desempeñar en la promoción del emprendimiento y la creación de un entorno favorable para el desarrollo de ideas innovadoras a nivel nacional y global.

Prólogo

La comprensión del espíritu emprendedor en el entorno universitario permite identificar las aspiraciones y comportamientos de los estudiantes y, a la vez, facilita una lectura más profunda sobre el rol que las instituciones de educación superior desempeñan en la transformación del país. En un contexto en el cual el emprendimiento emerge como respuesta a desafíos económicos, políticos y culturales, y se configura como un potente motor para la innovación y el desarrollo social, el estudio GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) es una herramienta rigurosa y estratégica para observar estas dinámicas a escala nacional y global (Sieger et al., 2024).

MetaRedX se establece como una red de colaboración entre universidades iberoamericanas, cuyo objetivo es afianzar los procesos de transformación institucional mediante la implementación de estrategias como la digitalización, la innovación y la cooperación académica. En Colombia, las instituciones que la conforman han asumido el reto de construir entornos más propicios para el emprendimiento, legitimándolo como una alternativa profesional y una forma de incidir de manera directa en el desarrollo económico del país. En ese sentido, este informe constituye una valiosa contribución, ya que permite observar la configuración de los procesos de emprendimiento estudiantil al interior de la red y establecer comparaciones con el panorama nacional.

Más de 2.700 estudiantes, pertenecientes a ocho (8) universidades colombianas, participaron en esta edición del estudio GUESSS–MetaRedX Colombia. A partir de esta amplia muestra, el informe ofrece una radiografía detallada sobre las intenciones, capacidades, entornos y resultados de los emprendimientos universitarios. Las cifras evidencian varios aspectos: una orientación creciente hacia la carrera emprendedora a mediano plazo, una influencia notable del entorno familiar,

una fuerte valoración de las competencias técnicas y del conocimiento del cliente y un compromiso, cada vez mayor, frente a la sostenibilidad social y ambiental (Martins et al., 2024).

Más allá del análisis cuantitativo, los hallazgos ofrecen una guía para aquellas instituciones que buscan fortalecer su ecosistema emprendedor. Este estudio permite identificar acciones estratégicas de mejora, que abarcan desde la implementación de contenidos -relacionados con el emprendimiento- en los diseños curriculares y la integración de prácticas académicas vivenciales, hasta la creación de redes de acompañamiento y vinculación con el entorno. Como lo señalan Souitaris, Zerbinati y Al-Laham (2007), el impacto real de los programas de emprendimiento depende no solo del conocimiento transmitido, sino de la inspiración generada y la disponibilidad de recursos y oportunidades.

Este informe; más allá de entregar evidencias y ofrecer datos, propone una visión: fomentar el emprendimiento universitario es sembrar posibilidades reales de cambio, es apostar por la autonomía creadora de los jóvenes y por su capacidad de responder con sentido crítico y acciones propositivas. Ya que, impulsar el emprendimiento no es solo promover empresas, es activar sueños, democratizar oportunidades y cultivar la capacidad de transformar el país desde las aulas.

Resultados de la encuesta

1. Características sociodemográficas de los participantes

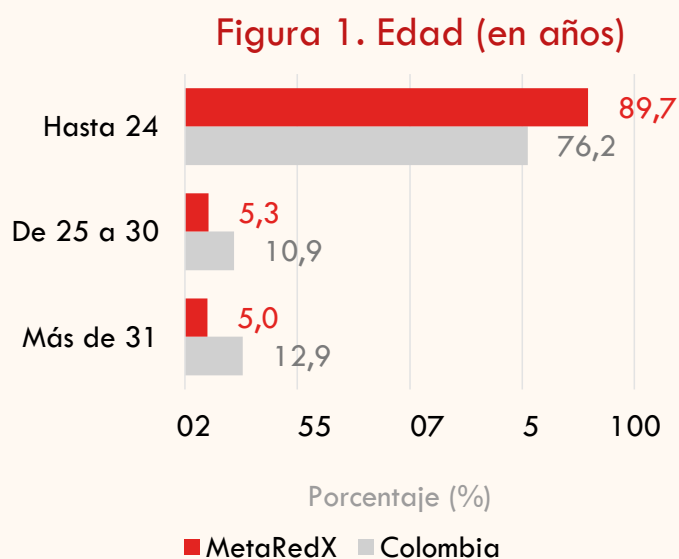
Como punto de partida de este análisis, es importante mencionar que durante el periodo 2023-2024, un total de 2.788 estudiantes universitarios, pertenecientes a MetaRedX Colombia, hicieron parte del proyecto GUESSS.

Los estudiantes que participaron se encontraban distribuidos de la siguiente manera: Universidad Tecnológica de Bolívar (115), Universidad Pontificia Bolivariana (203), Universidad de la Sabana (206), Universidad Icesi (229), Universidad del Norte (427), Universidad Autónoma de Bucaramanga (440), Universidad EAFIT (476), y Universidad Tecnológica de Pereira (692).

Edad de los participantes

Con respecto a la edad de los participantes, la muestra evidencia una marcada prevalencia de individuos jóvenes, con un 89,7% de encuestados en edades hasta los 24 años, en MetaRedX, frente a un 76,2% de participantes de la misma edad, en la muestra colombiana (ver Figura 1). Esta estadística refleja un entorno universitario más joven, lo cual podría interpretarse como un aspecto favorable para MetaRedX, ya que los jóvenes usualmente están más abiertos a explorar nuevas alternativas laborales y a la posibilidad de emprender, además, se adaptan con mayor facilidad al uso de nuevas metodologías de aprendizaje y conservan posturas más innovadoras para dar solución a situaciones complejas. Aunque este aspecto, a primera vista, puede representar una ventaja estratégica para las Universidades que promueven el emprendimiento -ya que dichas competencias están directamente relacionadas con el perfil emprendedor-, también sugiere un reto, pues a menor edad, los jóvenes emprendedores suelen requerir mayor apoyo y mentorías, o carecer de experiencia, recursos y conocimientos para llevar sus ideas de emprendimiento al mercado.

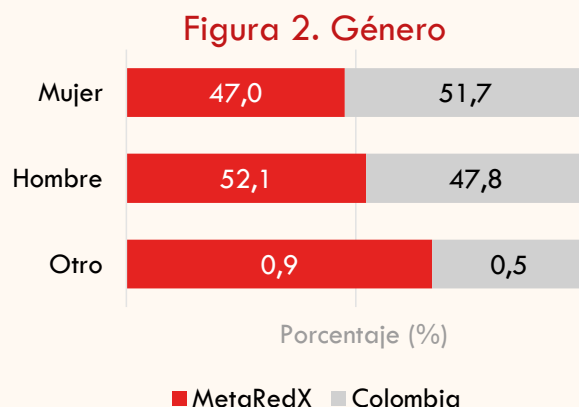
Sin embargo, esta característica que inicialmente favorece a MetaRedX, muestra una inversión en los grupos de mayor edad, en los cuales la muestra nacional (Colombia) arroja porcentajes más altos en los estudiantes en edades entre los 25 y 30 años (10,9% vs. 5,3%) y en aquellos en edades superiores a los 31 años (12,9% vs. 5%). Habría que pensar sobre los efectos o consecuencias de esta diferencia entre los grupos poblacionales y cómo aprovecharla para establecer vínculos entre estudiantes (emprendedores) de diferentes edades, facilitando la transferencia de saberes y experiencias.



Género de los participantes

En un momento histórico, político y social tan sensible frente al tema del género y los roles que tanto hombres como mujeres desempeñan, los niveles de ocupación laboral y la remuneración económica. Vale la pena resaltar que, con relación al género de los participantes (ver Figura 2), el informe señala una distribución relativamente equilibrada entre hombres y mujeres, tanto en MetaRedX como en Colombia; con una mayor participación del género masculino en MetaRedX (52,1%) en comparación con Colombia, en donde hay mayor presencia de mujeres (51,7%).

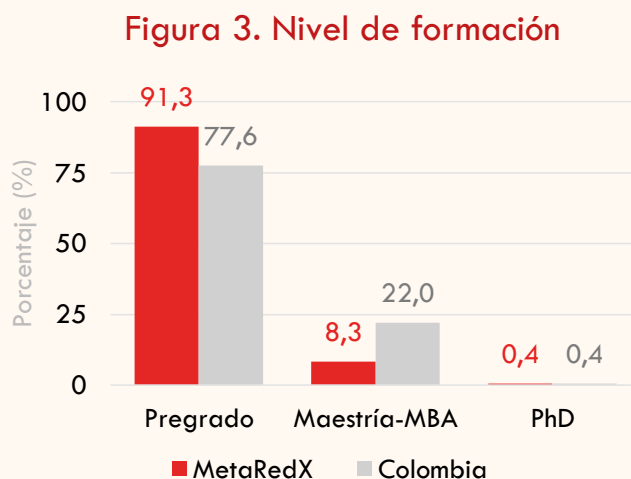
Además, en MetaRedX, destaca un índice mayor de individuos que se identifican con otro género (0,9%) frente a Colombia (0,5%). Este indicador plantea una oportunidad para reflexionar sobre cómo se pueden construir experiencias emprendedoras diferenciadas por género, en la red.



Nivel de formación académica de los participantes

En cuanto al nivel de formación académica, en la Figura 3 se observa cómo los estudiantes pertenecientes a MetaRedX que se encuentran en el nivel de pregrado (o sea, el 91,3% de los encuestados), conforman un porcentaje mayor a lo observado en la muestra colombiana (77,6%), superándola en gran medida. Por el contrario, con respecto a la formación posgradual, se identifica un mayor número de estudiantes con título de maestría o MBA (Master of Business Administration) en la muestra colombiana (22,0%) en comparación con MetaRedX (8,3%). Mientras que, en el nivel de doctorado, ambas muestras presentan porcentajes idénticos y relativamente bajos (0,4%).

Según los datos obtenidos en el informe, la tendencia al emprendimiento o la motivación por emprender entre los estudiantes de las instituciones participantes del estudio, se da principalmente en los primeros ciclos formativos; lo cual implica un gran reto: el de fortalecer la orientación hacia el emprendimiento en los niveles más avanzados -maestría y doctorado- y entre los grupos de investigación aplicada (en los cuales se cuenta con perfiles o personas con mayor experiencia y conocimiento), con el objetivo de diversificar los tipos de emprendimiento e incluso avanzar a modelos de acompañamiento que requieran menor tiempo y generen mayor eficiencia.



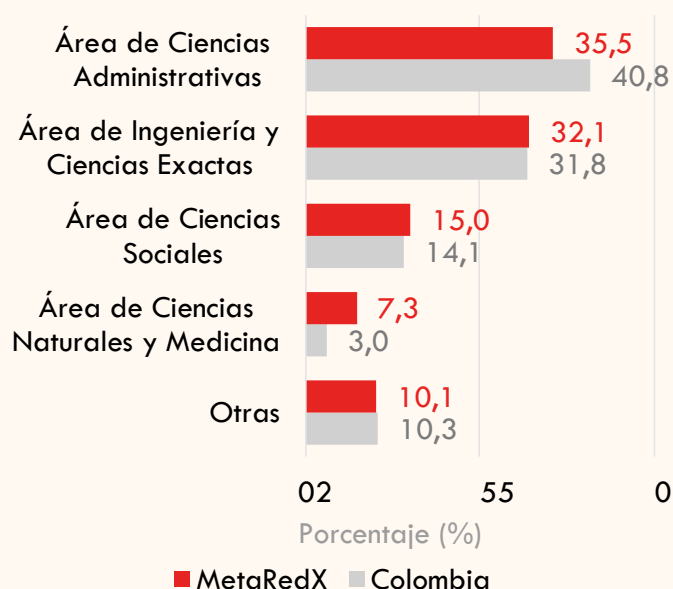
Área de conocimiento de los participantes

Con respecto al área de conocimiento al cual pertenecen los participantes (ver Figura 4), es posible identificar, tanto en MetaRedX como en la muestra nacional (Colombia), una mayor concentración de estudiantes en dos áreas del conocimiento: Ciencias Administrativas (35,5% y 40,8%, respectivamente) e Ingeniería y Ciencias Exactas (32,1% y 31,8%, respectivamente). Por otro lado, las Ciencias Sociales ocupan el tercer lugar en ambas muestras, aunque con un índice mayor en MetaRedX (15,0%) que en Colombia (14,1%). Por último, el área de Ciencias Naturales y Medicina presenta la menor participación en ambas muestras (7,3% y 3%, respectivamente).

Como se puede evidenciar en el gráfico, tanto en MetaRedX como en la muestra nacional, las áreas de Ciencias Administrativas e Ingeniería concentran la mayor parte de los estudiantes. Sin embargo, aunque el porcentaje de estudiantes que pertenecen al área de Ciencias Naturales y Medicina en MetaRedX -el cual alcanza un 7,3% frente al 3,0% de la muestra nacional-, es bajo; constituye una posible oportunidad de mejora y la posibilidad de plantear estrategias para diversificar la oferta de programas de fomento al emprendimiento en los cuales se integren otras disciplinas enmarcadas en áreas como la salud, la biotecnología, el medio ambiente y las ciencias básicas.

En este primer apartado del informe, se evidencian, a través de los gráficos y sus respectivos análisis, algunos indicadores asociados a factores sociodemográficos básicos como la edad, el género, el nivel de formación y el área del conocimiento al que pertenecen los participantes, los cuales se deben reconocer con precisión para determinar la manera en la que inciden o aportan al ámbito del emprendimiento y cómo repercuten en sus fluctuaciones, cambios o transformaciones.

Figura 4. Área de conocimiento



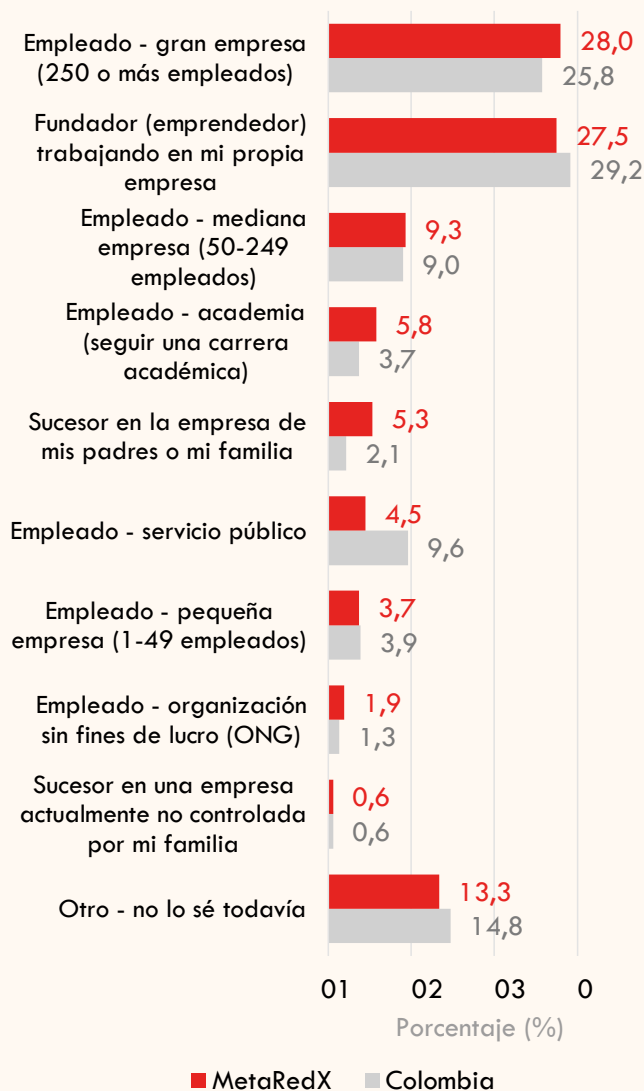
2. Intenciones de carrera y determinantes de la intención emprendedora

Reconociendo que la perspectiva sobre el futuro y la proyección profesional, es un tema estrechamente ligado al proyecto de vida de cada persona y, de manera especial, de los estudiantes universitarios; en este apartado, se realiza un análisis de las aspiraciones profesionales de esta población, haciendo énfasis en las preferencias e intenciones de desempeño una vez finalicen sus programas académicos. Es fundamental comprender la trayectoria de carrera que tienen los estudiantes, para identificar el nivel de orientación hacia el emprendimiento, o bien, el papel que el emprendimiento ocupa en la proyección de futuro.

Con relación a este criterio, La Figura 5 se encarga de mostrar la intención de carrera o desempeño profesional de los estudiantes al finalizar sus estudios, contrastando las preferencias de los encuestados de MetaRedX con la muestra colombiana. Ambas muestras priorizan dos opciones o alternativas: la primera, ser empleado en una gran empresa (28,0% MetaRedX vs. 25,8% Colombia); y la segunda, ser fundador o emprendedor (27,5% MetaRedX vs. 29,2% Colombia). Esta dualidad pone en evidencia que, si bien para muchos participantes la estabilidad laboral es atractiva y genera seguridad, un porcentaje muy similar de jóvenes se inclina hacia el emprendimiento -mejor dicho, reconoce la importancia de la autonomía y del hecho de emprender-; lo cual se sustenta en esa pequeña -pero, significativa- ventaja para el emprendimiento, que se aprecia en la muestra nacional.

Además, se observa una mayor orientación hacia carreras académicas, por parte de los participantes de MetaRedX (5,8%) en comparación con la muestra nacional (3,7%), con una diferencia de 2,1 puntos porcentuales. Igualmente, se logra observar, una menor preferencia por el servicio público entre los estudiantes de MetaRedX (4,5%) con relación a la muestra nacional (9,6%) con una diferencia de 5,1 puntos porcentuales. Estos porcentajes evidencian contrastes en las preferencias de carrera entre ambas muestras.

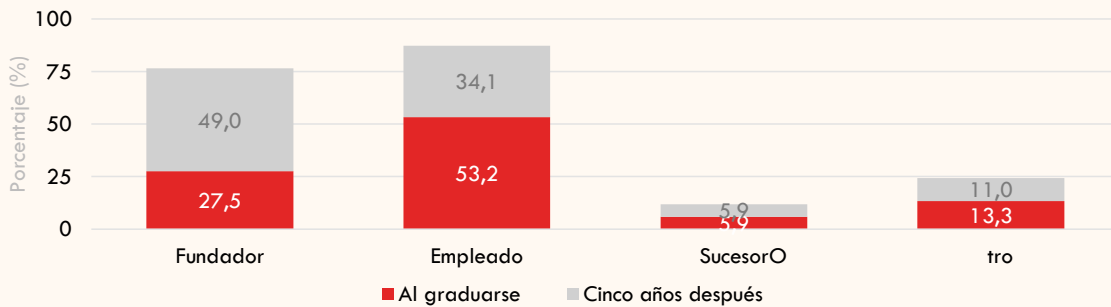
Figura 5. Intención de carrera



Cinco años después de graduarse

Aportando mayores datos sobre la proyección de futuro, las aspiraciones y la orientación hacia el emprendimiento; la Figura 6, presenta, a partir de cuatro categorías clave: fundador, empleado, sucesor y otros, una perspectiva agrupada de las aspiraciones profesionales de los participantes de MetaRedX, contrastando la intención que tenían al graduarse con respecto a sus expectativas cinco años más tarde. Al graduarse, solo el 27,5% de los encuestados aspira a ser fundador, pero cinco años después esta cifra aumenta al 49,0% lo que indica una fuerte inclinación por la carrera emprendedora. Este incremento en la intención emprendedora se correlaciona con una marcada disminución en la proporción de estudiantes que aspiran a ser empleados, porcentaje que decrece del 53,2% al 34,1%, cinco años después, representando una reducción de 19,1 puntos porcentuales. Las categorías de sucesor y otros, entre tanto, muestran cambios menos pronunciados.

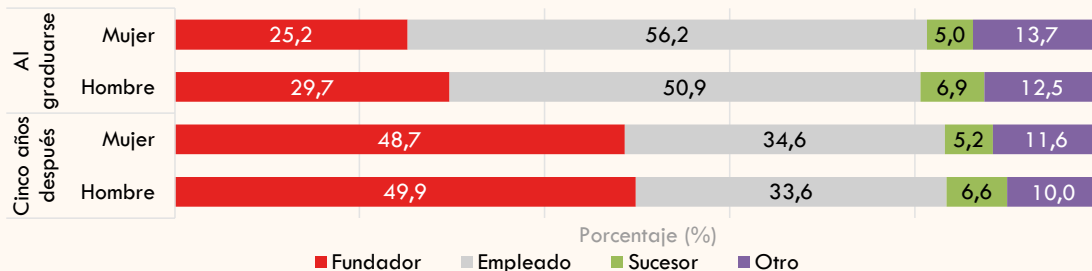
Figura 6. Resumen de la intención de carrera MetaRedX



Estos datos describen un importante cambio aspiracional en los estudiantes de MetaRedX a lo largo del tiempo. Se observa una clara reorientación de sus proyecciones profesionales, pasando de una predominancia hacia el empleo en un momento inicial, a una proyección futura en la cual “ser fundador” se convierte en la aspiración mayoritaria.

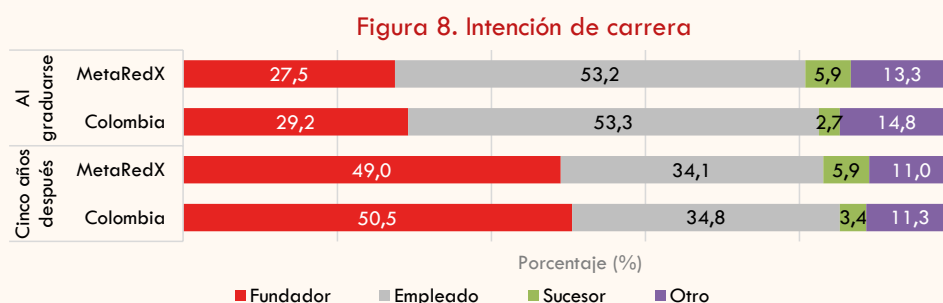
Continuando con este análisis frente a la proyección de futuro, la Figura 7 ilustra la intención de carrera entre los participantes de MetaRedX, comparando su aspiración al momento de graduarse y cinco años después, esta vez teniendo en cuenta el género. En el momento de la graduación, tanto hombres (50,9%) como mujeres (56,2%) señalan una preferencia predominante por ser empleados, mientras que el 29,7% de los hombres y el 25,2% de las mujeres muestran mayor inclinación hacia el emprendimiento (prevaleciendo esta característica en los hombres con respecto a las mujeres). Sin embargo, cinco años después,

Figura 7. Intención de carrera/por género MetaRedX



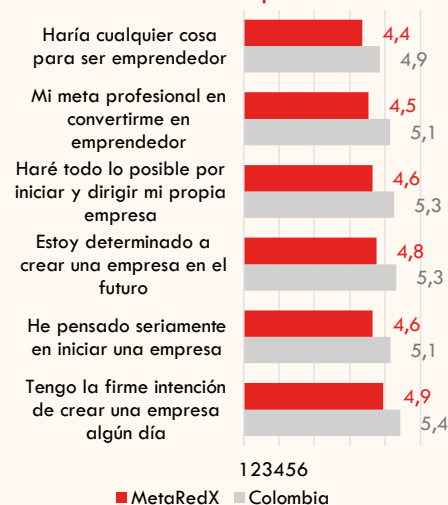
se observa como ambos géneros reorientan sus aspiraciones, optando por la carrera emprendedora y evidenciando el deseo de “ser fundadores”, con porcentajes muy parecidos (48,7% mujeres y 49,9% hombres), al tiempo que la proporción de quienes aspiran a ser empleados disminuye significativamente y se equilibra entre géneros (34,6% mujeres y 33,6% hombres). Estos datos describen una convergencia en las aspiraciones emprendedoras de hombres y mujeres de MetaRedX a mediano plazo, a pesar de las expectativas y diferencias que tienen al graduarse.

Con relación a los planteamientos anteriores, la Figura 8 profundiza en la intención de carrera, estableciendo una comparación entre las proyecciones de MetaRedX y la muestra nacional (Colombia), tanto al momento de la graduación como cinco años después. Al graduarse, ambos grupos muestran preferencias muy similares, con una clara inclinación hacia ser empleados (53,2% en MetaRedX y 53,3% en Colombia) por encima de ser fundadores o emprendedores (27,5% en MetaRedX y 29,2% en Colombia). Sin embargo, cinco años después, la proyección señala una transformación significativa en las preferencias, mostrando cómo la proporción de fundadores aumenta notablemente en ambas muestras: 49,0% en MetaRedX y 50,5% en Colombia, mientras que la de empleados disminuye a 34,1% y 34,8%, respectivamente. Es importante destacar que MetaRedX mantiene un porcentaje constante de sucesores (5,9%), mientras que en Colombia este porcentaje aumenta levemente (de 2,7% a 3,4%). Estos datos describen una convergencia en la aspiración emprendedora a mediano plazo, junto con patrones diferenciados en la categoría de sucesores.



Alineada con la escala de medida propuesta por Liñán & Chen (2009), que aborda un instrumento de medición de la intención emprendedora, la Figura 9 ofrece una visión comparativa de la intención emprendedora entre los participantes de MetaRedX y la muestra colombiana, a partir de seis (6) atributos medidos de 1 a 7, según la escala de Likert. Los resultados muestran que, en los seis atributos evaluados, la muestra nacional (Colombia) registra valoraciones promedio superiores a las de la muestra de MetaRedX. La diferencia más notoria se observa en el ítem “Haré todo lo posible por iniciar y dirigir mi propia empresa”, en el cual Colombia obtiene una valoración promedio de 5,3 frente a 4,6 de MetaRedX, con una diferencia de 0,7 puntos. Mientras que, los ítems: “Haría cualquier cosa para ser emprendedor”, valorado en 4,9 y 4,4; “Estoy determinado a crear una empresa en el futuro”, valorado en 5,3 y 4,8; “Ha pensado seriamente en iniciar una empresa”, valorado en 5,1 y de 4,6; y, “Tengo la firme intención de crear una empresa algún día”, valorado en 5,4 y de 4,9, presentan una diferencia de 0,5 puntos para Colombia y MetaRedX respectivamente. En conjunto, estas diferencias entre ambas muestras son relativamente pequeñas, ya que oscilan -en promedio- entre 0,5 y 0,7 puntos, pero guardan consistencia.

Figura 9. Atributos del índice de intención de emprendedor



Además, La Figura 10 complementa los hallazgos anteriores al presentar una puntuación global de la intención emprendedora. En este caso, la muestra colombiana obtiene una puntuación promedio de 5,1 frente a 4,6 de MetaRedX. Pese a la diferencia de 0,5 puntos, es importante resaltar que los dos grupos obtienen puntuaciones relativamente altas en la escala utilizada, lo que confirma una intención emprendedora en ambas muestras.

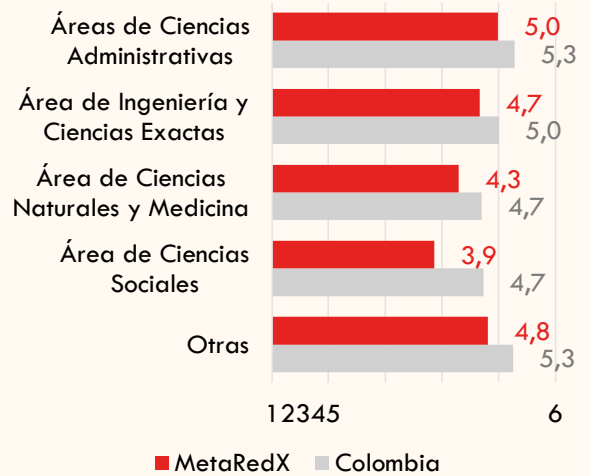
Figura 10. Fuerza de la intención emprendedora



Al realizar el análisis de la intención emprendedora con relación al área de conocimiento de los participantes (ver Figura 11), se observa que, en la mayoría de las áreas evaluadas, la muestra colombiana obtiene puntuaciones superiores a las de los encuestados de MetaRedX. La diferencia más marcada se presenta en el Área de Ciencias Sociales, donde Colombia puntúa 4,7 frente a 3,9 de MetaRedX, representando una diferencia de 0,8 puntos.

Finalmente, en ambas muestras, las áreas con la intención emprendedora más elevada corresponden a Ciencias Administrativas e Ingeniería y Ciencias Exactas. Asimismo, se identifican diferencias en el Área de Ciencias Naturales y Medicina (4,7 para Colombia y 4,3 para MetaRedX) y en el Área de Ingeniería y Ciencias Exactas (5,0 y 4,7 respectivamente). En contraste, las puntuaciones más bajas en intención emprendedora se observan en las áreas de Ciencias Sociales y Ciencias Naturales y Medicina para ambas poblaciones. Estos datos describen patrones de intención emprendedora diferenciados por área de conocimiento entre MetaRedX y la muestra nacional.

Figura 11. Índice de la intención emprendedora por área de conocimiento



Conclusiones

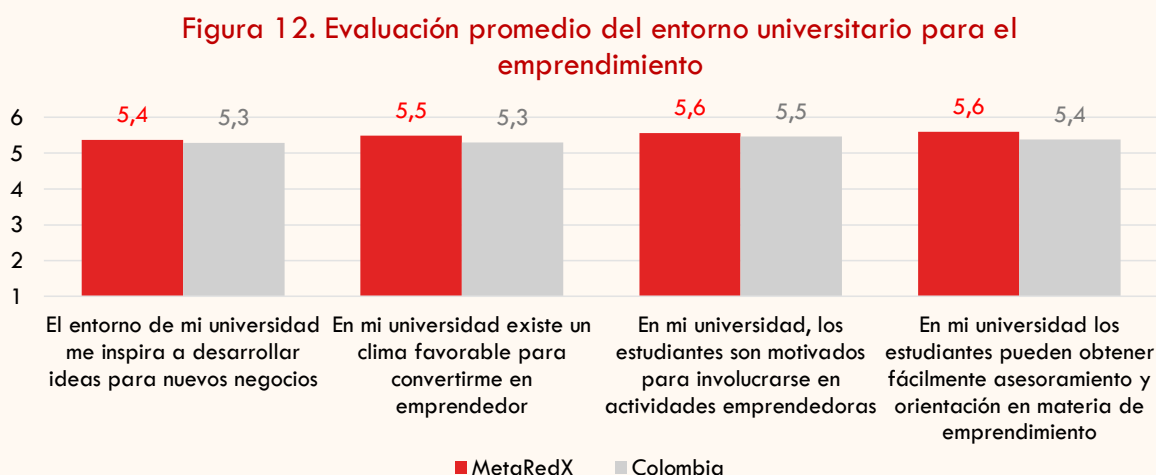
El análisis de las aspiraciones profesionales de los estudiantes de MetaRedX y Colombia revela una clara orientación hacia el emprendimiento a mediano plazo. Si bien, al graduarse, la opción de ser empleado en una gran empresa compite con el deseo de ser fundador -o tener su propio negocio-; cinco años después, ser emprendedor se consolida como la aspiración predominante para ambos grupos -y géneros-. Además, se observan diferencias en dos aspectos: en la preferencia por sectores específicos (sector académico vs. sector público) y en la intensidad de la intención emprendedora según el área de conocimiento, evidenciando que los estudiantes que pertenecen a las áreas de Ciencias Administrativas e Ingeniería tienen mayor inclinación hacia el emprendimiento. Estos patrones describen un potencial emprendedor significativo en la población universitaria.

Por último, con el fin de diseñar acciones estratégicas a partir de estos resultados, se plantean las siguientes recomendaciones: en primer lugar, que las universidades que pertenecen a MetaRedX, de manera conjunta con los actores del ámbito emprendedor, fomenten el emprendimiento desde etapas tempranas del ciclo formativo mediante programas educativos que promuevan el pensamiento emprendedor en los diferentes niveles de formación -pregrado, maestría y doctorado-; y segundo, diseñar iniciativas personalizadas que consideren aspectos específicos de cada área de conocimiento, implementando contenidos relacionados con “emprendimiento” en aquellas disciplinas en las cuales se identifique una menor intención por emprender. Es fundamental lograr que los estudiantes se visualicen como emprendedores y se conecten con el ecosistema emprendedor a través de mentores y emprendedores activos para mejorar la autoeficacia.

3. Entorno universitario y entorno familiar

3.1. Entorno universitario

En relación con el entorno universitario, la Figura 12 presenta una descripción comparativa entre los participantes de MetaRedX y la muestra colombiana, revelando puntuaciones ligeramente superiores para MetaRedX, en todos los aspectos evaluados. Estas puntuaciones superan, en ambas muestras, el umbral de 5,3 en la escala de Likert (la cual se evalúa de 1 a 7 puntos), sugiriendo que los encuestados perciben en sus entornos universitarios una elevada favorabilidad y apoyo para afrontar la actividad emprendedora; con un porcentaje mayor para los encuestados vinculados a las universidades integrantes de MetaRedX.



Si bien, con respecto al **clima favorable**, la media nacional bajó con relación a la medición del año 2021, pasando de 5,56 a 5,38, el resultado obtenido por las universidades pertenecientes a MetaRedX se mantiene en 5,5; lo cual sugiere un esfuerzo permanente por parte de las universidades pertenecientes a MetaRedX por sostener el apoyo a los estudiantes y preservar el espíritu emprendedor -conservando el diálogo permanente entre los actores de la red y el respaldo internacional-, a pesar del cambio de enfoque en la ejecución de los programas de fomento al emprendimiento, desarrollados por el estado colombiano.

Al analizar los atributos relacionados con la educación en emprendimiento, la Figura 13 destaca contrastes interesantes entre las dos muestras. En primer lugar, en cuanto a la asistencia a cursos de emprendimiento como parte obligatoria de los estudios, MetaRedX (26,4%) destaca con respecto a la muestra nacional (18,9%) e igualmente en la participación en programas específicos de emprendimiento, atributo en el cual MetaRedX obtuvo 11,1% frente al 7,1% de Colombia. Por otro lado, la figura señala un menor porcentaje de estudiantes participantes de MetaRedX (26,3%) que no han asistido a cursos de emprendimiento, frente a la muestra colombiana (36,0%), e indica un mayor porcentaje en la asistencia a cursos optativos de emprendimiento (25,3%) y en la elección de la universidad por su reputación en emprendimiento (12,7%), por parte de los estudiantes de MetaRedX, con respecto a la muestra nacional (Colombia) que obtuvo porcentajes de 24,6% y 11,6%, en estos aspectos.

Estos resultados sugieren que mientras MetaRedX parece tener un enfoque hacia una educación emprendedora más estructurada y formalizada en las mallas curriculares, la muestra colombiana presenta un mayor interés en una educación emprendedora obtenida de forma voluntaria y basada en la reputación institucional.

Centrando la atención en los beneficios de los programas de educación emprendedora (Souitaris et al., 2007), los resultados en la Figura 14 sugieren que los participantes de ambas muestras perciben avances en los outputs relacionados con el aprendizaje. Al respecto, los encuestados reportan mejoras significativas en aspectos clave como el conocimiento de las actitudes y motivaciones de los emprendedores (5,3 en ambas muestras), las actividades necesarias para crear una empresa (5,2 MetaRedX y 5,3 Colombia), y la identificación de oportunidades de negocio (5,2 en ambas muestras). Las variaciones entre los dos grupos de encuestados son mínimas, obteniendo un mejor promedio la muestra nacional (Colombia) frente a MetaRedX.

Figura 13. Atributos evaluados para estudiar la educación en emprendimiento

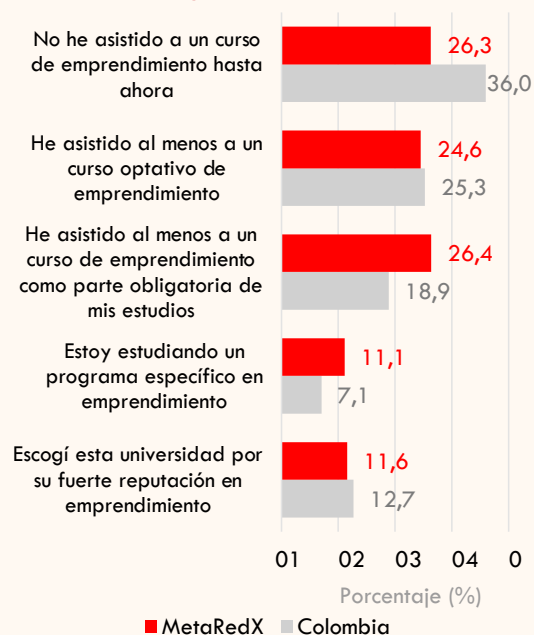
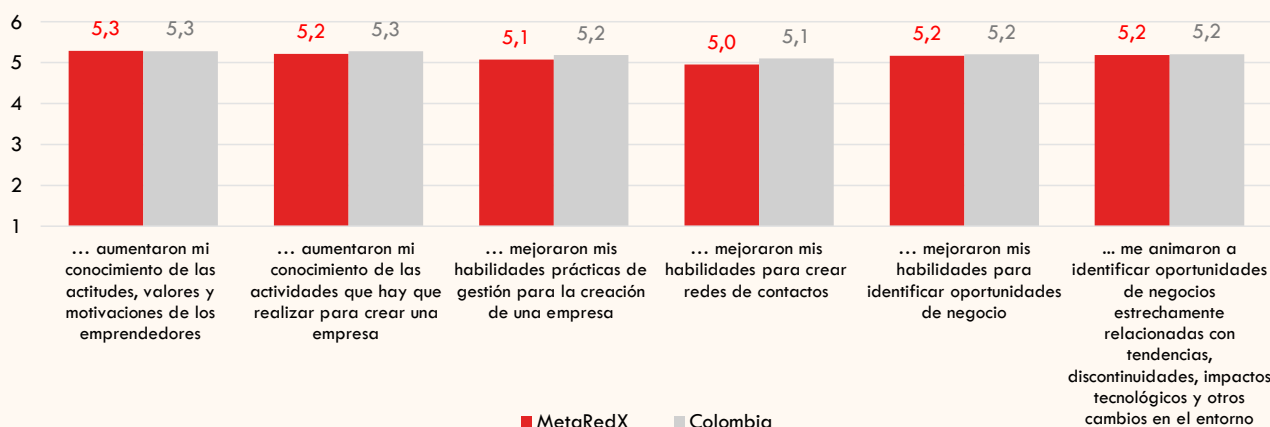


Figura 14. Percepción de aprendizaje de los programas en emprendimiento

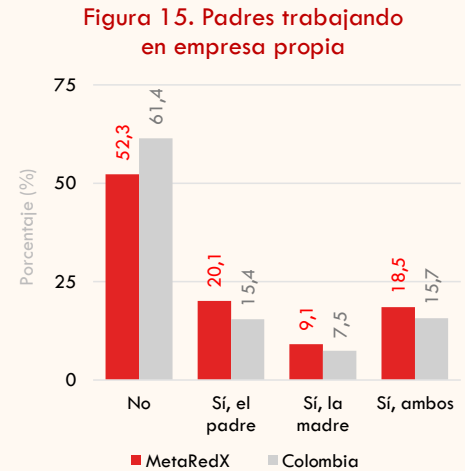


Teniendo en cuenta que, históricamente las universidades se han enfocado en la preparación de los educandos para el mundo laboral como respuesta al modelo prusiano de educación heredado desde comienzos del siglo XIX; la existencia de un enfoque emprendedor desde el proceso formativo en las universidades pertenecientes a MetaRedX -el cual estimula la creatividad y el pensamiento divergente para identificar iniciativas de negocio viables en el mercado-, es un avance clave para las instituciones de educación superior colombianas, especialmente para las vinculadas a MetaRedX.

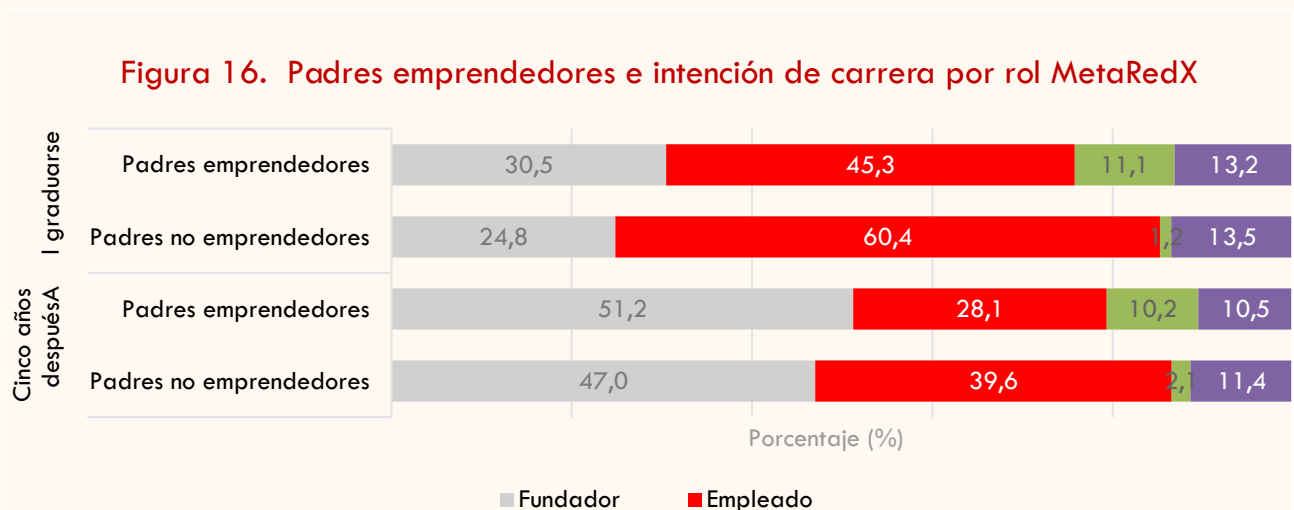
3.2. Entorno familiar

El emprendimiento es una actividad compleja influenciada por múltiples factores, entre los cuales el entorno familiar juega un papel relevante.

En términos del entorno familiar, la Figura 15 indica que los estudiantes pertenecientes a MetaRedX provienen de hogares con mayor presencia de emprendimiento parental en comparación con los encuestados colombianos. Esto se evidencia en el hecho de que el 47,7% de los estudiantes de MetaRedX tiene al menos un padre trabajando en su propia empresa, frente al 38,6% que se evidencia en la muestra colombiana. Esta diferencia está marcada por los casos donde el padre es emprendedor (20,1% en MetaRedX y 15,4% en Colombia) o ambos padres son emprendedores (18,5% en MetaRedX y 15,7% en Colombia).



La Figura 16 ilustra la relación entre el emprendimiento de los padres y las intenciones de carrera de los estudiantes de MetaRedX, tanto al graduarse como cinco años después. Al graduarse, los estudiantes con padres emprendedores muestran una mayor inclinación hacia el emprendimiento (30,5%) en comparación con aquellos estudiantes cuyos padres no lo son (24,8%). En ambos grupos, gran parte de los participantes prefiere ser empleado al graduarse (45,3% y 60,4% respectivamente). La tendencia cambia en un escenario de cinco años, pues los hijos de padres emprendedores tienen mayor preferencia por fundar su propia empresa (51,2%), mientras que los hijos de padres desvinculados de la actividad emprendedora, aunque también presentan un mayor interés en el emprendimiento (47,0%), lo hacen en menor medida. Cabe resaltar, que la intención de ser empleado disminuye drásticamente en ambos grupos con el tiempo, pero de manera más notable entre los hijos de emprendedores, mostrando una disminución de un 45,3% a un 28,1%.



Diversos estudios destacan cómo la transmisión intergeneracional de habilidades, valores y recursos puede favorecer la actividad emprendedora. Sin embargo, este contexto no es el único determinante, ya que otras variables, como el acceso a la educación, la existencia de redes de apoyo y condiciones institucionales, también son clave. A continuación, se presenta un análisis sobre cómo la familia influye en el emprendimiento, así como los factores que pueden equilibrar las oportunidades para aquellos sin antecedentes empresariales.

En primer lugar, cabe destacar que la transmisión intergeneracional de la ocupación de padres a hijos es más significativa entre empresarios que en trabajadores (Ferrando et al., 2019:390). Además, los hijos de trabajadores por cuenta propia muestran una mayor actividad emprendedora en comparación con aquellos cuyos padres tienen otras ocupaciones (Álvarez y Urbano, 2011). Este fenómeno podría explicarse, en parte, por el aprendizaje temprano de competencias para el negocio (Bernat et al., 2017).

Por otro lado, la existencia de modelos a seguir favorece la actividad emprendedora de los jóvenes, aunque estos no necesariamente tienen que provenir del entorno familiar (Nicolaou y Shane, 2009). De hecho, la interacción con personas exitosas puede ser una fuente de inspiración para la creación de nuevas iniciativas empresariales (Echeverri et al., 2018; Zapkau et al., 2015). No obstante, estas iniciativas se ven potenciadas cuando se combinan con condiciones personales favorables, apoyo familiar, acceso a financiación y un entorno institucional propicio (Álvarez et al., 2011).

Los padres emprendedores pueden influir positivamente en sus hijos de diversas maneras. Por ejemplo, pueden fortalecer aspectos administrativos, comerciales, financieros o innovadores de la empresa familiar existente. Alternativamente, también pueden motivarlos a iniciar un nuevo negocio que les permita desarrollar sus propias habilidades, gustos y destrezas. Asimismo, suelen fomentar una mayor aceptación y apertura ante el fracaso en las primeras etapas, lo cual es crucial para el aprendizaje emprendedor.

Ahora bien, el emprendimiento es un camino que depende en gran medida de recursos, ya que requiere capital humano, social y financiero para su éxito (Levine y Rubinstein, 2017). Estos recursos suelen generarse con el apoyo de las familias, ya sea mediante inversiones, transferencia de conocimientos o interacciones que configuran el capital humano emprendedor (Parker, 2009). Entre los factores más relevantes se encuentran: la disposición de recursos financieros, el conocimiento específico del negocio o industria, la existencia de una herencia cultural y valores emprendedores (Hout y Rosen, 2000; Halaby, 2003; Laspita et al., 2012) y la influencia del entorno, como la elección del vecindario (Pistaferri et al., 2020). En consecuencia, las familias representan un contexto fundamental para moldear las habilidades y preferencias emprendedoras de los individuos.

En síntesis, el entorno familiar actúa como un dinamizador eficaz para el emprendimiento, aunque no es un factor determinante. Si bien los hijos de emprendedores cuentan con ventajas iniciales, como el modelo de roles, redes de contacto, habilidades y recursos financieros, estas diferencias pueden equilibrarse en el largo plazo mediante la experiencia, la educación y un entorno institucional favorable.

Por ello, las políticas, planes y programas que democratizan el acceso al conocimiento, como el diseño de planes de negocio, el desarrollo de productos mínimos viables y esquemas de financiación, pueden ser determinantes para impulsar emprendimientos más allá del contexto familiar. En última instancia, fomentar un ecosistema emprendedor inclusivo y accesible es clave para aprovechar el potencial de todos los individuos, independientemente de su origen.

4. Emprendedores activos

Los emprendedores activos son aquellas personas que están involucradas directamente en la creación y el desarrollo de sus empresas. Este tipo de emprendedores muestra un alto compromiso con la innovación y la generación de propuestas de valor sostenibles. Podemos agregar, que emprendedores activos se caracterizan por habilidades como:

1. **Iniciativa y proactividad.** No son simplemente generadores de ideas, sino que las ponen en funcionamiento. Es decir, construyen su propia historia. Además, son líderes en el desarrollo de soluciones que ayudan a transformar el mundo.
2. **Adaptación al cambio.** En un entorno empresarial que evoluciona constantemente, estos emprendedores asumen la innovación desde una perspectiva de adaptación al cambio, con el objetivo de lograr soluciones sostenibles en el tiempo.
3. **Utilizan el Networking como herramienta.** Son personas que permanentemente están en la búsqueda de conectar con personas que puedan apoyar sus iniciativas emprendedoras. Además, tratan de involucrarse en los proyectos de manera rigurosa, para entender de forma más clara las necesidades o requerimientos, y poder lograr iniciativas exitosas.
4. **Compromiso con la innovación.** Los emprendedores activos buscan hacer la diferencia con cada una de sus acciones o actividades. En ese sentido, ofrecer algo único en el mercado, se convierte en una consigna fundamental para ellos.

Hay que tener en cuenta que el emprendimiento no es un evento aislado, sino un proceso dinámico que evoluciona con el tiempo; y que, para llegar al nivel de emprendedores activos, los emprendedores deben adoptar una serie de prácticas y atravesar varios momentos o etapas. Basados en esta premisa, se puede distinguir tres tipos de emprendedores:

Emprendedores nacientes

Se conoce como “emprendedores nacientes” a aquellos que se encuentran en la fase inicial de creación de un negocio. Estos, se caracterizan por el desarrollo de ideas y la validación del concepto de negocio, la búsqueda de financiamiento inicial y estructuración del plan empresarial; por otro lado, atraviesan situaciones complejas como la falta de experiencia en gestión y la dependencia de mentorías y redes de apoyo para crecer.

Emprendedores activos

Por otro lado, los “emprendedores activos”, son aquellos que ya han tomado la decisión es decir, que ya han puesto en marcha su emprendimiento y lo están operando -esa es una característica importante que los diferencia-.

Sus características incluyen: la generación de ingresos y estabilidad operativa y la implementación de estrategias de crecimiento y expansión. Sin embargo, se ven enfrentados a retos como la competencia y la escalabilidad, y la consolidación del negocio en el mercado.

Emprendedores sucesores

Finalmente, se conoce como “emprendedores sucesores” a aquellos que han acumulado experiencia previa en emprendimientos -ya sean exitosos o que hayan fracasado- y continúan desarrollando nuevos negocios. Tienen una ventaja importante y es la oportunidad de iniciar a partir de una propuesta en funcionamiento. Se destacan por un aprendizaje basado en experiencias previas, la diversificación de iniciativas empresariales, mayor capacidad para la innovación y financiamiento autónomo y la capacidad de influenciar en la comunidad emprendedora mediante mentorías y networking.

Reconocer la evolución de los emprendedores universitarios de acuerdo con estas tres etapas, facilita el diseño de programas educativos y de

apoyo según cada etapa emprendedora; además, permite la evaluación del impacto de la educación universitaria en el desarrollo de los emprendimientos y el análisis de las trayectorias emprendedoras, contribuyendo a mejorar políticas de emprendimiento en las universidades. Por último, aporta al fomento del ecosistema emprendedor, creando redes que conecten nacientes, activos y sucesores.

En la Figura 17, se realiza una segmentación de los tipos de emprendedores, la cual señala que MetaRedX tiene un porcentaje mayor de emprendedores nacientes (19,3%) con relación a la muestra nacional (18,8%) y una proporción más elevada de emprendedores sucesores (22,6% vs. 17,4%). En cuanto a los emprendedores activos, la muestra colombiana supera a MetaRedX por 0,7 puntos porcentuales. Adicionalmente, la Figura 18 nos muestra una segmentación de los emprendedores activos según el área de conocimiento al que pertenecen; en ambas muestras, las áreas con mayor participación son las Áreas de Ciencias Administrativas y el Área de Ingeniería y Ciencias Exactas. Para MetaRedX, las Ciencias Administrativas lideran con un 42,5% de los emprendedores activos, seguidas por Ingeniería y Ciencias Exactas con un 23,5%. En la muestra colombiana, se observa una tendencia similar, pero con porcentajes superiores, 45,5% en Ciencias Administrativas y 26,7% en Ingeniería y Ciencias Exactas. Estas dos áreas combinadas representan el 66,0% de los emprendedores activos en MetaRedX y el 72,2% en la muestra colombiana, indicando una fuerte concentración de la actividad emprendedora en carreras afines.

Este análisis nos permite inferir que es necesario establecer algunas acciones para lograr una mayor participación en cada disciplina:

En primer lugar, el **fomento de la interdisciplinariedad** a través de la creación de espacios de colaboración entre estudiantes de diferentes facultades para desarrollar proyectos innovadores, la implementación de procesos de incubación universitarios con apoyo de diversas disciplinas y la promoción de metodologías activas como el aprendizaje funcional aplicado.

En segundo lugar, el **acceso a financiamiento y mentoría**, que facilite el acceso a fondos de inversión y becas para jóvenes emprendedores, y permita conectar a los estudiantes con empresarios experimentados para guiarlos en su proceso.

Y, por último, el **fortalecimiento de una cultura del emprendimiento** en las universidades mediante la realización de eventos y competencias de startups para motivar a los estudiantes, la creación de estrategias que permitan incentivar la participación de los jóvenes emprendedores en programas para startups, por ejemplo, Startco, y especialmente, a través del fomento de una mentalidad de innovación desde la etapa inicial del proceso formativo.

Figura 17. Emprendedores nacientes, activos y sucesores

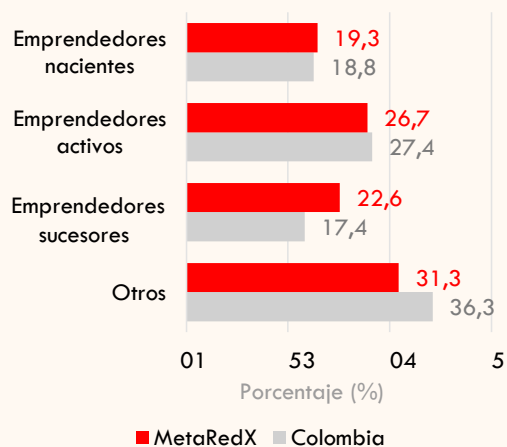
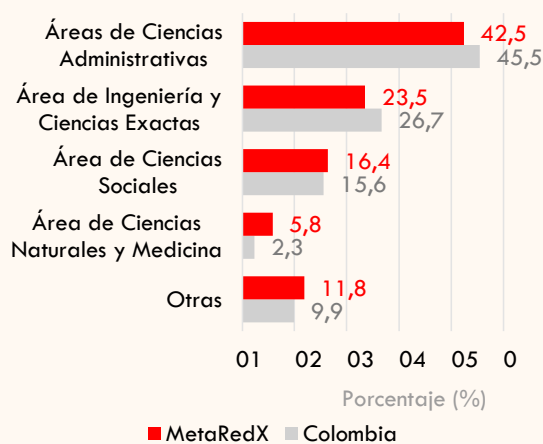


Figura 18. Emprendedores activos por área del conocimiento



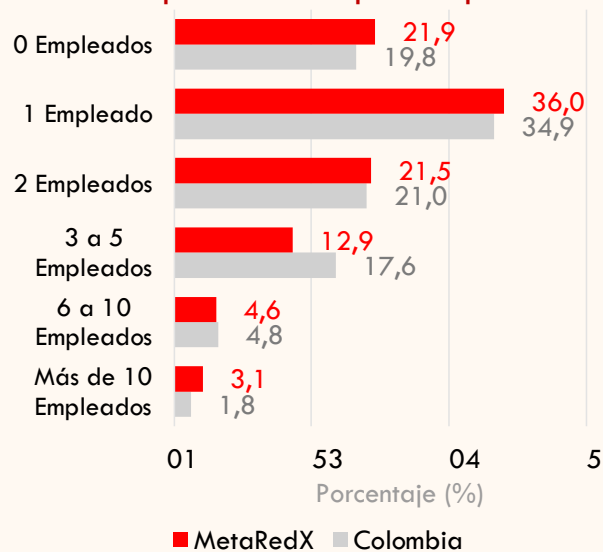
4.1. Características de las empresas activas

El análisis del número de empleados en las empresas activas fundadas por estudiantes permite comprender la escala organizacional predominante en los emprendimientos universitarios. Tal como se presenta en la Figura 19, las distribuciones de MetaRedX y la muestra nacional evidencian tendencias similares, pero con algunas diferencias destacables.

La categoría en la cual se observa un mayor porcentaje, en ambos grupos, corresponde a empresas con un solo empleado: 36,0% en MetaRedX y 34,9% en Colombia; lo cual refleja la prevalencia de emprendimientos unipersonales o en etapa temprana, en los cuales el fundador suele ser el único responsable de las operaciones. Le sigue la categoría de cero empleados, con 21,9% para MetaRedX y 19,8% para Colombia, lo que sugiere la existencia de ideas de negocio en fase de prueba o iniciativas que se desarrollan de forma completamente autogestionada. Sin embargo, al observar la categoría de empresas con 3 a 5 empleados, se identifica una diferencia notable: Colombia presenta un porcentaje significativamente mayor (17,6%) frente a MetaRedX (12,9%). Esta brecha puede interpretarse como una mayor capacidad de escalamiento en algunos casos de la muestra nacional, o una mayor propensión a consolidar equipos de trabajo desde etapas tempranas. En las categorías de 6 a 10 empleados y más de 10 empleados, los porcentajes son bajos en ambas muestras, reflejando que solo una minoría de los emprendimientos ha alcanzado un nivel avanzado de consolidación organizacional.

En términos generales, estos hallazgos revelan que las empresas lideradas por estudiantes universitarios, tanto de MetaRedX como de Colombia, se encuentran mayoritariamente en fases iniciales de emprendimiento y cuentan con estructuras laborales ligeras y una alta dependencia del fundador.

Figura 19. Número de empleados trabajando en la empresa a tiempo completo



La mayoría de los emprendimientos universitarios de MetaRedX y Colombia se concentran en estructuras muy pequeñas (con uno o ningún empleado), lo que refleja su carácter incipiente. Si bien esta condición facilita la flexibilidad y el control del fundador, también limita el crecimiento, la delegación de responsabilidades y la sostenibilidad en el mediano plazo.

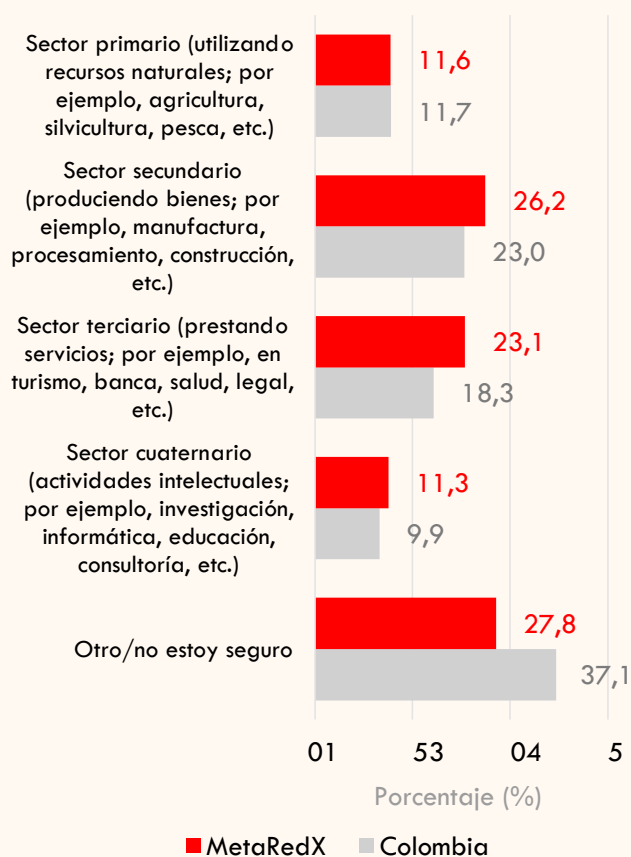
Esto representa una oportunidad y, a la vez, un desafío: por un lado, la flexibilidad y el control total permiten una rápida adaptación, y por otro, limita la capacidad de crecimiento, delegación y sostenibilidad en el mediano plazo.

Por su parte, el análisis del sector económico en el que operan los emprendedores activos, que se observa en la Figura 20, aporta pistas sobre la dirección productiva de los negocios universitarios. Se destaca el predominio del sector secundario en la muestra de MetaRedX, con un 26,2%, superando al 23,0% observado en Colombia. Esta inclinación podría estar relacionada con el perfil académico de muchas de las instituciones participantes, que se caracterizan por ofrecer programas de ingeniería, tecnología y producción.

En el sector terciario, dedicado a los servicios, MetaRedX supera a la muestra nacional (23,1% vs. 18,3%, respectivamente), lo que sugiere una diversidad creciente de modelos de negocio orientados a la prestación de soluciones en turismo, salud, banca, entre otros. El sector cuaternario, centrado en actividades de conocimiento e innovación (educación, consultoría, TIC), también muestra una participación ligeramente superior en MetaRedX (11,3%) frente a Colombia (9,9%), lo que refuerza la hipótesis de una mayor orientación hacia economías basadas en el conocimiento dentro de esta red.

El sector primario, por su parte, mantiene proporciones similares entre ambos grupos (11,6% en MetaRedX y 11,7% en Colombia), lo que indica una menor representación de emprendimientos centrados en la explotación directa de recursos naturales. Por otra parte, un porcentaje significativo de los encuestados manifestó no estar seguro sobre el sector en el que opera su empresa (27,8% en MetaRedX y 37,1% en Colombia). Este dato sugiere la necesidad de fortalecer la formación conceptual y la claridad estratégica en torno al modelo de negocio, aspecto fundamental para la toma de decisiones, el posicionamiento y la articulación con ecosistemas productivos.

Figura 20. Sector económico donde opera el emprendedor activo



La Figura 21, permite profundizar en la composición de la propiedad de los negocios impulsados por estudiantes universitarios, brindando información clave sobre la estructura accionaria y el nivel de control que estos ejercen sobre sus emprendimientos, al tipo de participación accionaria en los negocios liderados por estudiantes emprendedores, y permite interpretar el grado de control que estos ejercen sobre sus iniciativas empresariales.

Los datos revelan una tendencia clara hacia la propiedad mayoritaria en ambos grupos, con el 58,3% de los emprendedores de MetaRedX y el 52,0% en Colombia, quienes declaran tener entre el 51% y el 100% de participación en su negocio. Este hallazgo sugiere una preferencia por mantener el control decisonal, lo que puede estar asociado a una etapa temprana del emprendimiento en la que se privilegia la autonomía del fundador y se posterga la entrada de socios o inversionistas externos. Sin embargo, se observan diferencias significativas en los esquemas de propiedad compartida. En Colombia, el 24,9% de los emprendedores reporta tener una participación del 50%, frente al 21,5% en MetaRedX; este dato podría indicar una mayor inclinación en el contexto colombiano hacia la copropiedad y la asociatividad desde el inicio, lo que puede responder a estrategias colaborativas, de reparto de riesgo o complementación de competencias.

La participación minoritaria (entre 0-49%) es la menos frecuente en ambos grupos, aunque también presenta una ligera diferencia: 20,2% en MetaRedX frente al 23,1% en Colombia. Esta situación podría reflejar casos donde los estudiantes se han integrado a negocios previamente establecidos o han cedido parte importante del control a socios con mayor experiencia o recursos. En conjunto, los datos sugieren que, si bien los emprendedores universitarios tienden a conservar una participación mayoritaria en sus empresas, el contexto nacional muestra mayor apertura a esquemas de participación equitativa o compartida, lo que podría tener implicaciones importantes para la formación en gobernanza empresarial, manejo de sociedades y estrategias de crecimiento conjunto.

La Figura 22 ofrece un análisis comparativo del enfoque de prueba y error adoptado por los emprendedores universitarios activos, mediante tres indicadores clave que permiten evaluar su capacidad de adaptación, iteración y validación temprana de ideas de negocio, de prueba y error adoptado por los emprendedores universitarios activos, a partir de tres afirmaciones clave que evalúan la rapidez con la que se exploran, ajustan y validan las ideas de negocio.

Los resultados muestran que tanto MetaRedX como Colombia comparten una alta propensión a utilizar estrategias de experimentación, revelando un enfoque emprendedor que prioriza la adaptabilidad. Por ejemplo, en el ítem "Intento llegar a un producto mínimo viable lo antes posible", ambas muestras registran una puntuación de 5,4 sobre 7, lo que sugiere un consenso sobre la importancia de

Figura 21. Porcentaje de participación en la propiedad del negocio

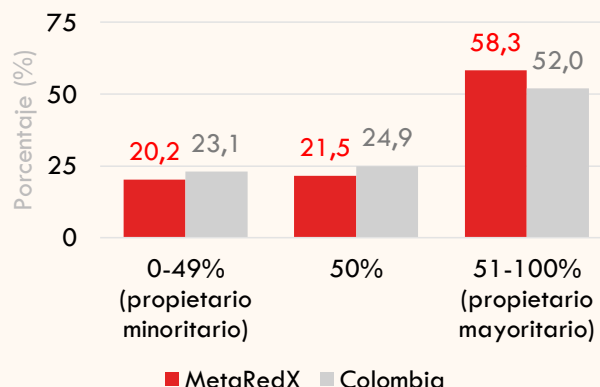
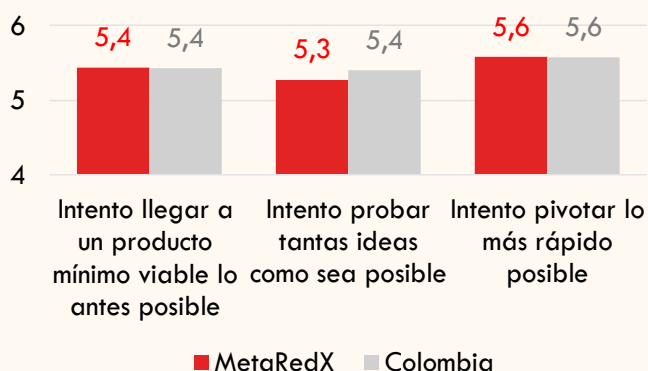


Figura 22: Prueba y error en el proceso emprendedor

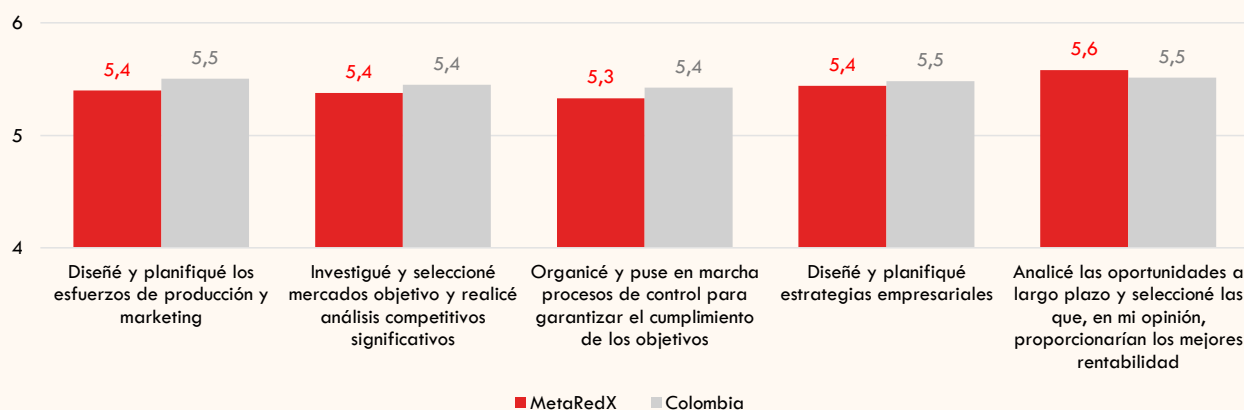


validar tempranamente las propuestas de valor. Este patrón de comportamiento se mantiene en la afirmación “Intento pivotar lo más rápido posible”, con una puntuación de 5,6 en ambos casos. Este resultado refuerza la idea de que los estudiantes emprendedores, independientemente de su pertenencia a MetaRedX o al conjunto nacional, comprenden la necesidad de ajustar sus modelos ante los cambios del entorno o la retroalimentación del mercado.

La diferencia más notoria aparece en la afirmación “Intento probar tantas ideas como sea posible”, donde Colombia obtiene un promedio ligeramente superior (5,4) en comparación con MetaRedX (5,3). Esta pequeña brecha podría sugerir una actitud más exploratoria o una cultura más proclive al ensayo y error dentro del ecosistema nacional, posiblemente impulsada por una mayor tolerancia institucional al fracaso o una mayor exposición a entornos de innovación abierta. Finalmente, los hallazgos reflejan un perfil emprendedor flexible, con alta disposición a iterar y ajustar sus ideas. No obstante, las diferencias, aunque leves, abren la posibilidad de indagar más a fondo en los factores contextuales, pedagógicos o institucionales que fomentan o limitan estos comportamientos en los distintos grupos analizados.

Comprender los procesos que los estudiantes implementan al momento de estructurar sus emprendimientos permite identificar patrones comunes en su enfoque inicial. Tal como lo evidencia la Figura 23, estos elementos ofrecen una mirada integral sobre las capacidades estratégicas que acompañan la fase de puesta en marcha.

Figura 23. Proceso para sentar las bases del emprendimiento



En el caso de MetaRedX, el proceso mejor valorado fue el análisis de oportunidades a largo plazo y la selección de aquellas con mayor potencial de rentabilidad, con una puntuación de 5,6; este resultado sugiere una orientación prospectiva destacada entre los emprendedores de esta red, posiblemente influenciada por una formación académica con énfasis en la planificación y la visión de largo plazo. A este le siguen tres procesos que obtuvieron una puntuación de 5,4: la concentración de los esfuerzos de producción y marketing, la investigación y selección de mercados objetivo junto con el análisis competitivo, y el diseño de estrategias empresariales. Estos resultados evidencian una base estructurada en torno a la comprensión del mercado, la planeación comercial y el posicionamiento estratégico.

Por su parte, la muestra nacional (Colombia) evidencia un desempeño consistente en todos los procesos evaluados, con puntuaciones que oscilan entre 5,4 y 5,5. Las puntuaciones más altas (5,5) corresponden al diseño de estrategias empresariales, a la concentración de esfuerzos de producción y marketing, y al análisis de oportunidades a largo plazo, lo cual indica un enfoque equilibrado en los pilares clave de la formulación de negocios. Aunque las diferencias numéricas son menores, los datos permiten obser-

var matices relevantes. Mientras que MetaRedX evidencia una mayor especialización en la selección de oportunidades futuras, Colombia muestra una distribución más uniforme del esfuerzo estratégico. Esta comparación puede reflejar diferencias en el diseño curricular, en los programas de acompañamiento institucional o en la madurez del ecosistema emprendedor en el que se desarrollan los estudiantes. Además, estos análisis refuerzan la idea de que los emprendedores universitarios están incorporando herramientas clave para la planificación empresarial desde las etapas iniciales, lo cual resulta fundamental para aumentar sus probabilidades de sostenibilidad y éxito.

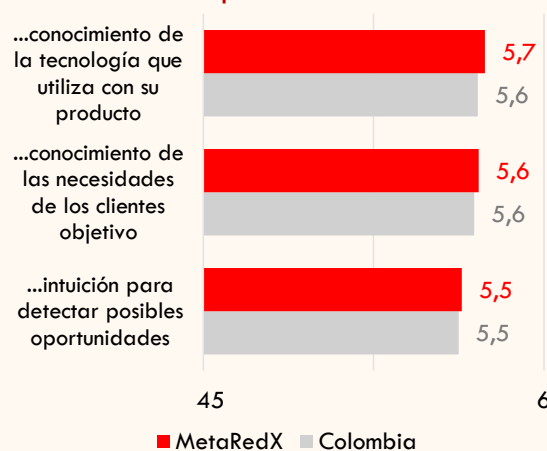
El análisis de las capacidades y conocimientos que los emprendedores consideran fundamentales para el desarrollo de sus iniciativas ofrece una visión clara sobre las fortalezas percibidas en su perfil profesional. Según lo evidenciado en la Figura 24, tanto los estudiantes de MetaRedX como los de la muestra nacional presentan niveles altos de autopercepción en cuanto a competencias clave para el éxito emprendedor.

El conocimiento de la tecnología utilizada en sus productos es el aspecto mejor valorado, con una puntuación de 5,7 para MetaRedX y 5,6 para Colombia. Esta diferencia, aunque leve, sugiere que los emprendedores vinculados a MetaRedX se sienten especialmente preparados en aspectos técnicos, posiblemente como resultado de una formación orientada a la ingeniería, la innovación o el desarrollo de producto.

En cuanto al conocimiento de las necesidades de los clientes objetivo, ambos grupos muestran una sólida comprensión, con puntuaciones idénticas de 5,6. Esta paridad refleja que, independientemente del contexto institucional, los estudiantes emprendedores otorgan gran importancia a la identificación de las demandas del mercado y a la alineación de sus propuestas de valor con dichas necesidades. Por otro lado, la intuición para detectar posibles oportunidades, aunque es la capacidad con menor puntuación relativa, mantiene un nivel alto de 5,5, en ambas muestras. Esto indica que los emprendedores reconocen la importancia del juicio estratégico y la capacidad de observación para identificar oportunidades emergentes, aun cuando dicha habilidad sea más abstracta y menos enseñada en contextos académicos.

Finalmente, los resultados apuntan a un perfil emprendedor técnicamente competente, con buena orientación al cliente y una base intuitiva para el reconocimiento de oportunidades, aspectos que en su conjunto fortalecen la preparación para afrontar los desafíos del emprendimiento desde etapas tempranas.

Figura 24. Capacidades y conocimientos de los emprendedores



Los resultados asociados a las dimensiones del desempeño empresarial, expuestos en la Figura 25, permiten identificar percepciones diferenciales entre los emprendedores de MetaRedX y los de la muestra nacional en relación con el comportamiento de sus empresas frente a la competencia. En general, los emprendedores colombianos reportan un nivel de desempeño levemente superior. En el caso de la innovación, Colombia alcanza una puntuación de 5,4 frente a 5,3 de MetaRedX. Esta tendencia se mantiene en el crecimiento de las ventas (5,3 vs. 5,2, respectivamente), así como en la evolución de la cuota de mercado, donde se observa una diferencia más pronunciada, 5,2 de la muestra nacional frente a 5,0 de MetaRedX.

El crecimiento de los beneficios o utilidades también favorece al promedio nacional (5,3) en comparación con MetaRedX (5,1), lo que podría estar vinculado a mejores condiciones de sostenibilidad o rentabilidad operativa en algunos contextos locales. La brecha más notoria se presenta en la variable de creación de empleo: Colombia alcanza una puntuación de 5,0, superando por 0,5 unidades a la media de MetaRedX (4,5).

Estos resultados indican que, aunque los emprendedores vinculados a MetaRedX mantienen niveles de desempeño cercanos, los de la muestra nacional tienden a percibir una ventaja competitiva ligeramente superior, especialmente en indicadores de escalamiento e impacto.

El desempeño social y medioambiental de los emprendimientos liderados por estudiantes representa una dimensión clave para evaluar su compromiso con la sostenibilidad y el impacto colectivo. Tal como se evidencia en la Figura 26, los resultados posicionan de forma consistente a la muestra nacional por encima de MetaRedX en todos los indicadores analizados, lo que sugiere una mayor conciencia y acción frente a los retos sociales y ecológicos.

Figura 25: Dimensiones del desempeño de la empresa en comparación con las empresas competidoras

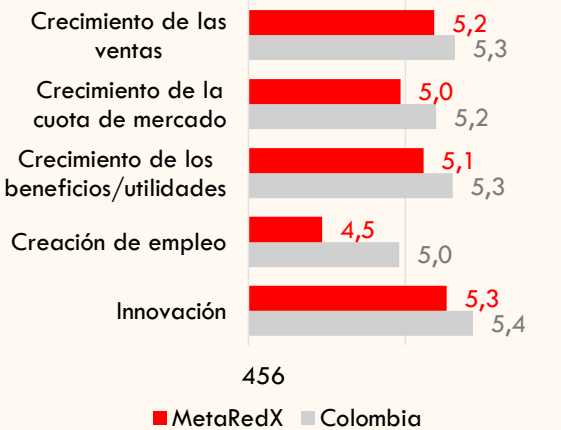
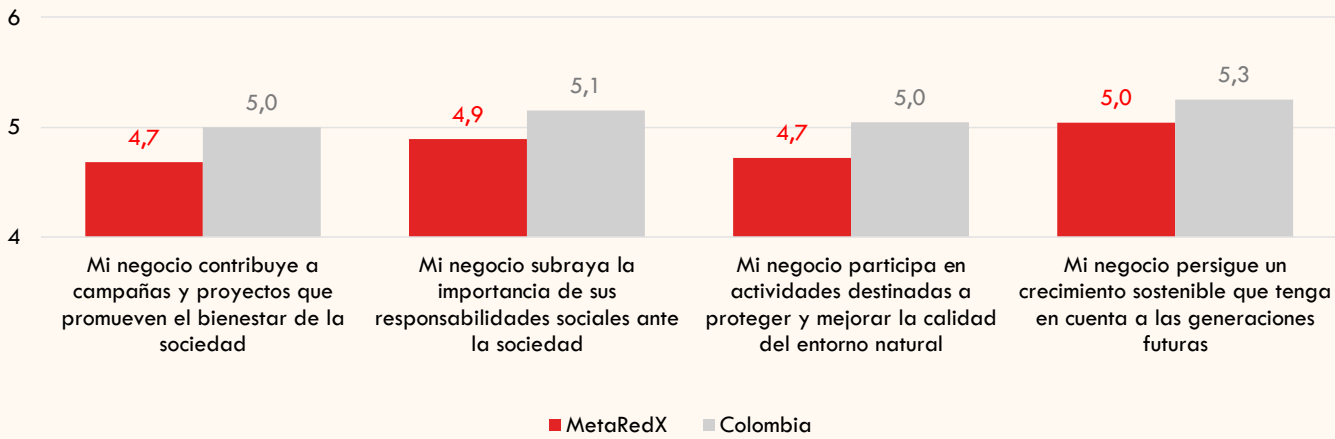


Figura 26. Desempeño social y medioambiental



Uno de los aspectos donde se observa una diferencia más significativa es en la contribución a campañas y proyectos que promueven el bienestar social. Colombia alcanza una puntuación de 5,0, frente al 4,7 registrado por MetaRedX, lo que podría indicar una mayor vinculación de los emprendedores nacionales con iniciativas comunitarias o de impacto colectivo. De igual manera, la importancia otorgada a las responsabilidades sociales también favorece a la muestra nacional, con 5,1 frente a 4,9 de MetaRedX. Este resultado sugiere que los estudiantes emprendedores en Colombia tienden a integrar consideraciones éticas y de responsabilidad en la gestión de sus negocios desde una etapa temprana.

La participación en actividades para proteger el entorno natural refuerza esta tendencia. Colombia obtiene nuevamente una puntuación de 5,0, mientras que MetaRedX se mantiene en 4,7; esta diferencia podría reflejar diferencias en el enfoque curricular, la cultura institucional o los entornos regionales en los que operan los emprendimientos. Por otro lado, el ítem relacionado con la búsqueda de un crecimiento sostenible, que contemple a las generaciones futuras, presenta la mayor puntuación general, con 5,3 en Colombia y 5,0 en MetaRedX. Esto evidencia una valoración creciente hacia modelos de negocio que no solo busquen rentabilidad, sino también equilibren su impacto a largo plazo.

Para finalizar, los resultados apuntan a una oportunidad de mejora para las universidades vinculadas a MetaRedX en la promoción de una cultura emprendedora más orientada al impacto social y ambiental. Incorporar transversalmente estos temas en los procesos de formación y acompañamiento podría fortalecer el compromiso de los emprendedores con un desarrollo verdaderamente sostenible.

Conclusiones

Este informe, más que un conglomerado de cifras, es una invitación a “leer entre líneas” las aspiraciones, inquietudes y potenciales de una generación de estudiantes que no espera “el momento ideal” para emprender, sino que está dispuesta a construirlo desde su presente académico. La mirada comparativa entre las universidades de MetaRedX y la muestra nacional no pretende establecer jerarquías, sino reconocer matices y aprender de las diferencias.

Los resultados ponen en evidencia que existe una base emprendedora significativa en el país, nutrida por jóvenes con altas expectativas, una fuerte conexión con el entorno familiar y una percepción positiva de las capacidades que poseen. Sin embargo, también revelan tensiones estructurales: el reto de escalar proyectos más allá del autoempleo, la necesidad de conectar mejor con los sectores productivos, y la urgencia de consolidar una cultura emprendedora que integre de forma transversal la sostenibilidad y el compromiso social.

MetaRedX muestra avances importantes en la estructuración académica del emprendimiento, en la formación técnica de sus estudiantes y en el fomento de entornos universitarios que estimulan la acción emprendedora. Aun así, el estudio invita a seguir avanzando en la construcción de mecanismos que acompañen el crecimiento de estos negocios, promuevan la asociatividad y fortalezcan el vínculo con el territorio. Las diferencias encontradas en variables como el desempeño social, la creación de empleo o el compromiso medioambiental no deben entenderse como debilidades, sino como oportunidades claras para enriquecer la propuesta de valor de los ecosistemas universitarios.

Los estudiantes que participaron en este estudio no solo respondieron una encuesta sino que dejaron un mapa de ideas, convicciones y deseos que puede orientar a quienes diseñan las políticas académicas y económicas del país. En ellos

se reconoce no solo a futuros empresarios, sino a ciudadanos con vocación transformadora. Las universidades que integran MetaRedX están llamadas a consolidarse como referentes nacionales en la formación de emprendedores con visión crítica, capacidades reales de ejecución y compromiso ético frente a su entorno. Esto requiere no solo programas formales, sino una cultura institucional que abrace el emprendimiento como parte de su identidad y responsabilidad social.

En un país donde el 43% de la población tiene menos de 30 años, fortalecer el emprendimiento desde las universidades no es solo una estrategia académica, es una apuesta por el desarrollo con equidad y visión de largo plazo. Apostar por los emprendedores universitarios es, en el fondo, apostar por un futuro donde el conocimiento, la acción y la convicción estén al servicio del bien común.

Enfocarnos en impulsar el emprendimiento en la población más joven, puede favorecer los entornos de emprendimiento desde una etapa más temprana, que está abierta a mayor riesgo, inclusión de nuevas tecnologías y apertura al uso de metodologías más experiencias y disruptivas, sin embargo, esto puede implicar mayores retos debido a que el tiempo para madurar los proyectos serán más largos y esto podrá aumentar la tasa de fracaso de las iniciativas emprendedoras.

Las universidades que pertenecen a la red, evidencian un enfoque centrado en el pregrado y fuertemente vinculado a las áreas administrativas e ingeniería, lo que condiciona el tiempo de emprendimientos que pueden surgir en ellas, generando una oportunidad para diversificar la población e impulsar los programas en etapas académicas más avanzadas.

MetaRedX representa un ecosistema académico con alto potencial emprendedor, caracterizado por estudiantes jóvenes, con formación técnica sólida y entornos universitarios que valoran y estructuran la educación en emprendimiento.

El entorno universitario de MetaRedX destaca por su compromiso institucional con el emprendimiento, superando en varios aspectos a la mues-

tra nacional. Este hecho resalta el rol estratégico de las universidades de la red como catalizadores de vocaciones emprendedoras. Sin embargo, se identifican oportunidades de mejora en el desempeño social y medioambiental, la escalabilidad de los negocios, y la inclusión de áreas de conocimiento menos representadas. Incorporar enfoques de sostenibilidad y fortalecer el vínculo con el territorio puede ser clave para enriquecer el impacto de sus ecosistemas.

Epílogo

Es fundamental entender que la visión -y principal objetivo- de este informe, está focalizada en ofrecer una herramienta clave para la planeación, el diseño, la organización y desarrollo, y la evaluación de programas de formación laboral. La integración de estos factores permite no solo mejorar la calidad de la educación, sino determinar la pertinencia del aprendizaje como fuente de oportunidad laboral.

La formación productiva, del hacer y laboral, es fundamental para el desarrollo de habilidades competitivas en la formación de talentos innovadores, creativos y adaptables; en ese sentido, es responsabilidad de las instituciones de educación superior, ofertar programas formativos que garanticen oportunidades de desarrollo del ser y, fundamentalmente, de empleabilidad.

El contexto en el que se desarrolla este trabajo corresponde al medio productivo y laboral, por lo cual está orientado a facilitar estrategias que permitan diseñar y ofertar programas de formación laboral que garanticen la empleabilidad, pero que además favorezcan el empoderamiento entre los estudiantes, los egresados, los investigadores, y especialmente, los emprendedores.

De esta manera, los referentes informativos, están descritos a partir de una visión sociodemográfica con énfasis en el desarrollo y gestión de la intención emprendedora como objetivo y propósito de los programas de formación; arrojando datos que facilitan la comprensión de las tendencias del mercado laboral.

En este, se integran factores como las destrezas y habilidades adquiridas en el entorno universitario y en los núcleos familiares, fortaleciendo la identidad de las empresas que se encuentran interesadas en el propósito formativo laboral y que tienen un relacionamiento con el sector educativo, con la intención de fortalecer la visión emprendedora en el país.

Autores

Dr. Izaias Martins
Director del equipo GUESSS Colombia

Karina Lozano Rivas
Universidad Pontificia Bolivariana

Manuela Peña Gómez
Universidad de La Sabana

Davinson Mosquera González
I.U. Pascual Bravo

Sandra Esperanza Loaiza Rivera
Universidad Tecnológica de Pereira

Óscar David Correa H.
Universidad EIA

Luis Carlos Arraut
Universidad Tecnológica de Bolívar

Catalina María Mariscal Ortiz
Universidad Pontificia Bolivariana

Camilo Molina Castaño
Universidad Pontificia Bolivariana

Víctor Bermúdez Amaya
Universidad ECCI

Lina María Uribe Restrepo
Universidad EAFIT

Manuela Duque Escobar
Diseño editorial y diagramación
Universidad Pontificia Bolivariana

Referencias

Arias Vargas, F. J., Ribes-Giner, G., Arango-Botero, D., & Garcés Giraldo, L. F. (2021). Factores sociodemográficos que inciden en el emprendimiento rural de jóvenes en Antioquia, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(96), 1218–1240. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.26.96.14>

Vladasel, T., Lindquist, M. J., Sol, J., & van Praag, M. (2021). Sobre los orígenes del emprendimiento: evidencia de correlaciones entre hermanos. *Revista de Emprendimiento Empresarial*, 36(5), 106017.

Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>

Martínez, L., Pérez, J. L., Moreno-Gómez, J., & López, J. (2024). *El espíritu emprendedor de los estudiantes universitarios en Colombia: Informe GUESS Colombia 2023*. https://www.guesssurvey.org/resources/nat_2023/GUESS_Report_2023_Colombia_es.pdf

Sieger, P., Raemy, L., Zellweger, T., Fueglistaller, U., & Lynch, K. (2024). *Global Entrepreneurial Spirit Students' Survey 2023: Insights from 73 countries*.

Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>