



# El Espíritu Emprendedor

de los Estudiantes  
Universitarios  
en Colombia



**OP·G·ING**

CENTRO DE EMPRENDIMIENTO DE IMPACTO EAFIT



Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey

# **El Espíritu Emprendedor de los Estudiantes Universitarios en Colombia**

***Informe GUESSS Colombia 2023-2024***

Izaias Martins

Juan Pablo Pérez

Jorge Moreno Gómez

Tatiana López

Medellín, Colombia

Cuarta edición: Julio de 2024

© [2024] [Universidad EAFIT]

© Izaias Martins, Juan Pablo Pérez, Jorge Moreno Gómez, Tatiana López

© [2024] Este informe dispone de licencia abierta a través de CC BY 4.0.

Fotografías: Robinson Henao Cañón, Departamento de Comunicación, Universidad EAFIT. Imagen de Freepik en portada.

ISSN: 2711-2306

Proyecto GUESSS Colombia

Prohibida la reproducción total o parcial, por cualquier medio o con cualquier propósito, sin la autorización escrita de la Universidad EAFIT.

### **Citación**

Martins, I., Perez, J.P., Moreno-Gómez, J., & Lopez, T. (2024). El Espíritu Emprendedor de Los Estudiantes Universitarios En Colombia: Resultados Del Proyecto GUESSS Colombia 2023-2024. Medellín.

## **Prefacio**

El informe GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) capítulo Colombia 2023 presenta un análisis del contexto de la iniciativa emprendedora entre estudiantes universitarios a nivel nacional y permite el comparativo con una amplia muestra global. Estos comparativos son esenciales para identificar fortalezas y áreas de mejora en el contexto colombiano, facilitando la implementación de estrategias efectivas para fomentar el emprendimiento.

Este estudio, en su cuarta edición en Colombia, es parte de la décima recolección de datos a nivel mundial que este año ha logrado la participación de más de 226,000 estudiantes en 57 países, incluyendo una muestra representativa de Colombia con más de 13,000 participantes. Este informe tiene como finalidad inspirar a emprendedores y demás actores del ecosistema emprendedor del país, responsables políticos en la promoción del espíritu emprendedor en el ámbito universitario e investigadores comprometidos con el estudio del fenómeno emprendedor.

El informe ofrece una visión holística e ilustrativa del ecosistema emprendedor universitario, a partir de aspectos clave como la intención de carrera y la percepción de los estudiantes respecto al apoyo del entorno universitario y familiar. Además, este estudio aporta información única en el país sobre las actividades de creación de empresas y la participación en empresas familiares a partir del monitoreo de emprendedores nacientes y activos en el contexto universitario. El informe también busca identificar los antecedentes y condiciones tanto externas como individuales que influyen en la decisión de emprender.

El Informe GUESSS Colombia 2023-2024 es una herramienta valiosa que contribuye al entendimiento y fomento del espíritu emprendedor entre estudiantes universitarios, promoviendo una visión integral y comparativa que puede ser utilizada para impulsar mejoras en los programas educativos y políticas públicas relacionadas con el emprendimiento.

Izaias Martins  
*Universidad EAFIT*

Juan Pablo Pérez  
*Universidad EAFIT*

Jorge Moreno Gómez  
*Universidad de la Costa*

Tatiana López  
*Universidad EAFIT*

## Prólogo

El espíritu emprendedor en el ámbito universitario ha ganado una relevancia indiscutible en la economía global. Este informe, correspondiente a la edición 2023-2024 del GUESSS en Colombia, ofrece una visión detallada del entorno emprendedor entre los estudiantes universitarios del país.

A lo largo de sus páginas, este documento presenta un análisis profundo y comparativo con datos globales, permitiendo identificar las fortalezas y áreas de mejora del ecosistema emprendedor universitario colombiano. La intención es proporcionar información valiosa que sirva de guía para fomentar y fortalecer el emprendimiento en las instituciones educativas del país.

El informe incluye una serie de secciones que abordan desde las características socio-demográficas de los participantes, hasta las intenciones de carrera, y los determinantes de la intención emprendedora. Se examinan, además, las actividades de los emprendedores nacientes y activos, así como la influencia del entorno universitario y familiar en la decisión de emprender.

Queremos destacar que este estudio, en su cuarta edición en Colombia, forma parte de la décima recogida de datos a nivel mundial, contando este año con la participación de más de 226,000 estudiantes en 57 países, de los cuales más de 13,000 son colombianos. Este alcance global no solo aporta un contexto comparativo significativo, sino que también subraya la importancia de las redes y colaboraciones internacionales en el desarrollo del espíritu emprendedor.

Es muy importante que la universidad trascienda los enfoques tradicionales de docencia e investigación, para convertirse en una institución que integra la transferencia de tecnología, la innovación y la colaboración activa con la industria y la sociedad. Este tipo de institución se enfoca en el desarrollo económico y social, promoviendo así el nuevo concepto de universidad emprendedora.

El presente informe se convierte, por tanto, en una herramienta fundamental para emprendedores, académicos, responsables políticos y demás actores del ecosistema emprendedor, proporcionando datos concretos y análisis detallados que pueden ser utilizados para impulsar estrategias efectivas y políticas públicas que promuevan el emprendimiento en el ámbito universitario.

Esperamos que este informe inspire y motive a todos los lectores a seguir apoyando y desarrollando el espíritu emprendedor en Colombia, contribuyendo así a un futuro más innovador y próspero.

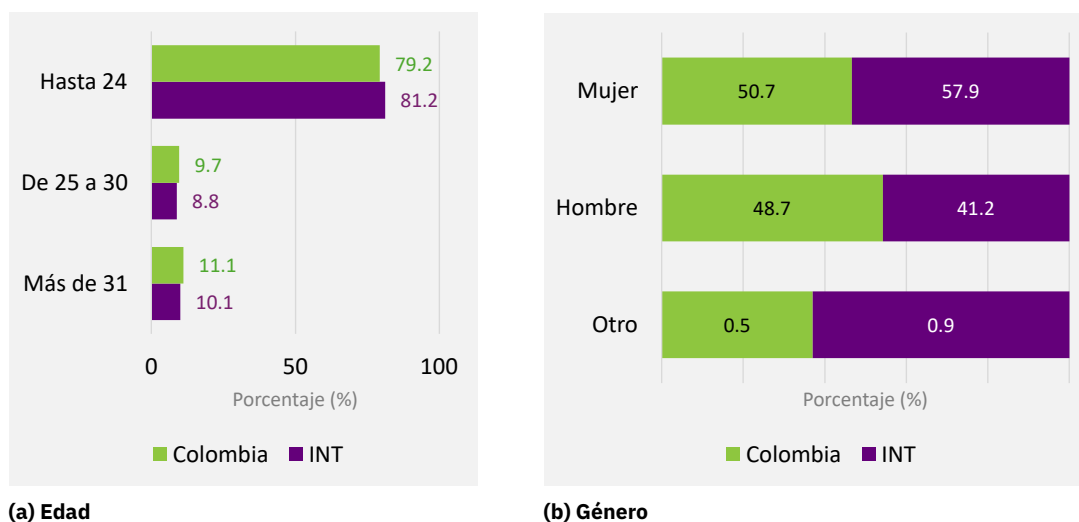
PhD. Tito José Crissien Borrero  
Ministro de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia 2021-2022  
Director Ejecutivo CIENTECH

# Índice

<b>1 Características socio-demográficas de los participantes</b>	<b>7</b>
<b>2 Intenciones de carrera</b>	<b>9</b>
<b>3 Determinantes de la intención emprendedora</b>	<b>14</b>
3.1 Fuerza de la intención emprendedora . . . . .	14
3.2 El entorno universitario . . . . .	16
3.3 El entorno familiar . . . . .	18
<b>4 Emprendedores nacientes</b>	<b>21</b>
4.1 Aspectos generales . . . . .	21
4.2 Características de las empresas nacientes . . . . .	23
4.3 Orientación emprendedora individual de los emprendedores nacientes	25
<b>5 Emprendedores activos</b>	<b>27</b>
5.1 Aspectos generales . . . . .	27
5.2 Características de las empresas activas . . . . .	28
<b>6 La empresa familiar</b>	<b>35</b>
6.1 Aspectos generales . . . . .	35
<b>7 Visión política, social y económica</b>	<b>39</b>
<b>8 Bienestar subjetivo y resiliencia</b>	<b>41</b>
<b>9 Recomendaciones</b>	<b>43</b>
<b>10 Universidades GUESS Colombia 2023-2024</b>	<b>46</b>
<b>Referencias</b>	<b>47</b>

# 1 Características socio-demográficas de los participantes

Se realizó un análisis de los datos a partir de la participación de los encuestados, donde se clasificaron por rango de edades, así como por género. Se puede observar en la Figura 1a, que la mayor participación se obtuvo entre los ubicados en el rango de edad de 24 años o menos, a nivel nacional e internacional (79.2 % y 81.2 %, respectivamente). Con respecto al género, la Figura 1b muestra mayor concentración de las mujeres, tanto nacional e internacionalmente (50.7 % y 57.9 %, respectivamente), mientras los hombres presentan una menor participación (48.7 % y 41.2 %, respectivamente). Es de destacar, que el 0.5 % de los encuestados en Colombia y el 0.9 % a nivel internacional, no se identificaron con ninguno de los dos géneros predominantes.



**Figura 1: Edad y género de los estudiantes participantes**

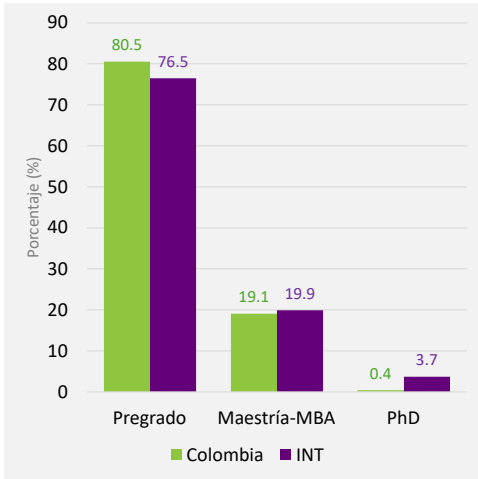
De acuerdo con la Figura 2a, la mayor parte de los estudiantes encuestados se encuentran realizando estudios de pregrado, tanto a nivel nacional como internacional (80.5 % y 76.5 %, respectivamente). A nivel de posgrado, hay mayor participación por parte de los estudiantes internacionales, esta diferencia se acentúa en estudiantes de doctorado.

Entre tanto, la mayoría de los participantes en el estudio son del área de ciencias administrativas y de ingenierías y ciencias exacta, equivalentes al 71.5 % a nivel nacional y el 49 % a nivel internacional, como se observa en la Figura 2b. En contraste, las áreas de ciencias sociales

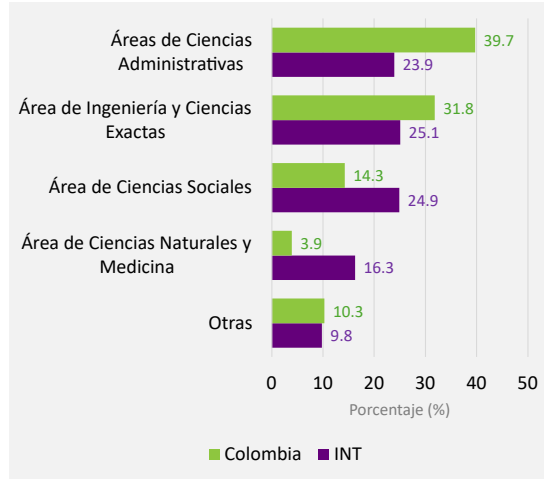
Predominan estudiantes de pregrado, pero la muestra también considera un porcentaje significativo de estudiantes de posgrado. Además, hay representación de todas las áreas de conocimiento.



y las ciencias naturales y medicina, tuvieron una mayor participación en el ámbito internacional en contraste con en el ámbito nacional (41.2 % y 18.2 %, respectivamente).



(a) Nivel de formación



(b) Área del conocimiento del programa cursado

**Figura 2: Nivel de formación y área de conocimiento de los participantes**



## 2 Intenciones de carrera

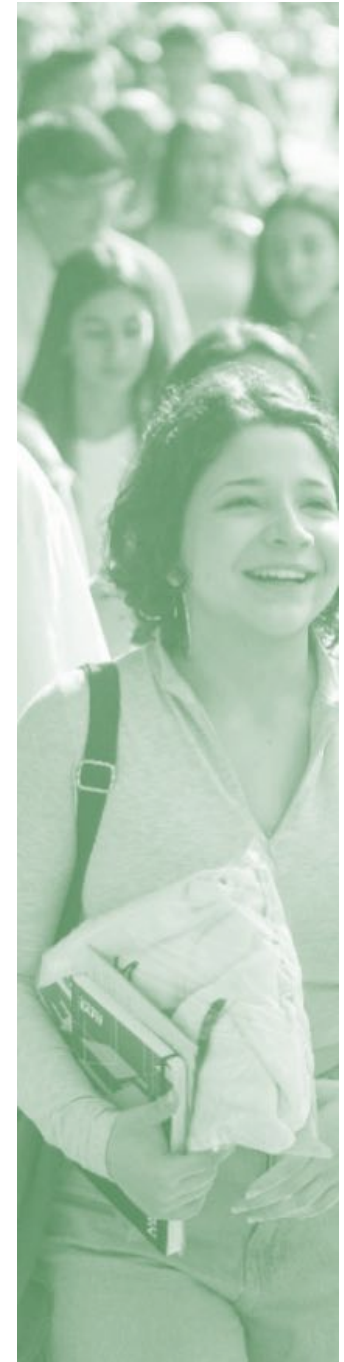
El proyecto GUESSS tiene entre sus objetivos principales determinar las intenciones de carrera de los estudiantes universitarios, con un enfoque particular en su inclinación hacia el emprendimiento. Este informe analiza las proyecciones de carrera de los estudiantes en dos momentos clave: al finalizar sus estudios y transcurrido un lustro desde su graduación.

La Figura 3 muestra la intención de carrera de los estudiantes al finalizar sus estudios y su intención cinco años después de graduarse, según diez posibles trayectorias profesionales, que van desde ser emprendedores hasta ser empleados en organizaciones privadas, públicas o sin ánimo de lucro. Los resultados indican que cerca del 35.4 % de los encuestados aspiran a convertirse en empleados de una empresa grande o mediana una vez reciban su grado, mientras el 28.8 % aspira a ser emprendedor.

El 28.8 % de los estudiantes en Colombia aspira a ser emprendedor al graduarse, y el 50.2 % 5 años después.

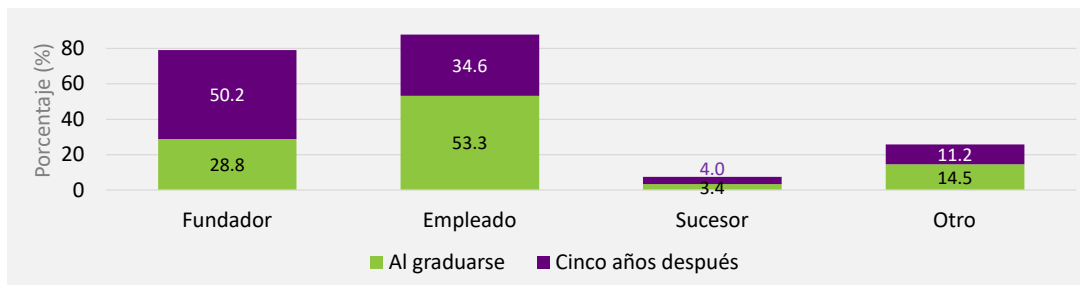


**Figura 3: Intención de carrera a nivel nacional**



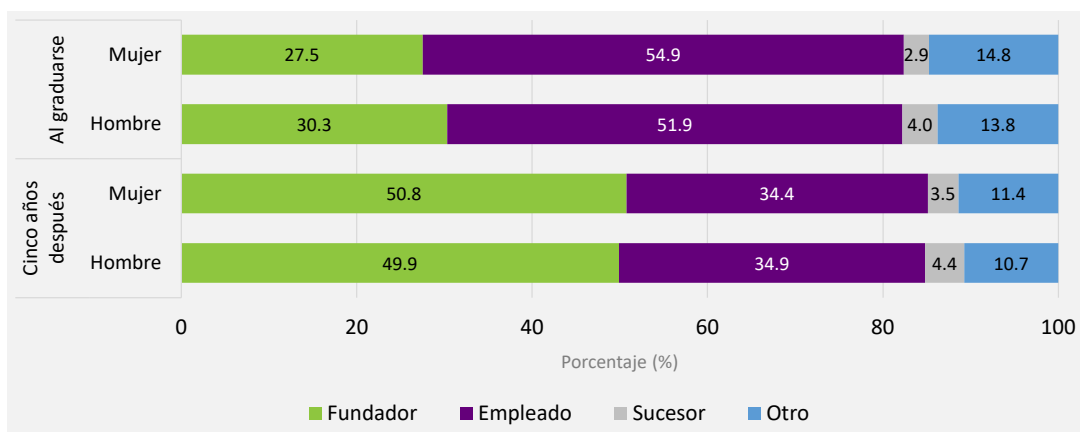
Estas intenciones se revierten cinco años después del grado, donde el 50.2 % tiene el deseo de ser emprendedor y tan solo el 20.1 % espera ser empleado de una empresa bien sea grande o mediana. Lo anterior podría reflejar un deseo de los estudiantes por adquirir experiencia profesional y contactos, para luego fundar su propia empresa.

Para facilitar el análisis, las intenciones de carrera descritas anteriormente fueron agrupadas en cuatro categorías, a saber: fundador, empleado, sucesor y otros. Los resultados se denotan en la Figura 4, donde puede observarse la predominante intención de los estudiantes de trabajar como empleados al graduarse (53.3 %) y cinco años después de terminar sus estudios tienen la intención de fundar su propio negocio (50.2 %). Al graduarse, y cinco años después, el porcentaje de encuestados que aspira a convertirse en sucesor es inferior a 5 %.



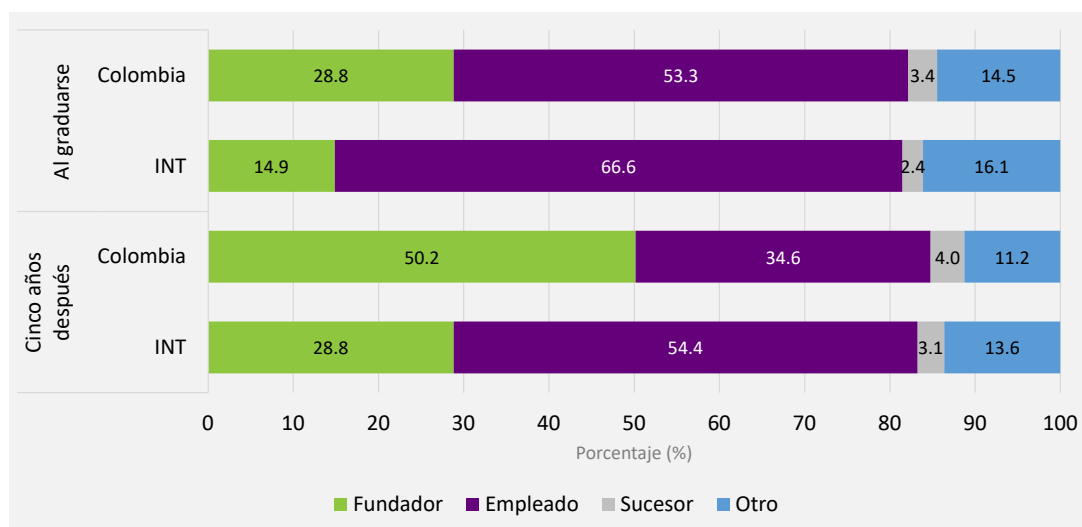
**Figura 4: Resumen de la intención de carrera a nivel nacional**

El contraste entre la intención de carrera por género se exhibe en la Figura 5. De este modo, al momento del grado el porcentaje de hombres con intención emprendedora (30.3 %) es mayor que el porcentaje de mujeres (27.5 %), mientras el porcentaje de mujeres que están dispuestas a buscar empleo (54.9 %) es ligeramente mayor al porcentaje de hombres que se inclinan por esta opción (51.9 %). Sin embargo, al examinar las intenciones de carrera cinco años después del grado, puede observarse que la intención de ser empleado o de ser emprendedor es similar para ambos géneros.



**Figura 5: Intención de carrera y por género a nivel nacional**

Al comparar las intenciones de carrera nacional e internacional, la Figura 6, sugiere que al graduarse los estudiantes encuestados pretenden convertirse en empleados y que cinco años después aspiran a fundar su empresa, presentándose algunas diferencias significativas entre la muestra de Colombia y la internacional. Por ejemplo, al momento del grado, en Colombia es superior el porcentaje de estudiantes con intención de carrera: 28.8 % a nivel nacional frente a un 14.9 % de los estudiantes internacionales. Cinco años después del grado, el 50.2 % de los estudiantes colombianos quieren fundar su propia empresa, frente a un 28.8 % a nivel internacional.



**Figura 6: Intención de carrera - Colombia vs. Internacional**

Debido a que el área de formación del estudiante puede ser un factor determinante en su intención de crear empresa, el Cuadro 1 muestra la evolución de la intención de carrera según el área de estudios, tanto al graduarse como cinco años después. En concordancia con lo anterior, la mayor intención de carrera al graduarse consiste en ser empleado. Se destaca que los universitarios del área de ciencias administrativas manifiestan la mayor intención de fundar un negocio al terminar los estudios (35.0 %), cinco años después (56.5 %) y también son los que se inclinan más a la sucesión en la empresa familiar al graduarse (5.0 %) y cinco años después de graduarse (5.5 %). En contraste, los porcentajes más bajos de intención de tener empresa propia se evidencian en el área de las ciencias sociales (21.5 % al graduarse y 36.7 % cinco años después).

En Colombia la intención de fundar una empresa al momento del grado aumentó significativamente en todas las áreas de conocimiento frente a los hallazgos encontrados en 2021. Así, en ciencias administrativas

En Colombia la intención de emprender al graduarse ha aumentado respecto a años anteriores.

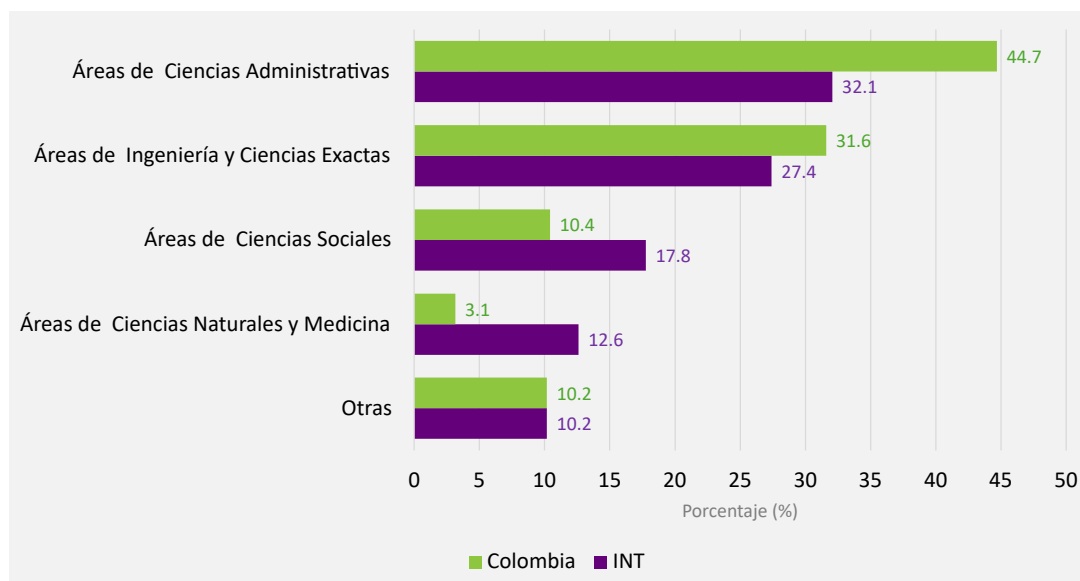


**Cuadro 1: Evolución de la intención de carrera por área de estudio (Porcentaje %)**

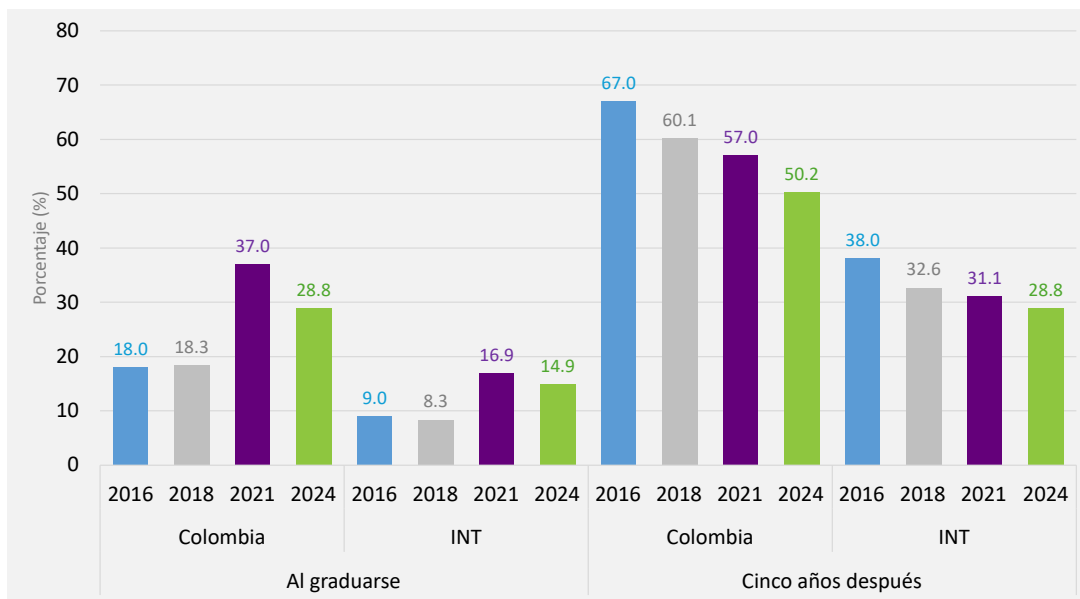
Área de estudio	Intención de carrera	Fundador	Empleado	Sucesor	Otro
Ciencias	Al graduarse	35.0	48.7	5.0	11.3
Administrativas	Cinco años después	56.5	29.5	5.5	8.5
Ingeniería y Ciencias Exactas	Al graduarse	25.0	58.2	2.2	14.6
	Cinco años después	49.8	36.0	3.0	11.1
Ciencias Sociales	Al graduarse	21.5	57.7	2.4	18.5
	Cinco años después	36.7	46.1	2.7	14.5
Ciencias Naturales y Medicina	Al graduarse	21.1	62.0	1.8	15.2
	Cinco años después	40.6	45.5	2.0	12.0
Otras	Al graduarse	30.4	46.6	2.9	20.1
	Cinco años después	49.7	29.8	3.4	17.1

pasó de 35.0 % a 56.5 %, ingenierías y ciencias exactas de 25.0 % a 49.8 %, ciencias sociales de 21.5 % a 36.7 %, ciencias naturales y medicina de 21.1 % a 40.6 %, y otras áreas de 30.4 % a 49.7 %.

Al considerar la intención emprendedora a nivel nacional e internacional y el área de estudio de los encuestados a los cinco años del grado, se evidencia que en Colombia el porcentaje de dicha intención es mayor en los campos de ciencias administrativas (44.7 % frente a 32.1 %) e ingenierías y ciencias exactas (31.6 % frente a 27.4 %). Esta situación se revierte para las demás áreas donde la participación internacional se encuentra por encima de la nacional (ver Figura 7). Vale la pena mencionar que la diferencia en puntos porcentuales de la intención emprendedora para el área de ciencias administrativas entre Colombia y el total de países, pasó de 10.2 % en las encuestas del 2021 a 12.6 % en esta edición del estudio.

**Figura 7: Intención emprendedora a los cinco años de graduarse por área del conocimiento - Colombia vs. Internacional**

La Figura 8 sugiere que al momento del grado la intención emprendedora de los colombianos ha presentado una dinámica creciente hasta alcanzar su máximo en el año 2021 (37 %), para luego descender al 28.8 % en el 2024. Entre tanto, la dinámica cinco años después del grado, esta dominada por una tendencia decreciente alcanzando su mínimo en el 2024 (50.2 %). Internacionalmente, se observa que el compartimiento ha sido similar —pero notablemente inferior— al evidenciado en Colombia. Lo anterior muestra una tendencia de los alumnos a emprender más pronto en su trayectoria vital y profesional.



**Figura 8: Intención emprendedora a través del tiempo - Colombia vs. Internacional**

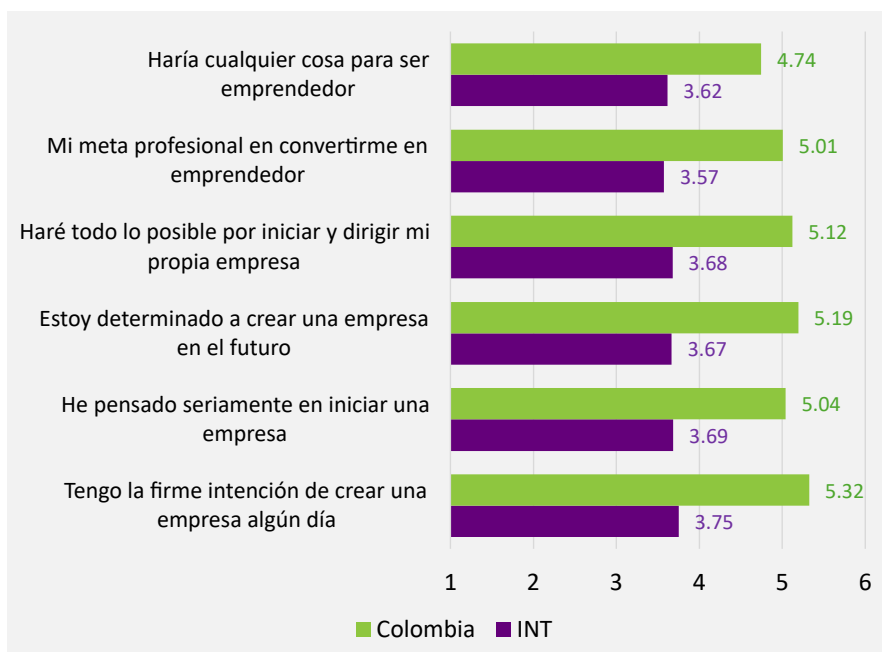
### 3 Determinantes de la intención emprendedora

#### 3.1 Fuerza de la intención emprendedora

El estudio capta la intención emprendedora de los estudiantes mediante un cuestionario estructurado (Liñán & Chen, 2009). Los participantes responden a seis items, indicando su nivel de aprobación en una escala Likert de 7 puntos, donde 1 significa “muy en desacuerdo” y 7 “muy de acuerdo”. La media de estas respuestas genera un índice agregado que refleja la fuerza de la intención del estudiante de convertirse en emprendedor en el futuro.

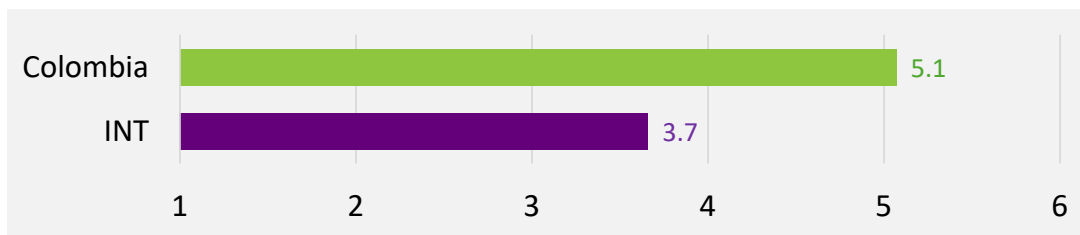
Al analizar estos seis atributos, se evidencia que los estudiantes colombianos calificaron cada uno de éstos con una puntuación superior a 4.5, siendo el atributo “tengo la firme intención de crear una empresa algún día” el mejor calificado (con 5.32 puntos). Por su parte, la puntuación del atributo “haría cualquier cosa para ser emprendedor” fue la menor (4.74). En cualquier caso, todas las valoraciones a nivel nacional son superiores a las registradas en el plano internacional (ver Figura 9).

En Colombia hay diferencias significativas con respecto a la fuerza de la intención de emprender, destacando un fuerte espíritu emprendedor a nivel nacional en comparación a la media internacional.



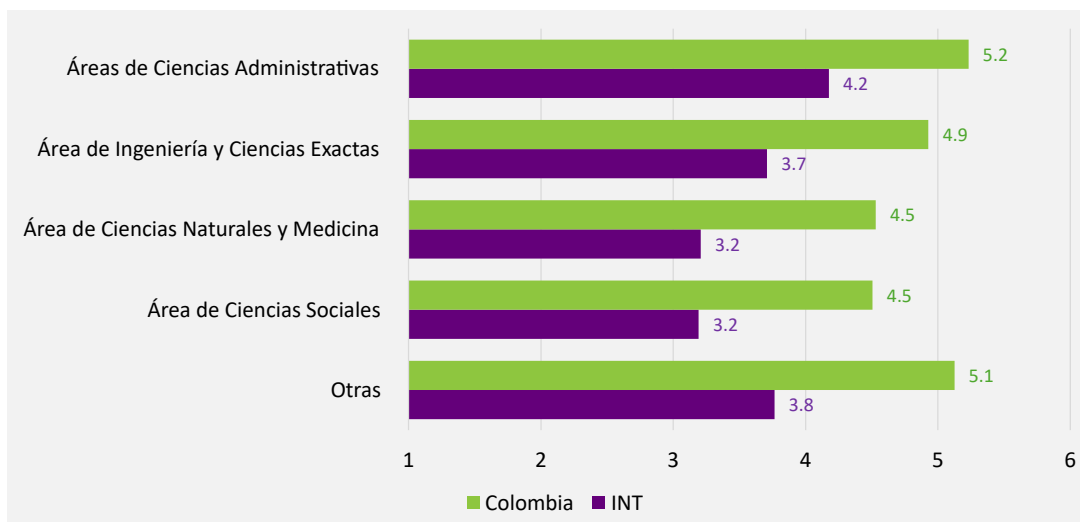
**Figura 9: Atributos del índice de intención de emprender - Colombia vs. Internacional**

Al considerar la fuerza de la intención emprendedora a nivel agregado (Figura 10), puede observarse como la puntuación promedio de los estudiantes universitarios colombianos está por encima de los resultados a nivel internacional en 1.4 puntos. Al comparar estos resultados con los del año 2021, la fuerza de la intención emprendedora disminuyó, pues en ese periodo fue de 5.4 para Colombia y de 3.8 para los países participantes.



**Figura 10: Fuerza de la intención emprendedora - Colombia vs. Internacional**

El análisis por área de estudio confirma los resultados presentados anteriormente. De esta forma, los estudiantes de las áreas de ciencias administrativas e ingenierías y ciencias exactas son quienes tienen la mayor intención para llevar a cabo actividades emprendedoras, tanto a nivel nacional como internacional. Independientemente del área de conocimiento, los estudiantes colombianos aventajan a la muestra internacional en más de un punto promedio. Cabe destacar que las áreas de ciencias naturales y medicina y ciencias sociales muestran índices inferiores a la media nacional, 4.5 para ambas (ver Figura 11).



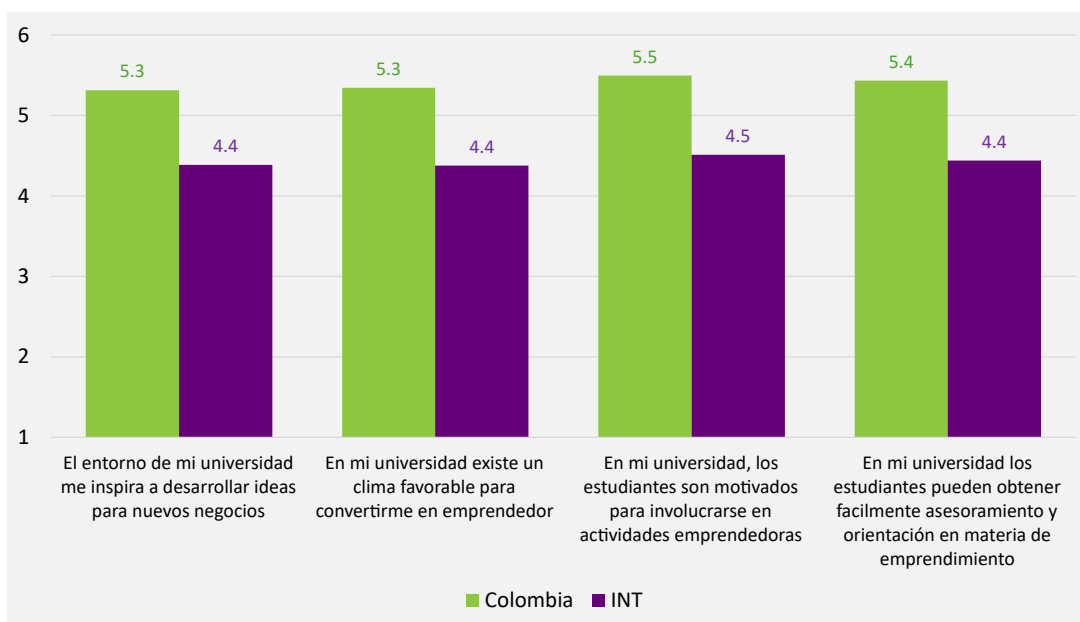
**Figura 11: Índice de la intención de emprender por área del conocimiento - Colombia vs. Internacional**

### 3.2 El entorno universitario

En relación con el entorno universitario, la metodología GUESSS realiza su evaluación promediando la calificación obtenida en tres atributos, valorados por los estudiantes en una escala entre 1 (muy en desacuerdo) y 7 (muy de acuerdo).

Colombia valora el entorno universitario de apoyo al emprendimiento positivamente y por encima de la media internacional.

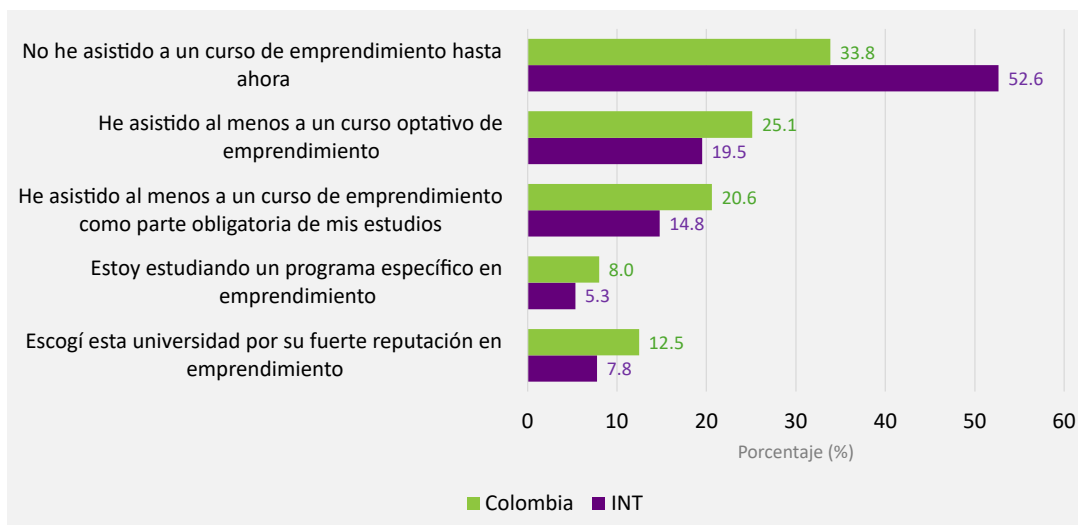
En la Figura 12 puede observarse que el ítem “En mi Universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras” fue el mejor calificado, con una puntuación de 5.5 para Colombia y 4.5 para la muestra internacional. Le sigue con calificaciones de 5.4 para Colombia y 4.4 a nivel internacional el atributo “En mi Universidad, los estudiantes pueden obtener fácilmente asesoramiento y orientación en materia de emprendimiento”. Se destaca que en Colombia todos los atributos tuvieron calificaciones superiores a cinco, lo cual podría indicar que los estudiantes perciben en las universidades participantes en el GUESSS nacional un entorno moderadamente adecuado para llevar a cabo la actividad emprendedora. Respecto a la edición anterior del estudio, se destaca como en las universidades colombianas el clima favorable al emprendimiento bajo levemente, al tiempo que el promedio general para el país desmejoró al pasar de 5.56 en 2021 a 5.38 en 2024.



**Figura 12: Evaluación promedio del entorno universitario para el emprendimiento - Colombia vs. Internacional**



Al preguntarles a los estudiantes colombianos sobre las asignaturas relacionadas con el emprendimiento que han cursado, en la Figura 13 se evidencia que el 25.1 % de los encuestados afirman que han asistido al menos a un curso optativo, cifra superior a la revelada a nivel internacional (19.5 %). Por otro lado, el 33.8 % de los estudiantes colombianos aseguraron que hasta el momento no habían cursado ni una sola materia en la temática, porcentaje que se eleva hasta el 52.6 % en los estudiantes de otros países. Asimismo, es interesante destacar que en Colombia más del doble, en comparación con la muestra internacional, de los estudiantes han afirmado escoger su universidad por su reputación en emprendimiento (12.5 % frente al 7.8 %).



**Figura 13: Atributos evaluados para estudiar la educación en emprendimiento - Colombia vs. Internacional**

Para entender la relación entre la educación en emprendimiento y la intención de crear empresas, se les preguntó a los estudiantes sobre cinco atributos vinculados con el aprendizaje obtenido al asistir a cursos enfocados. La Figura 14 evidencia una evaluación positiva de parte de los estudiantes con respecto a las asignaturas en emprendimiento cursadas en las universidades. Puntualmente manifiestan que los cursos y servicios ofrecidos por la universidad “aumentaron mi entendimiento de las actitudes, los valores y las motivaciones de los emprendedores” y “aumentaron mi conocimiento de las actividades que hay que realizar para crear una empresa”, con un promedio de 5.3. Mientras que el atributo de “aumentaron mi habilidad para desarrollar redes de contactos” fue el peor calificado, con una puntuación de 5.1. Es de destacar que para todas las opciones planteadas las valoraciones de los estudiantes colombianos fueron mejores que las reportadas por los participantes de la muestra internacional, así el promedio para Colombia fue de 5.21 (frente a 5.28 en el año 2021) y el internacional de 4.13 (frente a 4.2 en la observación anterior). Esta valoración, puede ser un reflejo de la adecuada labor de los profesores colombianos en sus

asignaturas.



**Figura 14: Percepción de aprendizaje de los programas en emprendimiento - Colombia vs. Internacional**

### 3.3 El entorno familiar

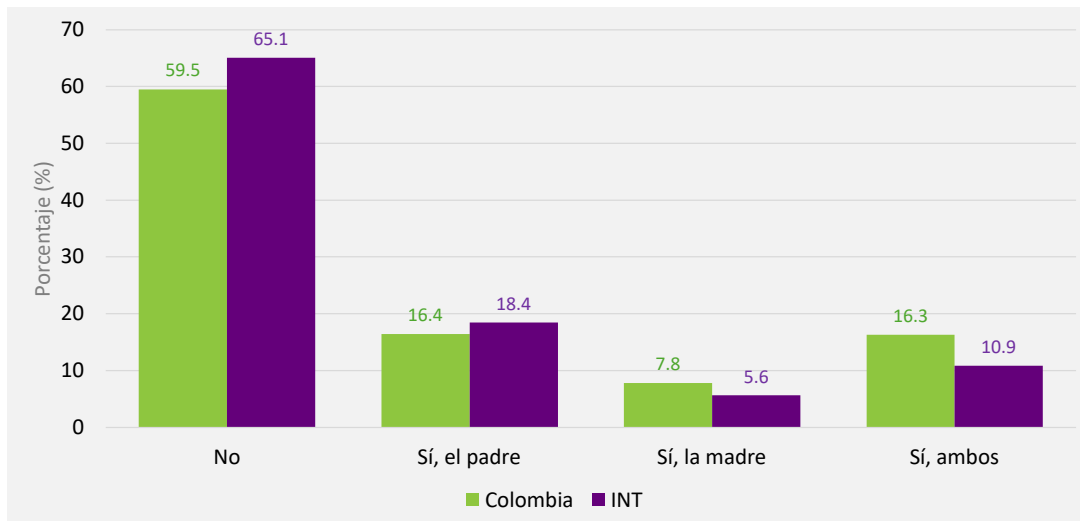
La literatura académica sugiere que el entorno familiar es un factor determinante de la intención emprendedora (Aldrich & Cliff, 2003; Laspita et al., 2012). En la Figura 15 se aprecia que el 40.5 % de los encuestados en Colombia afirmó que ambos padres, o al menos uno de ellos trabajaba en una empresa propia, frente a un 34.9 % a nivel internacional. En detalle, el 16.3 % de los estudiantes colombianos indicaron que ambos padres trabajaban en su propia empresa (frente al 10.9 % en la muestra internacional). Esto resalta que un alto porcentaje de los encuestados en Colombia tienen antecedentes familiares empresariales o se desenvuelven en un contexto familiar emprendedor, que pueden ser factores potenciales o coadyuvantes en su intención de crear empresa, aunque hay que considerar que dicho porcentaje se ubica por debajo del 54.4 % de los resultados presentes en el 2021.

Con el objetivo de ampliar el entendimiento del contexto familiar se divide la muestra en dos partes. La primera parte está constituida por estudiantes con padres empresarios, mientras la segunda parte abar-

El 40.5 % de los encuestados en Colombia se desenvuelven en un contexto familiar emprendedor frente a un 34.9 % a nivel internacional.

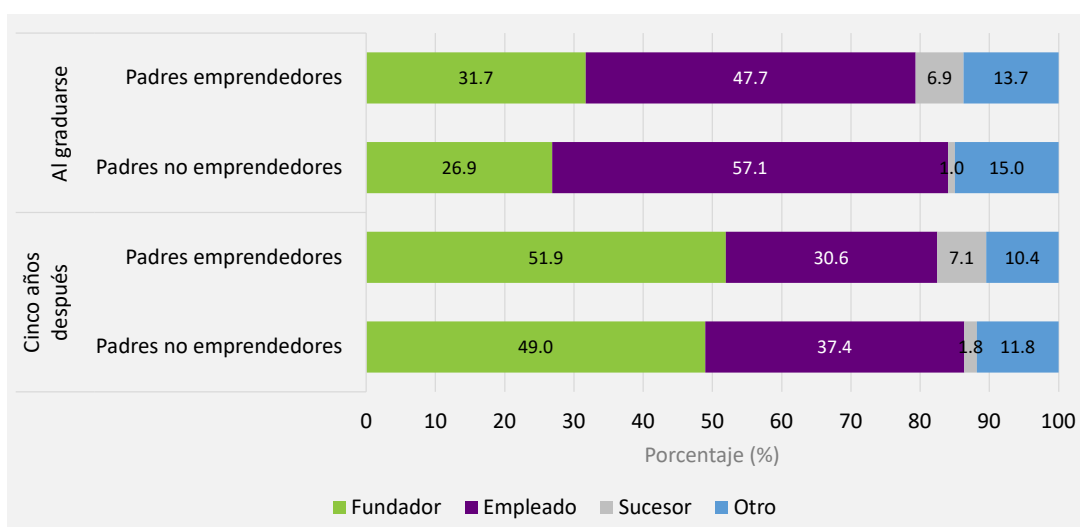


ca a los participantes cuyos padres no poseen empresa propia. Una vez realizada dicha división, los dos grupos se contrastan desde la intención de carrera (al grado y cinco años después), los resultados a nivel nacional pueden visualizarse en la Figura 16.



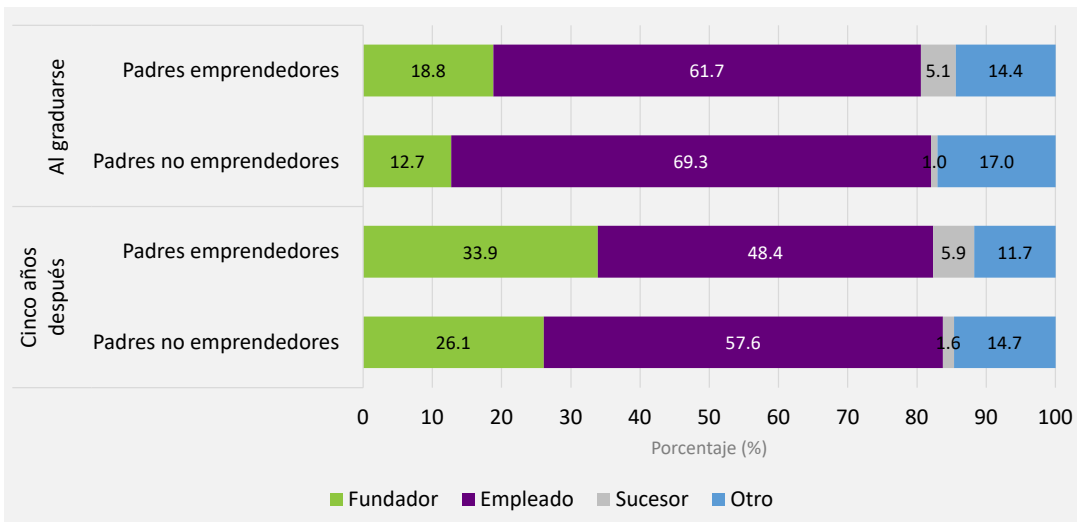
**Figura 15: Padres trabajando en empresa propia - Colombia vs. Internacional**

Así, se observa que la intención de tener empresa propia es más pronunciada en los estudiantes con padres emprendedores tanto al momento del grado (31.7 % frente a 26.9 % en los que no tienen antecedentes emprendedores familiares), como cinco años después (51.9 % con antecedentes emprendedores, frente a 49.0 % para los que no los tienen). Estos hallazgos están en la misma línea de los encontrados en el informe 2021 y señalan que los antecedentes de emprendimiento en la familia cercana pueden influir sobre la intención emprendedora de los estudiantes.



**Figura 16: Padres emprendedores e intención de carrera por rol, a nivel nacional**

Por su parte, a nivel internacional la Figura 17 sugiere resultados similares. De esta forma, el hecho de tener antecedentes emprendedores en la familia cercana denota implicaciones positivas en la intención emprendedora de los estudiantes, ya que tanto al momento del grado, como a cinco años después, la intención de tener una empresa propia es más alta para los alumnos cuyos padres son emprendedores, confirmándose además los hallazgos del informe 2018-2019.



**Figura 17: Padres emprendedores e intención de carrera por rol, a nivel internacional**

## 4 Emprendedores nacientes

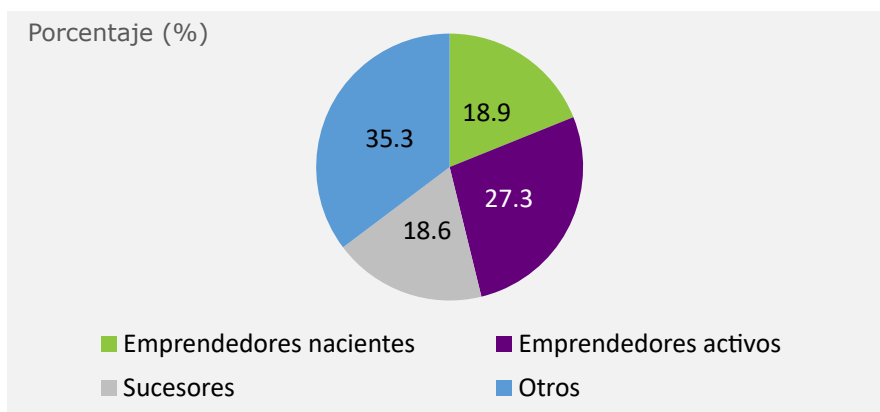
Además de la intención emprendedora, el proyecto GUESSS busca monitorear las actividades de creación de empresa de los estudiantes universitarios. En este sentido, este capítulo se centra en aquellos estudiantes que están desarrollando alguna actividad para crear su propia empresa y busca describir tanto las características personales de dichos participantes como la de sus empresas. Estos serán denominados emprendedores nacientes.

En Colombia el 18.6 % de los estudiantes encuestados son emprendedores nacientes, mientras que el 27.3 % son emprendedores activos y el 18.6 % de los estudiantes son sucesores en empresas familiares.

### 4.1 Aspectos generales

Para identificar en qué etapa del proceso de creación de empresas se encuentran los estudiantes, se les pregunta si en los próximos meses piensan poner en marcha su propia empresa o si ya se ha creado. De acuerdo con su respuesta se despliega el grupo de preguntas diseñadas para cada segmento.

Según la Figura 18, el 18.6 % de los estudiantes encuestados afirmaron al momento de diligenciar el cuestionario que estaban llevando a cabo alguna actividad que les permitiera iniciar su propio negocio, mientras que el 27.3 % afirmó que dirigía su propia empresa. Además, el 18.6 % de los estudiantes encuestados afirmaron que están siendo sucesores en empresas. En comparación con lo registrado en el año 2021, el porcentaje de emprendedores nacientes y el de emprendedores activos disminuyeron, pues en dicho momento estaba en el 50.1 % y 30.9 % respectivamente.



**Figura 18: Emprendedores nacientes, activos y sucesores, a nivel nacional**



Con el objetivo de ampliar el análisis comparativo entre Colombia y los demás países del estudio, se realiza una división de la muestra internacional entre países en desarrollo (26) y desarrollados (30), tomando como referencia UNCTAD (2023). Eso, permite comparar emprendedores nacientes y activos en el ámbito universitario colombiano con sus pares en economías similares y en economías desarrolladas (ver Cuadro 2).

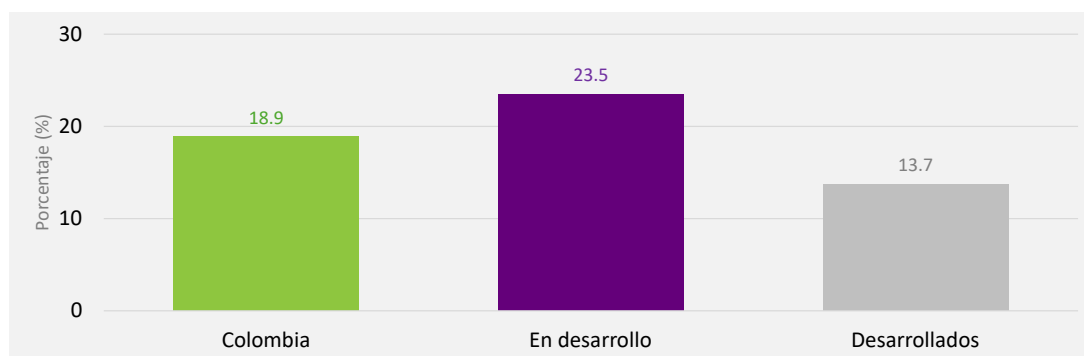
### Cuadro 2: Clasificación de los países

Países en desarrollo			
Arabia Saudí	Emiratos Árabes Un.	Marruecos	Túnez
Argentina	Guinea	México	Uruguay
Bolivia	India	Nigeria	
Brasil	Indonesia	Pakistán	
Chile	Irán	Panamá	
China	Iraq	Paraguay	
Costa Rica	Jordania	Qatar	
Ecuador	Kazajistán	Repúbl. Dominicana	

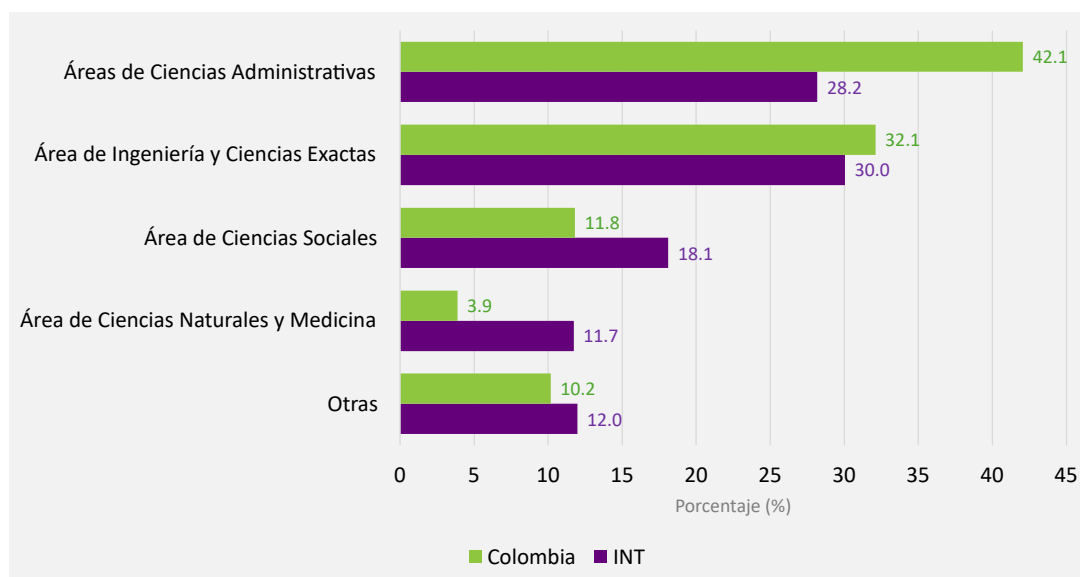
Países desarrollados			
Alemania	Eslovenia	Japón	República Checa
Austria	España	Liechtenstein	Rusia
Bélgica	Grecia	Lituania	Suecia
Bulgaria	Holanda	Macedonia del norte	Suiza
Canadá	Hungría	Noruega	Ucrania
Corea	Inglaterra	Nueva Zelanda	USA
Croacia	Irlanda	Portugal	
Eslovaquia	Italia	Puerto Rico	

Al revisar el porcentaje de emprendedores nacientes registrados a nivel nacional y en los países en desarrollo y desarrollados, la Figura 19 refleja que los países en desarrollo presentan un porcentaje más alto de estudiantes que están intentando crear su propia empresa (23.5 %), superando a Colombia (18.9 %) y a los países desarrollados (13.7 %). Es de destacar, que a nivel nacional, la participación de emprendedores nacientes se redujo en aproximadamente 31 % respecto a los hallazgos del año 2021.



**Figura 19: Emprendedores nacientes - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

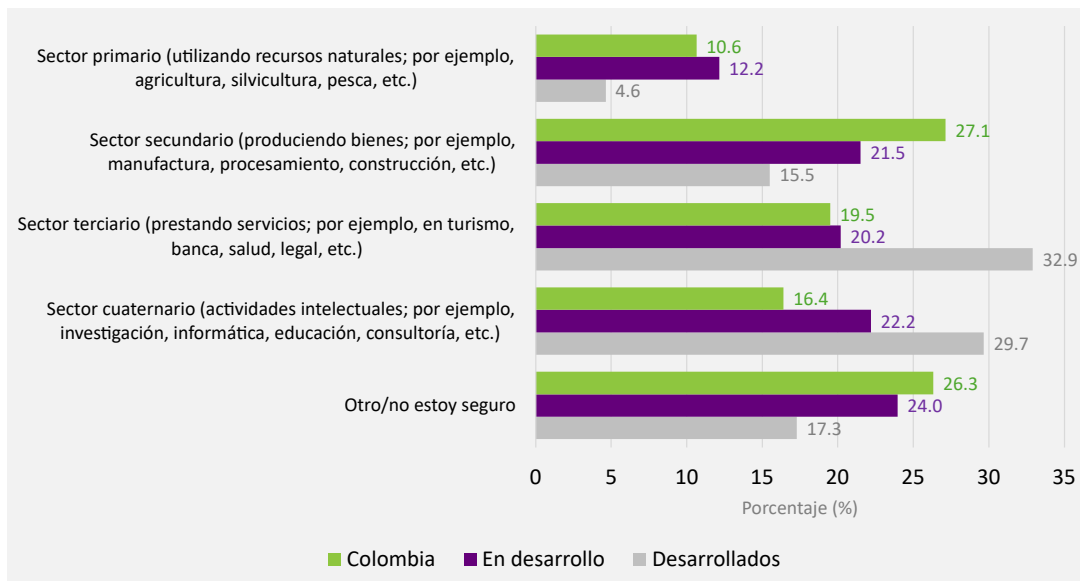
Por otra parte, los resultados de la Figura 20 muestran que el mayor porcentaje de emprendedores nacientes (aquellos que están realizando actividades para iniciar un negocio propio) están cursando programas en áreas de ciencias administrativas (42.1 %, frente a un 41.3 % encontrado en la investigación del año 2021), e ingenierías y ciencias exactas (32.1 % frente a un 27.3 % en la investigación anterior). Es importante subrayar que, en las áreas de ciencias sociales, ciencias naturales y medicina, el porcentaje de emprendedores nacientes es mayor en la muestra internacional, habiéndose encontrado lo mismo en la encuesta del año 2021.



**Figura 20: Emprendedores nacientes por área del conocimiento - Colombia vs. Internacional**

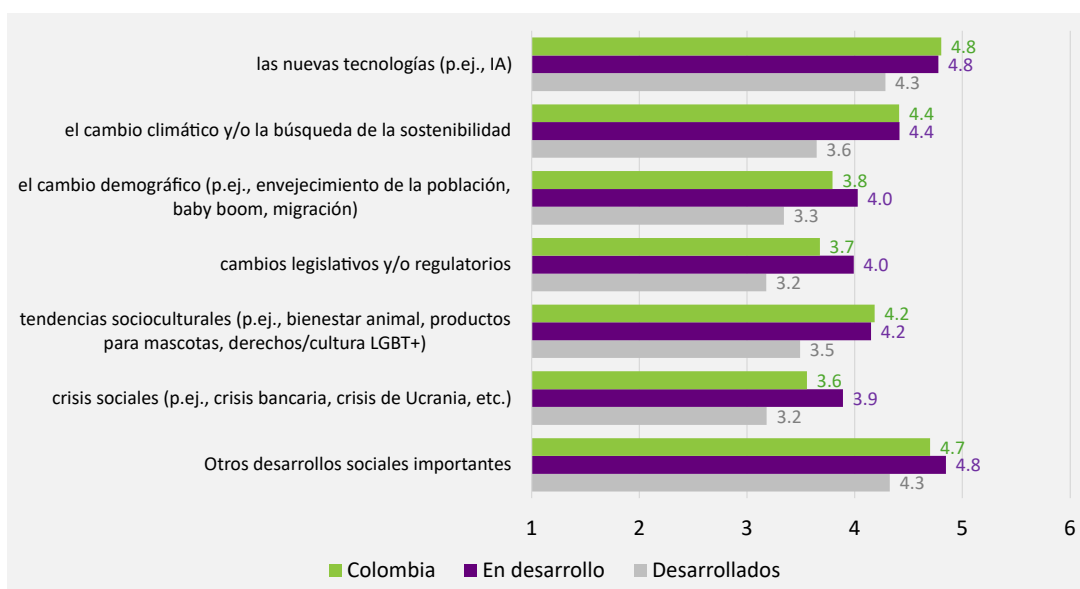
## 4.2 Características de las empresas nacientes

En relación con el sector económico donde pretenden operar los emprendedores nacientes, el estudio refleja diferencias entre la muestra nacional y los países desarrollados y en desarrollo en términos de porcentajes, y disparidad en el orden de preferencia como se evidencia en la Figura 21. En la muestra nacional, el 27.1 % de los encuestados mencionaron que su empresa operará en el sector secundario (producción bienes), mientras el 19.5 % destacó el sector terciario. Respecto a los resultados comparativos, los hallazgos sugieren que los países desarrollados muestran una diferencia significativa respecto a los países en desarrollo y Colombia en lo que se refiere a empresas nacientes en los sectores terciario y cuaternario (32.9 % y 29.7 % respectivamente). Estos sectores, están compuestos por emprendimientos basados principalmente en los servicios, el conocimiento, la investigación y tecnologías de información.



**Figura 21: Sector económico donde pretende operar el emprendedor naciente - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

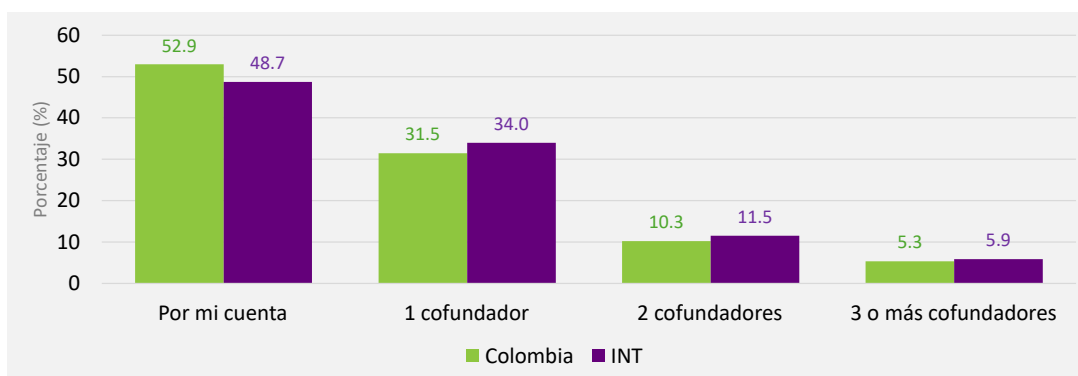
Los principales impulsores de las ideas de negocio de los emprendedores nacientes son (1) las nuevas tecnologías y (2) el cambio climático y/o la búsqueda de la sostenibilidad. Estos impulsores aunque puntúan en los tres grupos de la muestra, se destacan en estudiantes colombianos y de países en desarrollo (ver Figura 22). De otra parte, los impulsores con menos incidencia en los emprendedores son las crisis sociales y los cambios legislativos y/o regulatorios, tanto en Colombia como en los países en desarrollo y desarrollados con valores inferiores a 4 puntos.



**Figura 22: Impulsores de la idea de negocios del emprendedor naciente - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**



Con respecto al número de fundadores (Figura 23), en Colombia el 47.1 % de los empresarios nacientes prefiere aliarse con otros para iniciar la empresa (frente a un 51.2 % en la investigación anterior), bien sea con un cofundador o con varios, frente a un 52.9 % que espera crear la empresa por cuenta propia. A nivel internacional el porcentaje de empresarios nacientes que prefieren aliarse con otros es de 51.4 % (habiendo sido esta cifra del 46.1 % en el 2021), frente a un 48.7 % que espera crear la empresa por su propia cuenta. La preferencia por equipos de 3 o más cofundadores es pequeña, tanto a nivel nacional (5.3 %) como internacional (5.9 %).



**Figura 23: Cantidad de cofundadores entre emprendedores nacientes - Colombia vs. Internacional**

### 4.3 Orientación emprendedora individual de los emprendedores nacientes

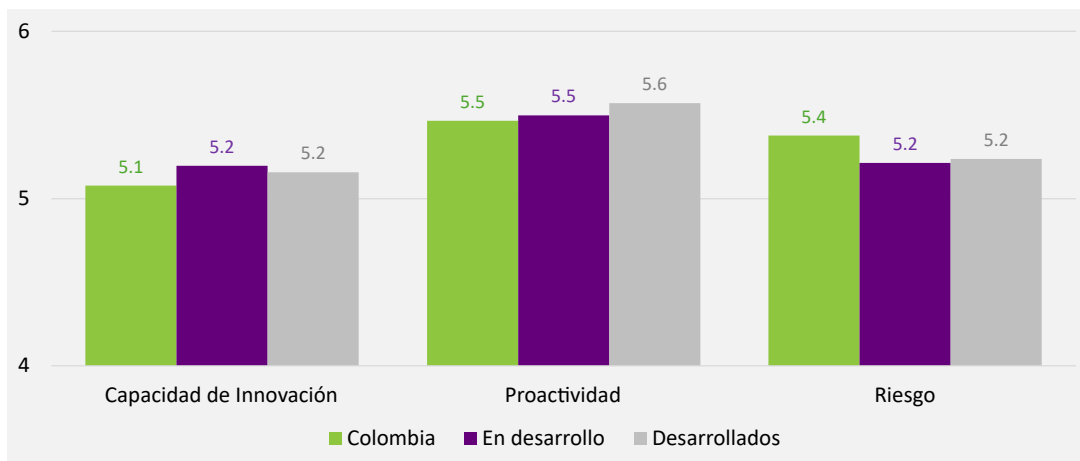
Las organizaciones, en cierta medida, son el resultado del comportamiento de los individuos que las integran; además, los rasgos de los individuos con mayor orientación emprendedora difieren de aquellos más conservadores, ya que están más abiertos a las novedades y a generar ideas creativas, son proactivos y más propensos a asumir riesgos (Bolton & Lane, 2012; Martins & Perez, 2020). En consecuencia, aquellos estudiantes con mayor orientación emprendedora absorben mejor la relación con su entorno cercano y son más inclinados a iniciar su propio negocio (Martins et al., 2022).

Al analizar la orientación emprendedora de los emprendedores nacientes, la Figura 24 muestra que en Colombia los emprendedores tienen una alta propensión a tomar riesgos (5.4 puntos), valor superior a los países en desarrollo y desarrollados (5.2 puntos para ambos). Estos resultados contrastan con la capacidad de innovación de los participantes colombianos cuya puntuación es inferior a sus contra-

En Colombia los emprendedores tienen una alta propensión a tomar riesgo, y los valores son superiores comparados con países en desarrollo y desarrollados.

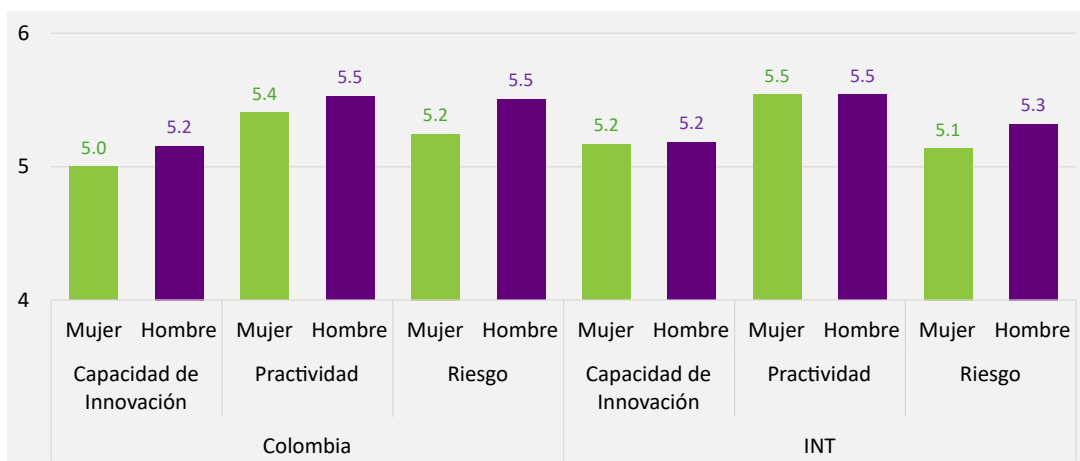


partes en países en desarrollo y desarrollados (5.1 puntos vs. 5.2 puntos). La proactividad, entre tanto, exhibe un comportamiento similar entre los emprendedores nacientes colombianos y de países en desarrollo (5.5 puntos) y se encuentra levemente por debajo de la puntuación en países desarrollados (5.6).



**Figura 24: Orientación emprendedora individual de emprendedores nacientes - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

La Figura 25 exhibe la diferencia entre la orientación emprendedora individual a nivel de género. En Colombia los hombres presentan mayores niveles de capacidad de innovación (5.2 vs. 5.0), proactividad (5.5 vs. 5.4) y propensión a tomar riesgos (5.5 vs. 5.2) que las mujeres. En el contexto internacional, solo se evidencian diferencias a favor de los hombres en la toma de riesgos (5.3 vs. 5.1), como no sucede con las demás dimensiones. Es de destacar que las mujeres a nivel internacional aventajan a las mujeres colombianas en la capacidad de innovación y proactividad, mientras los hombres colombianos aventajan a su contraparte internacional a nivel de riesgo.



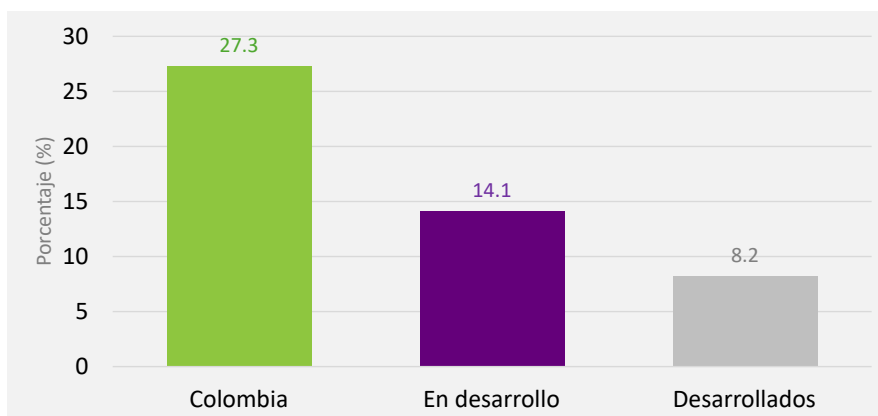
**Figura 25: Orientación emprendedora individual de emprendedores nacientes por género - Colombia vs. Internacional**

## 5 Emprendedores activos

En esta sección se presentan los resultados correspondientes a los emprendedores activos. Estudiantes participantes que, al momento de la encuesta, poseen una empresa en funcionamiento de la cual obtienen beneficios.

### 5.1 Aspectos generales

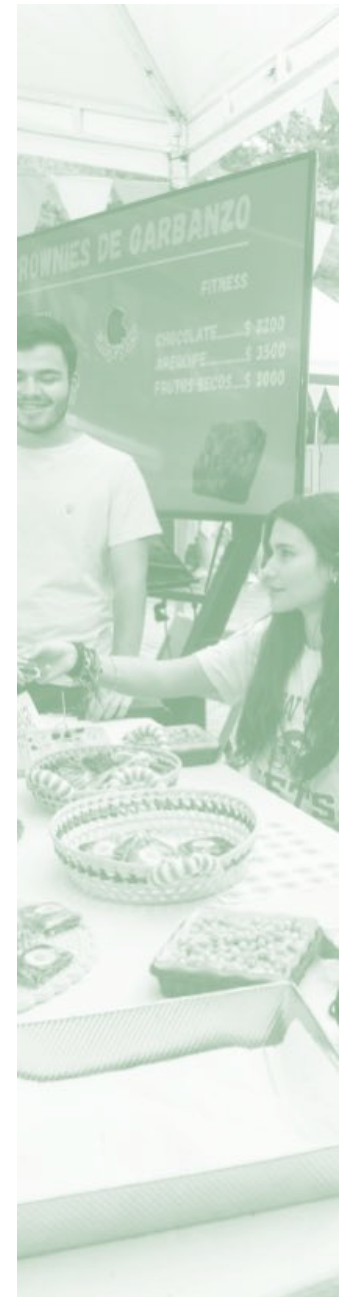
La Figura 26 sugiere que el 27.3 % de los participantes en el GUESSS Colombia afirmaron que, al momento de la encuesta, eran emprendedores activos, es decir, se encuentran dirigiendo su propia empresa. Este porcentaje aumentó en comparación a la cifra registrada en 2021 (19.0 %), así mismo, se encuentra por encima a la registrada en los países en desarrollo y desarrollados, con porcentajes de 14.1 % y 8.2 % respectivamente.

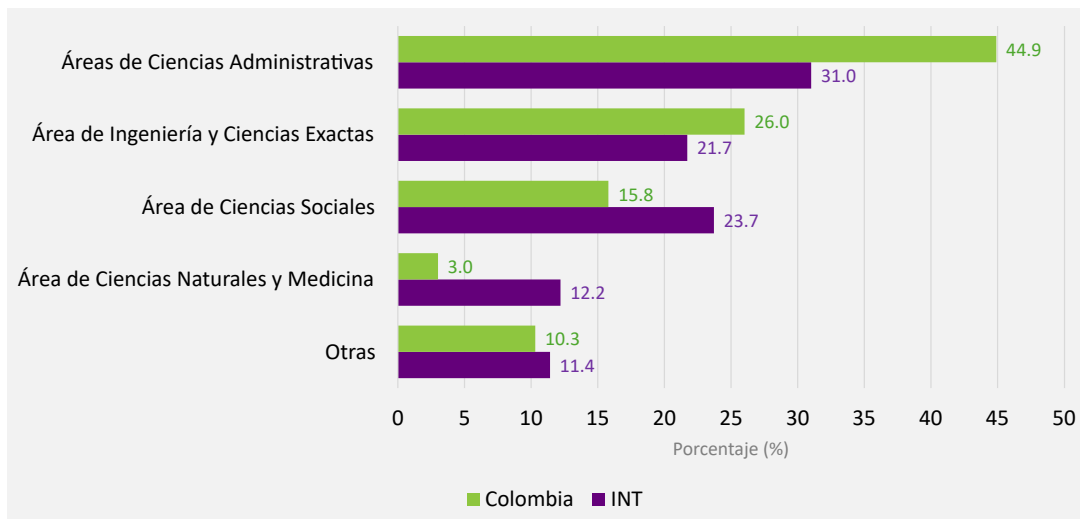


**Figura 26: Emprendedores activos - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

La Figura 27, por su parte, indica que tanto en Colombia como a nivel internacional, el porcentaje más elevado de emprendedores activos provienen de programas fundamentados en áreas de ciencias administrativas (44.9 % y 31.0 % respectivamente). En el país la segunda área del conocimiento que concentra la mayor cantidad de emprendedores activos es la de ingenierías y ciencias exactas (26.0 % frente al 24.9 % en el 2021), mientras que en los demás países participantes en el proyecto obedece al área ciencias sociales (23.7 % habiendo sido del 23.4 % en el 2021).

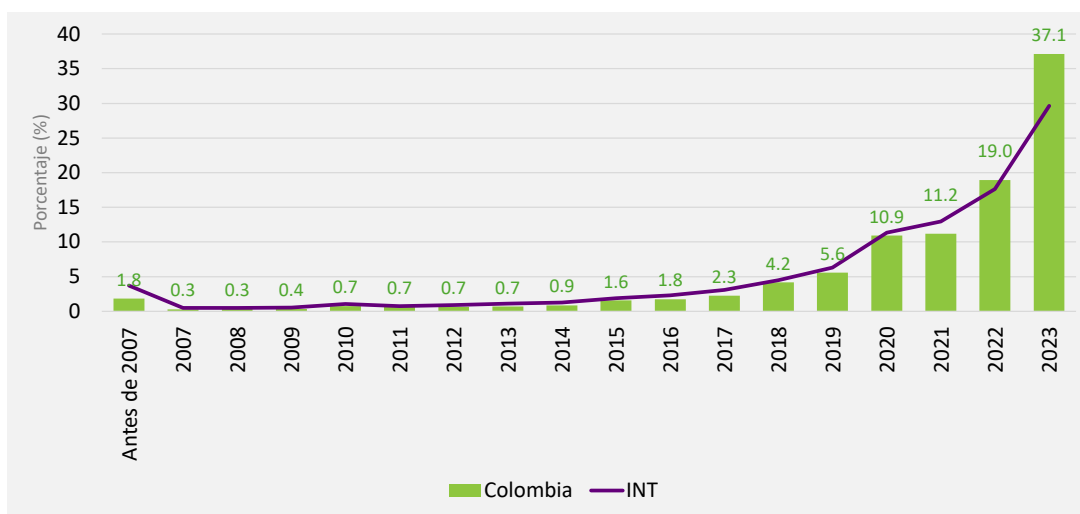
Colombia tiene más emprendedores activos en el entorno universitario que otros países en desarrollo y que países desarrollados. Una cifra en aumento comparado con años anteriores.





**Figura 27: Emprendedores activos por área del conocimiento - Colombia vs. Internacional**

Al analizar el año de fundación de las empresas creadas por los estudiantes colombianos (ver Figura 28), se evidencia un notorio incremento a partir de la pandemia por Covid-19, así un 10.9 % en el 2020, 11.2 % en el 2021, 19 % en el 2022 y un 37.1 % en el 2023. Un comportamiento similar se observa en el caso de los demás países de la muestra.

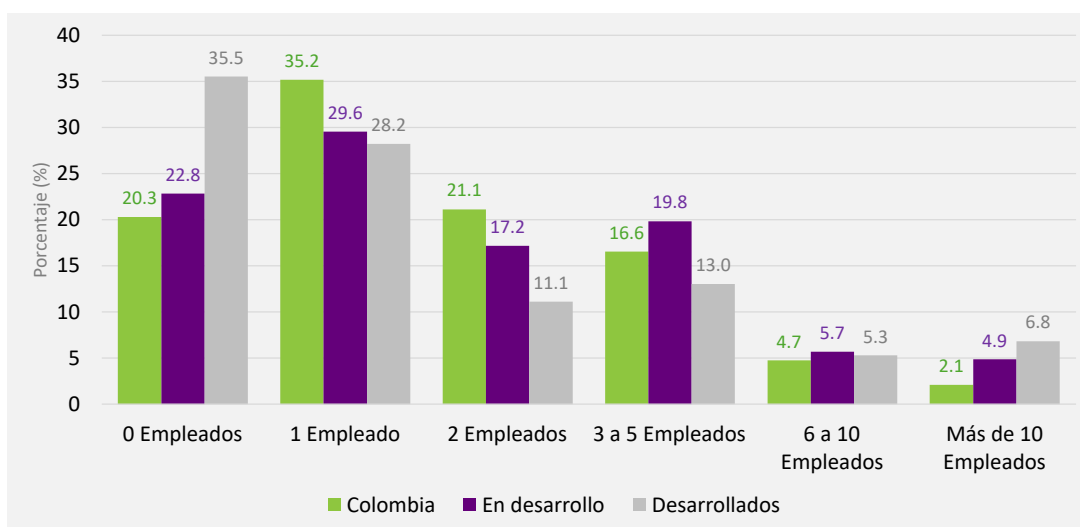


**Figura 28: Año de fundación de las empresas creadas por los emprendedores activos- Colombia vs. Internacional**

## 5.2 Características de las empresas activas

Al preguntarles a los emprendedores activos sobre el número de empleos a tiempo completo que generan con sus empresas, destaca que en Colombia el 20.3 % mencionó que no contaban con trabajadores como se muestra en la Figura 29. Es decir,

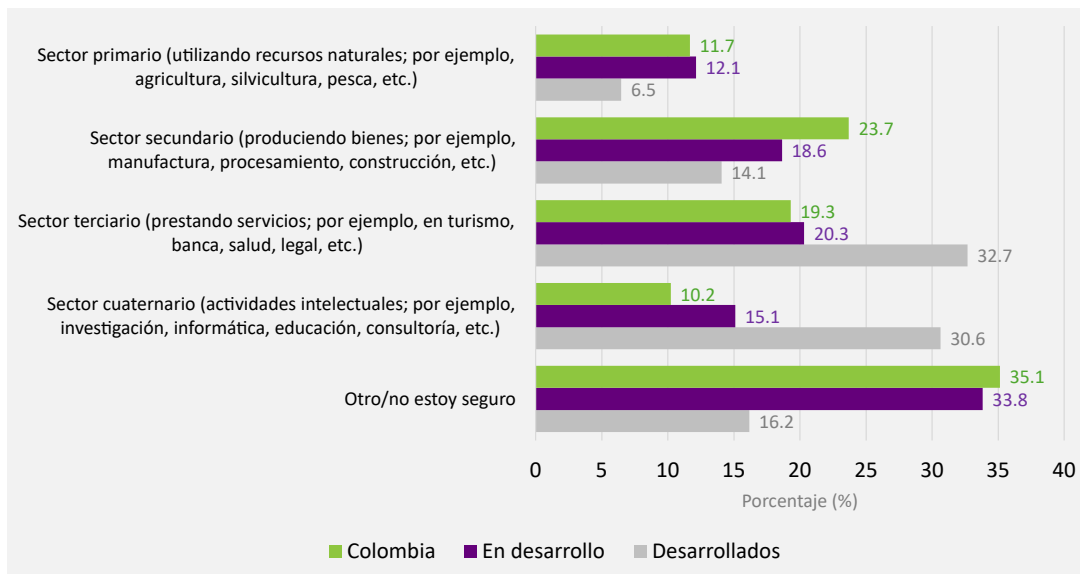
prevalecieron emprendimientos unipersonales donde la gestión depende únicamente del propietario (frente a un 18.6 % en 2021). Este porcentaje es inferior al registrado en los países en desarrollo y desarrollados (22.8 % y 35.5 % respectivamente). Por su parte, a nivel nacional el 35.5 % y el 21.1 % de los estudiantes afirmaron que en sus empresas había uno o dos trabajadores a tiempo completo. Cabe resaltar que el 6.8 % de los emprendedores en países desarrollados mencionan que sus empresas cuentan con más de 10 empleados, superando el porcentaje nacional en 4.7 %; esta tendencia es similar con los países en desarrollo (<1.9 %).



**Figura 29: Número de empleados trabajando en la empresa a tiempo completo - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

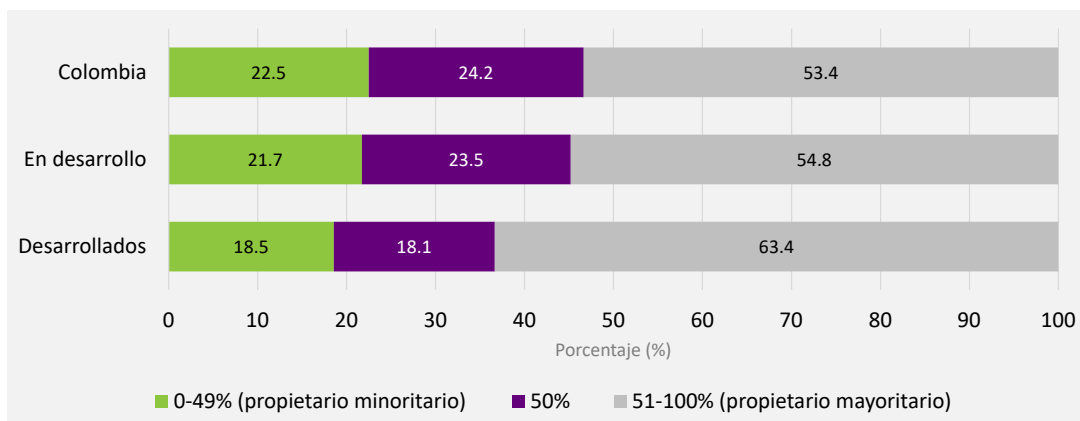
En cuanto a los sectores económicos donde funcionan las empresas activas, se destaca que en Colombia el 23.7 % de los emprendedores activos operan en el sector secundario. Por su parte, los emprendedores activos localizados en países desarrollados tienen una predilección por los sectores terciario y cuaternario (32.7 % y 30.6 % respectivamente), donde priman emprendimientos de base tecnológica. Los emprendedores activos restantes (países en desarrollo) están orientados al sector terciario (20.3 %) y al sector secundario (18.6 %). A nivel nacional destaca la baja participación de emprendimientos activos que operan en el sector cuaternario (10.2 %). Por último, no hay diferencias significativas entre los sectores económicos donde operan los emprendedores nacientes (presentado en la Figura 21) y los sectores donde operan las empresas ya constituidas (ver Figura 30).

Entre tanto, los resultados en torno al porcentaje de participación en la propiedad del negocio, indican una dinámica similar en Colombia y en los países desarrollados y en desarrollo. De esta forma, existe un alto porcentaje de emprendedores activos que cuentan con entre el 51 % y el 100 % de la participación en el negocio (53.4 %, 54.8 %



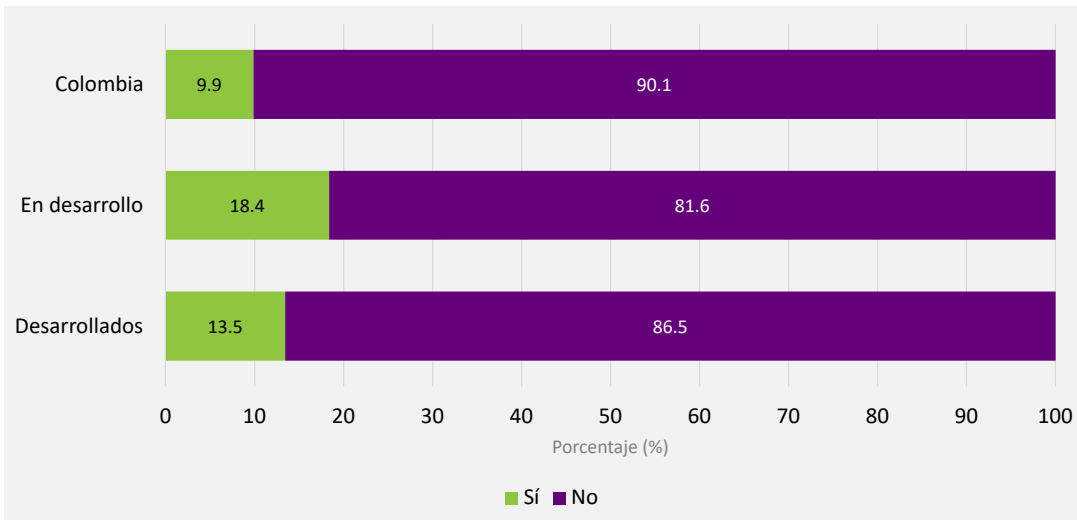
**Figura 30: Sector económico donde opera el emprendedor activo - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

y 63.4 %, respectivamente). Mientras que el 46.6 % de los emprendedores activos nacionales, el 45.2 % en países en desarrollo y el 36.4 % en países desarrollados manifestaron tener un porcentaje de financiación externa más alta (ver Figura 31). En esta línea, los hallazgos de la Figura 32 indican una aversión a la financiación de capital de riesgo superior del 80 % tanto en Colombia como en los países desarrollados y en desarrollo.



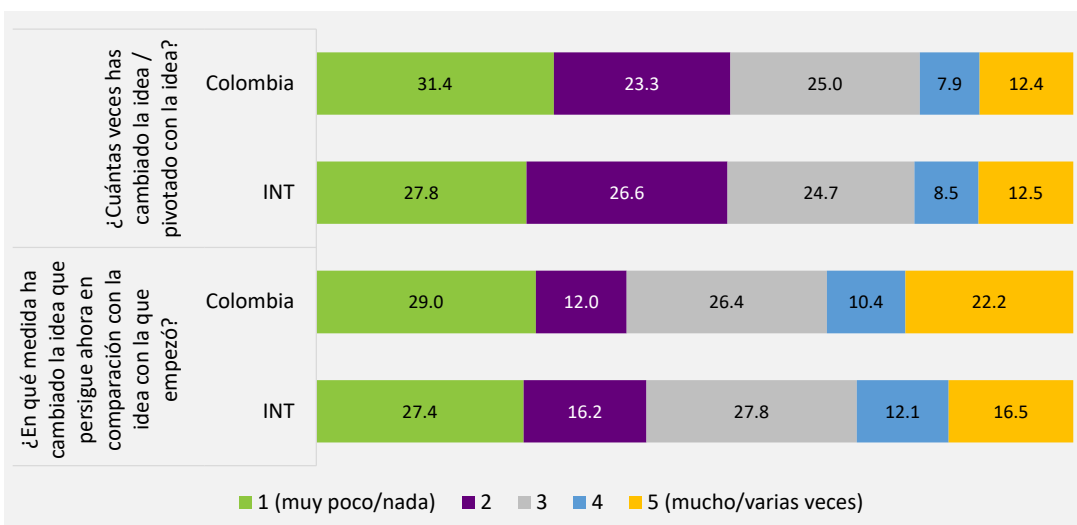
**Figura 31: Porcentaje de participación en la propiedad del negocio - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

En relación con el cambio de idea de los emprendedores activos durante su proceso de creación y puesta en marcha, la Figura 33 muestra que alrededor del 30 % de los emprendedores han cambiado muy poco la idea inicial, en promedio un 25 % ha cambiado con cierta frecuencia y cerca del 12 % han variado muchas veces. Este comportamiento se observa tanto nacional como internacionalmente. Haciendo énfasis



**Figura 32: Porcentaje de financiación de capital riesgo para emprendedores activos - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

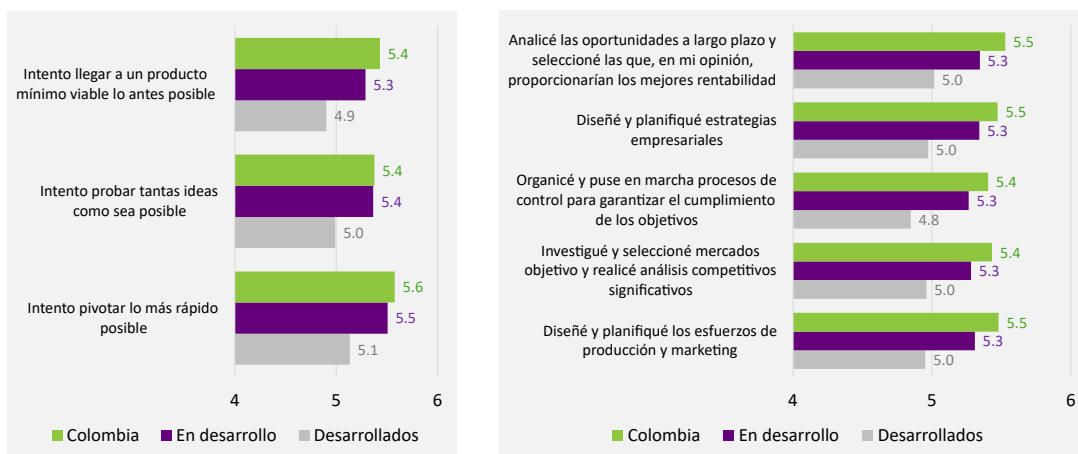
en el nivel de modificación relacionado con la idea inicial, no se evidencian diferencias con el análisis anteriormente descrito.



**Figura 33: Cambio de idea para emprendedores activos - Colombia vs. Internacional**

Al preguntarles a los emprendedores activos sobre como fue el proceso para obtener su idea de negocio, (ver Figura 34) los encuestado destacaron su intención de pivotear su idea lo más rápido posible como la variable de mayor importancia, tanto a nivel nacional (5.6 puntos), como en los países en desarrollo (5.5 puntos) y desarrollados (5.1 puntos). Al indagar cuales fueron los procesos que contribuyeron a sentar las bases de la empresa, se destacan (1) el análisis de oportunidades a largo plazo, (2) el diseño de estrategias empresariales y (3) la concentración de los esfuerzos de producción y marketing. Cabe destacar que Colombia presenta valores superiores y cercanos a 5.5 en cada una los procesos anteriormente descritos, mientras que los

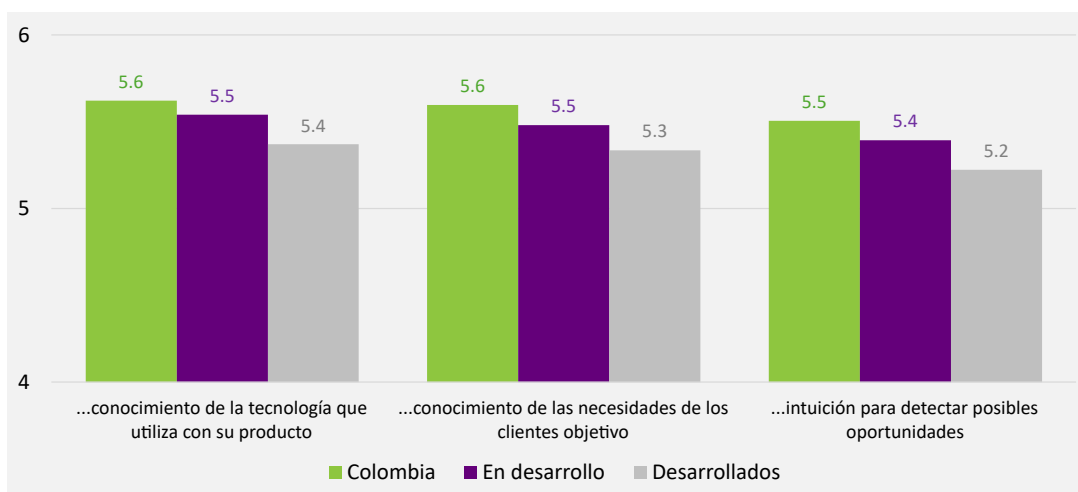
países en desarrollo se encuentran por delante de los países desarrollados en cerca de 0.3 puntos promedio.



(a) Prueba y error en el proceso emprendedor (b) Proceso para sentar las bases del emprendimiento

**Figura 34: Comportamiento como emprendedores activos - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

Teniendo en cuenta las capacidades y conocimientos de los emprendedores, la Figura 35 sugiere que los emprendedores colombianos presentan un mayor nivel de conocimiento de la tecnología que utilizan (5.6 puntos), en las necesidades de los clientes objetivo (5.6 puntos) y en la institución de identificar oportunidades con unos resultados (5.5 puntos). Estos hallazgos son superiores a los obtenidos en los países en desarrollo y desarrollados. Sin embargo, al realizar la comparación entre economías, los países desarrollados tienen unos valores más bajos que los países en desarrollo.

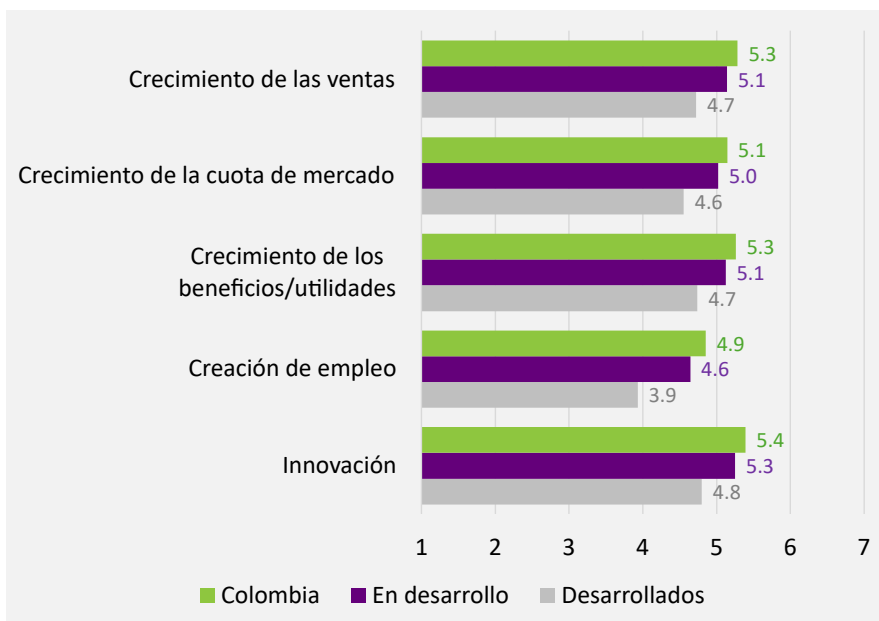


**Figura 35: Capacidades y conocimientos de los emprendedores - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**



El proyecto GUESSS también tiene en cuenta la percepción de los estudiantes sobre el desempeño de la empresa de los emprendedores universitarios desde su creación y en comparación con su competencia. Puede observarse en la Figura 36 que tanto a nivel Colombia como en los países en desarrollo y en los desarrollados los factores de mejor rendimiento son la innovación (valores superiores a 4.8 puntos), el crecimiento en ventas y el crecimiento en beneficios/utilidades (con 5.3, 5.1 y 4.7 puntos respectivamente). Por su parte, el indicador de menor puntuación fue la creación de empleo con valores inferiores a los 5 puntos.

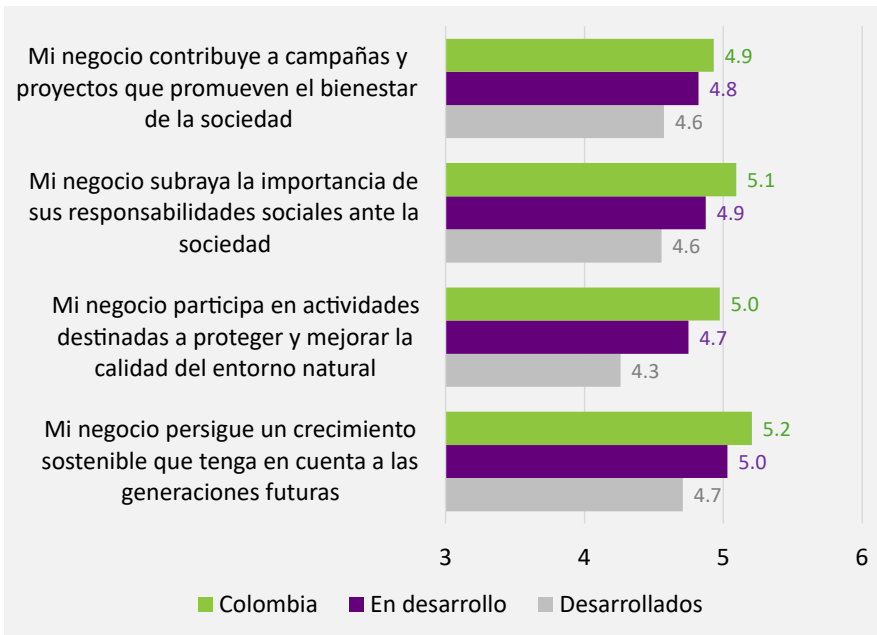
En Colombia, los estudiantes consideran que sus negocios persiguen un crecimiento sostenible que considera las generaciones futuras con una valoración superior a la de los países en desarrollo.



**Figura 36: Dimensiones del desempeño de la empresa en comparación con las empresas competidoras - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

En Colombia, los encuestados estiman que sus negocios persiguen un crecimiento sostenible que considera las generaciones futuras con una valoración de 5.2 puntos, superior a la de los países en desarrollo y desarrollados, con valoraciones de 5.0 y 4.7 puntos (Ver Figura 37). Cabe destacar que a nivel nacional las valoraciones son superiores en todas las opciones planteadas en el estudio, mientras que el puntaje más bajo (4.6) en los países en desarrollo está relacionada con la importancia de sus responsabilidades con la sociedad. La alternativa menos valorada por los países desarrollados es la participación en actividades destinadas a proteger y mejorar la calidad del entorno natural, con un puntaje de 4.3.





**Figura 37: Desempeño social y medioambiental - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

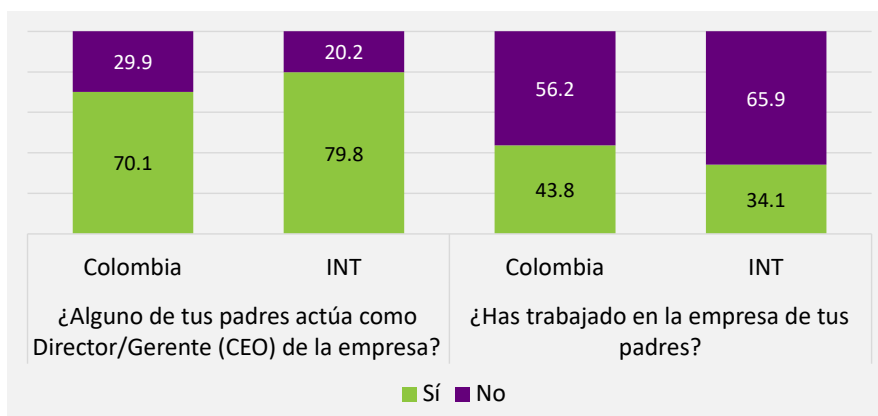
## 6 La empresa familiar

Como se mencionó en el apartado del entorno familiar para emprender, los antecedentes empresariales en la familia y en especial, el hecho de tener padres empresarios, pueden convertirse en factores determinantes de la intención emprendedora en los estudiantes. Con base en esto, el proyecto GUESSS analiza los encuestados que informaron que sus padres gestionan o son propietarios de una empresa. En esta sección se abordará esta temática.

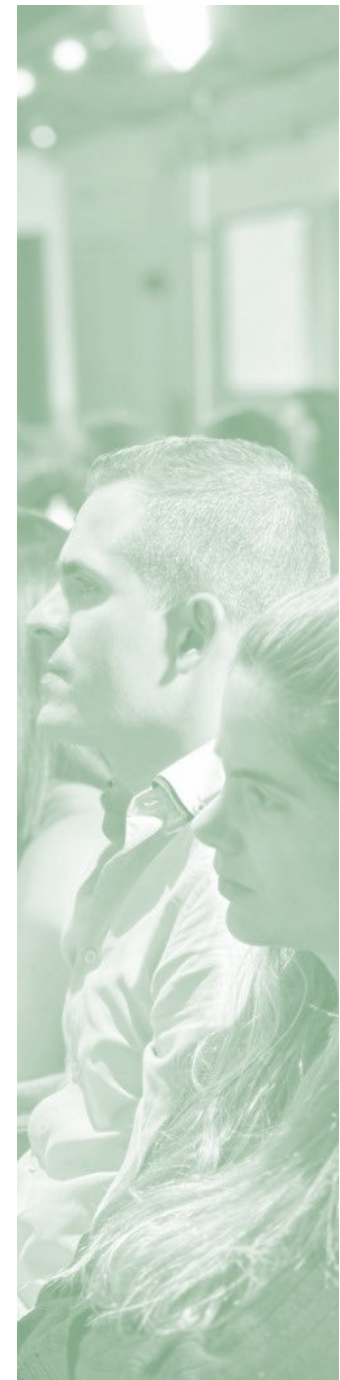
Existe una baja motivación para seguir el negocio familiar y la sucesión no es una alternativa atractiva.

### 6.1 Aspectos generales

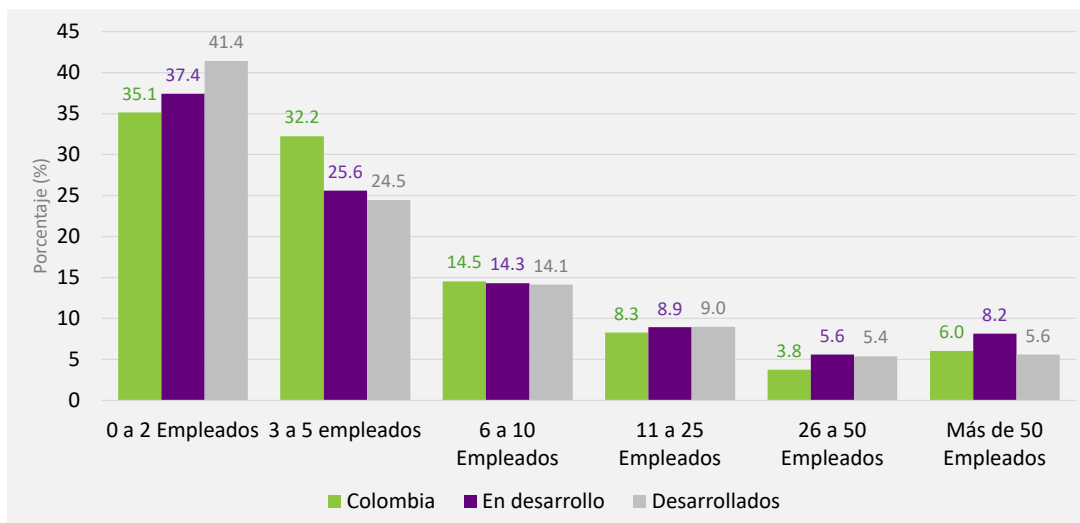
Teniendo en cuenta a aquellos estudiantes que afirmaron tener por lo menos uno de sus padres (o ambos) trabajando en su propia empresa, la Figura 38 señala que el 70.1 % de los participantes colombianos poseen padres que cumplen con el rol de director/gerente (CEO) de la empresa. Este porcentaje asciende al 79.8 % en la muestra internacional. Sobre la relación directa con la empresa familiar, los resultados evidencian diferencias en la muestra colombiana y en la internacional. De esta forma el 43.8 % de la muestra nacional afirma trabajar en la empresa de sus padres, en contraste con el 34.1 % de la muestra internacional. En cualquier caso, se puede afirmar que un porcentaje considerable de los estudiantes han adquirido experiencia profesional y conocimientos en el manejo de la empresa familiar, que les permitiría más adelante convertirse en sucesores de esta, o bien desarrollar las actividades necesarias para crear su propia empresa.



**Figura 38: Información general de la empresa familiar - Colombia vs. Internacional**



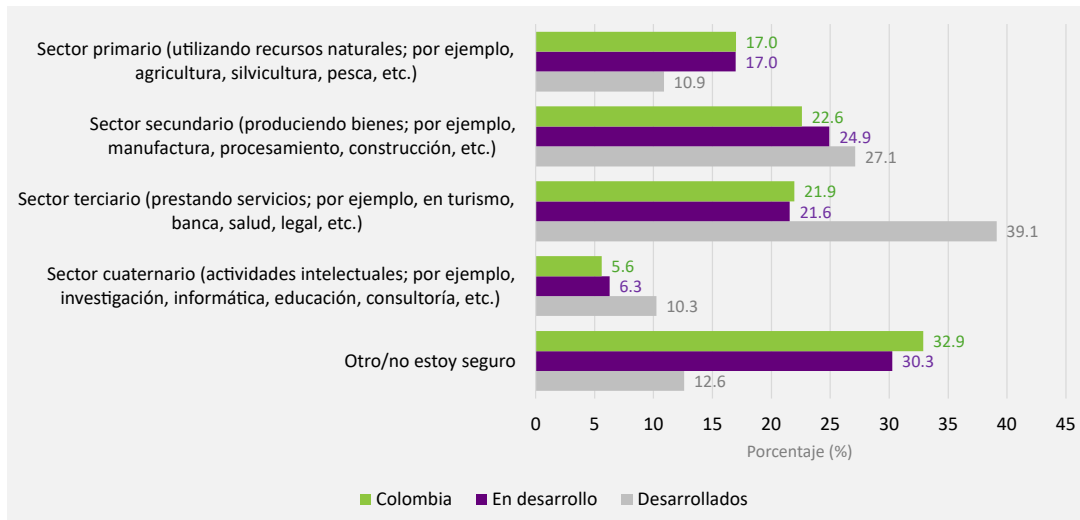
Respecto al número de empleados vinculados a tiempo completo en la empresa familiar, se destaca, tanto a nivel nacional como internacional, que predominan las empresas donde se emplea a dos trabajadores o menos. En general, la muestra colombiana exhibe porcentajes más elevados en las categorías de análisis hasta 5 empleados y hasta 10 empleados en comparación las empresas de los otros países. Esta situación se revierte en las otras categorías, donde los países en desarrollo y desarrollados presentan mayor contratación de empleados respecto a las empresas colombianas. Al respecto se destaca la categoría de hasta 2 empelados con porcentajes superiores al 37.4 % y 41.4 % respectivamente (ver Figura 39).



**Figura 39: Número de empleados que trabajan en la empresa familiar - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

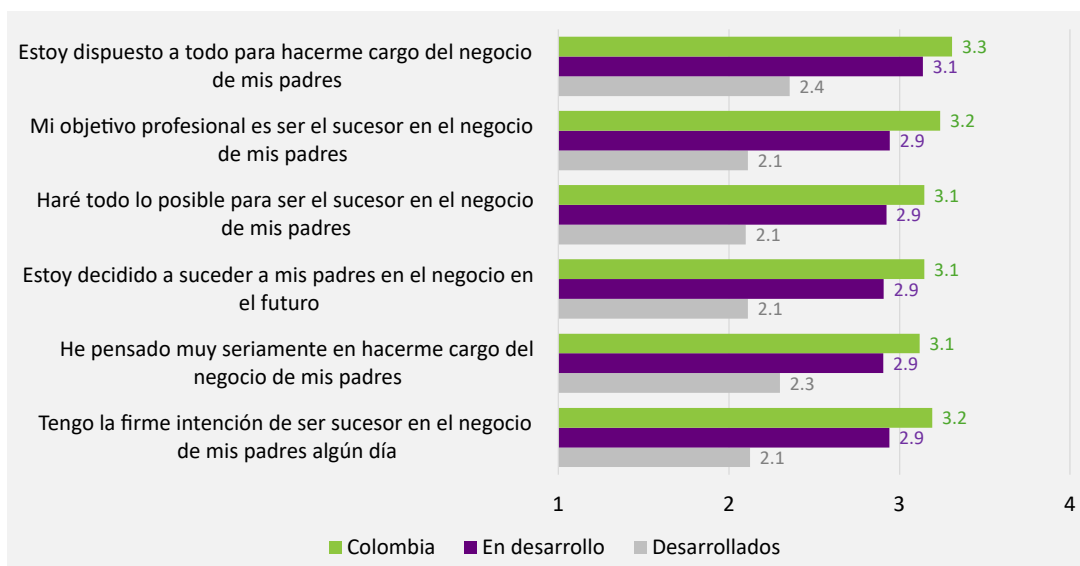
En relación con el sector económico donde las empresas familiares desarrollan su actividad productiva, la Figura 40 permite identificar que en países desarrollados predominan empresas del sector terciario que incluyen servicios basados en un mayor grado de conocimiento como el turismo, la banca, la salud, entre otros. Por su parte, en Colombia y en los países en desarrollo, se destaca el sector secundario, en el que se incluyen empresas de carácter manufacturero y constructor (22.6 % y 24.9 % respectivamente). Con respecto a los sectores de menor participación se evidencian resultados similares a nivel nacional y los países en desarrollo y desarrollados, con porcentajes inferiores al 11 % en el sector cuaternario.

Para determinar el grado de intención de convertirse en sucesor de la empresa familiar de sus padres, se les pide a los estudiantes que califiquen esa intención de 1 a 7 (1 = muy bajo, 7 = muy alto). De esta forma, tanto a nivel nacional como en los países en desarrollo y desarrollados, los resultados presentes en la Figura 41 indican una baja motivación y compromiso para ser sucesor en las empresas familiares, pues



**Figura 40: Sector económico donde operan las empresas familiares - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

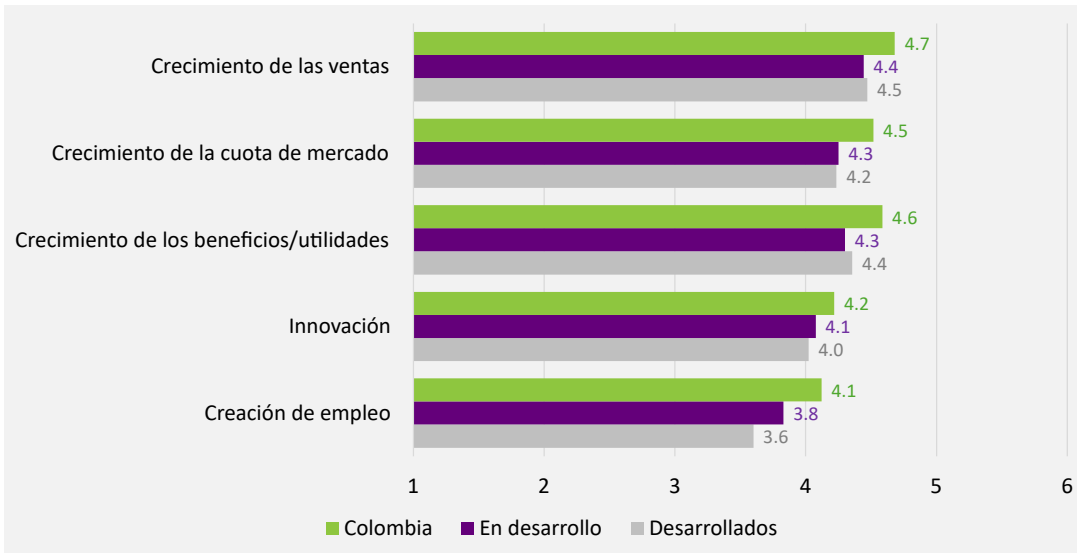
todas las dimensiones recibieron una calificación por debajo de 4 (la mitad de la escala). Sin embargo, es importante destacar que el promedio de dicha intención resultó más alto para Colombia (3.3) que para el acumulado de países en desarrollo (3.1) y desarrollados (2.4). Estos hallazgos están en línea con la tercera edición del estudio (2021).



**Figura 41: Intención de sucesión en las empresas familiares - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

La Figura 42 presenta los resultados de las preguntas realizadas con el fin de evaluar el desempeño de las empresas familiares, desde su creación y en comparación con sus competidores. El factor mejor evaluado en Colombia es el crecimiento en ventas con 4.7 puntos en una escala de 1 a 7 (frente a 4.4 y 4.5 puntos de los países en desarrollo

y desarrollados). Subsecuentemente, se destacan los factores de: crecimiento en cuota de mercado y crecimiento en beneficios y utilidades, con valores superiores a 4.2 puntos. De igual manera, se observa que el indicador de menor puntaje es el de creación de empleo, tanto a nivel nacional como en los países en desarrollo y desarrollados. Independientemente de la dimensión de desempeño los resultados a nivel nacional están por delante de los resultados de los países en desarrollo y desarrollados.



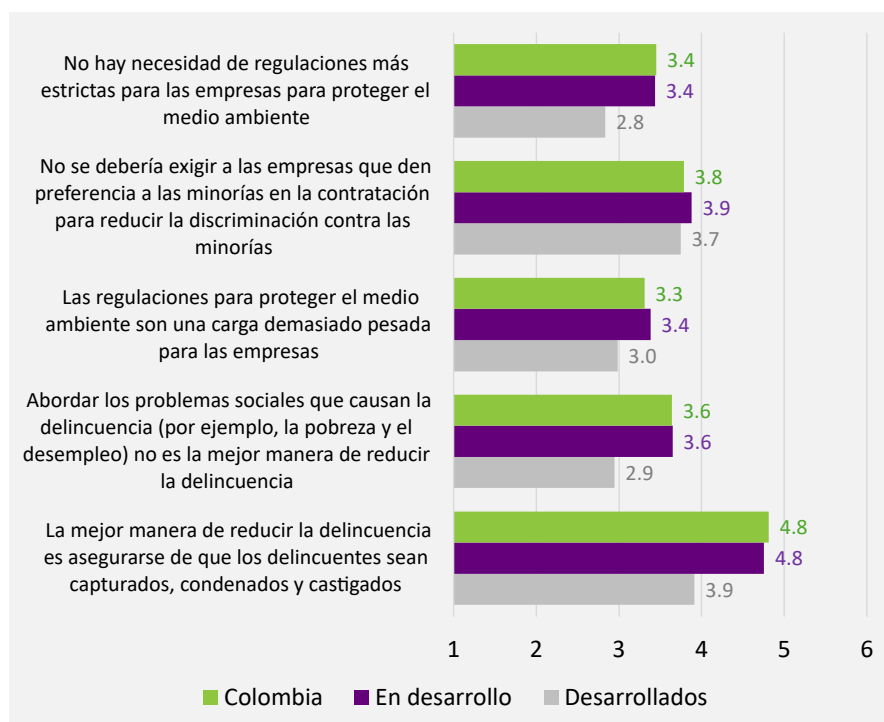
**Figura 42: Dimensiones del desempeño de la empresa de los padres en comparación con las empresas competidoras - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

## 7 Visión política, social y económica

En la actual edición del Informe GUESSS, se incluye una perspectiva de la visión social, política y económica de los estudiantes universitarios. Dicha visión se aborda desde la perspectiva del grado de conservadurismo social y económico que manifiestan los encuestados. El conservadurismo social corresponde a la filosofía política que defiende los valores tradicionales y las estructuras de poder sobre el pluralismo social. Un mayor conservadurismo económico posiciona a los logros individuales por encima de las metas e incentivos compartidos (Chin et al., 2021).

En la Figura 43, se observa que la principal preocupación de los participantes consiste en reducir la delincuencia asegurándose que sean capturados, condenados y castigados los infractores, con una puntuación de 4.8 en Colombia y en los países en desarrollo, mientras en los países desarrollados se exhiben niveles más bajos, cercanos a los 4.0 puntos. Asimismo, los países en desarrollo y Colombia muestran equilibrio sin diferencias significativas, contrario a lo que se observa tomando como punto de referencia a los países desarrollados.

Los niveles de conservadurismo social son mayores en Colombia y los países en desarrollo, con respecto a los países desarrollados.

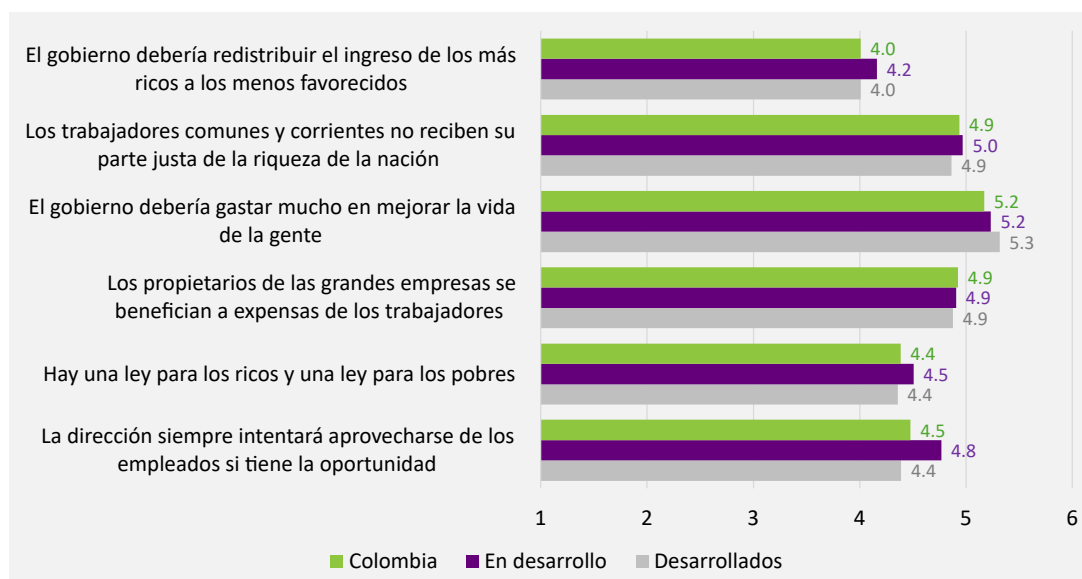


**Figura 43: Conservadurismo social - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**



Esto demuestra que los niveles de conservadurismo social son mayores en Colombia y los países en desarrollo, con respecto a los países desarrollados. Lo cual es un indicio de que la alta preocupación por reducir el crimen (captura, condena y castigo de criminales) indica un deseo de seguridad y orden. Un ambiente percibido como seguro puede reducir el riesgo asociado con la creación de nuevos negocios.

Para capturar las creencias sobre la cooperación en la sociedad y la desigualdad económica, se les pide a los estudiantes que califiquen sus percepciones sobre seis ítems (1 = muy bajo, 7 = muy alto). Los resultados en general, a nivel nacional y en los demás países demuestran un menor conservadurismo económico (puntuaciones más altas indican menos conservadurismo económico y más liberalismo). Los participantes del estudio muestran motivación para mejorar la calidad de vida de las personas, con puntajes superiores a 4.0 puntos (ver Figura 44).



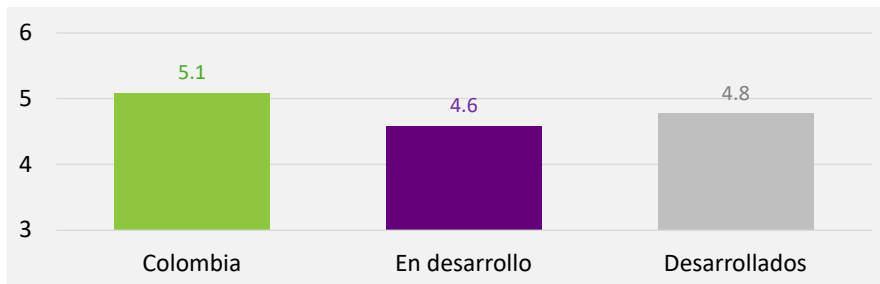
**Figura 44: Conservadurismo económico - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

Cabe destacar que la dimensión con los más altos puntajes (mayores a 5.0 puntos) esta enfocada en la inversión de los gobiernos en gastar más dinero en mejorar la vida de la gente (5.2 puntos en Colombia y países en desarrollo, y 5.3 puntos en países desarrollados). La dimensión con los más bajos puntajes (más conservadurismo económico) corresponde al ítem “El gobierno debería redistribuir el ingreso de los más ricos a los menos favorecidos”, lo cual sugiere cierta resistencia a medidas que busquen una redistribución de la riqueza.



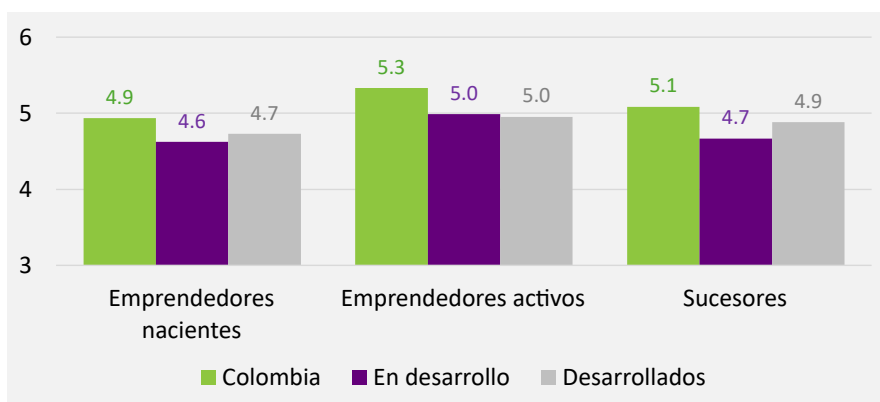
## 8 Bienestar subjetivo y resiliencia

Para determinar el bienestar subjetivo y el nivel de resiliencia de los emprendedores se les pide a los estudiantes que califiquen esa intención de 1 a 7 (1 = muy bajo, 7 = muy alto). En la Figura 45 se observa que en Colombia los emprendedores presentan mejor promedio en la percepción de bienestar (5.1 puntos), en contraste con los países en desarrollo y desarrollados (4.6 y 4.8 puntos, respectivamente).



**Figura 45: Bienestar subjetivo de los emprendedores - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

Al indagar entre emprendedores nacientes, activos y sucesores sobre su percepción de bienestar, se evidencia que los emprendedores en Colombia muestran en promedio los niveles más altos de percepción de bienestar, comparando con los países en desarrollo y desarrollados (ver Figura 46). Es de destacar que esta percepción de bienestar subjetivo, es más elevada en los encuestados que poseen empresa (emprendedores activos), en contraste con los emprendedores nacientes o sucesores en la empresa familiar, esta situación se extiende tanto para Colombia, como para los países en desarrollo y desarrollados.

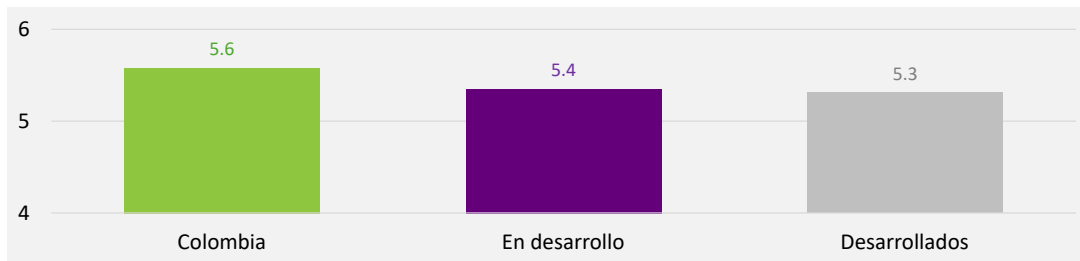


**Figura 46: Bienestar subjetivo de los emprendedores nacientes, activos y sucesores - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

Los emprendedores en Colombia muestran en promedio los niveles más altos de percepción de bienestar comparando con los países en desarrollo y desarrollados.

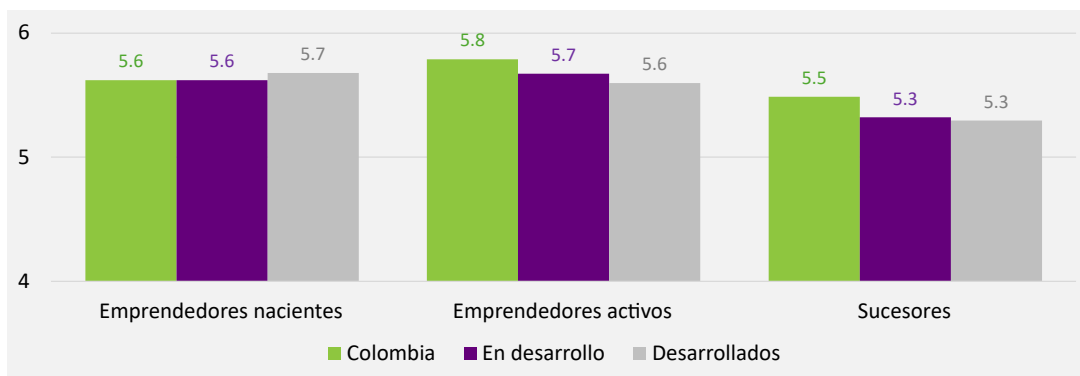


En la Figura 47 se aprecia que los emprendedores en Colombia muestran en promedio mayores niveles de resiliencia con un puntaje de 5.6 puntos, mientras que los valores en los países en desarrollo y desarrollados son de 5.4 y 5.3 puntos, respectivamente.



**Figura 47: Resiliencia - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

Finalmente, se compara los niveles de resiliencia entre los emprendedores nacientes, activos y sucesores a nivel nacional y con los países en desarrollo y desarrollados (ver Figura 48). En líneas generales, se observa que la muestra colombiana exhibe en promedio puntajes elevados entre los emprendedores activos y sucesores (5.8 y 5.5 puntos respectivamente). La resiliencia en emprendedores naciones, por su parte, es liderada por los países desarrollados (5.7 puntos).



**Figura 48: Resiliencia de los emprendedores nacientes, activos y sucesores - Colombia vs. Países en desarrollo y países desarrollados**

## 9 Recomendaciones

Colombia participa por cuarta vez consecutiva en el proyecto GUESSS, bajo la coordinación de la Universidad EAFIT y el apoyo de 28 Instituciones de Educación Superior (IES) del país. Facilitando el trabajo de campo en una recolección de más de 13,000 encuestas, siendo el tercer país con más encuestas recolectadas en esta edición del estudio. Los excelentes resultados son evidencia de la importancia que las IES Colombianas dan al compromiso de impulsar la cultura emprendedora y promover condiciones que permitan un ecosistema emprendedor adecuado. En ese contexto, la medición y evaluación continua son vitales para lograr los objetivos planteados. Así, este informe analiza resultados relevantes sobre las intenciones y las actividades emprendedoras de los estudiantes universitarios en Colombia en el año 2023.

Con respecto a los sectores en los cuales se desarrolla la actividad emprendedora de los universitarios en Colombia se plantean las siguientes recomendaciones: El bajo porcentaje de emprendimientos tecnológicos muestra que las universidades están llamadas a crear programas específicos y talleres que se enfoquen en la tecnología y la innovación digital. Esto puede incluir cursos sobre desarrollo de software, inteligencia artificial, y tecnologías emergentes. Por otra parte, se deberían establecer laboratorios de innovación y centros de desarrollo tecnológico dentro de las universidades donde los estudiantes puedan experimentar y desarrollar proyectos tecnológicos con el apoyo de mentores y expertos en la industria.

Dado que en Colombia los encuestados consideran que sus negocios persiguen un crecimiento sostenible y que este puntaje es superior al de los países en desarrollo y desarrollados, es crucial capitalizar este enfoque positivo hacia la sostenibilidad para incentivar el emprendimiento universitario que permita crear un entorno que apoye y fomente estas prácticas. Por ejemplo, incentivar desde el ecosistema emprendedor la participación en actividades que protejan y mejoren la calidad del entorno natural y la sociedad en general. Esto puede incluir proyectos comunitarios, iniciativas de voluntariado, y asociaciones con organizaciones sin fines de lucro.

Colombia, uno de los países con mayor participación en la muestra.



Para abordar la situación donde los estudiantes universitarios muestran alta intención de ser emprendedores pero baja intención de ser sucesores en empresas familiares es necesario implementar acciones que ayuden a crear un puente entre el espíritu emprendedor de los estudiantes y la continuidad de las empresas familiares. En este sentido, la educación en emprendimiento y gestión de empresas familiares, mentorías y networking, proponer y liderar proyectos emprendedores dentro de la empresa familiar son algunas recomendaciones prácticas con el enfoque en el estudiante. En el caso de los negocios familiares, es importante crear un entorno que valore y apoye la innovación y las ideas emprendedoras de las próximas generaciones. Además, tener transparencia y una comunicación abierta sobre la visión y los planes futuros de la empresa familiar, lo que incluye desarrollar un plan de sucesión claro y estructurado que considere la formación y el desarrollo de los potenciales sucesores. Asimismo, es importante apoyar a los miembros de la familia en sus aspiraciones emprendedoras, incluso si eso significa emprender fuera de la empresa familiar inicialmente. La experiencia adquirida puede ser valiosa para el negocio familiar en el futuro. Finalmente, para las instituciones educativas, ofrecer programas académicos que integren el estudio del emprendimiento con la gestión de empresas familiares. Esto puede incluir asignaturas específicas, seminarios y estudios de caso relevantes. Asimismo, aumentar la exposición de los estudiantes a las dinámicas de las empresas familiares a través de prácticas, proyectos y mentorías.

Para transformar la alta intención emprendedora de los estudiantes universitarios en emprendimientos de alto impacto con capacidad de escalonamiento y generación de empleo, se pueden seguir varias recomendaciones prácticas. Estas recomendaciones están orientadas a proporcionar el apoyo, los recursos y las oportunidades necesarios para que los emprendedores potenciales conviertan sus ideas en negocios exitosos y sostenibles.

Desde la educación y capacitación, es fundamental implementar programas educativos y talleres prácticos que aborden desde la creación de modelos de negocio escalables hasta estrategias avanzadas de crecimiento y financiamiento. Además, la formación en gestión de proyectos y liderazgo, junto con el desarrollo de habilidades técnicas específicas, capacitará a los emprendedores para enfrentar los desafíos de industrias de alto crecimiento, asegurando que estén preparados para escalar sus negocios y generar empleo de manera sostenible.

El acceso a recursos y apoyo es fundamental para transformar ideas en emprendimientos de alto impacto. Así, es esencial proporcionar acceso a recursos clave como incubadoras y aceleradoras que ofrezcan mentoría, espacios de trabajo colaborativos

y conexiones con redes de inversores. Además, crear y fortalecer redes de mentores, junto con facilitar diversas fuentes de financiamiento, permitirá a los emprendedores superar barreras iniciales y crecer con solidez. Asimismo, fomentar una cultura que valore la innovación y la resiliencia es crucial. Esto se puede lograr incentivando eventos de networking, hackathons y pitch competitions, donde los emprendedores pueden conectar con socios, clientes e inversores potenciales. Celebrar los éxitos y aprender de los fracasos fortalecerá la comunidad emprendedora y promoverá un ambiente propicio para el desarrollo de negocios de alto impacto.

Por otro lado, el apoyo institucional y las políticas públicas deben centrarse en simplificar los trámites administrativos y proporcionar incentivos fiscales que faciliten la creación y operación de nuevas empresas. Abogar por un entorno regulatorio favorable y ofrecer subsidios para la contratación de personal puede reducir las barreras para los emprendedores y fomentar la creación de empleo. De igual relevancia es fomentar la creación de clusters de innovación y parques tecnológicos lo que facilitará la colaboración entre empresas, universidades e instituciones de investigación. Estas iniciativas, junto con alianzas estratégicas con empresas establecidas, potenciarán la innovación y el crecimiento de startups, creando un ecosistema dinámico que promueva la escalabilidad y el impacto económico.

También es importante implementar mecanismos robustos para medir y evaluar el impacto de las iniciativas emprendedoras pues permitirá una mejora continua de los programas y políticas de apoyo. Utilizar estos datos para ajustar y mejorar los recursos disponibles, junto con canales de feedback abiertos, garantizará que las necesidades de los emprendedores sean atendidas eficazmente, impulsando el éxito y la sostenibilidad de sus negocios. Asimismo, incentivar la adopción de tecnologías avanzadas como inteligencia artificial, blockchain y big data es clave para mejorar la eficiencia y escalabilidad de los negocios. Finalmente, apoyar la digitalización de procesos y la adopción del comercio electrónico ampliará el alcance de mercado y mejorará la competitividad, posicionando a los emprendedores para tener un impacto significativo en la economía global.

# 10 Universidades GUESSS Colombia

## 2023-2024

Institución	Representantes	Contacto
Comfenalco	Osvaldo Blanquicett Lozano	oblanquicett@tecnologicocomfenalco.edu.co
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior	María Angélica Arias Naranjo Paola Andrea Plata Pacheco	maria_arias@cun.edu.co paola_plata@cun.edu.co
Corporación Universitaria Americana	Nacira Ayoa Figueroa Juan Carlos Martínez Torres	nayosfigueroa@coruniamericana.edu.co martinezjuanc@americana.edu.co
Fundación Universitaria Tecnológico I.U. Escuela Nacional Del Deporte	Pedro José Jiménez Luis Enrique David Tenorio Natali Cruz	pjimenez@tecnologicocomfenalco.edu.co luis.david@endeporte.edu.co natali.cruz@endeporte.edu.co
Instituto Tecnológico Metropolitano	Jhoany Alejandro Valencia Arias Diana María Arango Botero	jhoanyvalencia@itm.edu.co dianaarangob@itm.edu.co
Universidad Autónoma de Bucaramanga	Lady Carolina Monsalve Castro Francy Andrea Manrique	lmonsalve628@unab.edu.co fmanrique580@unab.edu.co
Universidad Autónoma de Manizales	Ángela María Gil Duque Jairo Giraldo Hoyos	angelam@autonoma.edu.co jairo.giraldo@autonoma.edu.co
Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca	Juan David Reyes Gómez	juandreyes@unicolmayor.edu.co
Universidad de Antioquia	Silvia T. Morales Gualdrón Bernardo Ballesteros Díaz	silvia.morales@udea.edu.co bernardo.ballesteros@udea.edu.co
Universidad de Cundinamarca	Jorge Rico Rodríguez Luz Alejandra Riveros Luz Helena Alvarez Torres	jricor@ucundinamarca.edu.co lalejandrariveros@ucundinamarca.edu.co lhelenaalvarez@ucundinamarca.edu.co
Universidad de Investigación y Desarrollo - UDI	Javier Francisco Rueda Galvis Martha Lenis Castro Castro	jrueda31@udi.edu.co mlcastro@udi.edu.co
Universidad de la Costa	Jorge Moreno Gómez Daiwer Ferrer Ortiz	jmoreno@cuc.edu.co dferrer@cuc.edu.co
Universidad de la Sabana	Manuela Peña Gomez	manuelapengo@unisabana.edu.co
Universidad de los Llanos	Alejandro Quiñonez Mosquera Jairo Enrique Torres Maldonado Seydyss Garay Rodriguez	gquinonez@unillanos.edu.co jetorres@unillanos.edu.co sgaray@unillanos.edu.co
Universidad de Nariño	Marco Antonio Burgos Florez	marcoantoniburgos@gmail.com
Universidad del Norte	Jana Schmutzler De Uribe Juan Pablo Escorcía	schmutzlerj@uninorte.edu.co juane@uninorte.edu.co
Universidad del Tolima	José Alejandro Vera Calderón	javerac@ut.edu.co
Universidad del Valle	Carlos Hernán González-Campo Guillermo Murillo V. Edgar Julián Gálvez	carlosh.gonzalez@correounivalle.edu.co guillermo.murillo@correounivalle.edu.co edgar.galvez@correounivalle.edu.co
Universidad EAFIT	Izaias Martins Tatiana López Juan Pablo Pérez	imartins@eafit.edu.co tlopezo@eafit.edu.co jperez9@eafit.edu.co
Universidad ICESI	Ana Carolina Martínez Romero Alejandro Salazar	acmarti@icesi.edu.co asalazar@icesi.edu.co
Universidad Internacional de La Rioja	Camilo Alarcón Nieto Natalia Erasso Arango	camilo.alarcon@unir.net natalia.erasso@unir.net
Universidad Libre de Pereira	Laura Vanessa Moreno Pineda	laura.moreno@unilibre.edu.co
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	Fabio Raul Blanco Mesa Jorge Romero Muñoz Maribel Martínez Miguel Prieto	fabio.blanco01@uptc.edu.co jorge.romero@uptc.edu.co maribel.martinez@uptc.edu.co miguel.prieto@uptc.edu.co
Universidad Pontificia Bolivariana	Lina Maria Uribe Restrepo Jhon Fredy Escobar Soto	lina.uriber@upb.edu.co jhon.escobars@upb.edu.co
Universidad Pontificia Javeriana Cali	Fernando Pereira	fpereira@javerianacali.edu.co
Universidad Tecnológica de Bolívar	Luis Carlos Arraut Camargo Lorena Baquero	larraut@utb.edu.co lbaquero@utb.edu.co
Universidad Tecnológica de Pereira	Yurany Calvo Trejos Sandra Esperanza Loaiza	ycalvo@utp.edu.co seloaliza@utp.edu.co

## Referencias

- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9)
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2/3), 219-233. <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>
- Chin, M. K., Zhang, S. X., Jahanshahi, A. A., & Nadkarni, S. (2021). Unpacking Political Ideology: CEO Social and Economic Ideologies, Strategic Decision-Making Processes, and Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 64(4), 1213-1235. <https://doi.org/10.5465/amj.2019.1228>
- Laspita, S., Breugst, N., Heblich, S., & Patzelt, H. (2012). Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 27(4), 414-435. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.11.006>
- 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>
- Martins, I., Perez, J. P., & Novoa, S. (2022). Developing orientation to achieve entrepreneurial intention: A pretest-post-test analysis of entrepreneurship education programs. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100593. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100593>
- Martins, I., & Perez, J. P. (2020). Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(4), 771-791. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-08-2019-0505>
- UNCTAD. (2023). UNCTADstat - Classifications. Consultado el 24 de mayo de 2024, desde <https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications.html>





# UNIVERSIDAD EAFIT

VICELADA | MINEDUCACIÓN

