

## INFORME TECNICO #22

# ¿Cómo es la relación entre el ecosistema empresarial y los estudiantes universitarios en el pacífico colombiano?

Percepción cruzada entre estudiantes universitarios y empresarios del Pacífico colombiano

413 estudiantes · 145 empresarios · Pacífico colombiano

*ondeos aplicados en mayo-junio de 2026*

*Camilo Alberto Lezcano Yepes, Director Ejecutivo*

Cali, junio de 2026

Resultados completos en: <https://cidesco.org.co/informes-y-documentos/>

### Highlights

Los datos en una sola mirada. Dos poblaciones que ya quieren encontrarse y una corporación trabajando para que ese encuentro ocurra de forma estructurada y recíproca.

**81.3%** de los estudiantes quiere colaborar o trabajar con un empresario local.

**69.0%** de los empresarios está dispuesto a contratar, dar prácticas o colaborar con un estudiante de la región.

**20.0%** de los empresarios cree que la universidad forma según las necesidades reales del sector. La métrica más baja y la más accionable.

**57.6%** de los estudiantes ya reconoce que el empresario contribuye al bienestar social. El imaginario positivo ya existe.

### Para tener en cuenta:

- **La puerta está abierta de los dos lados.** La demanda mutua ya existe; lo que falta es el canal que la convierta en relación.

- **Nadie espera la perfección.** Los estudiantes no esperan al empresario perfecto, esperan al empresario presente. Los empresarios no esperan al egresado perfecto, contratan por potencial.
- **La brecha es conductual, no intelectual.** El empresario no duda de la inteligencia del joven; duda de su preparación para el rigor del trabajo. Y eso se entrena dentro de la empresa.
- **La experiencia es el mejor argumento.** Quien contrata, repite. Quien estudia más, sigue interesado. El contacto real rompe el prejuicio.
- **CIDESCO no observa la brecha.** Existe para cerrar esa distancia. No es un actor neutral: es el puente entre el talento que se forma y el territorio que lo necesita.

## 1. Introducción

Este informe técnico consolida los resultados de dos sondeos de percepción aplicados por CIDESCO en el Pacífico colombiano entre mayo y junio de 2026. Por primera vez, la corporación midió de manera simultánea las dos orillas de una misma relación: lo que los estudiantes universitarios piensan del empresariado de su región, y lo que los empresarios piensan del talento universitario que esa misma región forma.

El primer instrumento encuestó a 413 estudiantes activos de instituciones de educación superior de la región, con resultados estadísticamente representativos de una población de 250.000 estudiantes (nivel de confianza del 95%, margen de error de  $\pm 5\%$ ). El segundo recogió la voz de 145 empresarios y líderes de organizaciones, de los cuales el 84.1% habla desde la experiencia directa de haber contratado talento joven.

El propósito del estudio no es juzgar a ninguna de las dos poblaciones ni emitir un boletín de calificaciones. Es poner sobre la mesa, con datos, la conversación más importante para la empleabilidad y el desarrollo del Pacífico: qué tan dispuestas están estas dos poblaciones a encontrarse, y dónde están las distancias que hay que cerrar para que ese encuentro ocurra.

### El esfuerzo de CIDESCO

CIDESCO está realizando un esfuerzo de gran escala para construir una relación de reciprocidad genuina entre estudiantes y empresarios. Estos sondeos son apenas el diagnóstico de base de ese trabajo: medir para poder articular. La corporación no busca describir la brecha desde la tribuna, sino operar activamente en el primer eslabón de la cadena —la pertinencia formativa y el contacto temprano— para que el talento que se forma en el Pacífico encuentre, en su propio territorio, una oportunidad real.

### Alcance metodológico

- **Encuesta universitaria:** 413 estudiantes de IES del Pacífico (Popayán, Cali, Pasto y el resto de la región). Representatividad: NC 95%, margen  $\pm 5\%$ .
- **Sondeo empresarial:** 145 empresarios y líderes de organizaciones. Predominio del tejido micro y pequeño (69%), el que más empleo genera y el más cercano al primer paso laboral del estudiante, con apoyo de FENALCO.
- **Dimensiones comparables:** Ambos instrumentos midieron percepción, posicionamiento, disposición de colaboración/contratación y descripción cualitativa en palabras propias.

## 2. Resultados

### 2.1 La voz de los estudiantes (n = 413)

Cuando se le pregunta al estudiante universitario del Pacífico si quiere trabajar con un empresario local, la respuesta no tiene matices: 8 de cada 10 levantan la mano. Y ese entusiasmo no depende de una confianza ciega, sino de una aspiración pragmática de construir futuro en su propia región.

Dimensión	% favorable	Media / 5
Confianza en los empresarios	37.8%	3.34

Dimensión	% favorable	Media / 5
Contribución social percibida	57.6%	3.65
<b>Interés en colaborar con un empresario</b>	<b>81.3%</b>	<b>4.07</b>

**Lectura:** la disposición a colaborar (81.3%) casi duplica la tasa de confianza alta (37.8%). El puente entre ambas es la contribución social percibida: mostrar impacto genera confianza, y la confianza habilita la colaboración. El 54.2% de los estudiantes está en zona neutral de confianza —no desconfían, no confían aún—; cada empresario que aparece en un aula convierte un neutral en un aliado.

**Hallazgo cualitativo:** al describir al empresario, dominan los atributos de carácter —emprendedor, resiliente, visionario, trabajador—. El imaginario positivo ya existe; solo falta el contacto. Un dato estratégico para la agenda CIDESCO: 177 estudiantes (42.9% de la muestra) son de Trabajo Social, aliados naturales para las agendas de responsabilidad social y desarrollo territorial del empresariado.

## 2.2 La voz de los empresarios (n = 145)

Del lado empresarial, la puerta también está abierta: casi 7 de cada 10 quieren al talento joven adentro. Pero ese sí convive con una reserva incómoda sobre la preparación y, sobre todo, sobre la pertinencia de lo que la universidad forma.

Dimensión	% favorable	Media / 5
<b>Forman según las necesidades del sector</b>	<b>20.0%</b>	<b>2.59</b>
Preparación académica percibida	37.2%	3.05
<b>Disposición a contratar o dar prácticas</b>	<b>69.0%</b>	<b>3.74</b>

**Lectura:** la disposición a contratar (69.0%) casi duplica la percepción de buena preparación (37.2%). El empresario contrata por potencial y por necesidad, no porque la formación lo convenza. ***El dato más duro del estudio es la pertinencia: solo 2 de cada 10 creen que la universidad forma según lo que el sector necesita, y el 50.4% está en desacuerdo.*** No es una crítica al estudiante, es una crítica al currículo.

**Hallazgo cualitativo:** el concepto positivo más mencionado es “ganas” (32 menciones). Las críticas se concentran en lo conductual —madurez, foco, compromiso, realismo laboral—, no en lo cognitivo. El empresario no duda de la inteligencia del joven; duda de su preparación para el rigor del trabajo. Y eso se entrena mejor dentro de la empresa que fuera de ella.

### 2.3 Patrones que refuerzan la tesis

- **Las grandes empresas son las más optimistas:** a mayor tamaño de empresa, mejor percepción y mayor disposición (4.24/5 en las grandes). La micro y pequeña empresa —69% de la muestra— es más exigente porque tiene menos estructura para acompañar al talento joven.
- **Quien contrata, repite:** los empresarios que ya contrataron están más dispuestos a repetir (3.79 frente a 3.48). El contacto real mejora la intención de contratar.
- **El interés se sostiene en el tiempo:** los estudiantes de semestres avanzados (7+) mantienen un interés alto en colaborar (4.04/5). Más contexto académico no enfría las ganas.
- **Las correlaciones lo confirman:** pertinencia y preparación percibida están fuertemente ligadas ( $r = 0.57$ ), y la preparación habilita la contratación ( $r = 0.51$ ). Mover la pertinencia desbloquea toda la cadena.

### 3. Conclusiones

Al cruzar las dos encuestas, el diagnóstico es inequívoco y, sobre todo, esperanzador: el problema del Pacífico no es de voluntad, es de articulación. Las dos poblaciones quieren encontrarse; lo que falta es el mecanismo que convierta esa disposición mutua en relaciones concretas.

1. **La demanda mutua existe y es mayoritaria.** 8 de cada 10 estudiantes quieren colaborar con un empresario local y 7 de cada 10 empresarios quieren contratar talento joven. CIDESCO no tiene que crear el mercado, tiene que construir el canal.
2. **La pertinencia formativa es la herida abierta.** solo el 20% de los empresarios cree que la universidad forma según el sector. Es la métrica más baja y la más accionable de todo el estudio. Se cierra con currículos co-diseñados, prácticas reales y proyectos aplicados.
3. **El déficit percibido es conductual y entrenable.** el empresario no cuestiona la capacidad del joven, sino su madurez, foco y realismo laboral. Eso es trayectoria, no talento, y la trayectoria se acelera con exposición temprana al entorno empresarial.
4. **La PYME necesita ayuda para abrir la puerta.** la micro y pequeña empresa (69% de la muestra) es la más exigente y la que menos estructura tiene para acompañar al primer practicante. Ahí hay un servicio gremial concreto por articular.
5. **La presencia vence al prejuicio.** quien contrata repite, y el estudiante que ve impacto confía más. La estrategia más poderosa no es un comunicado: es multiplicar los primeros contactos entre estudiante y empresa.

**La pregunta ya no es si las dos poblaciones quieren encontrarse —los datos confirman que sí—. La pregunta es quién construye el puente. CIDESCO existe precisamente para eso, y NEXO Territorial es la herramienta operativa de esa respuesta.**

#### **4. NEXO Territorial: el puente operativo**

NEXO Territorial es el programa de UNIT y CIDESCO diseñado para convertir la disposición mutua detectada en estos sondeos en una relación de reciprocidad estructurada y sostenible. Articula a cuatro actores en un mismo circuito de valor: grandes

empresas, PYMES y microempresas, estudiantes y CIDESCO, con el apoyo metodológico de UNIT.

#### 4.1 Cómo funciona el circuito de reciprocidad

- **Grandes empresas:** aportan como aliados estratégicos y donantes, y a cambio fortalecen su propia cadena productiva. Su inversión regresa como valor a sus proveedores.
- **PYMES y microempresas:** reciben herramientas y talento activo para crecer y competir. Son el motor del territorio y los principales beneficiarios del contacto con el estudiante.
- **Estudiantes:** acceden a formación práctica, prácticas y empleo real. Pasan de talento en formación a talento activo dentro del territorio.
- **CIDESCO + UNIT:** articula el circuito, aporta la metodología y mide el impacto. Convierte cada contacto en evidencia y cada práctica en una semilla de empleo futuro.

**El principio del modelo:** la inversión de la gran empresa fortalece a sus proveedores PYME, esos proveedores absorben talento universitario formado en el territorio, y ese talento eleva la competitividad de toda la cadena. El valor circula y regresa como ROI a quien lo inició.

#### 4.2 Cómo NEXO Territorial mueve cada métrica del estudio

Problema detectado	Dato base	Cómo lo mueve NEXO
Baja pertinencia del currículo	20.0% favorable	Proyectos aplicados y retos co-diseñados con PYMES; UNIT aporta la metodología.
Déficit conductual percibido	82.1% señala una carencia	Exposición temprana al entorno real: mentoría, simulación y práctica formativa.

Problema detectado	Dato base	Cómo lo mueve NEXO
PYME sin estructura para acompañar	69% de la muestra es PYME	Modelo de práctica para PYMES con acompañamiento gremial que reduce la fricción.
Confianza estudiantil en pausa	54.2% neutral	Presencia empresarial en aulas y charlas que convierte neutrales en aliados.
Canal de encuentro inexistente	81.3% y 69.0% dispuestos	Ferias, bolsas de práctica y vinculación temprana operadas por CIDESCO.

### 4.3 Resultado esperado

Si los sondeos muestran dos poblaciones dispuestas pero desconectadas, NEXO Territorial es el mecanismo que las conecta de forma medible. A medida que el programa multiplica los primeros contactos, la cadena causal documentada en el estudio se activa: más pertinencia eleva la preparación percibida, la preparación desbloquea más contratación, y cada contratación que funciona genera la siguiente. La reciprocidad deja de ser una aspiración para convertirse en un circuito que se autoalimenta.

**La próxima generación del Pacífico ya tiene la mirada puesta en el empresario local, y el empresario ya tiene la puerta abierta para el talento joven. NEXO Territorial es el primer paso que ambos estaban esperando que alguien diera. CIDESCO lo da.**

*CIDESCO · Corporación para la Integración y Desarrollo de la Educación Superior en el Suroccidente Colombiano*

*Sondeos aplicados en mayo–junio de 2026 · n = 413 estudiantes (NC 95%, ±5%) · n = 145 empresarios*