

PROGRAMA DE MAESTRÍA

Efectos adversos y riesgo moral en la promoción del emprendimiento

Investigación

Autor

John Alexander Osorio Galeano

Asesor

Harlyn Dario Lopez Torres

Línea de Investigación: Gestión Organizacional

**INSTITUTO TECNOLÓGICO
METROPOLITANO FACULTAD CIENCIAS
ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
MEDELLÍN, COLOMBIA**

2021

AGRADECIMIENTOS

A mi familia por todo su apoyo y comprensión, a mi asesor por su orientación, compromiso y dedicación, a los docentes y compañeros de maestría por su cariño, amistad y solidaridad, a Lina por su paciencia y generosidad y todos los emprendedores que me apoyaron brindándome su tiempo, conocimiento y experiencia para sacar adelante este proyecto de investigación.

RESUMEN

La promoción del emprendimiento es un fenómeno complejo que en algunos casos puede generar efectos adversos de tipo, físico, mental, económico y social, entre otros y que puede estar asociado a un riesgo moral por una transferencia incompleta de información por parte del promotor del emprendimiento. Ampliar la comprensión y conocimiento de este fenómeno es de gran interés para las entidades que promueven el emprendimiento.

Objetivo: Identificar los efectos adversos en el marco del riesgo moral de la promoción del emprendimiento en las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín.

Metodología: Estudio cuantitativo descriptivo transversal. Para la recolección de los datos se utilizó un instrumento tipo encuesta a 259 individuos y también se aplicó una herramienta cualitativa por medio de una entrevista.

Resultados: Se identificaron dos tipos de efectos adversos: los directos y los indirectos. Los primeros afectan al individuo, siendo estos: salud física, salud mental, económicos, legales, de relaciones personales, rendimiento académico, activos sociales y modificación en valores y principios. Los segundos afectan la economía, la sociedad y el medio ambiente y se asocian con una institucionalidad y gobernabilidad débil. Estos se categorizan como emprendimientos improductivos, destructivos y aniquiladores. Para los emprendedores encuestados el principal efecto adverso es la salud mental, seguido de los económicos y en tercer lugar afectaciones en sus relaciones personales. En lo que respecta a

los efectos adversos indirectos los emprendedores respondieron que la institucionalidad del Estado colombiano tiene un mayor nivel de influencia el surgimiento de emprendimientos aniquiladores, seguidos de los destructivos y por último los improductivos.

Los factores que pueden propiciar el riesgo moral en la promoción del emprendimiento se definieron a partir de la revisión bibliográfica utilizando una metodología de carácter descriptiva que busca definir sus características y origen. En este contexto se obtuvieron los siguientes resultados: los promotores del emprendimiento se esfuerzan moderadamente por reclutar emprendedores, la cantidad de información que se le brinda al emprendedor es intermedia y es parcialmente actualizada. Además, los emprendedores consideran que el promotor socializa el emprendimiento enfatizando mucho en el éxito empresarial, pero la información sobre el fracaso es parcialmente incompleta.

Conclusiones: Existen efectos adversos que impactan de manera negativa en el emprendedor y que pueden tener graves consecuencias en su calidad de vida.

Fundamentalmente estos abarcan su salud mental, aspectos económicos y sus relaciones personales. Además, se identificaron externalidades negativas del emprendimiento que son el resultado de una débil institucionalidad y que para los encuestados afectan la economía y la sociedad. También se pudo evidenciar tanto con la encuesta como con las entrevistas, que el promotor del emprendimiento enfatiza mucho más en resaltar el éxito empresarial que en exponer los potenciales riesgos y efectos adversos de emprender.

Palabras claves: Emprendimiento, riesgo e incertidumbre, fracaso empresarial, efectos adversos del emprendimiento, daños colaterales del emprendimiento y riesgo moral.

ABSTRACT

The promotion of entrepreneurship is a complex phenomenon that can generate, in some cases, adverse physical, mental, economic and social effects, among others, and can be associated with a moral risk due to an incomplete transfer of information by entrepreneurship promoters. Therefore, extending our understanding and knowledge of this phenomenon is of great interest for the entities that promote entrepreneurship.

Objective: To identify the adverse effects under the framework of moral risk in the promotion of entrepreneurship in higher education institutions in the city of Medellin.

Methodology: Cross-sectional descriptive quantitative study. A survey-type instrument was used to collect data from 259 individuals and a qualitative tool was also applied by means of an interview.

Results: Two types of adverse effects were identified: direct and indirect. The first ones affect the individual in terms of physical health, mental health, economic situation, legal situation, personal relationships, academic performance, social assets and modification in values and principles. The second ones affect the economy, the society and the environment and are associated with a weak institutional framework and governance. These are categorized as unproductive, destructive and annihilating ventures. For the surveyed entrepreneurs, the main adverse effect is mental health, followed by economic effects and thirdly, effects on their personal relationships. Regarding the indirect adverse effects, the entrepreneurs responded

that the institutional framework of the Colombian State has a higher level of influence on the emergence of annihilating enterprises, followed by destructive and finally unproductive ones.

The factors that may propitiate moral risk in the promotion of entrepreneurship were defined from the bibliographic review using a descriptive methodology that seeks to define its characteristics and origin. In this context, the following results were obtained, entrepreneurship promoters make a moderate effort to recruit entrepreneurs, the amount of information provided to the entrepreneur is intermediate and is partially updated. In addition, entrepreneurs consider that the promoter socializes the entrepreneurship emphasizing a lot on corporate success, but the information on failure is partially incomplete.

Conclusions: There are adverse effects that impact negatively on the entrepreneur and that can have serious consequences on their quality of life. Fundamentally, they involve their mental health, economic aspects and personal relationships. In addition, negative external features of entrepreneurship were identified that are the result of a weak institutional framework and that, according to the participants, affect the economy and the society. It was also evident from both the survey and the interviews that the promoter of entrepreneurship emphasizes much more entrepreneurial success over the potential risks and adverse effects of entrepreneurship.

Key words: Entrepreneurship, risk and uncertainty, business failure, adverse effects of entrepreneurship, collateral damage of entrepreneurship and moral risk.

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	3
ABSTRACT	5
LISTA DE FIGURAS	9
LISTA DE TABLAS	10
INTRODUCCIÓN	11
Antecedentes	17
Descripción del problema.....	23
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	25
Principal.....	25
Secundarias	25
OBJETIVOS	26
Objetivo General.....	26
Objetivos específicos.....	26
MARCO DE REFERENCIA	27
1. CAPÍTULO I. REFERENTES TEÓRICOS	36
1.1 Efectos adversos	36
1.2 La teoría del riesgo	39
1.3 Riesgo moral.....	44
1.4 Emprendedor	49
1.1 El promotor.....	56
2. CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO	66
2.1 Tipo de estudio	66
2.2 Población.....	67
2.3 Criterio de inclusión y exclusión	68
2.4 Muestra y muestreo	68
2.5 Fuente de Información.....	69
2.6 Técnica de recolección de la información	70
2.7 El proceso metodológico	71
3. CAPÍTULO III. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	74
3.1 Resultados etapa 4: Análisis e interpretación de los resultados de la investigación	74
3.1.1 Caracterización del grupo poblacional que participó en la encuesta	74
3.1.2 Caracterización del emprendimiento	81
3.1.3 Percepción del riesgo moral en la promoción (fomento) del emprendimiento.	92
3.1.4 Clasificación de los efectos adversos identificados	114
3.2 Análisis.....	122
Procesamiento de la información	125
4. CAPÍTULO III. HALLAZGOS	126

5	LIMITACIONES, CONCLUSIONES, IMPLICACIONES Y RECOMENDACIONES.....	138
5.1	Limitaciones	138
5.2	Conclusiones.....	140
5.3	Implicaciones económicas, políticas y sociales de los efectos adversos asociados a la promoción del emprendimiento	143
5.4	Recomendaciones y estrategias sugeridas a partir de los hallazgos de la investigación	149
5.5	Futuras líneas de investigación	151
6	ANEXOS	153
6.1	Anexo: Instrumento diseñado para el levantamiento de información	153
6.2	Anexo: Relación entre el instrumento de investigación y los objetivos y preguntas de la investigación.....	158
	REFERENCIAS	161

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1	<i>Representación gráfica de las preguntas de investigación.</i>	25
Ilustración 2	<i>Gráfica conceptual de la estructura del riesgo moral en la economía.</i>	40
Ilustración 3	<i>Asimetría de la información en la promoción del emprendimiento.</i>	48
Ilustración 4	<i>Recursos destinados a la promoción del emprendimiento.</i>	61
Ilustración 5	<i>Cálculo tamaño de la muestra.</i>	69
Ilustración 6	<i>Proceso Metodológico del proyecto de investigación.</i>	71
Ilustración 7	<i>Rango de edad de los encuestados.</i>	75
Ilustración 8	<i>Género de las personas encuestadas.</i>	77
Ilustración 9	<i>Estrato socioeconómico de los encuestados</i>	78
Ilustración 10	<i>Nivel de escolaridad.</i>	79
Ilustración 11	<i>Línea de formación académica de las personas encuestadas.</i>	80
Ilustración 12	<i>Contexto en el que se originó el emprendimiento.</i>	81
Ilustración 13	<i>Tiempo de operación del emprendimiento.</i>	83
Ilustración 14	<i>Beneficios recibidos por los emprendedores.</i>	84
Ilustración 15	<i>Sector al que pertenece el proyecto.</i>	86
Ilustración 16	<i>Emprendimientos formalizados.</i>	88
Ilustración 17	<i>Emprendimientos con ánimo de lucro.</i>	89
Ilustración 18	<i>Esfuerzos en la promoción de las instituciones educativas.</i>	92
Ilustración 19	<i>Esfuerzos de las instituciones para publicitar el emprendimiento en Colombia.</i>	93
Ilustración 20	<i>Medios de comunicación utilizados en la promoción del emprendimiento.</i>	96
Ilustración 21	<i>Influencia de la promoción en la toma de decisión de emprender.</i>	97
Ilustración 22	<i>Nivel de confianza en el promotor.</i>	99
Ilustración 23	<i>Nivel de seguridad que trasmite el promotor al individuo para tomar la decisión de emprender.</i>	100
Ilustración 24	<i>Promoción del emprendimiento en las instituciones educativas y nivel de influencia de la institución educativa en el individuo para emprender.</i>	101
Ilustración 25	<i>Nivel de transferencia de información que emprendedor recibe por parte de la institución educativa sobre el emprendimiento.</i>	103
Ilustración 26	<i>Calidad de la información que el emprendedor recibe de parte de la institución educativa.</i>	105
Ilustración 27	<i>Nivel de información que recibe el emprendedor sobre el fracaso empresarial.</i>	108
Ilustración 28	<i>Algunos datos sobre indicadores internacionales.</i>	135
Ilustración 29	<i>El Estado como principal promotor del emprendimiento.</i>	144
Ilustración 30	<i>Incremento de las entidades promotoras del emprendimiento en el mundo.</i>	145
Ilustración 31	<i>Costos de los efectos adversos en el cuatrienio.</i>	148

LISTA DE TABLAS

Tabla 1	<i>Posibles externalidades negativas de la promoción del emprendimiento</i>	38
Tabla 2	<i>Evolución y estudio del riesgo moral en la economía</i>	45
Tabla 3	<i>Principales corrientes de pensamiento y sus autores sobre el emprendimiento</i>	51
Tabla 4	<i>Organismos y entidades promotoras del emprendimiento</i>	57
Tabla 5	<i>Autores que investigan el impacto de la promoción del emprendimiento en instituciones educativas</i>	64
Tabla 6	<i>Lugar de residencia emprendedores</i>	74
Tabla 7	<i>Principales cambios que han sufridos los emprendimientos en su planteamiento original</i>	88
Tabla 8	<i>Identificación de la figura jurídica</i>	90
Tabla 9	<i>Enfoque de la socialización del emprendimiento</i>	94
Tabla 10	<i>Información que el emprendedor considera que es fundamental para emprender, pero no se le transfiere</i>	106

INTRODUCCIÓN

Uno de los principales retos de cualquier gobierno es lograr mantener un crecimiento económico estable y duradero sustentado en el uso eficiente de sus recursos, el incremento de la competitividad y la productividad (Minniti, 2012). Los economistas consideran que parte de este crecimiento y desarrollo económico se sustenta en la capacidad que tienen los ciudadanos de emprender bajo las condiciones en las que opera el mercado, utilizando de forma creativa los factores de producción, trabajo, capital y recursos naturales (Galindo-Martín et al., 2016).

El fomento del emprendimiento es un elemento clave en la política económica del Estado, sus esfuerzos se centran en sectores estratégicos, con esto espera el surgimiento de nuevas empresas que impacten positivamente en la generación de nuevos puestos de trabajo, en la reducción de la pobreza y ayuden a mantener una estabilidad social tan necesaria en distintas regiones del país (Pardo y Alfonso, 2015; Prieto y Cortés, 2020). Desde la normatividad política y jurídica el emprendimiento en Colombia está delimitado por distintos documentos del Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), normas y leyes como la ley 1014 de 2006 de fomento del emprendimiento y la Ley 2069 de 2020 conocida como Ley de Emprendimiento (Martínez, 2018).

Durante las últimas dos décadas una de las poblaciones que más se ha visto afectada por la falta de trabajo y oportunidades son los jóvenes, según el Departamento Nacional de Estadística (DANE) en el trimestre abril-junio de 2021 la tasa de desempleo en personas menores de 28 años fue del 23,3% en el país, una cifra muy por encima del promedio regional

Institución Universitaria

que está por el orden del 18% (DANE, 2021), este problema se presenta en todo tipo de población, jóvenes rurales, bachilleres, profesionales, todos sin excepción sufren dificultades a la hora de conseguir un puesto de trabajo y se agudizó más por la contingencia del covid-19 (Mejía, 2020; Salazar, 2021) y el paro nacional 2021 que afectó al 22% de las empresas en el país, con una pérdida calculada para la economía de 10,8 billones de pesos en un solo mes (Portafolio, 2021). Para enfrentar esta situación de falta de empleo y dificultades económicas en el hogar, miles de jóvenes desarrollan proyectos de emprendimiento al año desde distintos escenarios, siendo relevantes las instituciones de educación superior del país, apoyados por diferentes programas del orden nacional, regional, local y de cada entidad como las unidades de emprendimiento de las instituciones universitarias (Montes, 2016).

El emprendimiento tiene grandes beneficios, pero también puede tener externalidades negativas que afectan a los emprendedores y a la sociedad (Godfrid, 2017; Fuentelsaz y González, 2015), por ejemplo, a pesar de los grandes esfuerzos en la promoción del emprendimiento, muchos de estos nuevos proyectos de emprendimiento engrosarán las altas cifras de mortalidad empresarial. Investigaciones postulan que el 45% de las empresas en Colombia cierran antes del primer año de operación y en el lapso de 10 años sólo habrá una empresa por cada 10 creadas (González, 2017).

De este modo, se tiene claro que tanto iniciar como cerrar un emprendimiento tiene un alto costo para el emprendedor en muchos aspectos. En otro sentido, muchos individuos emprenden, pero no llegan a formalizarse (DANE, 2018; Salcedo-Pérez et al., 2020; Caballero, 2020), no contratan bajo la normatividad legal, compiten de forma desleal y en muchos casos, los emprendimientos están por fuera de la ley o tiene un alto impacto negativo para el medio

ambiente y las personas (Baumol, 1996; Howard, 2018). Además, ciertos tipos de emprendimientos pueden terminar afectando los valores y principios del individuo que los lleva a tener comportamientos poco éticos e inmorales para con las personas y la sociedad (Begovic, 2005; Calderón, 2018; Cardenas, 2015; Lorduy, 2019).

El emprendimiento se ha estudiado en muchos aspectos, pero poco se ha hablado de la responsabilidad del promotor en los efectos adversos que puedan padecer los emprendedores y la sociedad en general, si el promotor es en gran medida el responsable de reclutar, motivar y formar al emprendedor, entonces ¿hasta qué punto es responsable de las externalidades negativas que enfrentan? (Fuentelsaz y González, 2015). ¿Acaso incurre el promotor en un riesgo moral al influenciar a los emprendedores sin tener una idea clara de los daños que podría causarle?, ¿qué tan grave es su afectación y cuáles son sus secuelas en el corto y largo plazo?

El concepto “efecto adverso” se deriva de la atención en salud, siendo considerado un problema médico inesperado que sucede durante el tratamiento con un fármaco u otra terapia, pudiendo ser leve, moderado o grave, y es posible que tenga otras causas diferentes al medicamento o la terapia que se administra (Instituto Nacional de Cáncer [NIH], 2020). La identificación de eventos adversos es un componente de alta relevancia en la salud de los seres humanos, la medición de su prevalencia y de los factores asociados, ha ocupado el interés de diversos estudios alrededor del mundo.

En la literatura, un efecto adverso se puede entender como el daño colateral, no previsto o accidental que sufre un individuo (detrimento, perjuicio, menoscabo, dolor o molestia) al

exponerse a un evento particular, este efecto adverso puede ser leve, moderado o grave, es aquello que se origina por virtud de una cosa (Real Academia Española [R.A.E], 2019).

En el presente estudio se asumirán los efectos adversos del emprendimiento como las consecuencias no deseadas de emprender que tiene un impacto negativo en la calidad de vida del individuo en distintos aspectos tales como su salud física y mental, su relacionamiento social y familiar, aspectos económicos, académicos, éticos y morales, entre otros y que pueden surgir tanto en emprendedores que fracasan como en aquellos que tienen éxito. La idea de derivar este concepto al campo del emprendimiento surge desde la perspectiva de que en la medida en que se midan, se tipifiquen y se conozcan los efectos adversos, es posible generar un sistema para prevenirlos y minimizar sus efectos, ya que es viable que estos se estén generando entre la población emprendedora, trayendo consigo graves consecuencias para el individuo y para la productividad y competitividad de la nación.

Con respecto a lo anterior, se pueden exponer algunos trabajos como el de Murray (2012), que esboza que el emprendimiento se ha glorificado en los medios y que muchos gobiernos han centrado sus políticas económicas en el fortalecimiento del espíritu empresarial, pero finalmente quien asume los riesgos económicos, sociales y profesionales es el emprendedor; Ucbasaran (2013) que comenta que las secuelas del fracaso empresarial pueden generar complejos estados de confusión psicológica, social y financiera que pueden tener una connotación traumática para el emprendedor; Fowle (2019) que considera que los emprendedores se exponen a un alto riesgo, incertidumbre, falta de control, relaciones personales deterioradas, y una identidad dañada, que al complementarse con un estilo de vida extremo, con largas jornadas de trabajo, falta de sueño, poco ejercicio y una mala alimentación

se combinan generando altos niveles de estrés, fisiológico y psicológico que pueden conducir a estados de depresión y angustia. Además, Baumol (1996) y Howard (2018) plantean que del emprendimiento pueden surgir emprendimientos con un alto impacto negativo para la sociedad como los emprendimientos improductivos, destructivos y aniquiladores.

En cuanto al término “riesgo moral”, este se utiliza para explicar el comportamiento de un individuo que teniendo información privilegiada de una situación la utiliza a su favor para transferir el riesgo a un tercero protegiéndose de los efectos negativos de su decisión, produciendo un daño colateral en el otro. Hace parte de lo que en economía se conoce como “selección adversa”, que pertenece a un componente de incertidumbre, riesgo e información privada (Krugman y Wells, 2006; Jacinto, 2008). El riesgo moral se comenzó a utilizar en el sector asegurador para el año 1600 y se utilizaba para describir aquella situación en la que la intención del asegurador no se podía conocer, en el siglo XX otras profesiones integraron el concepto para describir situaciones similares como en el sector salud, político, financiero. En este estudio se plantea que la entidad que promueve el emprendimiento tiene mayor información que el individuo que pretende emprender, en concreto sobre las externalidades negativas, los riesgos y sobre los efectos adversos a los que se expone el emprendedor.

Para algunos autores, la promoción del emprendimiento por parte del Estado no es más que la transferencia de la responsabilidad que este tiene de generar empleo a sus propios ciudadanos, delegándoles a estos la creación de sus propios puestos de trabajo, en muchos casos, detrás del emprendimiento se disfraza un autoempleo precario y con un ingreso inestable e insuficiente (Corujo, 2017; Maca y Molina, 2019). Parte de esta deficiencia en la generación de empleo digno en el país es el resultado de un manejo politiquero y corrupto en la

administración del Estado que desincentiva la inversión privada nacional y extranjera, entre otros factores (Begovic, 2005; Newman y Ángel, 2017).

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2019), Colombia es uno de los países con las mayores tasas de intención de emprender en el mundo aunque esto no implica emprendimientos dinámicos de rápido crecimiento, el DANE (2021) calcula que el 48,5% de los nuevos emprendimientos terminarán en la informalidad, otros harán parte de las economías ilícitas (Caballero, 2020) y tomando como referencia la teoría de Baumol (1996) y Howard (2018), un tanto más serán emprendimientos improductivos, destructivos y aniquiladores, todos ellos traen consecuencias negativas para los emprendimientos productivos, legales y para la economía en general.

La promoción del emprendimiento se encuentra en casi todos los niveles institucionales, desde poderosas entidades internacionales como la Organización Internacional del Trabajo OIT, Organización de las Naciones Unidas ONU, Banco Interamericano de desarrollo BID, Banco Mundial BM, Comisión Económica para América Latina CEPAL, Foro de Davos, entre otras, (Barbetti, 2020), pasando por el gobierno central con un conjunto de leyes, normas y CONPES en el caso de Colombia, posteriormente con normatividad en las instituciones territoriales como departamentos y municipios (Ararat y Camelo, 2019; Cardona et al., 2008; Kantis et al., 2012; Nova, 2014; Yepes, 2013), hasta llegar a los niveles primarios como las instituciones de educación superior en donde el fomento del emprendimiento busca cumplir metas y objetivos en cada uno de los niveles (Bogotá, 2006; Chamorro et al., 2013; De Herrera, 2010; Rico y Santamaría, 2018; Senberg, 2011; Shah et al., 2020).

De este modo, se genera presión en la búsqueda, retención y motivación de emprendedores para cumplir con los presupuestos asignados, por lo que puede ser posible que muchos de estos emprendedores no estén en el proceso de forma natural, sino, gracias a una constante y bien diseñada estrategia de publicidad y marketing, en algunos casos, centrada en el éxito, el poder y el reconocimiento, que logra convencer incautos para con ellos engrosar las estadísticas del emprendimiento en Colombia. (Baumol, 1996; Fuentelsaz y González, 2015; Ararat, 2010; Maca y Molina, 2019; Prieto y Cortés, 2020; Sánchez, 2017).

Es así, como la presente propuesta es el punto de partida para responder a la necesidad de identificar los efectos adversos que se enmarcan el riesgo moral de la promoción del emprendimiento, con el fin de ampliar el marco de análisis del fenómeno de estudio, en el que es necesario anticiparse a la posibilidad de efectos adversos y de esta manera generar alternativas para intervenirlos, manejarlos y minimizar su impacto en el emprendedor y en el emprendimiento mismo.

Antecedentes

El gran problema para el emprendedor no es el posible fracaso de su proyecto, sino, los efectos adversos a los que se expone que se pueden generar tanto al emprendedor que fracasa como al que tiene éxito y más aún, entendiendo que si existiera el conocimiento y los procedimientos adecuados, estos se podrían prevenir. Este tipo de efectos pueden ser de tipo, físico, psicológico, económico y moral. Por ejemplo, estudios postulan que un gran número de emprendimientos surgen por supervivencia, por falta de oportunidades del individuo por acceder a un trabajo digno y bien remunerado, este factor sumado a la alta demanda de trabajo de su

emprendimiento y carga emocional, generan en algunos emprendedores sentimientos de frustración los cuales en muchos casos desembocan en ansiedad, depresión, trastornos de sueño, trastornos alimenticios, entre otro tipo de patologías psicológicas y físicas (Fowle, 2019). Este mismo autor en el documento “The entrepreneurial dream: Happiness, depression and freedom” presentado en la décimo tercera conferencia europea de innovación y emprendimiento del 2018, afirma que un 50% de los emprendedores europeos tienen problemas de salud mental y una tercera parte se siente deprimido. También plantea que algunos tipos de personalidad emprendedora se correlacionan con una mayor incidencia de problemas generales de salud mental, TDAH, depresión y suicidio.

En otra investigación, “The prevalence and co-occurrence of psychiatric conditions among entrepreneurs and their families”, se realizó una encuesta a 242 empresarios y 93 participantes de comparación para evaluar la prevalencia de cinco afecciones psiquiátricas, los resultados arrojaron que el 72 por ciento de los empresarios sufrieron algún tipo de afecciones de forma directa o indirecta, un 30 por ciento informó haber sufrido de depresión, un 29 por ciento de TDAH, un 12 por ciento consumió sustancias psicoactivas y un 11 por ciento tuvo comportamientos asociados a trastornos de bipolaridad. Además, un 32 por ciento informaron tener dos o más afecciones, y un 18 por ciento más de tres. En conclusión, el estudio determinó que el conocimiento sobre las condiciones psiquiátricas en los rasgos de personalidad puede servir para comprender como los rasgos relacionados con la salud mental de los emprendedores y de sus familias puede influir en los resultados empresariales (Freeman et al., 2019).

Por su parte, en la investigación de Fernando Minello y Ciocari Gomez “Estresse e comportamento do empreendedor: um estudo exploratório com empreendedores que

Institución Universitaria

vivenciaram o insuceso empresarial”, de carácter cualitativa y exploratoria, se identificaron cuatro categorías de análisis: acontecimientos estresantes derivados de la relación con la familia y los amigos, conflictos con las parejas, aspectos económicos y sentimientos de desprecio. En este trabajo se entrevistaron ocho empresarios que habían fracasado, el estudio concluyó que los emprendedores habían sido impactados en cada una de las cuatro categorías, llegando al punto de generar sentimientos de desprecio por la vida y pensamientos suicidas (Minello y Gómez, 2013).

Una investigación realizada en Inglaterra, “Life After Business Failure” que se enfoca en una revisión literaria exhaustiva sobre el tema, igual que la anterior, divide el impacto del fracaso empresarial en cuatro categorías, financiero, social, psicológico e interrelacional. En este caso, no lo definen como efectos adversos, sino, como costos de emprender y explora los aprendizajes que el emprendedor saca del fracaso y como se fortalece con estos aprendizajes para sus nuevos emprendimientos, aunque es importante destacar que en este estudio se evidenció que muchos emprendedores en vez de continuar desisten de seguir emprendiendo y esta desmotivación puede ser el resultado del impacto de unos “costos o efectos adversos” altamente traumáticos, ya que no todo emprendedor asume las situaciones complicadas de la misma manera (Ucbasaran et al., 2012).

Para el caso de Colombia y más específicamente para la ciudad de Medellín, se destaca la investigación ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo, un estudio realizado a emprendedores (322) formados en el Parque del Emprendimiento entre el 2008 y el 2010 en donde se pretendía indagar si este fomento del emprendimiento influye “*en el capital humano y social, la solidaridad y la felicidad de las*

personas”. El estudio pudo evidenciar el incremento de variables como el capital político y social de los emprendedores, pero también evidencio que no crea personas más solidarias ni felices (Cárdenas et al., 2015).

Por otro lado, y con respecto a los efectos adversos económicos, los estudios de emprendimiento se centran en las causas que llevan a los nuevos emprendimientos a fracasar presentando por lo general, estadísticas que relacionan el fracaso con distintas variables. Se calcula que en Colombia solo un 30% de las nuevas empresas llegarán a los cinco años, solo en el primer año fracasarán entre un 20% y un 30%, siendo los principales factores, un mal manejo financiero en el establecimiento del proyecto, la inadecuada selección de los colaboradores y la poca experiencia y conocimiento en el sector en el que incursiona el emprendedor (Confecámaras, 2017). Sin embargo, poco se sabe de los efectos adversos que pueden tener para los emprendedores y de qué manera y en qué nivel los afecta.

En lo que respecta al concepto de riesgo moral, no se identifican al momento estudios sobre este tema en relación con la promoción del emprendimiento en las instituciones de educación superior, pero si se encuentran investigaciones en otros de índole educativo, por ejemplo, el estudio de Cigno y Luporini (2003) *¿Scholarships or Student Loans? Subsidizing Higher Education in the Presence of Moral Hazard*, en donde se realizó un estudio sobre los préstamos para educación asignados en función de pagos futuros que dependen de garantías para realizar el crédito ante las dificultades para que la entidad financiera determine el nivel de compromiso del estudiante, la posibilidad de graduación y la garantía de que el egresado acceda a un trabajo bien remunerado y en donde es posible que estudiantes con alto nivel de rendimiento académico desistan de realizar estudios superiores porque las carreras de su interés

Institución Universitaria

no tienen alta demanda laboral o los ingresos que recibirán tras terminar sus estudios no serán suficientes para pagar las cuotas del préstamo. En este caso el riesgo moral que se presenta entre el agente (estudiante) y el principal (entidad financiera) termina generando préstamos a altas tasas de interés y sujetos a una garantía como la hipotecaria que afecta a un considerable número de estudiantes que no podrán acceder a los recursos financieros para cubrir sus estudios universitarios, principalmente los estudiantes de bajos recursos económicos.

En otro estudio, *Education, moral hazard, and endogenous growth*, de Long y Shimomura (1999), se exploran las consecuencias de una política estatal orientada al igualitarismo en un Estado que aplica una teoría de crecimiento endógeno y en donde se traslada una parte de la renta de los impuestos de los trabajadores más cualificados que por lo general, fueron los estudiantes más destacados, a estudiantes que se beneficiaran de subsidios para la educación. El riesgo moral se origina porque el esfuerzo de cada estudiante no es observable y es posible que los estudiantes reduzcan su rendimiento académico ante la perspectiva que así sean excelentes o deficientes pueden contar con las subvenciones para sus estudios. La investigación se centra en las redistribuciones que reducen los incentivos para la educación y desarrollo de habilidades y por lo tanto, puede tener un efecto adverso sobre el crecimiento. Para este estudio, se realiza una comparación a través de trayectorias de crecimiento equilibradas y se obtienen resultados de estática comparativa, en conclusión, se propone imponer un impuesto por bajo rendimiento de forma tal que se minimice el riesgo moral.

Las consecuencias negativas o efectos adversos a los que se expone un emprendedor podrían ser de distinta índole, pero en la literatura no se ha podido encontrar información

confiable que identifique, clasifique y describa estos efectos adversos, al igual que si el promotor tiene alguna responsabilidad por los daños que estos pudieran generar en el emprendedor.

Teniendo en cuenta la gran importancia de este tema para el desarrollo económico y social de un país (Ley 1040 de 2006 Fomento a la cultura del emprendimiento, a la Ley 1780 Emprendimiento Juvenil en Colombia y al CONPES 3866 Política Nacional de Desarrollo Productivo) y el gran número de jóvenes de las instituciones educativas de formación superior que eligen el emprendimiento como una opción de vida (Según el documento “Panorama del Emprendimiento en Colombia Discusión conceptual y perspectivas a 2020” la tasa de emprendedores entre los 18 y 24 años de edad es del 17,1%, y entre 25 y 34 años es el 24,3%), la presente investigación es relevante, ya que aporta nuevos conocimientos para el diseño de modelos de formación y promoción más ajustados a las necesidades del emprendedor universitario que reduzcan o transfieran el riesgo de sufrir efectos adversos en caso de que sus proyectos fracasen.

Es por esta razón que el presente estudio pretende identificar mediante un diseño mixto descriptivo transversal, los efectos adversos en el marco del riesgo moral de la promoción del emprendimiento en las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín, para generar aportes que permitan diseñar estrategias para el fortalecimiento de los procesos de formación, promoción y generación de emprendimiento y de esta forma tener mayores herramientas para afrontar los efectos adversos y superarlos cuando se presenten en el proceso.

Descripción del problema.

El emprendimiento es un tema de gran importancia para el desarrollo económico y social de Colombia, gran parte de la política pública de competitividad y productividad se centra en la promoción y fortalecimiento de una cultura emprendedora sólida, innovadora y proactiva, fundamentalmente por parte de los jóvenes. Una gran parte de estos emprendedores surgen en las instituciones de educación superior. Antioquia y en gran medida Medellín, aportan muchos de estos jóvenes emprendedores universitarios. A pesar de que el emprendimiento se ha estudiado en muchos aspectos, los efectos adversos a los que se expone el emprendedor han sido poco estudiados y lo más importante, poco difundidos por parte de las instituciones que lo promueven.

Estos efectos adversos son el resultado de múltiples situaciones a las que se expone un emprendedor, como las largas jornadas de trabajo, la falta de sueño, una presión constante por resultados, el poco acceso a crédito o las altas tasas de interés para aquellos que los tiene y que incrementan los egresos financieros, una cultura del éxito que excluye a las personas con problemas económicos sociales o familiares, el alto grado de corrupción en la contratación estatal, la carga impositiva y la competencia desleal como por ejemplo, el contrabando, entre otros factores, todos estos pueden terminar generando efectos adversos en el emprendedor.

No identificar con claridad los efectos adversos puede tener un alto impacto para la sociedad y la economía, en el primer caso puede producir enfermedades de distinto índole, tanto físicas como mentales que con el tiempo pueden ser un problema de salud pública y en el

segundo caso la pérdida de la inversión realizada a través de los distintos programas de promoción del emprendimiento, reducción de la tributación, y hasta problemas derivados de una economía ilícita, corrupta y destructiva.

Las instituciones de educación superior en su papel de promotoras del emprendimiento pueden tener responsabilidades en los efectos adversos que puede sufrir un emprendedor al transmitir una información parcializada e incompleta, más enfocada al éxito empresarial que busca motivar, retener e influir en el estudiante para tomar la decisión de emprender y en donde poco o nada hace para transferir al estudiante información sobre los efectos adversos que este puede sufrir, es así como surge el riesgo moral entre el promotor y el emprendedor.

La investigación es de gran relevancia porque no hay suficiente claridad sobre el alcance del impacto negativo que estos efectos adversos pudieran tener en los emprendedores, ni hasta qué punto es responsable el promotor, además si se han generado daños en emprendedores que tanto puede desmotivar esto a los otros estudiantes que pensaban realizar emprendimientos.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Principal

¿Cuáles son los efectos adversos asociados al riesgo moral de la promoción del emprendimiento en las instituciones educativas?

Secundarias

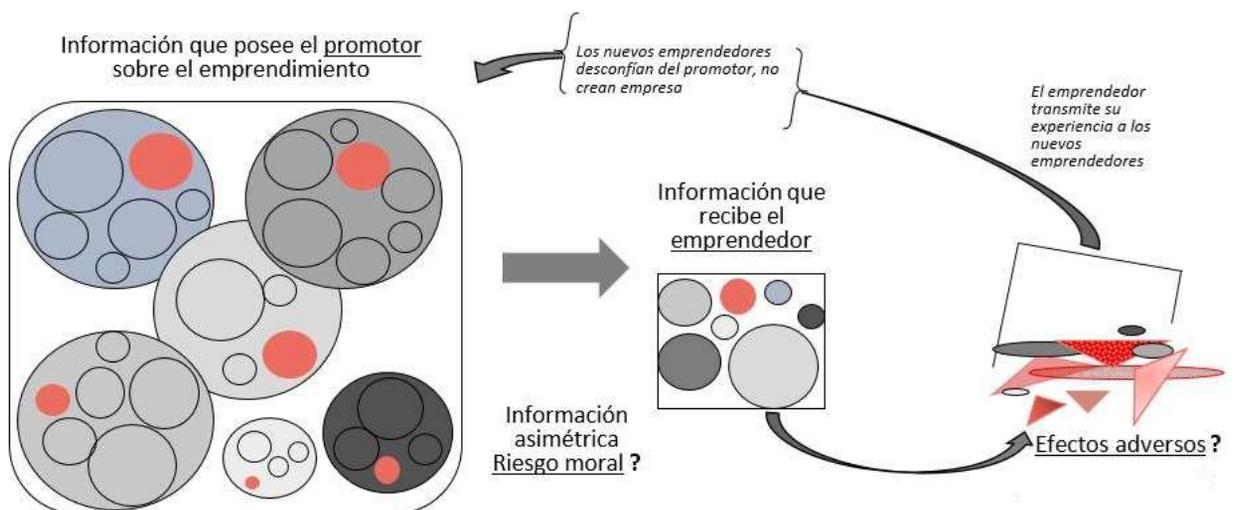
¿Cómo influye la transferencia de información de la institución de educación superior en el emprendedor universitario?

¿Cómo percibe el emprendedor los efectos adversos y el riesgo moral del emprendimiento?

¿Qué factores influyen en los efectos adversos y el riesgo moral en el emprendimiento?

Ilustración 1

Representación gráfica de las preguntas de investigación.



La anterior gráfica representa la asimetría de la información, en donde el cuadro grande a la izquierda denota la cantidad de información que las instituciones de educación superior tienen sobre el tema, de la cual solo transmite una pequeña cantidad de datos, algunos de estos datos los utiliza para incentivar a los estudiantes a emprender, las figuras geométricas dispersas al lado derecho, representan los efectos adversos que afectan al emprendedor y las flechas indican la secuencia, después que algunos emprendedores sufren los efectos adversos estos transfieren sus experiencias a otros individuos que desisten de emprender por las experiencias de sus amigos o conocidos. Fuente: Elaboración propia

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar los efectos adversos en el marco del riesgo moral de la promoción del emprendimiento en las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín.

Objetivos específicos

- Identificar las percepciones del emprendedor frente a los efectos adversos y el riesgo moral del emprendimiento.
- Definir las principales características de la información transferida por parte de la institución educativa al emprendedor.
- Reconocer los efectos adversos relacionados con la promoción del emprendimiento.
- Identificar el riesgo moral en la promoción del emprendimiento.
- Describir posibles correlaciones entre el riesgo moral y los efectos adversos de emprender.

MARCO DE REFERENCIA

Estado del Arte

El estado del arte de esta investigación se centró en buscar información relevante, reciente y de alta calidad de cada una de las variables que hacen parte del tema de estudio. Para esto se realizó una búsqueda en las principales bases de datos con distintas orientaciones ya que como se ha evidenciado, muchos de los conceptos que se utilizan provienen de campos distintos a la economía y la administración. Los artículos y demás documentos fueron estudiados, analizados y confrontados con otros para poder identificar en ellos los datos que apoyan el diagnóstico y la construcción del estado del arte de esta investigación.

En este estudio “Efectos adversos y riesgo moral de la promoción del emprendimiento en instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín” se pueden identificar cuatro variables, la primera son los efectos adversos, la segunda el riesgo moral, la tercera el emprendimiento y la cuarta la promoción. Al integrarlos, se encuentra el tema específico de investigación que se pretende abordar. Hasta el momento no se ha podido encontrar una investigación que analice las cuatro variables que se plantean en este estudio.

El presente trabajo se centra en el análisis de los efectos adversos que sufren los emprendedores de las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín y si estos tienen relación con una inadecuada transferencia de información por parte de la institución

educativa. Esta investigación permitirá reconocer, identificar y por supuesto, anticipar acciones para minimizar y por ende evitar daños en el emprendedor y en el proyecto de emprendimiento causados por los efectos adversos, porque solo aquello que se describe y se tipifica es susceptible de ser analizado, en este sentido, en el área del emprendimiento se hace urgente conocer los efectos adversos del emprendimiento, analizar sus causas, sus factores relacionados y como podrían ser intervenidos.

Es precisamente en este contexto donde se ubica la propuesta, puesto que conocer los efectos adversos en el proceso de emprendimiento, puede ser el punto de partida para abordar, entender y controlar las diferentes situaciones que los determinan. Llevar este concepto al área del emprendimiento, es una posibilidad para conocer las diferentes perspectivas del proceso, reconociendo que los efectos negativos no esperados son parte de la realidad del emprendimiento.

La variable efectos adversos, considerándolos como los daños que sufre el emprendedor, no son explícitamente tratados en los artículos y documentos revisados, en cambio, si lo es el fracaso en emprendimiento que es un tema ampliamente abordado, normalmente se enfocan en determinar los factores que llevan al fracaso, no los efectos, secuelas o consecuencias que puede sufrir el emprendedor.

El tema del fracaso emprendedor ha venido siendo estudiado desde los años setenta como, por ejemplo, con los trabajos realizados por Argenti (1976). Estos estudios tratan diferentes áreas del emprendimiento como los negocios, administración, finanzas,

psicología y liderazgo. Normalmente, el tema del fracaso se trabaja desde la modelación financiera e identifica el riesgo asociado al fracaso (Pardo y Alfonso, 2015).

Betancourt et al. (2017), realizaron un estudio para determinar los principales factores que inciden en el fracaso empresarial de los nuevos emprendimientos en la ciudad de Morelia Michoacán utilizando la metodología AHP (Proceso Analítico Jerárquico) que les permite ordenar factores por nivel de importancia a fin de jerarquizarlos. Para asignar el nivel de importancia se utilizó la escala de Saaty, la cual le daba un peso relativo a cada factor. Este trabajo realizó una revisión de artículos y entrevistas a 10 expertos en fracaso, 10 expertos en éxito y 10 expertos académicos. La revisión bibliográfica permitió identificar 63 dimensiones, las cuales se agruparon en seis variables, capital humano, organizacional, mercado, personal, financiero y externo. El resultado final determinó que las principales variables que inciden en el fracaso de los startups de la ciudad Morelia en Michoacán son el capital humano con el 33,9%, el organizacional con el 25,3%, los factores de mercado con el 21,4%, los factores personales con el 10,4% y los menos representativos fueron el financiero con el 6,8% y los factores externos el 2,2%.

En el informe *¿Por qué los negocios fracasan en Colombia?* de failure Institutud (Pardo, y Alfonso, 2015), se identifican los principales factores del fracaso de los emprendimientos en Colombia, para lo cual se encuestaron 324 emprendedores, la encuesta definía seis factores (financiero, organizacional, mercado, entorno, operativo y recursos humanos), además, contaba con sus respectivas categorías, un test de personalidad y preguntas específicas que segmentaban la población encuestada por tipo de emprendedor. El estudio fue de tipo exploratorio, descriptivo y cualitativo, la encuesta se realizó de forma virtual y

fue desarrollada por el Instituto Tecnológico de Monterrey; el resultado final evidenció que para los emprendedores colombianos las principales causas de fracaso en sus emprendimientos son los factores financieros (22,9%), los organizacionales (19,9%), del mercado (17,0%), recursos humanos (14,4%), el entorno (13,6%) y el operativo (12,4%). Además, identificó al menos 11 aspectos de orden regulatorio que afecta los nuevos emprendimientos.

Un tema muy estudiado con respecto al fracaso de los emprendimientos es el financiero, en el documento “Causas de la mortalidad empresarial en la ciudad de Cali” (Duque y Penagos, 2019), se buscó identificar las principales causas financieras de la mortalidad empresarial de las Mipymes con datos de la Cámara de Comercio de Cali entre los años 2012 y 2017, para esto se utilizó un modelo probabilístico LOGIT dicotómico calculando indicadores de rentabilidad y endeudamiento mediante los modelos tradicionales, como la rentabilidad de los activos (ROA), la rentabilidad financiera (ROE), el margen bruto, margen neto, entre otros. El estudio determinó en primer lugar, que el tamaño del emprendimiento asociado al valor reportado ante la cámara de comercio era un factor que podía determinar la supervivencia de una empresa, mientras mayor es el valor reportado, menor es el riesgo de fracasar, dejando claro que las empresas que cierran más rápido son las microempresas.

Mandl et al. (2016), investigaron sobre el impacto que un fracaso previo de un emprendimiento tiene en la voluntad del emprendedor por seguir adelante o si desistir por medio de la relación causa y efecto, la investigación consistió en identificar los perfiles de empresas en las redes sociales que informaron de su cierre por algún motivo. La

investigación evaluó 2600 emprendimientos de los cuales 111 contaron con estas características. Los resultados mostraron que los motivos del cierre fueron de distinta índole, como problemas financieros, falta de mercado o pérdida del interés en el proyecto. De los resultados obtenidos, se puede destacar que la mayoría de los emprendimientos que cerraron eran de novatos (65%), senior (29%) y el restante (6%) máster. Esto demostró que la tasa más alta de fracaso la tienen los emprendedores novatos, en cuanto a las causas de fracaso la más alta estuvo asociada a las variables externas, incontrolables y permanentes.

La búsqueda de información sobre los elementos adversos o daños colaterales que sufre un emprendedor, no han entregado hasta el momento un resultado puntual. De forma aislada algunos artículos tocan temas como: la pérdida de autoconfianza del emprendedor que fracasa, en la cual se plantea los profundos efectos emocionales que sufre el emprendedor y como se reflejan en la forma en que enfrenta nuevos proyectos (Gómez-Araujo et al., 2015) y las secuelas psicológicas y sociales que sufre el emprendedor, las cuales pueden servir para fortalecerlo en nuevos emprendimientos o por el contrario, lo llevan a alejarse de mundo empresarial con lo cual pierde la sociedad, y la economía del Estado por los recursos invertidos en la formación del emprendedor y en el impacto que este pudo tener en el desarrollo económico del país (Ucbasaran, 2012).

Para Freeman (como se citó en Overall, 2020) con respecto a las demás personas, los emprendedores tienen un 50% más de probabilidades de sobrellevar una enfermedad mental, dos veces más posibilidades de sufrir depresión, seis a uno de experimentar trastorno por déficit de atención e hiperactividad TDAH, dos a uno de tener pensamientos

suicidas, y de igual manera, las posibilidades aumentan con respecto al consumo de sustancias psicoactivas, trastorno bipolar y a ser hospitalizados por problemas psiquiátricos. Además, la alta demanda de tiempo pone a los emprendedores en riesgo de aislamiento social y tensión en las relaciones personales y sociales, esto puede terminar generando problemas de salud física y mental que pueden llevar al emprendedor a la depresión y hasta el suicidio (Cubbon et al., 2021).

El riesgo moral es un término bastante estudiado en finanzas, hace parte del concepto “información asimétrica” la cual se entiende como la inconsistencia en el flujo de la información entre los actores de una transacción financiera. Cuando un actor (Principal) de una transacción posee información privilegiada que le oculta de forma intencional a su contraparte, se genera en el segundo (Agente) un riesgo de selección adversa que por lo general tiene consecuencias negativas para este, en este caso el primero, o sea, quien posee la información privilegiada y la oculta incurre en un riesgo moral (Salloum, 2000; De la Varga, Lorenza y Vigier, 1999; Jacinto, 2008; Krugman y Wells, 2006).

El término riesgo moral se ha venido aplicando en distintos contextos, riesgo moral en salud, riesgo moral en la política económica, riesgo moral en contratos, riesgo moral en seguros, pero no se ha podido encontrar en la literatura una referencia clara al riesgo moral en el que podrían incurrir las instituciones que promueven el emprendimiento.

Las instituciones de educación superior son uno de los actores más activos en la promoción del emprendimiento en los estados, la formación del emprendimiento tiene un gran peso en la decisión del individuo a la hora de elegir la institución en la que decidirá

estudiar y la gran mayoría de estas instituciones cuentan con un currículo al que se integra el emprendimiento como un tema fundamental de la formación del individuo, principalmente en las escuelas y facultades de economía y negocios (Castillo, 1999). La formación del emprendimiento a los estudiantes de las instituciones universitarias es una estrategia para que los futuros egresados antes que demandar empleo, lo generen y contribuyan al desarrollo y progreso de un territorio (Torres et al., 2017).

En la actualidad, la enseñanza del emprendimiento se ha convertido en una de las metas curriculares de la educación más importantes, ante todo, en el afianzamiento de las capacidades innovadoras, creativas, de liderazgo de control de riesgos y de alcanzar las metas que se propone un individuo (Batista et al., 2017). La universidad se ha integrado con el Estado y las empresas públicas y privadas en un modelo que se define como la triple hélice que busca integrar la ciencia y tecnología de las universidades con las necesidades del sector productivo, en este sentido, la universidad debe contribuir al desarrollo de la economía (Castro, 2017).

Un documento de gran importancia para este trabajo es “El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento”, ya que es de los pocos encontrados que se refiere a uno de los temas que se pretende abordar en esta investigación, la responsabilidad de las instituciones que promueven el emprendimiento en los efectos adversos que sufren los emprendedores que fracasan. Para encontrar la relación entre fracaso y la calidad de la intervención que realizan las instituciones que promueven el emprendimiento, los investigadores Fuentelsaz y González (2015), estudiaron 69 países durante un periodo de tiempo comprendido entre el 2007 y el 2012, mostrando las tasas de

fracasos en emprendimientos en función del marco institucional y de la calidad de la iniciativa empresarial. Los resultados finales demostraron que los países con una mayor gobernabilidad y calidad institucional eran los países con las más bajas tasas de fracasos de los emprendimientos, por el contrario, los países con un indicador bajo de gobernabilidad e instituciones débiles tenían las más altas tasas de fracaso.

El estado del arte de las cuatro variables de interés para esta investigación busca identificar una posible relación entre los efectos adversos, el riesgo moral, la promoción y el emprendimiento. Existen investigaciones que relacionan el fracaso del emprendedor con el nivel de calidad de la institución universitaria que lo promueve, también se encontró abundante documentación sobre el riesgo moral como consecuencia de información asimétrica entre el principal y el agente, ante todo en el sector seguros y financiero que puede ser aplicada a la promoción del emprendimiento y por último, que los efectos adversos han sido investigados por distintos autores en distintos componentes, físicos y mentales, financieros, sociales, entre otros.

Esta investigación pretende integrar las variables antes descritas, buscando identificar si es posible que el promotor del emprendimiento, en este caso las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín, estén incurriendo en un riesgo moral al transferir información incompleta y parcializada a los estudiantes interesados en emprender que los puede inducir al error y de los cuales algunos pueden terminar sufriendo efectos adversos de alto impacto para su vida, sin haber contado con esta información a pesar de que el promotor si los conocía.



A partir de la información estudiada es posible integrar los conceptos en un proyecto de investigación que permita identificar los efectos adversos asociados al riesgo moral de la promoción del emprendimiento en las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín.

1. CAPÍTULO I. REFERENTES TEÓRICOS

La investigación está compuesta por cuatro variables, efectos adversos, riesgo moral, emprendimiento y promoción del emprendimiento, por lo tanto, el marco teórico se construye sobre estos temas específicos. En algunos casos, de la variable se desprenden conceptos importantes para el proyecto, por lo que es necesario abordarlos, en otros, la variable es un componente de un tema más complejo por lo que es conveniente especificar de donde surge esta.

1.1 *Efectos adversos*

En el diccionario de la Real Academia Española efecto se define como “*Aquello que sigue por virtud de una causa*”, en este mismo documento se presentan composiciones con la palabra efecto, de las cuales, y enmarcado en la investigación se destacan, efecto adverso, efecto colateral y efecto secundario, estos tres términos son ampliamente manejados en medicina, específicamente en el campo farmacológico (Real Academia Española [RAE], 2019). El efecto adverso se utiliza para referirse al posible daño que un tratamiento médico puede generar de forma inesperada en el paciente por el consumo de fármacos (Kramer, 2003).

El libro “Error es Humano” (Kohn et al., 2000), se hace la comparación con distintos procedimientos que al ser mejorados redujeron el riesgo para las personas, por ejemplo los carros están diseñados para no ser arrancados en reversa lo que evita accidentes, los pilotos tienen una programación especial de horarios para que no se pierdan su atención mientras vuelan por fatiga, de esta misma forma, construir un sistema de salud más seguro, significa entender los riesgos y diseñar procesos para que los pacientes estén a salvo de lesiones accidentales causados por sus propios cuidadores.

Un concepto similar es el denominado daño colateral utilizado en argot militar, es usado para referirse a los daños no presupuestados que se generan por atacar un objetivo estratégico, daños a infraestructura o personas ajenas al conflicto. Fue utilizada por primera vez en la guerra de Vietnam (Caniza, 2017). De la misma manera que el termino efecto adverso, el daño colateral es el resultado de una intervención previa que genera un desenlace no deseado y en el cual, se causa un daño que puede ser desde leve, hasta muy grave, en este caso el tomador de decisiones lo intuye y busca minimizarlo, pero existe un porcentaje de riesgo no controlable que se suele asumir con el fin de obtener un resultado esperado (Campbell, 2015).

Estos conceptos se han ido difundiendo y en la actualidad es común encontrarlos en distintos campos como el jurídico, el psicológico en ingeniería, en biología y en el económico, pero en el proceso de búsqueda de información referente al tema de investigación, no fue posible hasta el momento encontrar un documento que utilice el término efecto adverso o daño colateral en el contexto del emprendimiento, en su defecto lo más cercano al concepto era el fracaso, el cual no logra describir lo que pretende esta investigación.

Teniendo en cuenta algunos artículos que exploran los efectos adversos de emprender en distintos campos, se construye la siguiente tabla como un elemento de referencia para proponer los posibles efectos adversos de la promoción del emprendimiento (Baumol, 1996; Calderón, 2018; Corujo, 2017; Frederick, 2018; Galindo, 2006; Gunia, 2017; Holcombe, 2002; Hunter, 2012; McCaffrey y Salerno, 2011; Megehee et al., 2020; Minello y Gómez, 2013; Ucbasaran et al., 2013; Woodside 2020).

Tabla 1

Posibles externalidades negativas de la promoción del emprendimiento

Posibles externalidades negativas de la promoción del emprendimiento			
Efectos adversos directos		Efectos adversos indirectos	
Sobre el emprendedor		Sobre la sociedad	
Emprendedor Exitoso	Emprendedor que fracasa	En el tipo de emprendimiento que surge	En el ámbito social y económico
E.A. en lo familiar (relaciones personales, divorcios, rompimientos alejamiento de la familia)	E.A. en lo económico (pérdida de capital, quiebra, insolvencia, historial crediticio)	Surgen emprendedores improductivos (No produce solo redistribuye el capital).	El emprendimiento se usa como argumento de manipulación política.
E.A. en la salud física (relaciones personales, divorcios, rompimientos alejamiento de la familia)	E.A. en el contexto social (perdida de amigos, socios, estatus, clase social)	Emprendimientos políticos	También la promoción del emprendimiento
E.A. en la salud mental (presión arterial,	E.A. reputacional (buen nombre, honra,	Rentistas Lobistas	

<p>diabetes, cansancio crónico, obesidad, etc.) E.A. en el consumo de sustancias psicoactivas (Alcohol, tabaco, drogas) E.A. en lo cultural (creencias, costumbres, tradiciones, saberes, ética y moral)</p>	<p>liderazgo, falta de credibilidad y de confianza) E.A. en lo familiar (relaciones personales, divorcios, rompimientos alejamiento de la familia) E.A. en la salud física (presión arterial, diabetes, cansancio crónico, obesidad, etc.) E.A. en la salud mental (depresión, ansiedad, estrés, esquizofrenia, trastorno del sueño, etc.) E.A. consumo de sustancias psicoactivas (Alcohol, tabaco, drogas) E.A. en lo cultural (creencias, costumbres, tradiciones, saberes, ética y moral) E.A. perdida de la inversión en formación y experiencia del emprendedor (tiempo y recursos del Estado invertidos en la formación del emprendedor) E.A. en la confianza con el ecosistema emprendedor</p>	<p>Surgen emprendedores destructivos (tienen impactos negativos para la economía, pero se puede recuperar). Emprendimientos informales Emprendimientos ilícitos</p> <hr/> <p>Surgen emprendedores aniquiladores (Destruyen de una forma definitiva un recurso no se pueden recuperar). Destruyores de la vida Destruyores del medio ambiente</p>	<p>puede generar; Inequidad, desigualdad, desempleo, producir una falsa sensación de inclusión, segregación, polarización, empresas Zombies, asistencialismo, reconfiguración del territorio.</p>
--	--	--	---

Fuente: Elaboración Propia

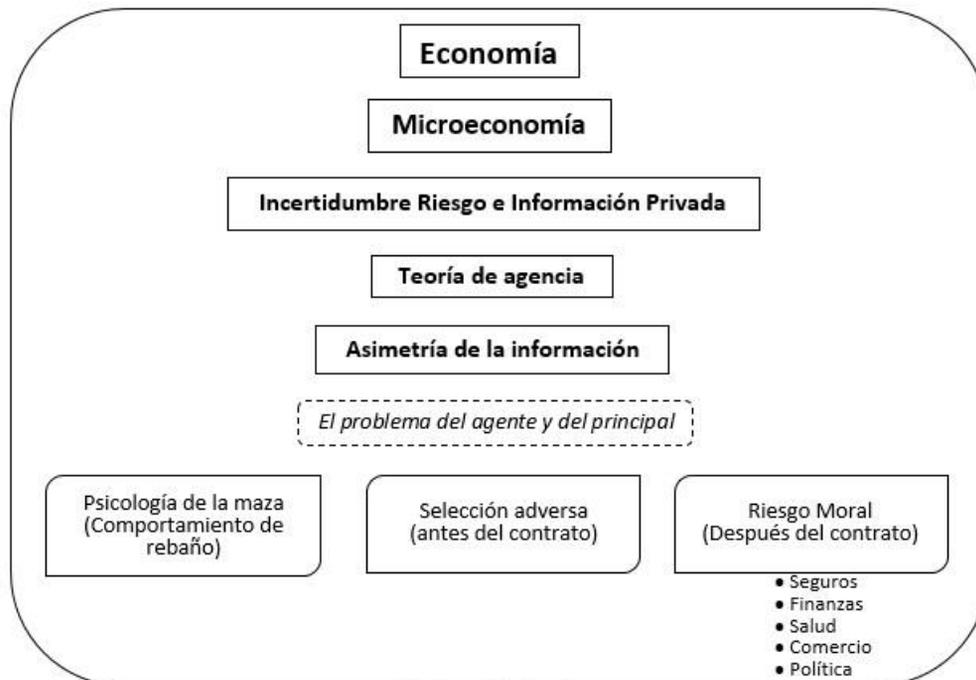
1.2 La teoría del riesgo

La teoría del riesgo es fundamental para explicar parte del comportamiento de la economía y los negocios. En una sociedad regida por el caos y la inestabilidad, los riesgos constituyen un factor inherente a la toma de decisiones. En este contexto, la gestión del riesgo brinda un respiro aquellas personas o instituciones que tienen que tomar decisiones de alto valor económico, ético y moral (Sarmiento, 2007; Torre y Martí, 2011). Hablar de riesgo tarde o temprano llevará hablar de contingencia (Galindo, 2015).

El término riesgo se utiliza en muchas áreas de estudio y puede tener diferentes acepciones, pero fundamentalmente se utiliza para describir la posibilidad de sufrir o experimentar diferentes situaciones como el resultado de tomar una elección específica, estas circunstancias pueden ser positivas o negativas, pero por lo general, se asocian con un escenario de pérdida (Rincón, 2012).

Ilustración 2

Gráfica conceptual de la estructura del riesgo moral en la economía.



Fuente: Elaboración propia a partir de la información estudiada en el libro “Teoría microeconómica. Principios básicos y ampliaciones: principios básicos y ampliaciones” (Nicholson, 2005).

La anterior ilustración es una representación conceptual de la teoría del riesgo en las ciencias económicas, en esta se puede observar que el riesgo moral pertenece a la categoría de el problema del agente y el principal, que a su vez hace parte del concepto de la asimetría de la información que está inmersa en la teoría de agencia (Jacinto, 2008; Nicholson, 2005). El riesgo moral se puede presentar en distintas áreas como en seguros, finanzas, salud, comercio, entre otros.

Un enfoque particular que ha tenido la teoría del riesgo se da en torno a la sociedad del riesgo como una categoría capaz de explicar para los sociólogos las características de la sociedad actual. Según Galindo (2015), citando a Beck (1986), las sociedades modernas ya no se enfocan en el tema de la distribución de la riqueza, sino en la distribución del

riesgo, en tanto que Luhmann (1991), citado también por Galindo, asocia el riesgo con la inseguridad que puede ser directa o indirecta, o sea, de parte del tomador de decisiones o del entorno respectivamente (Galindo, 2015).

Las escuelas tradicionales de la administración como la clásica, la científica, o la estratégica, por si solas, son incapaces de responder a las nuevas necesidades de un entorno inestable e incierto a los que se enfrentan las organizaciones hoy en día. Por este motivo, las empresas han optado por implementar la teoría de la gestión del riesgo como una alternativa para controlar en cierta medida la incertidumbre (Hernández et al., 2017). La teoría del riesgo y la incertidumbre en el contexto empresarial es ampliamente estudiada y desarrollada a través de la gestión del riesgo corporativo que se encarga de identificar, clasificar y proponer estrategias aceptables que mitiguen o trasladen el riesgo de diferentes eventos que puedan afectar la organización, para de esta manera, alcanzar los objetivos que se ha propuesto (Bois, 2015).

Existen diferentes metodologías para gestionar los riesgos y la incertidumbre en una organización, unos pueden ser de carácter descriptivo y otros de tipo matemático-estadístico. Con el primero, se busca definir el tipo de riesgo, sus características y origen y con el segundo, se busca medirlo, predecirlo y valorarlo. En la actualidad las empresas dependen de complejos sistemas de seguimiento y control que son las encargadas de la gestión del riesgo, esto hace parte de los nuevos modelos de gestión emergente que toma fuerza en los nuevos modelos económicos. En una primera etapa, se desarrolla una secuencia lógica de tareas para identificar los principales riesgos de la organización que inicia con la evaluación preliminar de la organización, posteriormente la identificación de

puntos críticos, luego el establecimiento de los objetivos de control, seguido de la implementación de estrategias de controles y finalmente la detección de cambios. (Bois, 2015; Hernández et al., 2017).

En Colombia el ICONTEC (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación) definió en 2004 la norma técnica 5254, actualizada y reemplazada en 2011 por la Norma Técnica NTC-ISO31000 para la gestión de riesgos en las organizaciones. Con su implementación se pretende identificar, analizar, evaluar y diseñar un plan de tratamiento, comunicación y monitoreo de potenciales riesgos. En la siguiente gráfica, se puede identificar los procesos necesarios a desarrollar para cumplir la norma. Si tenemos en cuenta la importancia que tiene para las organizaciones cumplir con los estándares requeridos para cumplir las normas del ICONTEC, entendemos que la gestión del riesgo es un tema de gran importancia para las empresas (Linares, 2006; Pulido-Rojano et al., 2020).

En el emprendimiento, el control de riesgos se puede aplicar a cada una de las etapas del proceso de emprender como en el surgimiento de la idea, el diseño del modelo de negocio y la creación y sostenibilidad de la empresa (Mejía et al., 2015) y en este proyecto de investigación se espera que sea aplicado también, en el control de los efectos adversos a los que se expone el emprendedor, que se reduzcan por ejemplo los riesgos de sufrir enfermedades físicas y mentales, de problemas familiares y sociales o de cambios en principios y valores positivos. Para evitar todo esto, es necesario anexar a los modelos actuales del control de riesgos en el emprendimiento, el componente de riesgo de sufrir efectos adversos de alto impacto que afecten la calidad de vida del emprendedor y el de sus familias.

1.3 Riesgo moral

El riesgo moral es un concepto muy utilizado en la economía, más específicamente en microeconomía en el campo financiero y hace parte de la jerga asociada a la teoría del riesgo y la incertidumbre. Es uno de los componentes que integran el concepto información asimétrica en el tópico de selección adversa, se suele utilizar mucho en el contexto de seguros. Se define como la situación en la cual un agente posee información privada, (información privilegiada), lo cual le permite tomar decisiones que lo benefician a costa de generar una pérdida a su contraparte (De la Varga et al., 1999; Jacinto, 2008; Krugman y Wells, 2006; Salloum, 2000).

Por lo tanto, el fenómeno del riesgo moral se puede aplicar a distintas situaciones en las cuales se presenta una negociación en que uno de los dos actores poseen información privilegiada, en esta investigación se plantea la posibilidad de que las instituciones de educación superior tengan información relevante sobre los efectos adversos de emprender pero que no transmiten al estudiante interesado en emprender para así evitar su deserción de los programas, ya que la entidad debe cumplir metas e indicadores de gestión en emprendimiento, por el contrario promueve el emprendimiento desde una perspectiva de éxito y realización personal, por lo que también incurre en realizar una promoción engañosa de las realidades de emprender. En este caso, la institución de educación superior incurre en un riesgo moral y puede ser responsable en cierta medida de los efectos adversos que sufre el emprendedor.

El riesgo moral en seguros ya era descrito en la literatura inglesa desde finales del siglo XVII refiriéndose al incentivo que un seguro podría generar en los asegurados llevándolos a descuidarse en su persona o en sus posesiones solo por el hecho de estar asegurados y también a la posibilidad de que un individuo tomara el seguro con el objetivo de más adelante defraudar a la aseguradora. En 1776 Adam Smith en su libro *la Riqueza de las naciones*, se refiere al tema cuando describe la situación en la que un administrador puede financiar su proyecto con recursos de terceros (inversionistas), como el dinero no es del administrador, este no pondrá tanto cuidado en su manejo como si fuera suyo.

El concepto de riesgo moral toma más fuerza para finales del siglo XIX debido al crecimiento de las grandes empresas y las leyes laborales y empresariales que obligaban a asegurar a los trabajadores y los negocios. Este concepto ha tomado dos caminos en la literatura, el primero en los seguros (incendios, accidentes, compensación para obreros) y el segundo, en el análisis estadístico y económico de la probabilidad y la toma de decisiones económicas (Dembe y Boden, 2000). En la tabla 2, se presenta un resumen histórico de la evolución del concepto del riesgo moral a través del tiempo y de sus autores (Dembe y Boden, 2000).

Tabla 2*Evolución y estudio del riesgo moral en la economía*

Evolución y estudio del riesgo moral en la economía		
Año	Autor	Descripción

1714 a 1738	Bernoulli.	Paradoja de San Petersburgo planteamiento matemático para la toma de decisiones económicas bajo incertidumbre. Teoría de probabilidad y teoría de decisiones.
1776	Smith.	Toca este tema en el libro “La Riqueza de las Naciones” cuando escribe sobre las personas que solo se dedican a la tenencia de acciones, plantea que muchos administradores no tienen la misma diligencia para manejar su dinero que para hacerlo con el de otros. Generando en muchos casos
1814	Simon.	Aplica la llamada “Teoría de la valoración Moral” basada en el valor subjetivo o psicológico otorgado a una ganancia probable por un individuo, centrada en el tomador de riesgo.
1894	Haynes.	Riesgo moral como un tipo de riesgo de seguro relacionado con la deshonestidad y la ineficiencia del
1900	McNeil	Lo interpretó como el producto de hombres que roban o mienten o magnifican una lesión leve, o se dilatan al reanudar el trabajo cuando pueden hacerlo.
1900	Tratados de seguros contra incendios	Distinguían los riesgos físicos de los morales, derivados del descuido, la tergiversación, el exceso de seguro, la negligencia y el incendio provocado.
1902	Campbell.	Tergiversación y negligencia
1913	Rubinow	Recompensa fácil por la simulación. Obstáculo para el negocio de los seguros.
1920	John, (Historiador contemporáneo)	Este autor en un trabajo de investigación histórico sobre el tema de los seguros plantea la gran preocupación que se presentaba para este periodo de tiempo por el riesgo moral que surgió a partir de la ley que obligaba a la industria bancaria a contar con un depósito federal de respaldo
1937	Artículo de periódico	Se considera que en Estados Unidos el 95% de todas las pérdidas de seguros contra robos.
1940 a 1980	Borch, Mowbray, Blanchard, Shepherd, Webster, Pauly, Viscusi, Smith, Victor,	Durante este periodo de tiempo los autores se enfocan en dos conceptos riesgo moral y peligro para la moral, este último implicaba descuido involuntario más que una intención deliberada de timar a las empresas aseguradoras. Los artículos se concentran los temas laborales, seguros, finanzas y administración
1950	George, Stigler y Leonard, Savage.	Teoría de la utilidad, expectativa moral, expectativa subjetiva de la utilidad. Enfoque moderno para hacer frente al comportamiento de toma de riesgo bajo incertidumbre.
1963	Kenneth, Jacques, Dréze y Mark.	Sus estudios tratan de la incertidumbre en los problemas especiales de la atención médica y el seguro de salud, también se orientan a identificar el proceso de análisis de las decisiones económicas en condiciones de incertidumbre, centrándose en los resultados financieros de las organizaciones que dependen de toma de decisiones de un individuo en cuyo caso se puede incurrir en un riesgo moral

1968	Mark.	Cuestiona a Arrow por utilizar un el concepto de riesgo moral ya que el “riesgo moral” en los seguros poco tiene que ver con la moralidad y sería mejor abordar la toma de decisiones bajo incertidumbre con herramientas económicas ortodoxas. El autor considera que el hacer un mayor uso de los servicios de salud por el hecho de tener un seguro no es un riesgo moral sino un tema de comportamiento económico
1980 a 1990	Dionne, Kasper, Smith, Vicrey, Mirrless, Spence, Stiglitz, Akerlof.	Se incrementan las investigaciones económicas sobre riesgo moral centrándose en la importancia de la toma de decisiones bajo incertidumbre y las consecuencias sociales que esto representa. Varios investigadores presentan trabajos sobre este tema que posteriormente les representarán el premio Nobel de Economía El concepto se utiliza mucho en textos legales y políticos
1990 a 2000	Arrow, Smith, Russell, Barón, Besanko, Amit, Brander, Zott.	Se amplía mucho más la línea matemática y estadística de los modelos de riesgo. Se fortalece el estudio de la administración del riesgo en todo tipo organizaciones, no solo las financieras y de seguros. Se hace énfasis en el riesgo moral en la contratación pública. Estudio del capital de riesgo
2000 a 2020	Rau, Savva, Taneri, Gómez- Limón, Gutiérrez-Martín, Villanueva.	El concepto de riesgo moral se hace muy fuerte en temas ecológicos, (cambio climático, bonos de carbono, contaminación industrial de los Estados) sociales (conflicto armando, seguridad social, inteligencia artificial) y en políticas de Estado (seguros, leyes, créditos con FMI). Se fortalece la investigación en temas financieros

Fuente: Elaboración propia construido con información obtenida del artículo “Moral hazard: ¿a question of morality?” (Dembe, y Boden, 2000).

La anterior tabla permite entender la evolución del concepto del riesgo moral a través del tiempo y como se integra con los años en otros escenarios y campos de estudio, por lo tanto, es posible que el riesgo moral se pueda aplicar en el campo del emprendimiento y permita identificar en que situaciones se puede generar, como en este caso en la promoción del emprendimiento desde las instituciones de educación superior y para este estudio puntualmente de la ciudad de Medellín.

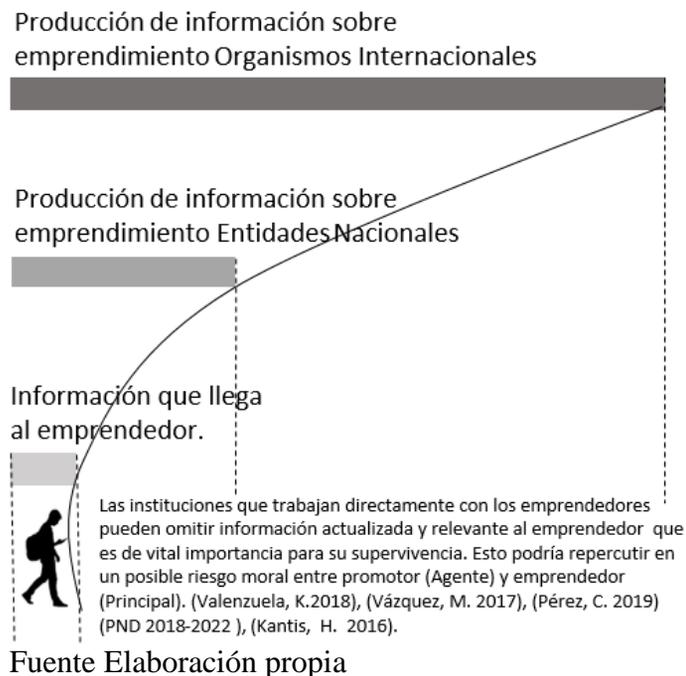
Con respecto al flujo de información entre la institución de educación superior que promueve el emprendimiento y el estudiante interesado en emprender, se puede afirmar que la producción de información sobre el emprendimiento se ha incrementado en los últimos 50 años de forma considerable, escalado aún más por el auge de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, el surgimiento de distintas instituciones que trabajan en este campo y su producción intelectual abarca todo tipo de tópicos, muchos de ellos de gran interés tanto para los Estados y las instituciones que los promueven en cada país, como para el mismo emprendedor (Matiz, 2009; Shane y Venkataraman, 2000).

Una gran parte de esta información no suele llegar al emprendedor de forma oportuna, a veces llega descontextualizada, o simplemente no llega, por lo tanto, se genera asimetría de la información (Kantis, 2016; Pérez, 2019; PND 2018-2022; Valenzuela, 2018; Vázquez y Alatorre, 2017). También es común encontrar modelos de fomento o promoción del emprendimiento en los cuales se incluyen diferentes puntos como el mismo proceso de educación que son desactualizados y poco ajustados al territorio ya que son tomados de otras naciones sin realizar un estudio para verificar si se ajusta a las necesidades de la comunidad, esto lo podemos ver a nivel país, nivel entidades territoriales e instituciones educativas (Campo y Albarracín, 2008; Fuentelsaz y González, 2015).

Ilustración 3

Asimetría de la información en la promoción del emprendimiento.

Promotor/Información Asimetría de la información



En el anterior gráfico se describe de forma simple como la información que llega al emprendedor es una porción de la gran cantidad que se genera en el mundo y en la nación, y esto lo vuelve vulnerable ante diferentes situaciones como variaciones en componentes macroeconómicos, tendencias del mercado, cambios tecnológicos, entre otros.

1.4 *Emprendedor*

La palabra emprendedor es de origen francés (entrepreneur) y se interpreta como pionero. Inicialmente se utilizó para referirse a los exploradores que buscaban nuevas tierras y rutas comerciales en el mundo, un guerrero arriesgado, gran luchador, que

conquistaba grandes campañas, rey o jefe de Estado, gran estadista y estratega, reconocido por alcanzar las metas propuestas (Casson, 1982; Castillo, 1999; Park y Masi, 2015; Rodríguez, 2009). El origen de la palabra en castellano deriva del latín “In Prendere” (coger o tomar) y era utilizada en un principio para referirse a militares y aventureros comerciantes. El término fue utilizado en lengua española por primera vez en 1732 en el “Diccionario de las Autoridades” y significaba una persona que iniciaba y terminaba algo con empeño, tanto la definición francesa como la española están relacionadas (Park y Masi, 2015).

Es con la revolución industrial que la palabra emprendimiento se desarrolla como el concepto que conocemos en la actualidad, para algunos este periodo de tiempo plagado de grandes transformaciones tecnológicas es el que da inicio el modelo capitalista (Moreno, 2015).

El emprendimiento como una palabra asociada a la creación de empresas y negocios, comienza a ser muy utilizada en el siglo XVIII y XIX por los científicos sociales Richard Cantillon y Jean Baptiste Say, y se populariza en el siglo XX a partir de Joseph Schumpeter con sus estudios de la teoría del desarrollo económico (Carmen, y Viveros, 2011; Gil et al., 2016). Se ha escrito más sobre el termino emprendedor o emprendimiento en el contexto empresarial en estos últimos 120 años, que sobre cualquier otro concepto asociado al emprendimiento (Bennett et al., 2019).

Hay tres posturas muy reconocidas sobre el concepto de emprendimiento. En primer lugar, está la de Schumpeter que concebía al emprendedor como una persona extraordinaria

que innovaba creando soluciones que revolucionaban el patrón de producción, para él, la competencia en la economía era un proceso dinámico impulsado por los emprendedores. Por su parte, la escuela Austriaca de emprendimiento cuestiona la posición de Schumpeter, para estos autores (Ludwing, Freidrich e Israel), emprender es inherente al ser humano, no algo extraordinario y es la respuesta natural al deseo de tomar una posición ventajosa (estado de alerta) como el medio para beneficiarse económicamente frente a una oportunidad del mercado. Finalmente, Stevenson postula que la mentalidad emprendedora es un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos, este autor considera fundamental la enseñanza del emprendimiento para desarrollar todas las competencias del individuo en la administración de sus emprendimientos (Carmen y Viveros, 2011; Castillo, 1999;).

En la siguiente tabla se presenta un compendio cronológico de los principales autores y sus enfoques con relación al emprendimiento en el contexto histórico (periodo), la corriente de pensamiento económico, la escuela en la que se enmarca y el autor y su postura frente al tema, con información desde finales de siglo XVII, hasta nuestros días (Rodríguez, 2009). En ella podemos ver la evolución del término y como a través del tiempo toma más relevancia para los modelos económico hasta llegar a nuestros tiempos, es por este motivo que la presente investigación toma fuerza, ya que el papel de emprendimiento es fundamental en el modelo económico capitalista neoliberal.

Tabla 3

Principales corrientes de pensamiento y sus autores sobre el emprendimiento.

Principales corrientes de pensamiento y sus autores sobre el emprendimiento

Periodo	Corriente	Escuela	Autores	Posición
Finales del siglo XVII a principios del siglo XVIII	Mercantilismo	Escuela Austriaca	Richard Cantillón (1680 - 1734)	Individuo que asume riesgos, bajo la incertidumbre en una sociedad mercantil. Hombre racional por excelencia que sabe tomar decisiones.
		Escuela Francesa	Jacques Turgot (1727-1781)	Persona que arriesga su propio capital para la innovación económica. Cinco formas de invertir el capital: la
Finales del siglo XVII hasta principios del siglo XIX	Pensamiento económico clásico	Escuela Alemana	Von Mangoldt (1824-1868)	Emprendimiento e innovación factores claves para en la vida empresarial.
		Escuela Inglesa	Adam Smith (1723-1790)	La innovación como elemento característico del emprendedor gracias al egoísmo de los particulares se logra el bienestar
		Escuela Francesa	Jean Baptiste Say (1767-1832)	Trabajador superior catalizador para el desarrollo de productos.
		Escuela Alemana	Von Thunen (1783 - 1850)	El emprendedor como sujeto económico cuyo objetivo es maximizar los beneficios.
		Antipositivista	Max Weber (1864- 1920)	El emprendimiento como proyecto de vida, desde una perspectiva religiosa y una moral puritana.
Finales del siglo XIX y principios del siglo XX	Teoría Neoclásica		Alfred Marshall (1842- 1924)	Liderazgo del emprendedor como trabajador superior. El emprendedor es un factor de la organización
		Escuela keynesiana	John Maynard Keynes (1883-	Adopta la doctrina del trabajador superior que responde al impulso espontáneo a la acción.
			Francis E. Walter (1894 –	Decisiones y liderazgo.
			Frederick Hawley (1827-1880)	El emprendedor es fundamental para el crecimiento económico, es un tomador de riesgos
		John Bates Clark (1847-1938)	El emprendedor como director de la actividad económica, tomador de riesgo.	

Frank Knight (1885)	El emprendedor reduce el riesgo si la incertidumbre puede ser asegurada.
Joseph Alois Schumpeter (1883-1950)	El emprendimiento y la destrucción creativa, el emprendedor como el innovador que transforma los negocios. Uso eficiente de las nuevas tecnologías. Para este autor el emprendedor genera inestabilidad en los mercados de bienes y servicios. La escuela Austriaca se contrapuso a esta teoría por considera que el emprendedor antes genera efectos
Mc Clelland, 1961 Arrow, 1962 Hagen, 1962 Casson 1982 Kent, C. Sexton	Perspectiva económica, el “Homo Economicus” el emprendedor como dinamizador económico. Se indaga sobre la psicología, la sociología, el capital de riesgo, el desarrollo de la economía y el tipo de educación. Para 1970 se da un auge en los cursos sobre emprendimiento en las universidades norteamericanas. En 1979, se presenta el índice de competitividad global
Vesper, 1982 Ajzen, 1987	Indicadores más representativos es la creación de empresas por nación.
Mintzberg y Waters, 1999 Hitt et al., 2001	En 1999 se presenta el primer informe de GEM (Global Entrepreneurship Monitor). Se investiga mucho sobre la estrategia como principio fundamental para el éxito del emprendedor, esto implica construir redes, alianzas externas, innovación e internacionalización. Los emprendimientos deben aplicar teoría de contingencia y ajuste estratégico. El emprendimiento como estrategia de desarrollo económico de los países, la

Porter, 2008 Walley y Taylor, 2002 Phillips, 2005 Austin et al., 2006	La especialización de los países en sectores productivos acordes a sus ventajas comparativas y competitivas. Los clousters como estrategia competitiva. Se fortalece la necesidad de crear estrategias para el fomento del emprendimiento en las universidades, e incentivar a estas a realizar investigación que permitan obtener patentes para su explotación comercial. El investigador universitario emprendedor. Comienza
2010 2020 Drucker, 2014	Toma una gran relevancia el emprendimiento social, el emprendimiento ambiental y el emprendimiento cultural, justificado por las nuevas tendencias del
Meek et al., 2010 Bacq y Janssen, 2011 Markman et al., 2016	los conflictos sociales y las guerras, el cambio climático y la economía creativa y digital. Nuevas economías emergentes. Se fortalece la integración entre innovación y emprendimiento ante todo fruto de las investigaciones universitarias y

Fuente: Elaboración propia tabla construido con información obtenida del artículo “Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial” (Rodríguez, 2009).

Después de la segunda guerra mundial, se da un crecimiento económico ante todo en Estados Unidos y algunos países de Europa, este rápido crecimiento permite el surgimiento de nuevas empresas industriales y comienza a pesar cada vez más en la economía, la oferta de servicios, fundamentalmente los financieros. Para la década del 70, se incrementa la demanda de cursos de emprendimiento en las universidades norteamericanas, esto estimuló la investigación sobre el espíritu empresarial, se fortalecieron los fondos de inversión de riesgo y se diseñaron policías públicas para su promoción y acompañamiento (Kent et al., 1982).

En la década del 80, el sistema financiero mundial se reinventa, surgen nuevos vehículos financieros lo que transforma el sector fianzas, lentamente la industria manufacturera deja de ser la más grande y el sector de servicios toma su lugar, los emprendimientos en Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y de la industria creativa, se disparan y generan un mercado multimillonario, ahora, un joven con una computadora, iniciativa y mucha creatividad podía construir empresas de inmenso valor y poder comercial.

La pequeña y mediana empresa que en su momento era poco valorada, toma fuerza y muchos académicos desarrollan investigaciones en este campo (Acs, y Audretsch, 1990). El emprendimiento y el emprendedor son estudiados por distintas disciplinas, autores como Peter Drucker, Michael Porter, Mintzberg, entre otros, aportan con sus teorías al emprendimiento.

Más recientemente el concepto de emprendimiento se alinea con las nuevas tendencias económicas, sociales y tecnológicas, de esta forma se complementan las posturas históricas con las modernas, autores como Amit (1997), Nanus (1985) y Mintzberg (1999), entre otros, describen el emprendimiento desde la innovación, el dinamismo, la disrupción y la adaptabilidad.

1.1 El promotor

El promotor en el emprendimiento se entiende como aquel actor social, político y económico que promueve, motiva, estimula o incentiva la cultura del emprendimiento. Para el modelo económico capitalista, el emprendedor es fundamental ya que le da dinamismo al sistema, renueva las industrias, genera empleos, trae divisas, paga impuestos y le permite al Estado dedicarse a lo realmente esencial, dejando libre al mercado en la provisión de la mayoría de bienes y servicios, esto incrementa la productividad y competitividad de los sectores, reduce los precios e incentiva la oferta de una gran variedad de productos, los cuales se rigen bajo las leyes de la oferta y la demanda. Por lo tanto, promover el emprendimiento es un factor estratégico para el desarrollo económico y social de un país capitalista (Gómez-Araujo et al., 2015; Peralta, 2018).

Promoción pobre en donde no se transmite la información suficiente para el emprendedor, podría generar un fenómeno de riesgo moral en la que incurriría el promotor para con el emprendedor (Ararat, 2010; Maca y Molina, 2019; Oviedo y Misoczky, 2020; Prieto y Cortés, 2020; Sánchez, 2017).

El emprendimiento global comienza a tomar más fuerza para principios de la década del 80, en esa época de la historia se da un cambio económico mundial, se presenta la crisis del petróleo, después de tener un crecimiento constante, la economía se desacelera, generando desempleo, las grandes corporaciones se reducen y el mercado se contrae, es el momento de las pequeñas empresas (Fayolle et al., 2006; Fiet, 2001). En el mundo surgen con fuerza nuevos sectores que dinamizan la economía de los Estados, como el turismo,

las TIC, las empresas de logística y la industria creativa, entre otras. Frente a estas nuevas realidades surge la necesidad de estimular a los ciudadanos en la creación de empresas, para esto se diseñan distintas estrategias, entre ellas la promoción del emprendimiento en las instituciones de educación superior.

En la tabla número 4, se presenta de forma general los principales promotores del emprendimiento, desde los organismos multilaterales, pasando por las entidades y programas del gobierno nacional y otras entidades territoriales como departamentos y municipios, hasta llegar las instituciones de educación superior (Ararat, 2019; Fayolle et al., 2006; Shah et al., 2020; Turró et al., 2014). Esto permite entender la cantidad de instituciones que realizan esfuerzos en la promoción del emprendimiento, con un presupuesto destinado para esta actividad y con metas e indicadores de gestión por cumplir, en donde un indicador fundamental es la tasa de nuevos emprendimientos que se generan al año, indicador fundamental en un modelo económico neoliberal con el cual están comprometidos estas organizaciones. En muchos casos, la necesidad de cumplir con estos indicadores puede terminar en el reclutamiento y estímulo a emprendedores que no cuentan ni con la motivación, ni el perfil requerido para emprender.

Tabla 4

Organismos y entidades promotoras del emprendimiento.

Entidades internacionales que promueven el emprendimiento
WEF (The World Economic Forum) Global Competitiveness Report The Global Risks Report Global Technology Governance Report. (Otros índices)

GEM (Global Entrepreneurship Monitor)
GEDI (The Global Entrepreneurship & Development Index)
IMD (International Institute for Management Development) Anuario Mundial de Competitividad
GEW (Global Entrepreneurship Week)
THOLONS (Tholons Services Globalisation Index)
Feria de Hannover
WIPO (World Intellectual Property Organization) Global Innovation Index
HF (The Heritage Foundation) Index Economic Freedom)
PRODEM (Programa de Desarrollo Emprendedor) Índice de Condiciones Sistémicas para Emprender en las Ciudades
ECI (The Economic Complexity Index) MIT & HARVARD
Babson College (Entrepreneurship Programs)
BM Doing Business
ENDEAVOR
ACUMEN
LAVCA
Universidades de alto reconocimiento mundial
OTRAS ENTIDADES

Organismos Multilaterales que promueven el emprendimiento

ONU (Naciones Unidas) con los ODS (Objetivos de desarrollo sostenible) como elementos rectores y demás programas (PENUD, CEPAL, OIT, FMI, BM, ONUDI) entre otros.
OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico)
OMC (Organización Mundial del Comercio)
BID (Banco Interamericano de Desarrollo)
CAF (Banco de Desarrollo de América Latina)
USAID (Agencia de EE.UU. para el desarrollo Internacional)
EU (Unión Europea)
OEA (Organización de Estados Americanos)
Otras entidades multilaterales

Promoción de emprendimiento desde el Estado (Colombia)

Constitución Nacional, leyes, CONPES, DPN.
ONU ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible)
Plan de Desarrollo Nacional (2018-2022)
Planeación de los distintos ministerios
 MINCIT (Ministerio de Comercio Industria y turismo), (Planeación estratégica sectorial, NNpursa, PTP, Comisión Nacional de competitividad y productividad, otros programas)
Ecosistema del emprendimiento (CUEE, CPC, COLCIENCIAS, SENA, Universidades, Incubadoras Sector Financiero, otros)
Tanques de pesamiento, Agremiaciones, ONGs
 Plan de Desarrollo Departamental (Programas)
 Plan de Desarrollo Municipal. (Programas)

Promotores del emprendimiento Municipio de Medellín

Planes estratégicos a largo plazo (Informe Monitor Medellín, PLANEA, Antioquia Siglo XXI Plan Estratégico de Ciencia, Tecnología e Innovación, Plan estratégico Medellín Innovación, Gran pacto por la innovación)
Políticas Públicas (Acuerdos Municipales)
Plan de Desarrollo municipal
Secretaría de Desarrollo Económico (Programas, proyectos concursos) Ruta N, Parque del Emprendimiento, Capital Semilla, Cedezo, Épica, Aceleración empresarial, Alistamiento financiero, Tecnova y ruedas de negocios
CUEE, CRC, IES, Pro-Antioquia, Cámara de Comercio de Medellín, Incubadoras y muchas otras entidades pertenecientes al ecosistema de emprendimiento de la ciudad.

Con respecto a la promoción del emprendimiento en Colombia, se puede ver su impacto solo remitiéndonos al plan de desarrollo del actual gobierno que en su plan de desarrollo “Pacto por Colombia, pacto por la equidad”, el cual pretende, citando literalmente “alcanzar la inclusión social y productiva, a través del emprendimiento y la legalidad. Legalidad como semilla, el emprendimiento como tronco de crecimiento y la equidad como fruto, para construir el futuro de Colombia”, definiendo un rubro aproximado

de 67.800 millones de pesos para el cuatrienio (Departamento Nacional de Planeación [DNP], 2019). Al igual que el gobierno nacional, el plan de desarrollo del Departamento de Antioquia, como el de la ciudad de Medellín, disponen de rubros considerables para el fomento y la promoción de emprendimiento por unos montos aproximados de 179.919 millones y 352.112 millones respectivamente (Ver ilustración 4).

La alta demanda de los programas de emprendimiento en las universidades norteamericanas en los primeros años de los 80s motiva a que países como Francia, Reino Unido y Alemania sigan la misma tendencia, lo que da origen a las primeras investigaciones sobre el impacto de la promoción y formación del emprendimiento en las instituciones educativas, autores como Brenner (1991), Fleming, (1994), Hart y Harrison (1992) y Kolvereid, (1996) desarrollan trabajos académicos sobre este nuevo tema (Fayolle et al., 2006).

En la década de los noventa el rápido crecimiento de algunas naciones, la alta eficiencia de la industria logística, el posicionamiento del modelo capitalista y la globalización hace que países con economías de corte más proteccionista se abran de lleno al mercado, generando las condiciones ideales para el surgimiento de nuevos emprendedores en casi todos los sectores, por lo tanto la promoción y formación del emprendimiento la toma el Estado como una estrategia de alto impacto para alcanzar un mayor desarrollo económico y social (Pages, et al., 2003). Entregando esta responsabilidad a diferentes tipos de organizaciones, fundamentalmente las instituciones de educación superior. Autores como Michael Porter, Peter Druker, Klaus y Schwab, fomentan con sus

Institución Universitaria

libros y artículos aún más el emprendimiento como una variable clave para el crecimiento económico de los Estados.

Ilustración 4

Recursos destinados a la promoción del emprendimiento.

	Miles de Millones	
Plan de desarrollo Nacional Duque 2018 - 2022	Presupuestado	
Emprendimiento y economía naranja	67.800.000	
Fondo Mujer emprende. Nucleo E Mujer 2021	20.000	
Fondo de Fondos 2019	133.000	
Daniel Quintero 2020-2023 Medellín Futuro	Presupuestado	
1. REACTIVACIÓN ECONÓMICA Y VALLE DEL SOFTWARE	1.178.959	
1.1 Talento Humano y empleo	223.187	
1.2 Ciencia, Tecnología y Emprendimiento	352.112	
1.3 Productividad, competitividad e internacionalización	172.260	
1.4 Información datos y generación de valor público	421.400	
1.5 Inglés para Valle del Software	10.000	
Aníbal Gaviria 2020-2023 Unidos Plan departamental	Presupuestado	
2 NUESTRA ECONOMÍA	3.322.907	
2.1 Competitividad para la Antioquia del futuro, Antioquia 4.0	172.919	
2.1.2 Antioquia Emprende	16.722	
2.1.7 Negocios inteligentes y competitivos	66.718	
Federico Gutierrez 2016-2019 PMD Ciudad de Medellín	Ejecutado	Valor actual
Dimensión 4 Para ofrecer una educación de calidad y empleo para vos	\$ 5.749.161	\$ 5.979.127
Reto 4.1 Medellín garantiza su oferta educativa	\$ 4.349.434	\$ 4.523.411
Reto 4.2 Medellín, camino a la excelencia y la calidad	\$ 339.995	\$ 353.595
Reto 4.3 Medellín se construye desde el arte y la cultura	\$ 423.966	\$ 440.925
Reto 4.4 Medellín con acceso al empleo	\$ 360.624	\$ 375.049
Reto 4.5 Medellín innovadora	\$ 275.140	\$ 286.146
Anibal Gaviria 2012-2015 PMD Ciudad de Medellín	Inversión Total	Valor actual
Línea 3. Competitividad para el desarrollo económico con equidad	\$ 2.100.142	\$ 2.646.179
Componente 3.1. Desarrollo empresarial	\$ 260.138	\$ 327.774
Componente 3.2. Desarrollo urbano para la competitividad	\$ 1.709.460	\$ 2.153.920
Componente 3.3. Medellín ciudad conectada con el mundo	\$ 130.544	\$ 164.485
Alonso Salazar 2008-2011 PMD Ciudad de Medellín	Valor actual	
Línea 3. Desarrollo económico e innovación	\$ 235.716	\$ 332.360
3.1 Creación y fortalecimiento de empresas	\$ 174.531	
3.2 Formación para el trabajo y el emprendimiento	\$ 46.320	
3.3 Innovación y desarrollo	\$ 4.399	
3.4 Soporte	\$ 10.466	
Sergio Fajardo 2004-2007 PMD Ciudad de Medellín	Valor actual	
Línea 4. Medellín Productiva, Competitiva y Solidaria	\$ 96.783	\$ 163.563,27
4.1. Cultura y Creación de Empresas	\$ 65.448	
4.2. Desarrollo y Consolidación	\$ 31.335	
Fondo Emprender SENA 2003 - 2020 Capital Semilla a través del Fondo Emprender	\$ 504.321	\$ 625.000
INNpulsA 2014 -2018	\$ 76.961	\$ 85.960
Acompañamiento a empresas	\$ 8.798	\$ 9.760
Fortalecimiento de la industria de financiación de empresas en etapa ten	\$ 37.851	\$ 43.000
Dinamización de entornos regionales de innovación y emprendimiento	\$ 30.312	\$ 33.200

Fuente: Elaboración propia a partir de los planes de desarrollo nacional, departamental y municipal en varios periodos

Frente a la gran importancia que toma el emprendimiento para los Estados, organizaciones internacionales como la ONU, El BID, el FMI, la UNESCO, la CAF, entre

otras, comienzan a diseñar y desarrollar estrategias desde sus distintos programas y proyectos para facilitar el fortalecimiento del emprendimiento en la sociedad, teniendo gran relevancia los jóvenes como las personas con mayor potencial para asumir el rol de emprendedor, la empresa privada también participa como financiadora de estos programas. (UNESCO, 2010). Por ejemplo, en el informe de la CAF (Corporación Andina de Fomento, hoy Banco de Desarrollo de América Latina) “Recomendaciones de Política Pública a la luz del fracaso emprendedor” 2017, en el numeral 4.2.2 con el título Academia, recomienda:

“Enseñanza y capacitación administrativa, legal y contable: Es claro que cada carrera tiene un programa de estudios enfocado en formar especialistas en diversas áreas; sin embargo, dotar al estudiante de conocimientos administrativos, legales y contables, independientemente de su campo o especialidad, reduce el riesgo de fracaso y genera un incentivo para emprender y consolidar un proyecto propio”

En la actualidad, la investigación sobre la promoción del emprendimiento se centra en dos temáticas, las políticas públicas gubernamentales sobre el emprendimiento y el impacto de los programas de formación de las instituciones educativas en el interés de crear empresa por parte de los estudiantes y en el desarrollo económico y social alcanzado gracias a estos programas.

Tabla 5

Autores que investigan el impacto de la promoción del emprendimiento en instituciones educativas.

Autores que investigan el impacto de la promoción del emprendimiento en instituciones educativas.	
Fayolle et al., (2006).	Evalúan los programas de emprendimiento de 25 grandes escuelas de
Fiet, (2001).	Estudia el contenido teórico de la formación del emprendimiento y el modelo pedagógico
Fayolle et al., (2006).	Propone un marco común basado en la teoría del comportamiento planificado para evaluar el diseño del impacto de los programas de formación en el emprendimiento
UNESCO. (2010).	Se sugiere a los Estados a implementar formaciones en emprendimiento en las instituciones educativas como una alternativa para estimular el desarrollo económico de las naciones, reducir la pobreza y la desigualdad social.
Bae et al., (2014).	Evalúan 76 instituciones 37000 estudiantes investigan la correlación entre la formación en emprendimiento y la intención
Fuentelsaz y González (2015).	En una muestra de 69 países durante los años 2007-2012 se muestra el fracaso de emprendedor como el resultado de la mala calidad de la formación que reciben los emprendedores.
Velasco et al., (2019)	Presentación de herramientas para medir el impacto del emprendimiento social en las asignaturas universitarias.
Bazan et al., (2020)	El papel de las instituciones educativas en la formación de emprendimiento social. Enfoques sistemáticos para medir el impacto de la motivación hacia el emprendimiento social.

Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro anterior, se presenta un resumen de algunos autores que han realizado estudios sobre el impacto del fomento o promoción del emprendimiento en diversas instituciones educativas (Bae, 2014; Bazan et al., 2020; Fayolle et al., 2006; Fiet, 2001; Fuentelsaz y González, 2015; Velasco, 2019).

En Colombia la Ley 1014 de 2006 de fomento de la cultura del emprendimiento, en su artículo 2º, objeto de la Ley, lista 10 ítems que hacen relación a la promoción del emprendimiento algunas de ellas en las instituciones educativas:

a) promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente Ley.

b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promueva el emprendimiento y la creación de empresas.

c) Crear un marco institucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.

d) establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo.

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento.

En este mismo sentido, se orientan los literales f, g, h i, y j. Esta Ley desencadena toda una red de programas y proyectos que promueven el emprendimiento como ya se ha mencionado

antes, y que se desarrollan en todos los niveles, nacional, departamental y municipal. El caso de la ciudad de Medellín es destacable, ya que desde el 2004 con el gobierno de Sergio Fajardo, el municipio ha realizado grandes inversiones en la promoción del emprendimiento, destacándose a nivel mundial y que se realizan a través de distintas entidades, entre ellas las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín, concursos como Capital Semilla, Antójate de Antioquia, Concurso de Empresas Innovadoras, entre otras, son utilizadas para promover el emprendimiento. Muchos de estos concursos y programas se han constituido en ordenanzas municipales, lo que muestra el interés por institucionalizarlos y convertirlos en política pública.

De igual manera en las instituciones de educación superior tanto públicas como privadas se crean las unidades de emprendimiento empresarial que son las encargadas de la promoción del emprendimiento a través de cátedras transversales, talleres, seminarios, asesorías, consultorías y concursos internos de emprendimiento.

2 CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

2.1 Tipo de estudio

El proyecto de investigación “Efectos adversos y riesgo moral de la promoción del emprendimiento en instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín.”, se realizó utilizando un estudio, cuantitativo descriptivo transversal complementado con un componente cualitativo exploratorio.

La elección del diseño descriptivo cuantitativo transversal obedece a la necesidad de conocer la realidad de los eventos adversos relacionados con el emprendimiento a través de

la descripción de variables que tienen que ver con el tema en una muestra poblacional en un momento dado del tiempo. Además, este tipo de diseños permite identificar las características y la frecuencia de eventos, además, generar hipótesis y nuevas preguntas de estudio (Hernández et al., 2014). Dado que los eventos adversos, han sido explorados muy poco en este contexto, el diseño descriptivo, posibilitó el acercamiento a la realidad de su ocurrencia desde la perspectiva de los emprendedores y permitió establecer un primer panorama frente al tema, lo que se constituye como un importante aporte para la comunidad académica y los profesionales interesados en el tema.

Para ampliar la comprensión de los eventos adversos en el emprendimiento se realizaron entrevistas semiestructuras para acercarse a una exploración interpretativa de los eventos de interés en el estudio, mediante el uso de herramientas cualitativas (Morse y Niehaus, 2009).

2.2 Población

La población estuvo constituida por emprendedores de la ciudad de Medellín, Colombia. Según el estudio de la actividad empresarial en Colombia realizado en el 2017 por GEM (Global Entrepreneurship monitor), se define a los emprendedores nacientes como las personas adultas entre 18 y 64 años con posibilidad de iniciar algún negocio. Para el 2020, Medellín contempla un total de 1.806.589 habitantes entre los 15 y 64 años, de estas y según datos del DANE en el 2020, la tasa de cobertura en educación superior fue del 51,6%, lo que representa una población de 932.199 individuos y según GEM en el 2020, la intencionalidad de emprender es del 43,3%, lo que representa una población de 403.642 personas.

2.3 *Criterio de inclusión y exclusión*

Criterio de inclusión

Emprendedores Colombianos con formación superior preferiblemente de Medellín y que hayan emprendido durante sus estudios superiores.

En cualquier etapa del emprendimiento.

Con Cualquier tipo de emprendimiento.

Criterio de exclusión

Grandes Empresarios.

Emprendedores fuera del país.

2.4 *Muestra y muestreo*

Se determinó un tamaño muestral acorde a la formulación para muestras finitas, tomando como universo el número aproximado de emprendimientos en la ciudad, por lo anterior y a partir del cálculo de tamaño muestral para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95%, se estableció que el número de encuestas a aplicar fue de 246. El estudio se cerró con 259 encuestas diligenciadas. El muestreo no fue probabilístico y se realizó a conveniencia. Cálculo tamaño de la muestra.

Ilustración 5

Cálculo tamaño de la muestra.

- **Fórmula:**
Población finita: $n = Z^2 p * q N / e^2 (N-1) + Z^2 p * q$
- **Donde:**
n = tamaño de la muestra.
N= Población o universo.
Z = nivel de confianza.
p = probabilidad a favor.
q = probabilidad en contra.
e = error muestral.

N	Estimación de la Poblacion	1.806.589	
Za	Nivel de confianza	1,96	95% de confianza
p (1-Z)	Proporcion Esperada	0,8	
q (1-p)	Proporcion no esperada	0,2	
e	Margen error permitido (precision)	0,05	
n		246	

Fuente Elaboración propia

2.5 Fuente de Información

Primarias

En el presente estudio se realizó la recolección de la información por medio de un cuestionario estructurado Ad Hoc. Se indagó acerca de variables sociodemográficas, su trayectoria de emprendimiento, efectos adversos y variables relacionadas con el riesgo moral, tales como la asimetría de la información y el problema del principal y del agente.

Para complementar la información de fuentes primarias, se realizaron entrevistas semiestructuras a cuatro emprendedores con formación superior que iniciaron sus proyectos de emprendimiento mientras realizaban su formación en instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín.

Secundarias

A partir de una extensa revisión bibliográfica de documentos como artículos de revistas indexadas, libros, páginas web especializadas, revistas económicas y diarios de circulación nacional, además de la revisión de conferencias y presentaciones alojadas en plataformas como YouTube y Facebook y la consulta a profesionales que ejercen como instructores de emprendimiento en distintas instituciones educativas, se definieron los principales conceptos, variables y componentes sobre los que se recolectarían los datos para lograr los objetivos y contestar las preguntas de la investigación.

2.6 *Técnica de recolección de la información*

Cuestionario estructurado por bloques de preguntas que se enfocaron en: 1) Caracterizar individuo con seis preguntas; 2) Caracterizar emprendimiento con 15 preguntas; 3) Entender la promoción del emprendimiento en la Nación, el Departamento, y el Municipio con seis preguntas; 4) Entender la promoción del emprendimiento (Instituciones de educación superior) con tres preguntas; 5) Entender la asimetría de la información y el riesgo moral en la promoción del emprendimiento con nueve preguntas; y finalmente 6) En conocer los efectos adversos de emprender con cuatro preguntas y una más sobre los efectos positivos de emprender, para un total de 44 preguntas, elaborado en Google forms y enviado a través de correos electrónicos y redes sociales a las bases de datos a las que se tuvo acceso y a las

Institución Universitaria

construidas de forma directa preguntando con referidos, explorando las distintas páginas de las alcaldías, unidades de emprendimiento, cámaras de comercio, participantes en ferias, entre otras actividades, un trabajo arduo, largo y desgastante, se necesitó contratar personal para apoyar el proceso de envío de correos electrónicos y mensajes a través de las redes sociales, además se realizaron campañas en plataformas electrónicas unas gratis y otras pagas (alrededor de \$800.000) para atraer emprendedores a la investigación.

Entrevistas a emprendedores reconocidos por sus proyectos de emprendimiento.

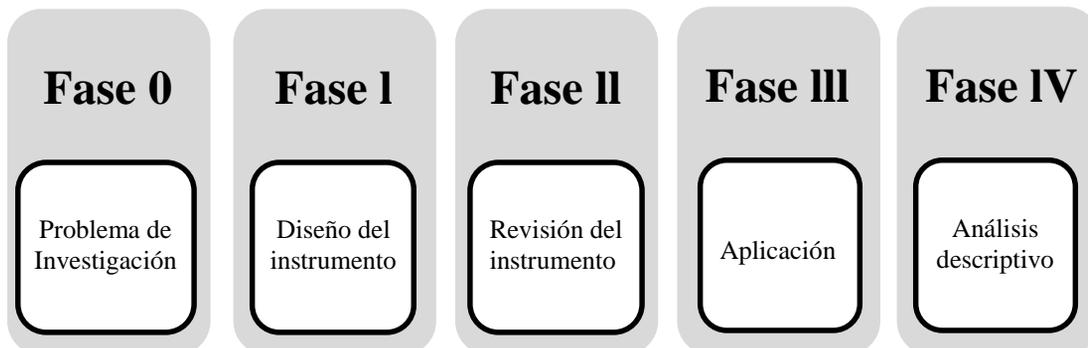
Selección, lectura y análisis de los documentos encontrados.

2.7 *El proceso metodológico*

Para el desarrollo del trabajo se llevaron a cabo una serie de fases secuenciales que permitieron dar una estructura lógica al estudio. En la ilustración 6, se presentan las fases desarrolladas.

Ilustración 6

Proceso Metodológico del proyecto de investigación.



Fuente: Elaboración propia

Problema de investigación: la definición y delimitación del problema fue el punto de partida del estudio. Se realizó una extensa búsqueda y análisis de literatura, considerando el tema interés en el contexto global y local. Al respecto, se identificó un importante vacío frente al tema de los efectos adversos y a su vez, se establecieron los principales aspectos que lo determinan y que influyen en su presentación desde la perspectiva teórica y que eran susceptibles de indagación en los emprendedores. Los términos claves de este proyecto de investigación son *efectos adversos, riesgo moral y promotor de emprendimiento*.

Fase 1: Diseño del instrumento y método de recolección datos. Esta fase se divide en dos componentes; A. Definición de las preguntas asociadas al instrumento que dan respuesta a las variables planteadas. B. Definición del método para de recolección de la información.

Fase 2: Validación de los instrumentos aplicados a la investigación. Se desarrollan para la investigación entrevistas y una encuesta, la cual fue evaluada por expertos. Una vez validada, se realizó la toma de datos a un piloto a 10 emprendedores seleccionados de la muestra total, calculada sobre el universo participante en la investigación, es decir, la comunidad de emprendedores de la ciudad de Medellín.

Fase 3: Aplicación de instrumentos ajustados. Se excluyen del tamaño de la muestra total los 10 emprendedores a los cuales se aplicó el piloto, con el fin de no tener sesgos en las respuestas y se procede a aplicar la encuesta ajustada con los emprendedores que se ajustaban al perfil de la investigación.

El desarrollo de esta actividad presentó dificultades, debido a que, a pesar de compartir el enlace con los líderes de los programas de emprendimiento en distintas instituciones educativas, el número de encuestas contestadas no fue acorde al dato que se tenía de emprendedores asociados. No se sabe si la encuesta no fue compartida con los emprendedores, o si estos fueron apáticos a contestarla, por tal motivo se tuvo que construir bases de datos a partir de la búsqueda de documentos en la red como directorios de emprendimientos de algunas universidades e instituciones y buscando en la internet emprendimientos que parecían cumplir con el perfil definido.

Se logró construir una base de datos con más de 600 emprendedores y se envió un gran número de correos personalizados a estos, solicitando la participación en la encuesta. Adicionalmente, se crearon estrategias en redes sociales para promocionar la participación en la encuesta. Con esta estrategia se capta la atención de emprendedores de otras regiones fuera de Medellín y el proceso para llegar a la cantidad determinada para la muestra fue bastante lenta, compleja y necesitó de la inversión de recursos financieros para lograr el objetivo. Las entrevistas se realizaron sin contratiempos con individuos que cumplen con el perfil del estudio, las mismas se hicieron de forma virtual por la plataforma MEET, tres hombres y una mujer entre los 27 y 40 años edad, todos con estudios superiores, terminados, el dialogo con los emprendedores duro entre cuarenta minutos y una hora.

Por último, **la Fase 4**; se realizó el análisis descriptivo de los datos recolectados, en las encuestas elaboradas y las entrevistas realizadas, luego se procedió al análisis de las preguntas de investigación planteadas y a la información estudiada y analizada en revisión bibliográfica.

3 CAPÍTULO III. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Resultados etapa 4: Análisis e interpretación de los resultados de la investigación

En este apartado se presentan los resultados del análisis estadístico de los datos en función de las variables agrupadas según los intereses del estudio.

3.1.1 Caracterización del grupo poblacional que participó en la encuesta

En el estudio participaron en total 259 emprendedores. Con respecto al lugar de procedencia, la ciudad de Medellín tiene la mayor participación con 165 (63,7%), Rionegro Santa Fe de Antioquia con 13 (5,02%), Envigado con 12 (4,63%) y El Carmen de Viboral con 11 (4,25%), por regiones se tiene que 194 (74,9%) encuestas son del área metropolitana del Valle de Aburrá, 46 (17,76%) del oriente antioqueño, 3 (1,16%) del norte de Antioquia, 2 (0,77%) del suroeste y 14 (5,41%) de otras ciudades y regiones del país.

Tabla 6

Lugar de residencia emprendedores.

Región	Ciudad	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia por región	Porcentaje por región
Área Metropolitana	Medellín	165	63,71%	194	74,9%
	Envigado	12	4,63%		
	Bello	6	2,32%		
	Itagüí	6	2,32%		
	Sabaneta	3	1,16%		
	la estrella	1	0,39%		
	Copacabana	1	0,39%		
Norte de Antioquia	Yarumal	2	0,77%	3	1,16%
	Don Matías	1	0,39%		
Suroeste de Antioquia	Andes	1	0,39%	2	0,77%
	Jardín	1	0,39%		

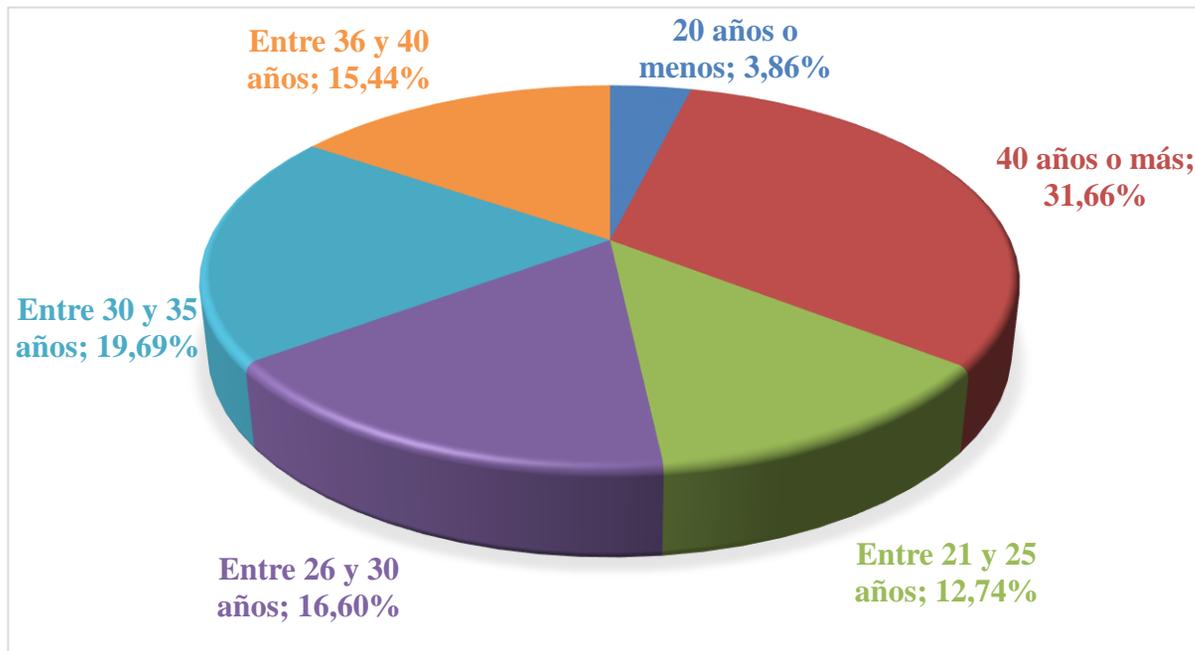
Institución Universitaria

	Ríonegro	13	5,02%		
	Carmen de Viboral	11	4,25%		
	Guarne	6	2,32%		
	San Carlos	4	1,54%		
	San Rafael	3	1,16%		
Oriente	El Prodigio, San Luis.	2	0,77%	46	17,76%
Antioqueño	El Santuario	2	0,77%		
	Granada	1	0,39%		
	La Ceja	1	0,39%		
	Marinilla	1	0,39%		
	San Luis	1	0,39%		
	San Vicente Ferrer	1	0,39%		
	Bogotá	7	2,70%		
	Cali	3	1,16%		
Otras ciudades fuera de Antioquia	Piedecuesta				
	Santander	1	0,39%		
	Planeta Rica	1	0,39%		
	Popayán	1	0,39%		
	Santa Marta	1	0,39%		
				259	100,0%

Fuente: Elaboración propia

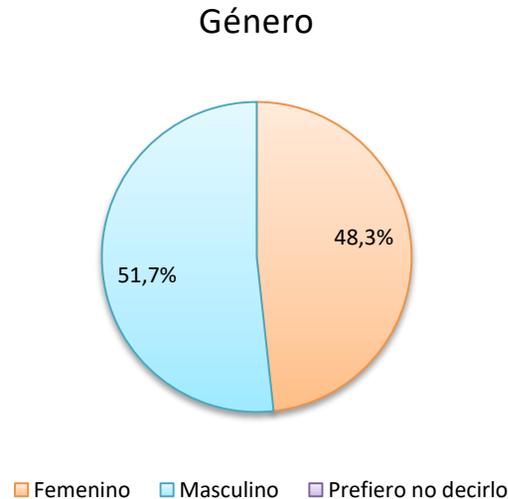
Ilustración 7

Rango de edad de los encuestados.



Fuente: Elaboración propia

En la ilustración número 7 predominan los emprendedores mayores de 40 años, con 82 participantes equivalentes al 31,7%, seguido de los emprendedores entre los 31 y 35 años con 51 individuos con un porcentaje de 19,7%. Llama la atención que los jóvenes entre 20 y 25 años solo fueron 33, representando el 12,7%, el grupo más bajo fue el de los menores de 20 años donde solo hubo 3 participantes (3,9%). Se esperaba que el número de emprendedores encuestados menores de 20 años fuera mayor, debido a que gran parte de la muestra se extrae de universidades, sin embargo, en el público encuestado se encuentran egresados y emprendedores que han participado en programas impulsados en la ciudad. Algunos autores consideran que muchos emprendedores inician su actividad en una edad adulta aprovechando su trayectoria, la falta de oportunidades laborales y el deseo de vivir nuevas experiencias, esto les da confianza para emprender (Oelckers, 2015).

Ilustración 8*Género de las personas encuestadas.*

Fuente: Elaboración propia

En la ilustración número 8 se puede identificar los géneros. 125 personas equivalentes al 48,26%, se identificaron con el género femenino y 134 personas equivalentes al 51,74%, con el masculino. Los resultados son muy parejos. Comparado con los estudios referentes donde los resultados apuntan a que exista una brecha amplia entre la diferencia de géneros en temas de emprendimiento siendo los hombres quienes más iniciativa muestren y factores como el grado de escolaridad, el estrato socioeconómico y el área de estudio, tienen su impacto. En el 2020 Colombia ocupó el puesto número 22 de 153 países evaluados con una brecha de 75,8% en el índice global de brecha de género (Informe Global de brecha de Género, 2020). En Colombia, se ha demostrado que temas culturales y estereotipos entre otros factores, impactan el emprendimiento femenino que ronda el 17%, además los créditos son obtenidos en gran escala por hombres, en esta encuesta no se evidencia esta diferencia

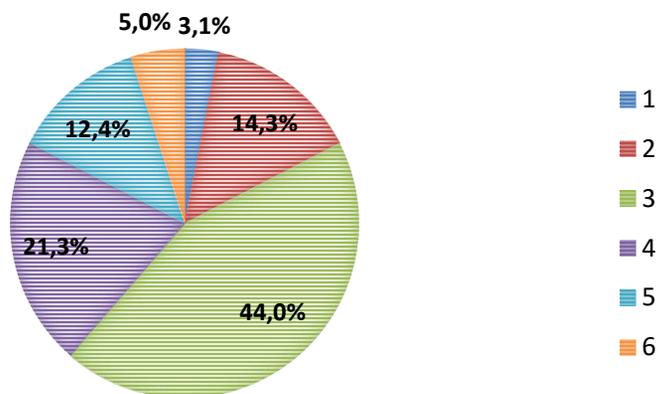
entre los emprendedores por género, lo que evidencia una mayor tasa de participación de las mujeres que emprenden (Basurto, 2016).

Con lo que respecta al estrato socioeconómico, el porcentaje más alto de los encuestados como se puede evidenciar en la ilustración número 9, se concentra el estrato tres (3) con 114 encuestados, equivalente al 44,0%, de los cuales 61 son mujeres y 53 hombres, seguido del estrato 4 con 55 encuestados, lo que representa el 21,3%. La mayoría de los encuestados se encuentran en los estratos 3 y 4, los cuales son considerados clase media. Es posible que la alta participación de estos estratos se deba a las dificultades que los profesionales tienen para encontrar trabajo.

Ilustración 9

Estrato socioeconómico de los encuestados

% Participación Por Estrato

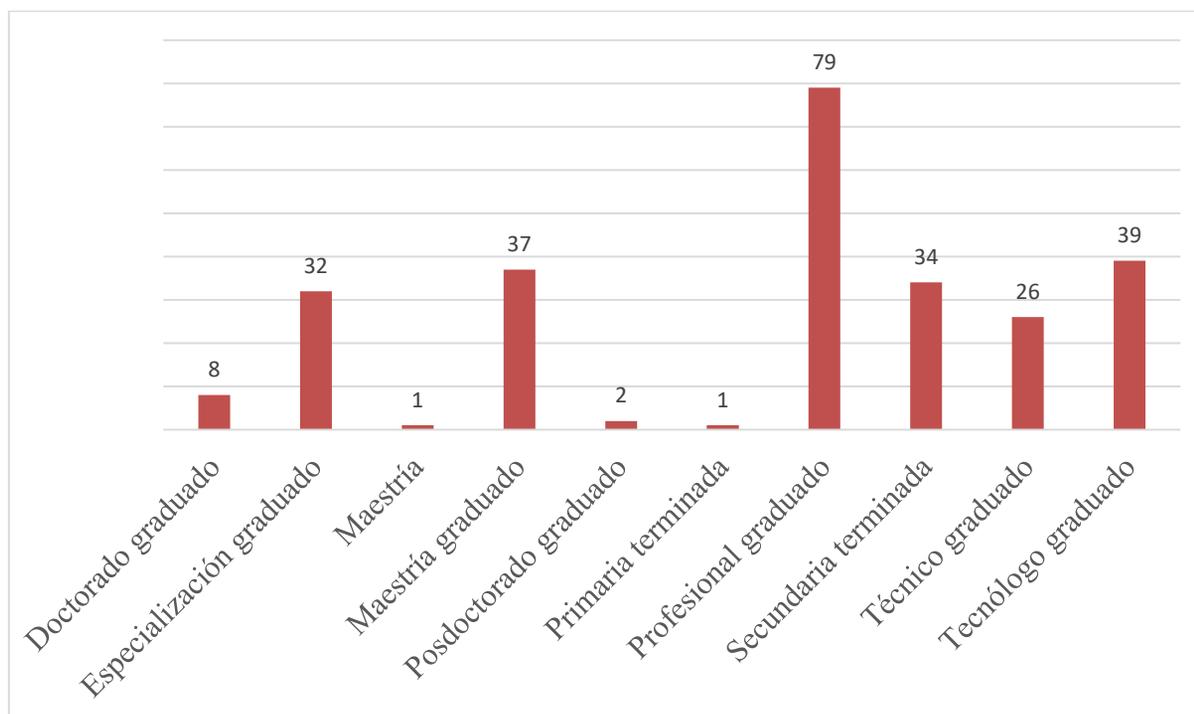


Fuente: Elaboración propia

En la ilustración número 10, se puede identificar que el mayor porcentaje de los encuestados es profesional graduado con 79 individuos que equivalen al 30,5%, seguido del tecnólogo graduado con 39 equivalente al 15,1%, es muy importante resaltar que 224 individuos tienen formación superior, iniciando desde el nivel técnico hasta el posdoctoral y 79 tienen estudios de posgrado. Además, los resultados revelan que el sexo masculino tiene un mayor número de participantes en emprendedores con estudios de posgrado.

Ilustración 10

Nivel de escolaridad.

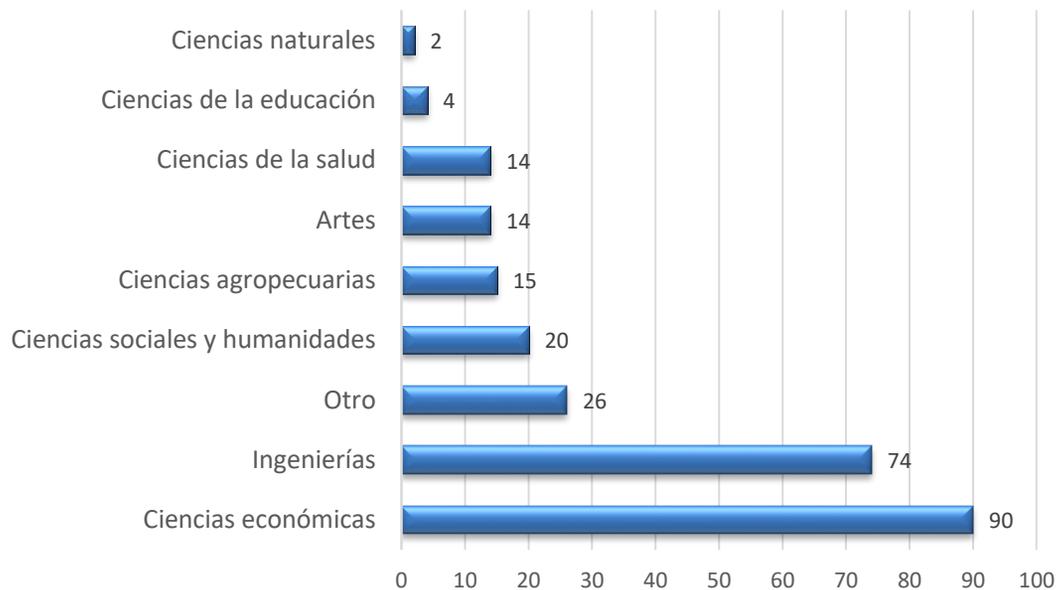


Fuente Elaboración propia.

En la ilustración número 11, se puede identificar en lo que atañe a área de conocimiento, la gran mayoría de los estudios superiores se encuentran en las ciencias económicas con 90 respuestas (34,7%), seguido de 74 en ingeniería (28,6%), el resto está diseminado en otros campos de estudio. Esto muestra el interés de los emprendedores de la creación de negocios en los cuales la administración y la implementación son factores fundamentales para la generación de valor.

Ilustración 11

Línea de formación académica de las personas encuestadas.



Fuente: Elaboración propia

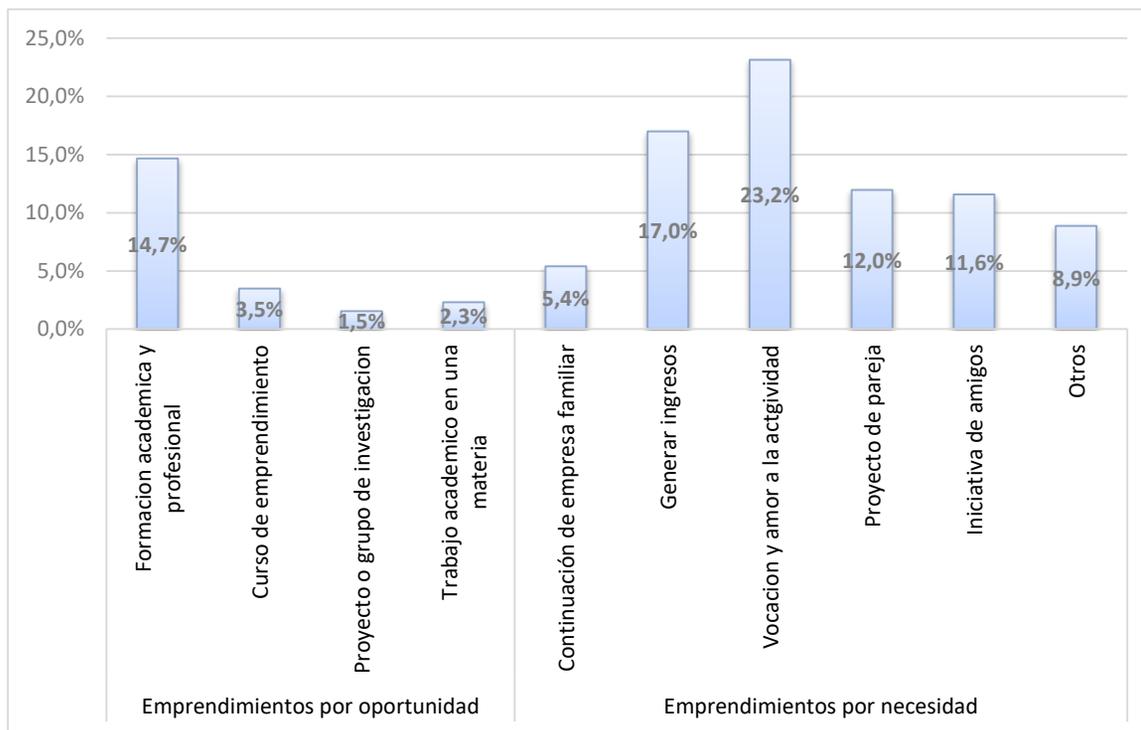
3.1.2 Caracterización del emprendimiento

En este bloque se presentan los resultados de las preguntas 7 hasta la 21.

Del total de emprendimientos (259), el 56,37%, se encuentran en etapa de operación, en fase de idea de negocio e inicio de operaciones, se obtuvo el 13,51% y el 7,34% respectivamente. Para los emprendimientos menos favorecidos, que cerraron, o se encuentran en fase de liquidación, se obtuvo un resultado de 4,27%. El 7,34%, están paradas temporalmente. Estos últimos datos concuerdan con los resultados emitidos por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), donde se obtienen datos del estado postpandemia y se expone que alrededor del 10% de los emprendimientos han cerrado o están por cerrar (PNUD, 2021). Con estos resultados, se muestra que más de la mitad de los emprendimientos están operando.

Ilustración 12

Contexto en el que se originó el emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia

En la ilustración número 12, en lo que respecta al contexto en el que se origina el emprendimiento, el 80% de las respuestas se concentra en vocación y amor a la actividad, generar ingresos, formación académica y profesional, proyecto de pareja e iniciativa de amigos, con 23,2%, 17,0%, 14,7%, 12,0% y 11,6%, respectivamente. Se categorizan las respuestas en dos grupos con el objetivo de identificar si el origen del emprendimiento es por necesidad o por oportunidad, tomando como base documentos como los informes del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Este resultado arroja que el 69% de los emprendimientos aproximadamente se crean por necesidad.

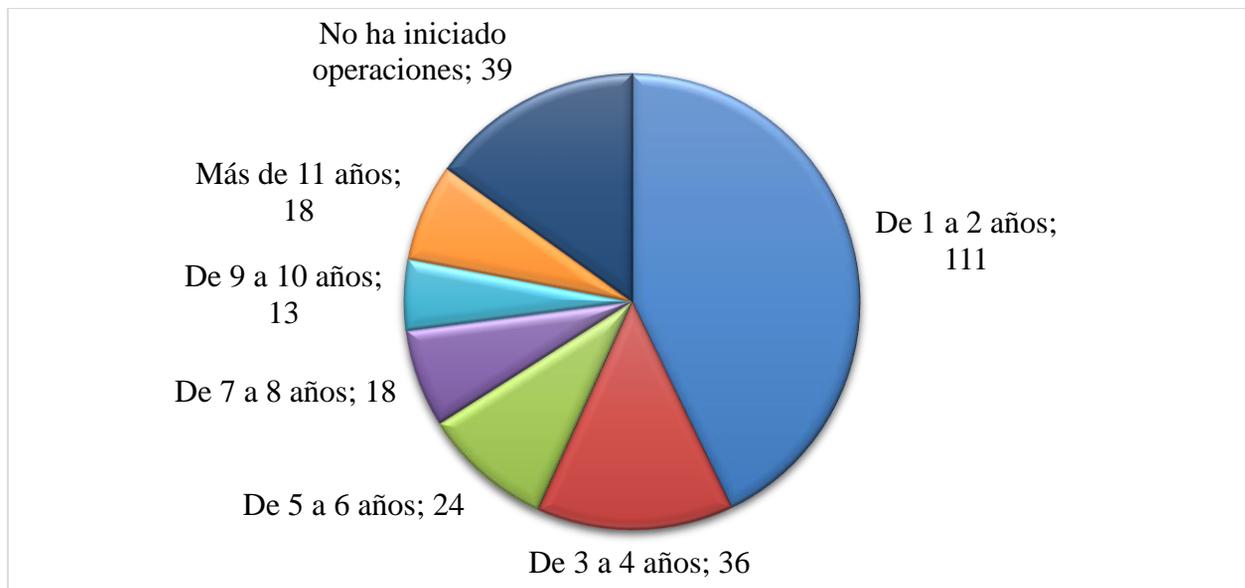
Uno de los objetivos fundamentales de la promoción del emprendimiento es mejorar la calidad de los mismos, y esto se ve reflejado en el tipo de emprendimiento por oportunidad o por necesidad, pero el mismo GEM, en sus informes determina que muchos de los emprendimientos son por necesidad, lo considera normal para una población menos educada, pero para personas que ya han hecho parte de programas de formación o que se han visto inmersos en las cátedras que imparte el gobierno en las instituciones educativas, se esperaría que el número de emprendimientos sea mayor.

En el contexto actual, se esperaría que los emprendimientos desarrollados por necesidad recayeran sobre personas mayores de 40 años, y los emprendimientos por oportunidad en rangos de edad menores, esto debido a las oportunidades de formación que se tienen y oportunidades en el mercado laboral. Esto da pie a pensar que el modelo de promoción y acompañamiento que se está desarrollando en las Instituciones de educación, las cuales buscan impulsar el emprendimiento por oportunidad no está siendo efectivo.

La ilustración número 13 permite entender el tiempo de operación que llevan los emprendimientos de las personas que contestaron la encuesta 110 emprendimientos están entre 1 y 2 años de funcionamiento (42,47%), otros 36 entre 3 y 4 años (13,90%) y 24 proyectos entre 5 y 6 años (9,26%), 18 tienen más de 11 años de operación (6,95%) y 38 no han iniciado operaciones (14,67%).

Ilustración 13

Tiempo de operación del emprendimiento.

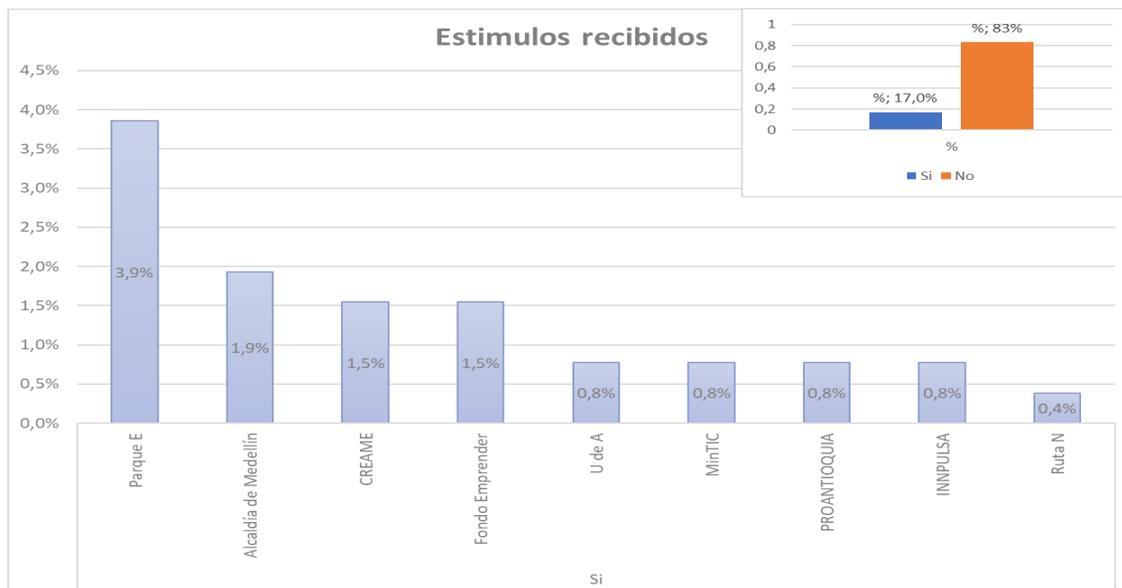


Fuente Elaboración propia

Si se observa la participación por años, se puede hacer una comparación con las cifras de algunas entidades nacionales como el DANE y COMFECÁMARAS, en donde se hace una relación entre los años de funcionamiento y el número de empresas que sobreviven, según estas entidades de cada 100 empresas que se crean en el país 50% llegarán a los primeros tres años de vida, alrededor de 30% lograrán llegar a los 5 años de operación y solo el 10% logrará llegar a los 10 años de funcionamiento. Según las respuestas, muchos emprendimientos están en los primeros años de operación, por lo que es posible que muchos de ellos no superen la barrera de los 5 y 10 años, es llamativo que muchos de los emprendedores sean personas de edad más avanzada y que a pesar de esto los proyectos estén todavía iniciando (Oelckers, 2015).

Ilustración 14

Beneficios recibidos por los emprendedores.



Fuente: Elaboración propia

A la pregunta número 14, en donde se indaga si el emprendedor ha sido beneficiado con algún tipo de estímulo en dinero o equipamiento por parte de alguna entidad que promueve el emprendimiento como se ve en la ilustración número 15, 15 emprendedores (83%) contestaron que no y los 44 restantes (17%) contestaron que sí. De los 44 emprendedores que manifestaron haber recibido estímulos, se indaga en la pregunta 13 y se encuentran referencias a entidades como: Parque E (10), Alcaldía de Medellín (5), CREAME (4), PROANTIOQUIA (2), Ruta N y la U de A. Las anteriores son entidades del orden departamental y brindan apoyos de diferente índole como recursos condonables, mentorías, asesorías y formación. Asimismo, Fondo Emprender (4), INNpulsa (2), MinTic (2), del orden nacional, entre otras entidades. El tipo de estímulos recibidos se clasificó y se extrajo lo que presentaba mayor relevancia, entre lo que se encontró que no solo fueron estímulos en dinero o equipamiento, sino que recibieron otro tipo de apoyos:

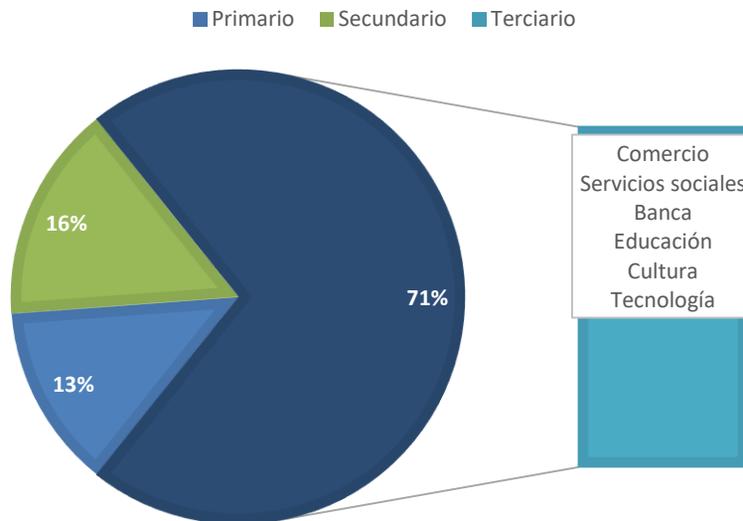
- Asesoría en temas administrativos para una mejor administración y funcionamiento del emprendimiento
- Acompañamiento pre-incubación e incubación
- Equipos para trabajos técnicos y comerciales
- Dinero para inversiones
- Premios
- Formación
- Registro de marca, entre otros

La gran mayoría de entidades financiadoras de estos estímulos son de la ciudad de Medellín, pocas de orden nacional. Cabe recordar que 165 emprendedores son de la ciudad de Medellín, 29 más de municipios del área metropolitana y 51 de otros municipios de Antioquia, lo que corresponde con las entidades que referencian los emprendedores.

De los 259 emprendimientos estudiados como se puede evidenciar en la ilustración número 14, 185 (71,4%) pertenecen al sector terciario, 40 (15,4%) al sector secundario y 34 (13,1%) al primario. Se evidencia que el grupo de emprendedores encuestados está en el sector terciario, en el cual se encuentra el comercio, los servicios y muchos de los productos TICs, este sector está muy relacionado con el tipo de emprendimientos que se crean en una ciudad como Medellín y en el Valle de Aburra.

Ilustración 15

Sector al que pertenece el proyecto.



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 16 y 17. ¿Su emprendimiento ha sufrido algún cambio? ¿Tipo de Cambios?

Para la pregunta, 189 emprendedores manifiestan que si han sufrido cambios y 68 que no. Se pretendía identificar cuáles han sido los principales cambios que realizan los emprendedores a sus proyectos, de los emprendedores que respondieron si, 37% equivalente a 70 ahondan en su respuesta, manifestando que a través de la trayectoria y preparación han fortalecido sus emprendimientos, en busca de dar una mejor respuesta al mercado. A

continuación, se mencionan algunas apreciaciones de los emprendedores:

Tabla 7

Principales cambios que han sufridos los emprendimientos en su planteamiento original.

- Capacitación y desarrollo conocimientos y habilidades, Fortalecimiento en el modelo de negocio
Cambios en las actividades y recursos claves

- Transformación de productos a servicios

- Se adicionan otras actividades económicas

- Cambio del modelo de negocios y portafolio

- Transformación por la pandemia

- Cambia el nicho de mercado

- Cambian canales de distribución (de presencial a E-commerce)

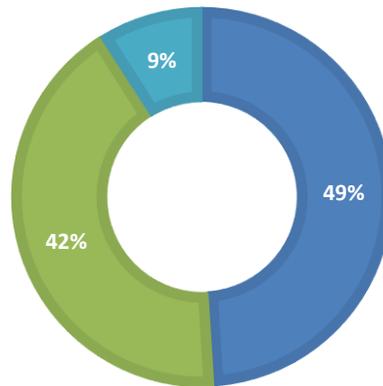
- Ingreso de socios al negocio

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 16

Emprendimientos formalizados.

■ Sí ■ No ■ Aún no está operando

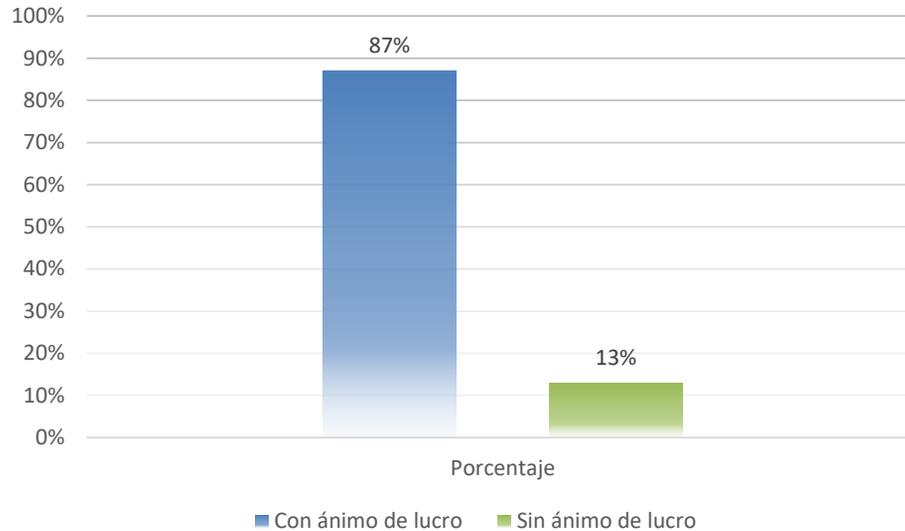


Fuente: Elaboración propia

En la ilustración número 16, a la pregunta si está formalizado el emprendimiento, 127 emprendedores (49.0%) afirmaron estar formalizados, 109 respondieron no estarlo (42%) y 22 (9%) aún no están operando. En Colombia existe una alta tasa de informalidad empresarial que se encuentra entre el 45% y 50% (48,5% May-Jul 21 Boletín técnico DANE), lo que corresponde con lo que contestaron los encuestados.

Ilustración 17

Emprendimientos con ánimo de lucro.



Fuente: Elaboración propia

225 de los individuos que respondieron la encuesta, a la pregunta de si su emprendimiento es con ánimo o sin ánimo de lucro como se evidencia en la ilustración número 17, el 87% afirman que su emprendimiento es con ánimo de lucro y el 13% respondieron que no lo es. Esta respuesta evidencia que una de las principales motivaciones para emprender es la creación de riqueza. Para Baumol, los tres elementos que motivan a un individuo a emprender son la acumulación de capital, el reconocimiento y el poder (Baumol, 1996). También se podría inferir que el emprendimiento social que hace parte de la promoción o fomento del emprendimiento en Colombia aún está en una fase de consolidación que según un estudio de la Universidad Nacional de Colombia ronda el (5%) (Chica et al., 2016).

Tabla 8

Identificación de la figura jurídica.

Figura Jurídica del emprendimiento	Frecuencia	Porcentaje
El emprendimiento no se ha formalizado	118	45,60%
Sociedad Anónima Simplificada (S.A.S.)	76	29,30%
Empresa Unipersonal	31	12,00%
Otra	30	11,60%
Sociedad Anónima (S.A.)	2	0,80%
Personal Natural	1	0,40%
Sociedad Limitada (S.Ltda.)	1	0,40%

Fuente: Elaboración propia

Esta última pregunta del segundo bloque busca identificar el tipo de figura jurídica con la que se formalizan los emprendimientos. 118 (45,6%) dicen no tener la figura jurídica del emprendimiento definida, porque todavía no se han formalizado, una cifra que concuerda con los datos que se obtuvieron en la respuesta 19. Para aquellos que están formalizados, la figura jurídica más utilizada es la Sociedad Anónima Simplificada S.A.S. con 76 emprendedores equivalentes al 29% del total, seguida de la figura Empresa Unipersonal con 31 respuestas (12,0%). La S.A.S. es una figura jurídica creada en gran medida para la promoción del emprendimiento, ya que le permite al emprendedor que en este caso puede ser una sola persona, responder por el monto que declara tiene en acciones, claro está con un control más riguroso por parte del Estado en el tema tributario, lo que no ocurre en el caso de la figura de persona natural, en la cual el emprendedor responde con todo su capital frente a demandas de su empresa, pero su control por parte del fisco es considerado más laxo.

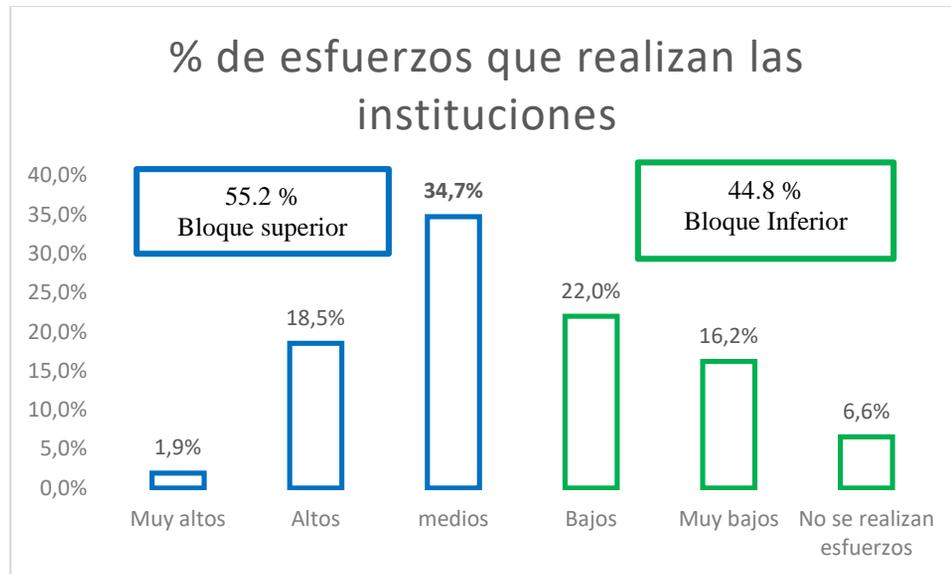
3.1.3 Percepción del riesgo moral en la promoción (fomento) del emprendimiento.

Con respecto a este punto, hay dos bloques de preguntas que indagan sobre el tema. Un bloque de la pregunta 22 a 30 que explora la percepción de la promoción del emprendimiento por parte del emprendedor a nivel país, región y luego en las instituciones de educación superior y posteriormente, otro bloque de la 31 a la 39 en donde se pregunta sobre la asimetría de la información que entrega el promotor y la posibilidad de que se esté incurriendo en un fenómeno de riesgo moral. En este caso, se infiere que el promotor actúa como agente y el emprendedor como principal.

Bloque de preguntas sobre la promoción del emprendimiento

Ilustración 18

Esfuerzos en la promoción de las instituciones educativas.

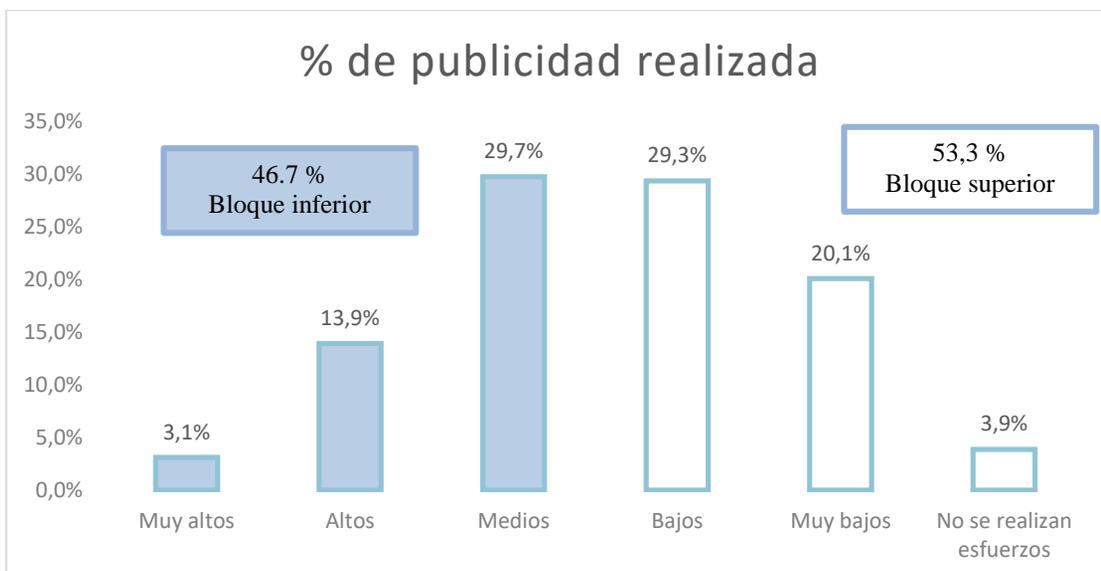


Fuente: Elaboración propia

A la pregunta sobre los esfuerzos que realizan las instituciones de educación superior por promover el emprendimiento y como se puede ver en la ilustración número 18, los encuestados respondieron que los esfuerzos por parte de Estado para promover el emprendimiento son medios con 90 respuestas (34,7%), seguido de bajos con 57 respuestas (22,0%) y posteriormente por altos con 48 respuestas (18,5%). Si dividimos las respuestas en 2 bloques, se puede observar que 143 respuestas equivalente al 55,2% están en el bloque superior dando a entender que los emprendedores consideran que si se hacen esfuerzos para promover el emprendimiento.

Ilustración 19

Esfuerzos de las instituciones para publicitar el emprendimiento en Colombia.



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a la pregunta sobre los esfuerzos de las instituciones para publicitar el emprendimiento en Colombia, se puede visualizar en la ilustración número 19 que mayor puntaje es de la opción medio con 77 respuestas (29,7%), seguido de la opción bajo con 76 respuestas (29,3%) y posteriormente con la opción muy baja con 52 respuestas (20,1%). En este caso, el mayor número de respuestas se ubica en la zona inferior con 138 respuestas (53,3%) del total, en cuyo caso un poco más de la mitad considera que la publicidad que se hace por parte de las entidades para promover el emprendimiento es baja.

Tabla 9

Enfoque de la socialización del emprendimiento.

Énfasis en el éxito empresarial	Frecuencia	%
Se enfatiza mucho en Éxito	96	37,1%

Se enfatiza en Éxito	1	0,4%
Se enfatiza parcialmente en Éxito	83	32,0%
No se enfatiza ni en éxito ni en fracaso	55	21,2%
Se enfatiza parcialmente en fracaso	14	5,4%
Se enfatiza mucho en fracaso	9	3,5%
Ninguno	1	0,4%
Total	259	

Fuente: Elaboración propia

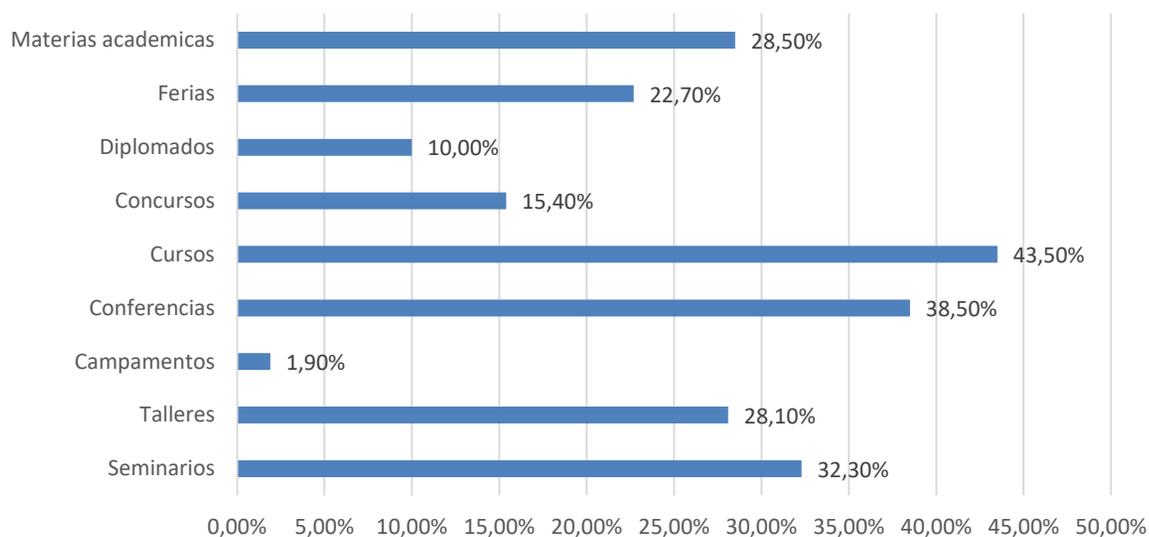
La tabla 9 presenta las respuestas a una de las principales preguntas de la investigación, con ella se busca entender desde que perspectiva se socializa en emprendimiento por parte de las entidades que lo promueven, en este caso, las mayores respuestas están en “se enfatiza mucho en el éxito empresarial” con 96 respuestas equivalente al 37,1%, seguido de “se enfatiza parcialmente en el éxito empresarial” con 83 respuestas (32,0%) y luego le sigue “no se enfatiza ni en el éxito empresarial ni en el fracaso empresarial” con 55 respuestas equivalente al 21,2%. Se puede observar que las personas consideran que las entidades encargadas de la promoción del emprendimiento lo hacen desde la perspectiva del éxito empresarial con 180 respuestas (69,5%).

La anterior respuesta concuerda con lo encontrado en el artículo “Oping with entrepreneurial failure”, en el cual en uno de sus apartes hace referencia a este punto y se cita textualmente “La investigación sobre el espíritu empresarial se centra predominantemente en el éxito, lo que hace caso omiso de la elevada tasa de fracaso de los nuevos emprendimientos e impide una visión holística del proceso empresarial” (Singh et al., 2007). Una postura que se puede considerar facilista y que puede inducir a los emprendedores, en especial a los más jóvenes a emprender sin conocer los altos riesgos a los que se expone. En este caso, el

promotor incurre en riesgo moral al solo mostrar una cara de la moneda del emprendimiento, por cierto, la más atractiva y fácil de vender, con lo que atrae a persona poco informadas a emprender sin tener conocimiento de las otras perspectivas que tiene el emprendimiento por que el promotor no brindó esta información.

Ilustración 20

Medios de comunicación utilizados en la promoción del emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia

La ilustración número 20, permite entender desde que medios de comunicación se promueve el emprendimiento por parte del Estado, los emprendedores podían optar por varias opciones, todas las opciones fueron seleccionadas, la respuesta con mayor puntaje fue cursos con 113 con un porcentaje de participación del 43,5%, seguido de conferencias con 100 respuestas y el 38,5%, luego seminarios 84 respuestas (32,3%) y con un puntaje muy similar, las materias académicas 74 repuestas y los talleres con 73 para un porcentaje de

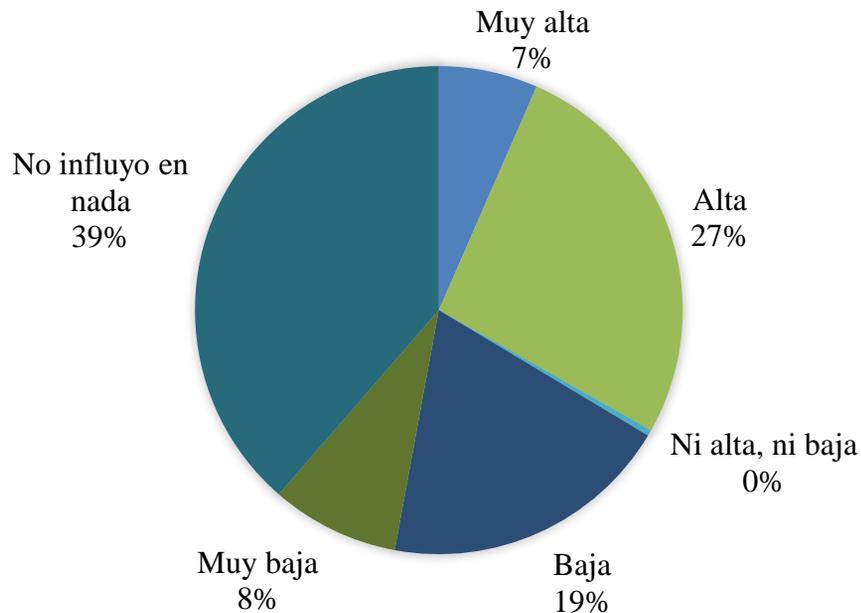
Institución Universitaria

28,5% y 28,1%, respectivamente, le siguen ferias 59 respuestas (22,7%), concursos 40, (15,4%), diplomados 26 (10,0%) y campamentos 5 (1,9%).

En la opción otros, los emprendedores escribieron respuestas como: empírica, redes sociales, videos de YouTube, internet, búsqueda en plataformas, gusto, SENA, lecturas web, Parque E, experimentación propia, Mailing, experiencia, grupos por WhatsApp, conocidos, libros, televisión, cámaras de comercio, sugerencias de un docente y macro ruedas de negocio.

Ilustración 21

Influencia de la promoción en la toma de decisión de emprender.



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la imagen de la ilustración número 21, a la pregunta sobre la influencia de la promoción del emprendimiento para la toma de decisión de optar por un

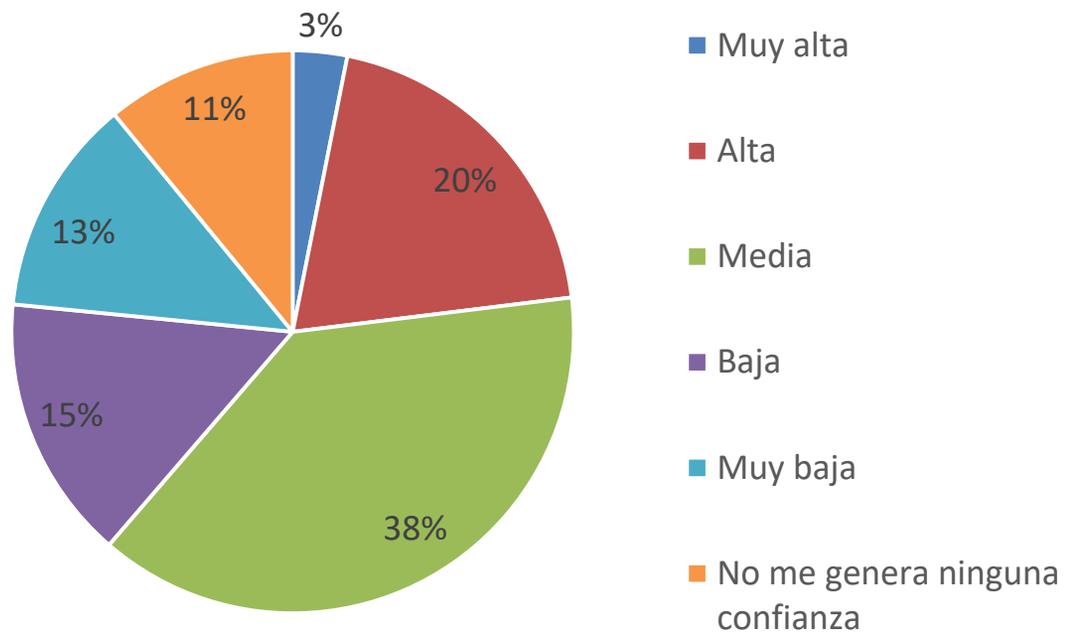
proyecto de vida en el emprendimiento, el puntaje más alto lo tiene la opción “No influyó en nada” con un puntaje de 100 respuestas lo que representa el 38,6%, seguido de su influencia fue muy alto con 26,6%. También se puede observar que si dividimos los datos en dos grupos, el porcentaje más alto de las respuestas nos indican que su influencia 172 respuestas fue baja, o muy poca o nada, con el 66,4%, aunque el 33,6% restante no es nada despreciable en este caso, 87 respuestas, lo que implica que un buen número de individuos si son motivados por los programas de emprendimiento y como ya hemos visto mucha de esta promoción se realiza desde la perspectiva de éxito y como veremos más adelante poco se habla de los efectos adversos de emprender, por lo que es posible que se genere el fenómeno de riesgo moral ya que a través de una orientación recargada a los aspectos positivos de emprender se motiva los individuos sin que estos conozcan los riesgos a sufrir efectos adversos a los que se exponen.

La ilustración número 22, es la representación gráfica de la pregunta, en la actualidad ¿Qué nivel de confianza le inspiran las entidades encargadas de la promoción del emprendimiento? En este sentido el puntaje más alto lo tuvo la opción media con 98 repuestas (37,1%), seguido de alta con 51 respuestas (19,7%), en este caso 157 respuestas están en la parte alta, con media alta y muy alta equivalente al 60,6%. Estas respuestas nos dan a entender que la mayoría de los individuos confían en los promotores del emprendimiento, algo muy relevante ya que es un elemento clave para el fenómeno del riesgo moral, ya que si el emprendedor confía en el promotor puede tomar decisiones a partir de esta confianza, a pesar de que el promotor no transfiera en su totalidad información de calidad, actualizada y pertinente (De la Varga, 1999; Jacinto, 2008; Krugman y Wells, 2006;

Salloum, 2000), incluyendo el alto riesgo de fracaso y de sufrir efectos adversos de alto impacto (Dias y Texeira, 2017; Shepherd, 2003; Singh et al., 2007; Ucbasaran, 2013;).

Ilustración 22

Nivel de confianza en el promotor.

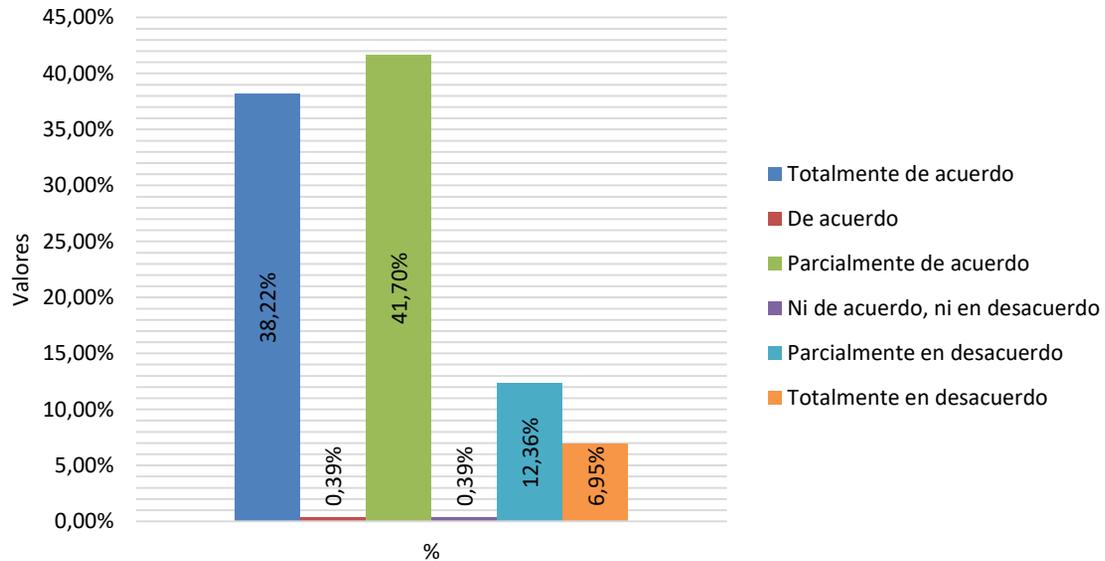


Fuente: Elaboración propia

Este nivel de confianza es entendible por lo representativo de las entidades que promueven el emprendimiento, organizaciones con amplia trayectoria y reconocimiento (Yepes, 2013), en la gran mayoría de los casos con un área o departamento dedicado a la promoción y el mercadeo de la entidad ante los distintos actores sociales.

Ilustración 23

Nivel de seguridad que trasmite el promotor al individuo para tomar la decisión de emprender.



Fuente: Elaboración propia

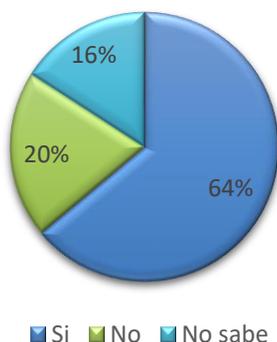
La ilustración número 23, corresponde a la pregunta sobre el nivel de seguridad que trasmite el promotor al individuo para tomar la decisión de emprender. El puntaje más alto se ubicó en la opción parcialmente de acuerdo con 108 respuestas (41.7%), seguido de totalmente de acuerdo con 99 respuestas (38,2%). Si sumamos los valores parcialmente de acuerdo, de acuerdo, y totalmente de acuerdo, tendríamos 208 respuestas equivalente al 80,3% del total de encuestados, lo que se considera una posición que indica que el fomento o la promoción en las instituciones educativas, genera seguridad en los estudiantes para emprender, esta seguridad puede ser generada por el tipo de información que el promotor trasmite como una perspectiva de éxito, de reconocimiento y de poder que suelen rodear a los empresarios, pero si el promotor no hace referencia a las posibilidades de fracaso y a los

efectos adversos que pueden padecer los individuos interesados en emprender se puede estar incurriendo en un riesgo moral.

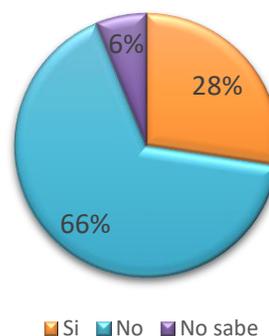
Ilustración 24

Promoción del emprendimiento en las instituciones educativas y nivel de influencia de la institución educativa en el individuo para emprender.

29. Promoción del emprendimiento en la entidad educativa



30. Influencia de la entidad educativa



Fuente: Elaboración propia

Para la pregunta 29, ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la siguiente afirmación? "El fomento o promoción del emprendimiento en las instituciones educativas genera seguridad en los estudiantes para emprender" que se puede ver al lado izquierdo de la ilustración número 24, 165 personas respondieron que "SI", para un porcentaje de participación del 64,0%, la respuesta concuerda con la promoción del emprendimiento en las instituciones educativas, la Ley 1014 de 2006 del Fomento a la Cultura del Emprendimiento

Institución Universitaria

en su artículo 2, numeral (a) promulga “*Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley*”, con esto se valida el papel de las instituciones educativas como un promotor del emprendimiento entre sus estudiantes, siendo estos en su gran mayoría, una población joven sin mucha experiencia en el que hacer empresarial.

Y en la pregunta número 30, al lado derecho de la ilustración número 23, se obtuvieron 172 respuestas para “NO”, lo que equivale al 66,4%, 71 personas respondieron que sí con el 27,8% y no saben 16 individuos que equivale al 6,2%. Las respuestas son muy interesantes porque generan ciertas dudas, un porcentaje tan alto en el NO, significa que las instituciones no cumplen con el objetivo de promover el emprendimiento, es paradójico, porque el que no emprendan inmediatamente es una cosa, pero a partir de la formación, al menos se esperaba que el estudiante quede con una semilla del emprendimiento en su ser, que posteriormente se desarrolle, pero la institución educativa debe lograr ese objetivo y esto no se ve reflejado en las respuestas.

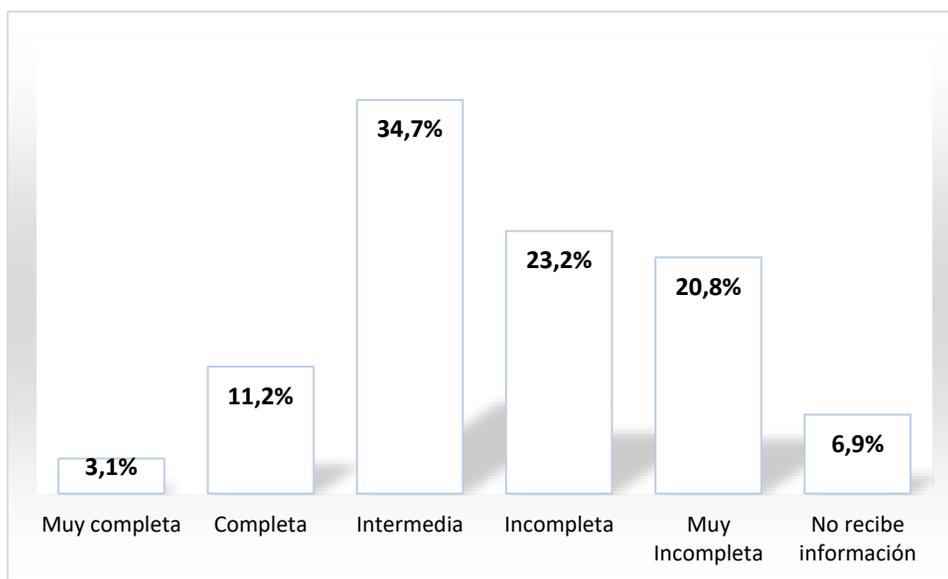
Ahora bien, un 27.8% (71 individuos), dice que la promoción por parte de la institución “SI” lo motivo a emprender, una cifra nada despreciable, este dato ratifica que si hay estudiantes que emprenden como resultado de la promoción del emprendimiento en las instituciones educativas, con las respuestas de las preguntas que a continuación analizaremos se podrá identificar la cantidad, calidad y actualización de la información, desde que perspectiva de motivación se realiza la promoción, además de si los emprendedores sufren

efectos adversos con lo que se podrá definir si el promotor está generando un fenómeno de riesgo moral para con el estudiante emprendedor.

Bloque de preguntas sobre el riesgo moral va desde la pregunta 31 hasta la 39

Ilustración 25

Nivel de transferencia de información que emprendedor recibe por parte de la institución educativa sobre el emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia

Las primeras preguntas que indaga sobre el riesgo moral en la promoción del emprendimiento que se ve en la ilustración número 25, se enfocan en determinar el flujo de información entre el promotor, en este caso puntual, las instituciones de educación superior y el emprendedor. En la pregunta 31, se puede observar que los emprendedores consideran que

la información que les transmite la institución educativa es intermedia con 90 respuestas (34,7%), seguida de la opción incompleta con 60 respuestas equivalente al 23,2%. Estas dos opciones suman 150 respuestas (57,9%). Del total de respuestas en estas dos opciones intermedia e incompleta 73 son mujeres y 77 hombres, en su mayoría personas mayores de 40 años con 43 personas, seguidas del rango de edad entre 30 y 35 con 34 emprendedores, en su mayoría de estratos tres y cuatro con 96 personas y con grados profesionales graduados (42 registros) y magister (25 personas).

Esta respuestas evidencian cada vez más un flujo de información inadecuado entre el promotor y el emprendedor, el primero tiene mucha más información relevante para el emprendedor, como se evidenció en las entrevistas posteriormente. Cuando se inicia operaciones, el individuo comienza a comprender la magnitud del proceso emprendedor y de un conjunto de restricciones que le impiden crecer, acceder a financiamiento, participar del mercado. En este punto, el emprendedor por lo general se enfrenta a todas estas adversidades sin mayor conocimiento y este puede ser una de los determinadores de las altas tasas de mortalidad empresarial entre emprendedores.

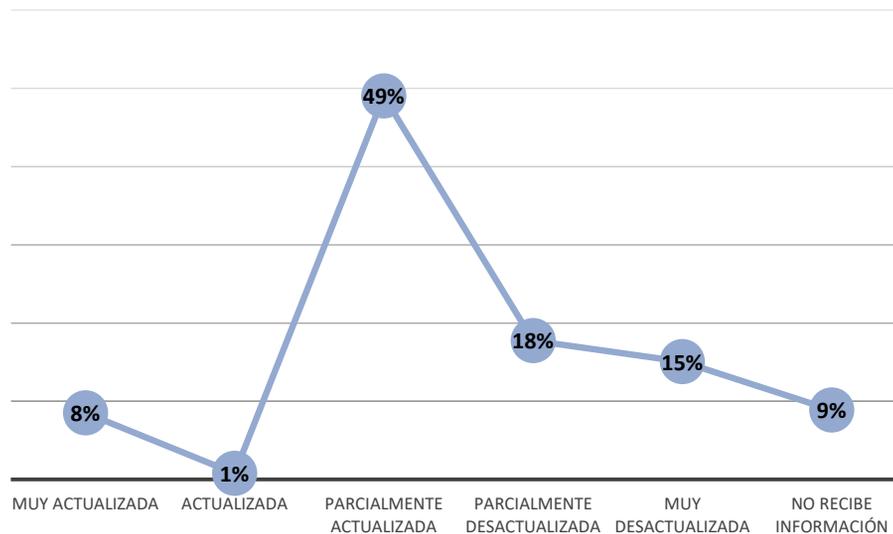
La ilustración número 26, presenta los resultados de la pregunta 32 sobre la calidad de la información que el emprendedor recibe de parte de la institución educativa, la segunda que indaga sobre el riesgo moral. El mayor puntaje lo obtiene la opción parcialmente actualizada con 127 respuestas (49,0%), seguido de parcialmente desactualizada, al igual que la respuesta anterior este en el rango medio con 173 respuestas equivalentes al 66.8%. Analizando estas dos opciones tenemos los siguientes datos, femenino 84 respuestas, 89 masculino, participando mayoritariamente los estratos 3 y 4 con 108 registros y en este caso,

Institución Universitaria

en el nivel profesional el número más alto de participantes está con los profesionales graduados (51 registros), seguido de los tecnólogos con 29 respuestas.

Ilustración 26

Calidad de la información que el emprendedor recibe de parte de la institución educativa.



Fuente: Elaboración propia

Al igual que las preguntas anteriores, podemos evidenciar un flujo de información asimétrico, se debe recordar que este es precisamente uno de los desencadenantes del fenómeno de riesgo moral. Las instituciones de educación superior necesitan cumplir con metas de emprendimiento pero al no transmitir información actualizada y sobre las externalidades negativas del emprendimiento, puede estar incurriendo en un fenómeno de riesgo moral.

Tabla 10

Información que el emprendedor considera que es fundamental para emprender, pero no se le transfiere.

Información requerida	Frecuencia	Porcentaje respondieron pregunta	Porcentaje respondieron encuesta (259)
Financiero (cómo acceder a recursos financieros)	28	11,5%	10,8%
Mercadeo y Ventas	20	8,2%	7,7%
Legal (constitución de la empresa, responsabilidades legales)	19	7,8%	7,3%
Administración (gestión financiera)	17	7,0%	6,6%
Contables (costos, presupuestos)	15	6,2%	5,8%
Conocimiento (técnicos, formación, ligado al sector)	15	6,2%	5,8%
Plan de negocio	13	5,3%	5,0%
Análisis psicológico del emprendedor (conocerse mejor)	12	4,9%	4,6%
Experiencia	11	4,5%	4,2%
Tributación	11	4,5%	4,2%
Educación emprendedora	9	3,7%	3,5%
Institucionalidad	8	3,3%	3,1%
Pasión	7	2,9%	2,7%
Competencias	7	2,9%	2,7%
Acompañamiento	6	2,5%	2,3%
Ecosistema emprendedor	6	2,5%	2,3%
Redes de contactos	5	2,1%	1,9%
Tecnología	5	2,1%	1,9%
Liderazgo en los programas de emprendimiento	5	2,1%	1,9%
Gestión del riesgo	4	1,6%	1,5%
Manejo de personal	4	1,6%	1,5%
Tiempo	3	1,2%	1,2%
Socio Clave	3	1,2%	1,2%
Macroeconomía	3	1,2%	1,2%
Tributación	2	0,8%	0,8%
Proveedores	2	0,8%	0,8%
Gestión de procesos	2	0,8%	0,8%
Logística	1	0,4%	0,4%
	243		

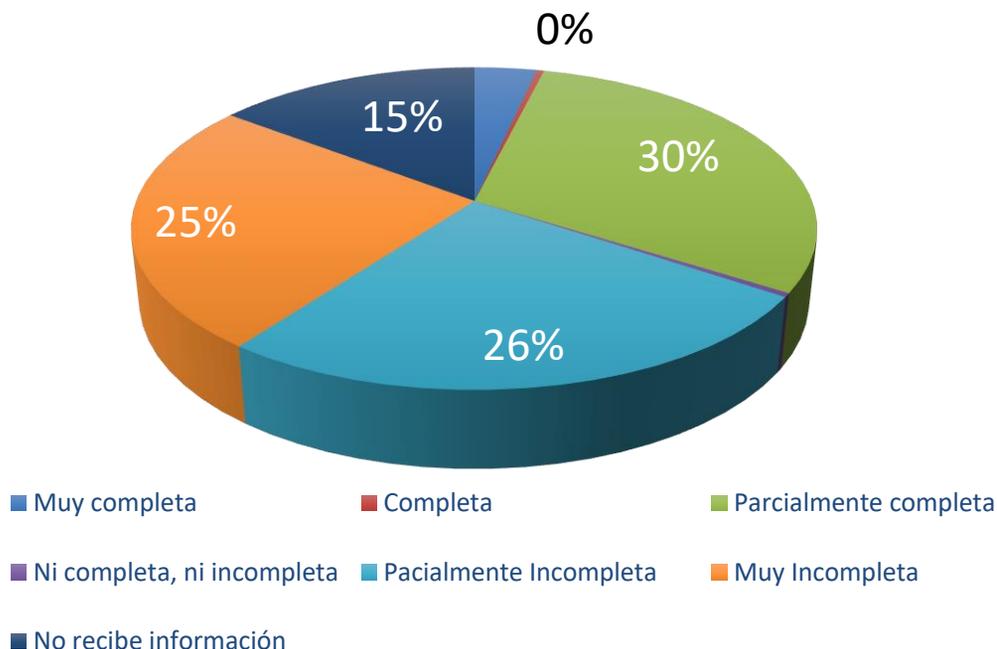
Fuente: Elaboración propia

La pregunta 33, que se presenta en la tabla número 10 es abierta y busca profundizar más con respecto a la pregunta 32 sobre lo actualizada que es la información que el emprendedor recibe. Como se podrá ver más adelante, la pregunta 33 se valida con las respuestas en la pregunta 37. En esta pregunta (33) respondieron 243 emprendedores. Con el objetivo de ordenar las respuestas, se clasificaron por categorías según los términos en los que el emprendedor describía la situación, los principales temas que los emprendedores consideran fundamentales pero que no se les transmiten son: información financiera, con 28 referencias (11,5) del total de 243 personas que respondieron, y (10,8%) del total de encuestados 259, seguido de mercadeo y ventas con 20 referencias (8,2%) de 243 (7,7%) de 259, continua con temas legales 19 referencias (7,8%) de 243 y (6,6%) de 259 y en cuarto lugar la información administrativa con 17 afirmaciones (7,0%) de 243 y (6,6%) de 259 encuestados. Como se verá más adelante, los primeros puestos corresponden con las respuestas de la pregunta número 37. Estos resultados concuerdan por los hallados por Par do (2015) en el informe *¿Por qué los negocios fracasan en Colombia?* de Failure Institutud.

La pregunta 34 presentada gráficamente en la ilustración número 27, indaga sobre qué tanta información se transmite sobre el fracaso, en este caso el puntaje más alto lo tiene la respuesta “parcialmente completa” con 78 respuestas (30,1%) de 259 participantes, seguido de parcialmente incompleta con 67 respuestas (25,9%). En este caso el porcentaje más alto se encuentra en el bloque inferior de las opciones parcialmente incompleto, muy incompleto y no recibe información sobre el fracaso empresarial, con 170 respuestas equivalente al (65,6%).

Ilustración 27

Nivel de información que recibe el emprendedor sobre el fracaso empresarial.

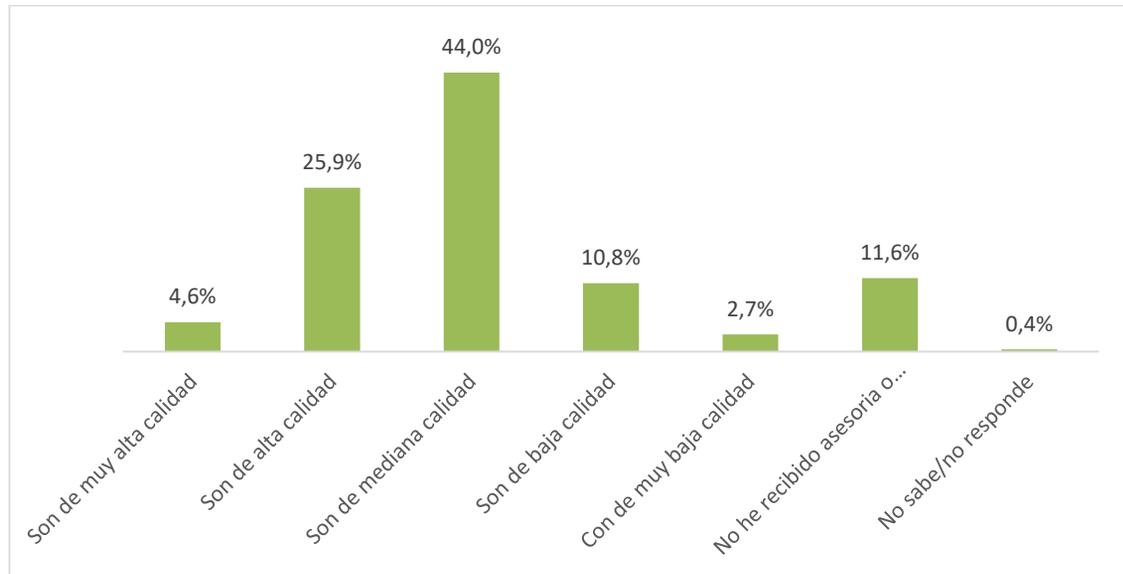


Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta se corresponde con la número 24, en el bloque “promoción del emprendimiento” en donde se indaga sobre la perspectiva desde la que se promueve el emprendimiento, en donde el puntaje más alto lo obtuvo “desde la perspectiva del éxito empresarial” con 97 respuestas (37,3%), seguido de “se enfatiza parcialmente en el éxito empresarial” con 83 respuestas equivalente a 31,9%. En este sentido, se refuerza la teoría que se promueve mucho desde el éxito empresarial y se informa poco sobre las posibilidades de fracasar.

Ilustración 28

Calidad de los planes de negocio que los emprendedores elaboran.

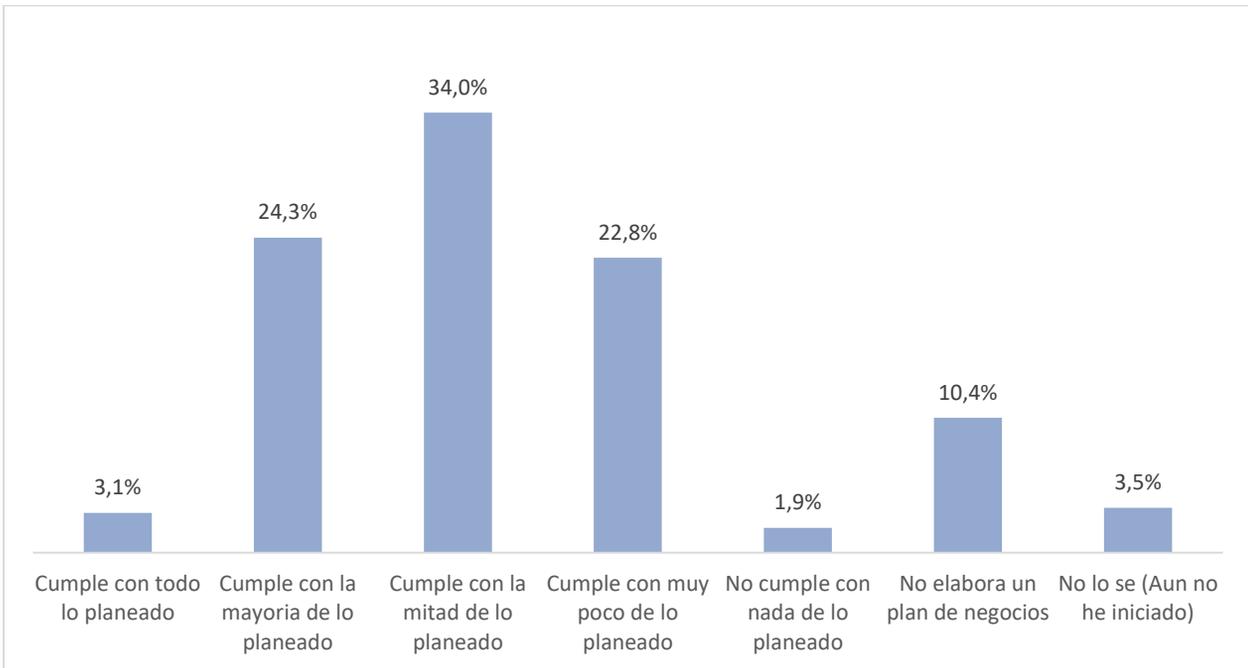


Fuente: Elaboración propia

La ilustración número 28, presenta las respuestas a la pregunta 35 que busca determinar cómo consideran que es la calidad de los planes de negocios que elaboran los emprendedores, en los cuales en su mayoría son acompañados por entidades que promueven el emprendimiento. El mayor número de respuestas están en la opción “son de mediana calidad” con 114 respuestas (44.0%), seguido de “son de alta calidad” con 67 repuestas igual a 25,9%, ubicando el mayor puntaje en la parte media alta de la tabla con 181 respuestas, lo que representa el 69,9%. Muy llamativa esta situación, más aún cuando se observa la pregunta que sigue, la número 36, en la cual también la mayoría de los emprendedores consideran que en un alto grado se cumple con el plan de negocios elaborado.

Ilustración 29

Nivel de cumplimiento del plan de negocios elaborado por el emprendedor.



Fuente: Elaboración propia

El nivel de cumplimiento del plan de negocios que corresponde a la pregunta 36 y que se puede ver representada en la ilustración número 29, permite entender que el mayor puntaje lo obtiene la opción “el emprendimiento cumple con la mitad de lo planeado” con 88 respuestas (34,0%), seguido de “el emprendimiento cumple con la mayoría de lo planeado” con 63 registros para un 24,3%, un 58,3% en estas dos respuestas.

Lo paradójico es que en la pregunta número 12 más de un 80% de los emprendedores dice no haber recibido recursos o apoyo de las entidades que promueven el emprendimiento, con lo cual se pensaría que no han contado con acompañamiento y en gran medida este acompañamiento consiste en la elaboración del plan de negocios. Es interesante que las

respuestas en esta pregunta no castigan la calidad del plan de negocio, o que tanto se cumple del mismo, pero en las respuestas abiertas de la pregunta 33, 37 y 39, los puntajes más altos que en ese caso hacen alusión a fallas o necesidades o falta de información en algunos temas, son precisamente los que hacen parte de un plan de negocios.

En el texto “Desarrollo empresarial latino americano y sus determinantes: Evidencias y Desafíos” se concluye que uno de los principales factores para el fracaso de los emprendedores en Latinoamérica en la falta de un plan de negocios (Valenzuela, 2018), aunque esta postura se contradice con artículos como el de Julian Lange “Planes comerciales formales previos a la puesta en marcha y desempeño posterior a la puesta en marcha: un estudio de 116 nuevas empresas”, en el que se concluye que no se identifica una gran diferencia en el éxito que puede tener un emprendimiento que elabora un plan de negocio y aquellos que no lo hacen (Lange et al., 2007).

Pregunta 37. ¿En qué proceso se le han presentado mayores inconvenientes para alcanzar las metas planeadas? Puede elegir varias opciones

La pregunta 37 es de múltiple respuestas (por lo que un emprendedor podía escoger varias o agregar otras, por lo tanto el porcentaje no es igual a uno), se agrupan por temática similar y se pueden ver en la ilustración número 29. Busca identificar las mayores dificultades en un grupo de procesos fundamentales para emprender, en este sentido los emprendedores consideran que el proceso donde mayores problemas se les ha presentado para sacar adelante su emprendimiento es mercadeo y ventas con 159 respuestas (61,2%), del total de los 259 encuestados, le sigue el acceso a recursos financieros, con 131 respuestas

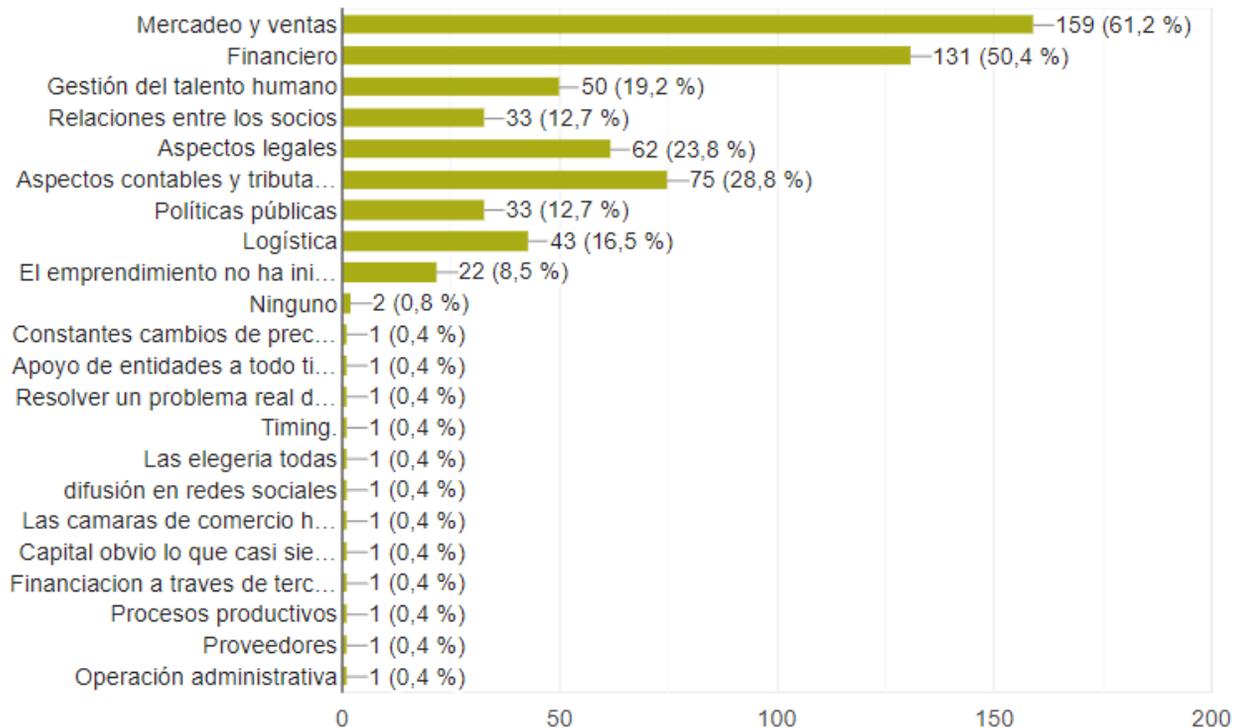
(50,4%), aspectos contables y tributarios 75 (28,8%), aspectos legales 62 (23,8%) y gestión del talento humano con 50 respuestas equivalente a 19,2%.

Ilustración 30

Procesos con mayores dificultades para cumplir el plan de negocios.

37. ¿En qué proceso se le han presentado mayores inconvenientes para alcanzar las metas planeadas? Puede elegir varias opciones.

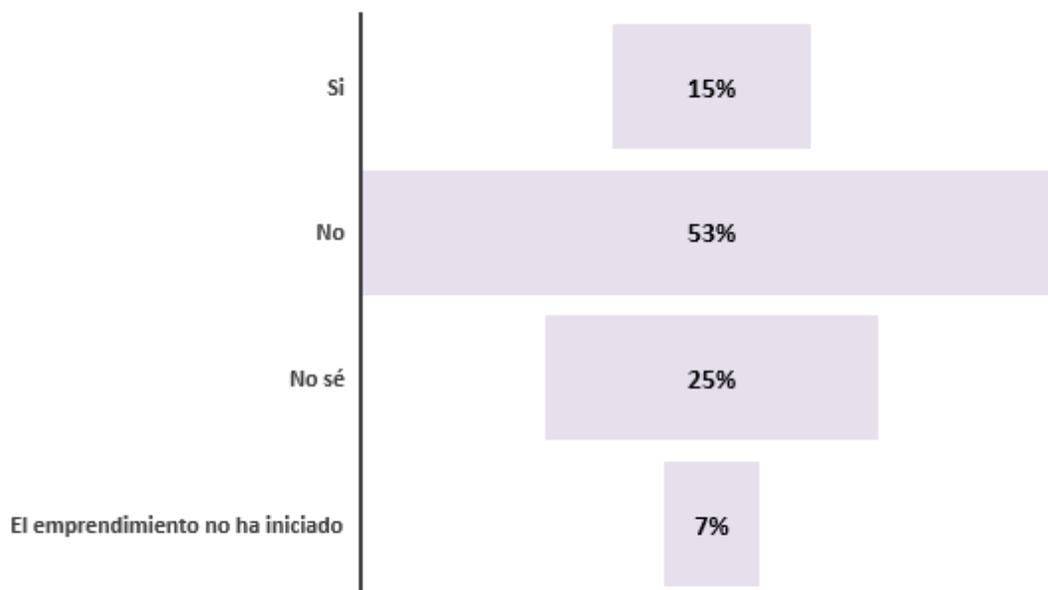
260 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 31

El asesor o los asesores brindaron una mala orientación al emprendedor.



Fuente: Elaboración propia

Por parte del promotor, ilustración número 31, los encuestados respondieron que No con 136 respuestas que equivalen al 52,5%, seguido de No sé con 65 respuestas (25,5%), por el Sí solo respondieron 39 emprendedores lo que es igual al 15,1%.

Para los emprendedores que respondieron “Sí”, en la pregunta anterior, se solicita describir, donde perciben la mala orientación, en este caso 20 emprendedores plasmaron sus apreciaciones siendo de distinta índole, pero muy orientadas a lo hallado en las respuestas de las preguntas 33 y 37, temas de mercado, legales, financiero y de contabilidad (costos y presupuesto), algunas de las apreciaciones que se obtuvieron son: En los costes del mercadeo, Tiempos de ejecución del proyecto, en el estudio del mercado, se aprecian asesores mal preparados, poco apoyo para proyectos en desarrollo, falta de información en

los requisitos y las responsabilidades, no se brindó asesoría, poco conocimiento de cómo conformar la empresa, entre otros.

3.1.4 Clasificación de los efectos adversos identificados

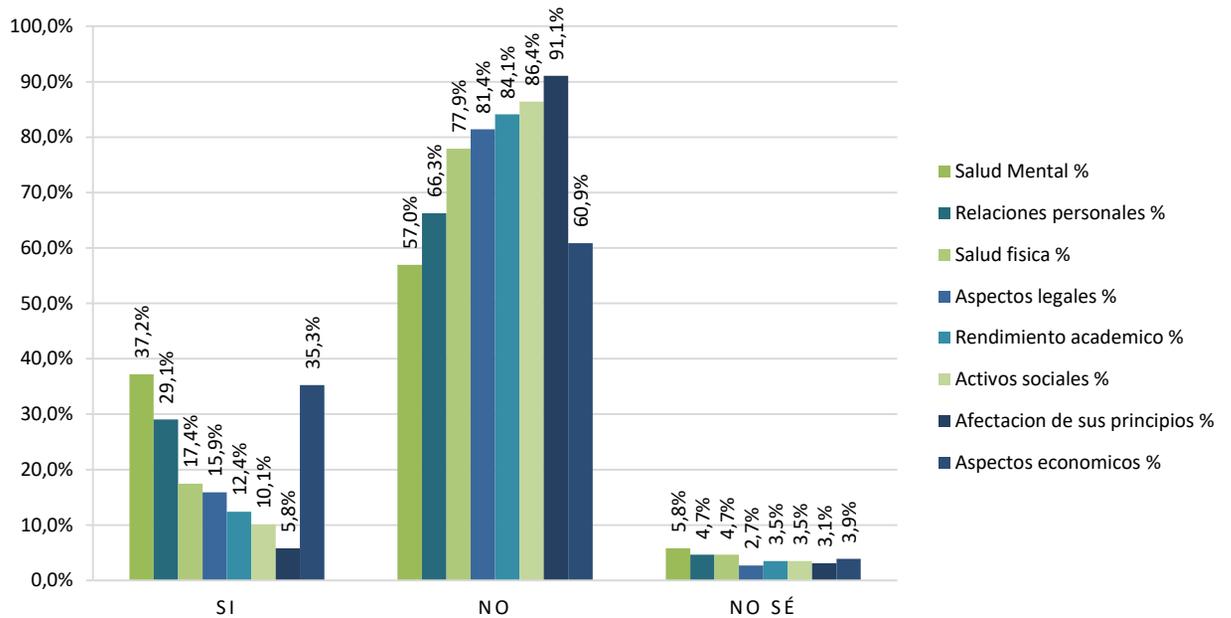
El bloque de preguntas sobre los efectos adversos va de la 40 a la 43.

En este bloque de preguntas se identifican las ocho opciones de respuesta que hacen referencia a los efectos adversos directos identificados en la revisión bibliográfica. Además indaga sobre la relevancia de conocer los potenciales efectos adversos a los que se expone un emprendedor y explora sobre algunos de los efectos adversos indirectos que pueden ser generados por la promoción o fomento del emprendimiento.

A partir de la revisión documental se identificaron distintos tipos de efectos adversos que pueden generarse como resultado de la promoción del emprendimiento, los cuales, y por practicidad se dividieron en dos grupos: los efectos adversos directos que impactan al individuo (Cárdenas et al., 2015; Confecámaras 2017; Fowle, 2019; Freeman et al., 2019; Gómez-Araujo et al., 2015; Gunia, 2017; Hunter, 2012; Mandl et al., 2016; Minello y Gómez, 2013; Ucbasaran, 2012) y los efectos adversos indirectos que impactan el contexto social, económico, político y ambiental (Baumol, 1996; Calderón, 2018; Corujo, 2017; Frederick, 2018; Galindo, 2006; Holcombe, 2002; Hunter, 2012; McCaffrey y Salerno, 2011; Woodside, 2020).

Ilustración 32

Efectos adversos directos que puede sufrir el emprendedor.



Fuente: Elaboración propia

A partir de la revisión documental, se identificaron ocho efectos adversos directos que puede sufrir un emprendedor (ilustración número 32), con esta pregunta se buscó identificar si este ha padecido cada uno de ellos. Como resultado se obtiene que la respuesta más alta para los efectos adversos identificados fue el componente **“salud mental”** con 96 respuestas positivas (37,21%), 52 hombres y 44 mujeres, la mayoría (24 individuos de los 96) con un rango de edad superior a los 40 años de edad, seguido de **“aspectos económicos”** con 91 respuestas afirmativas (35,27%) 50 hombres y 41 mujeres. La mayor cantidad está en el rango de edad de mayores de 40 años con 33 personas, continua con el efecto adverso **“relaciones personales”** con 75 respuestas por el sí (29,07%), 47 hombres y 28 mujeres, en este caso se nota una gran diferencia entre hombres y mujeres, 55 del total son mayores de 30

Institución Universitaria

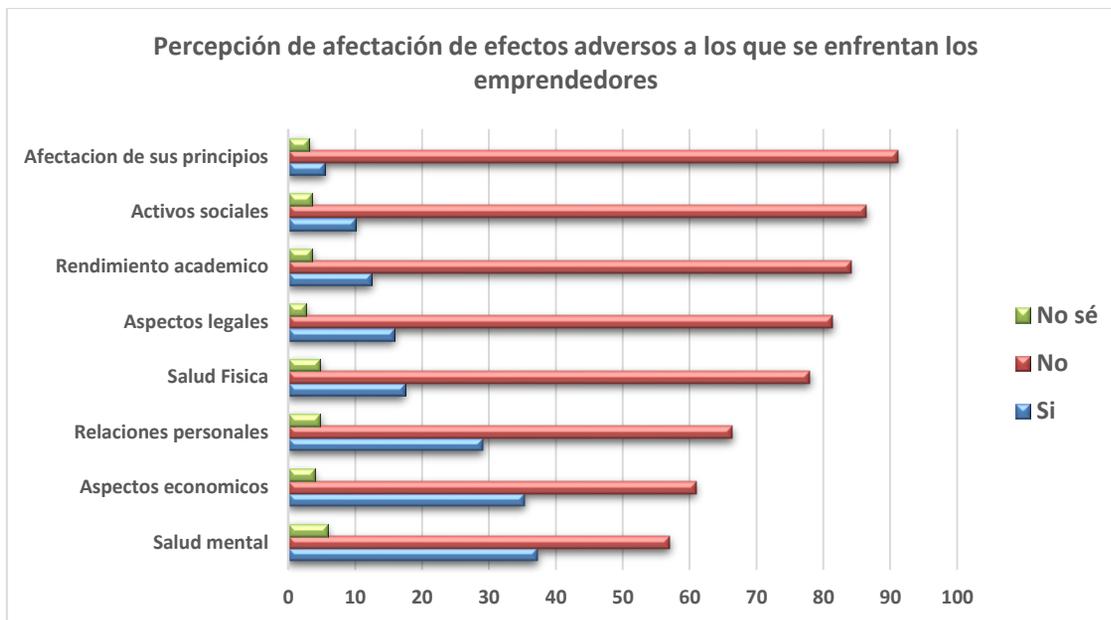
años de edad, luego les siguen en su orden, **“salud física”** con 45 respuestas (17,44%) 23 hombres y 22 mujeres, siendo el rango de edad más alto entre 26 y 30 años con 12 individuos, **“aspectos legales”** con 41 (15,89%) 26 hombres, 15 mujeres, con 18 emprendedores en el rango de mayores de 40 años, **“rendimiento académico”** 32 (12,40%) 18 hombres y 14 mujeres con 19 personas con edades entre 26 y 35 años de edad, **“activos sociales”** 26 (10,08%) 15 hombres y 11 mujeres la mayoría 9 encuestados mayores de 40 años y en última posición, **“afectación a sus principios y valores”** con 15 respuestas afirmativas que equivalen al (5,81%) 11 hombres y 4 mujeres, al igual que en relaciones personales se ve una mayor afectación en los hombres con casi el doble de las respuesta afirmativas que las mujeres, en su mayoría con edades superiores a los 40 años con ocho individuos.

En todas las respuestas positivas la mayoría de los encuestados son de nivel profesional graduado, con profesiones en primer lugar de las ciencias económicas seguido de las ingenierías, y son emprendedores cuyos emprendimientos en su mayoría están operando. Solo dos emprendedores respondieron de forma afirmativa en todos los efectos adversos.

Como se puede observar en la siguiente gráfica ilustración número 32 todos los efectos adversos tuvieron respuestas positivas, las respuestas de “no sé” fueron bajas.

Ilustración 33

Efectos adversos directos que puede sufrir el emprendedor.



Fuente: Elaboración propia

Pregunta 41. Si la respuesta anterior es positiva, describa el efecto adverso que se generó.

En esta participaron 92 emprendedores, 56 hombres y 36 mujeres. Se generaron respuestas desde muchas percepciones, sin embargo, se destacan: estrés con 33 referencias (35,87%), ansiedad con 15 (6,30%), alta carga laboral con énfasis en “falta de tiempo para la familia” con 21 (22,83%), dolor de cabeza o migraña 5 (5,43%), afectaciones económicas con 25 (27,17%), afectación en las relaciones personales con 8 (8,70%). Además, llama la atención los problemas de fraude a los que se enfrenta el emprendedor con 9 referencias (9,78%) y pleitos o problemas con los socios con 12 menciones (13,04%). Este último, según manifiestan es ocasional de finalización del negocio. Como caso particular, un emprendedor hace referencia a un caso grave de salud como estado de coma y otro menciona ataques de pánico y ansiedad.

En muchos de estos emprendimientos se llega a la deserción, debido a la alta carga y poco tiempo para atender compromisos como el estudio, además de no encontrar respaldo ni acompañamiento por parte de las instituciones para validar sus emprendimientos como proyecto de grado, a pesar de estar aprobado por la universidad para graduarse y de ser una ley del gobierno nacional para el fomento del emprendimiento.

Este tipo de preguntas, por su naturaleza abierta se presta para que el emprendedor traiga a colación temas de índole personal, como problemas familiares, con los amigos, en su entorno social entre otros. el fracaso empresarial, enfermedades de distinto tipo como sobrepeso o insomnio.

Pregunta 42. ¿Para usted qué tan importante es conocer los efectos adversos a los que se expone un emprendedor?

Continuando con el grupo de preguntas que ausculta sobre los efectos adversos directos, en la pregunta 42 (ilustración número 36), que pregunta sobre la importancia de conocer los efectos adversos, 199 encuestados (76,8%) consideraron que conocer los efectos adversos es muy importante y 54 (20,8%) que es importante. La suma de estos dos valores equivale a 253 emprendedores lo que representa el 97,6% en el nivel superior de importancia, del total de individuos que participan en la encuesta.

Muy posiblemente si el individuo tiene un conocimiento previo de los efectos adversos a los que se expone y las consecuencias que esto puede tener para su calidad de

vida, puede medirse más a la hora de tomar decisiones apresuradas para emprender, analizar mejor las opciones de vida que tiene, desarrollar estrategias paralelas de trabajo para tener opciones de vida frente al alto riesgo de fracaso que existe y de esta manera, desarrollar un proyecto de vida en el emprendimiento más tranquilo, con menos estrés y muy posiblemente más feliz.

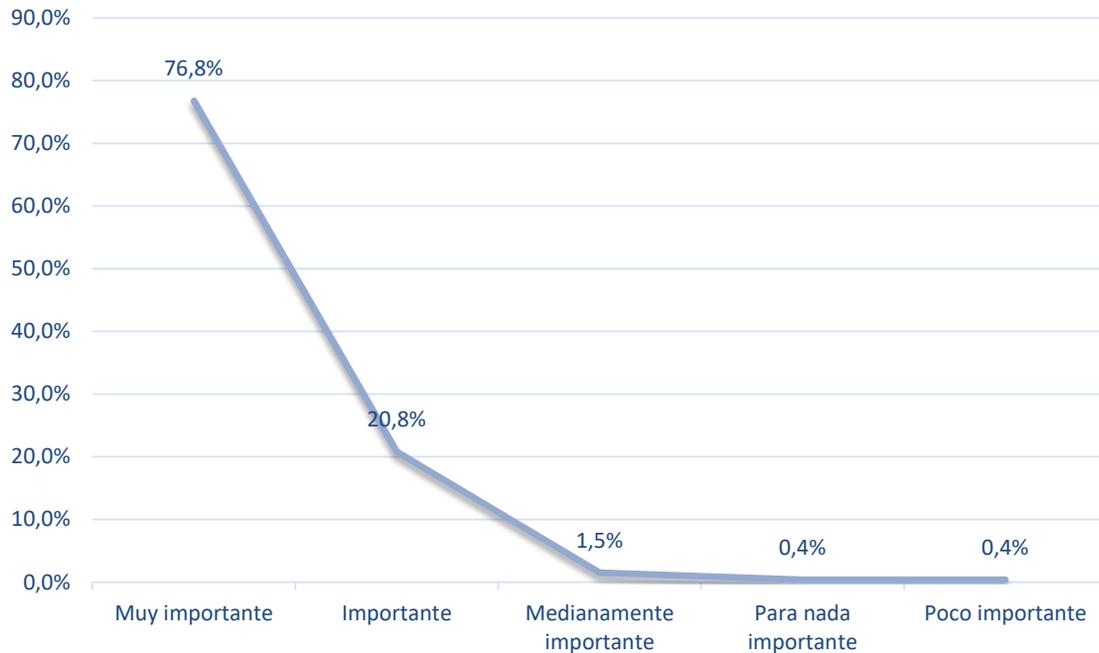
Cabe recordar que en el artículo “Qué se crea al fomentar el emprendimiento. Los principales impactos de la formación en este campo” de Julián Cárdenas y otros, realizado a 322 emprendedores que habían recibido formación entre el año 2008 y el 2010 con el Parque del Emprendimiento de la ciudad de Medellín y cuyo objetivo de la investigación era indagar si la promoción tiene impactos positivos sobre aspectos económicos, humanos y sociales, en la solidaridad y en la felicidad de las personas. Dentro de sus resultados encontró que la promoción (fomento) del emprendimiento no creó ciudadanos más solidarios, ni más felices, siendo posible que esta falta de felicidad sea el resultado de los efectos adversos que estos emprendedores pueden padecer (Cárdenas et al., 2015).

Ahora bien, ya se explicó que se identificaron dos tipos de efectos adversos, los directos que afectan al emprendedor de forma directa en su ser, y los indirectos que tienen un impacto en la economía, la sociedad, la política, el medio ambiente, entre otros temas.

Ilustración 34

Importancia de conocer los efectos adversos por parte de los emprendedores.

Institución Universitaria



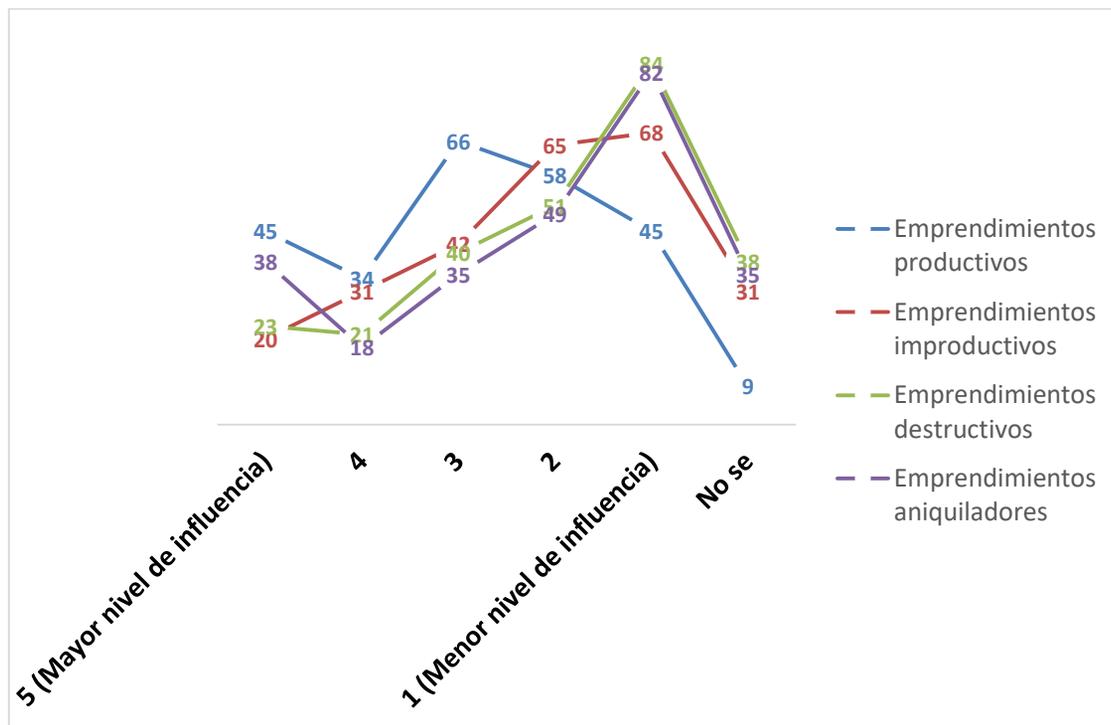
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 43. En una escala de 1 a 5 (donde 1 es el nivel más bajo de influencia y 5 el nivel más alto de influencia) califique según su percepción de la institucionalidad del Estado colombiano que tanto influye la promoción o fomento del emprendimiento en el surgimiento de:

La pregunta 43 hace referencia a los efectos adversos indirectos de la promoción del emprendimiento que se construye teniendo en cuenta el artículo escrito por Willian Baumol en 1996 “Emprendimiento productivo, improductivo y destructivo” y complementado el de Frederick Howard de 2018 “El surgimiento del espíritu empresarial de la biosfera: ¿Está obsoleto el emprendimiento social y empresarial?” y complementado con otros autores como Murray Hunter (2012), Randall Holcombe (2002) y Stephen Lippmann (2005).

Ilustración 35

Percepción de la institucionalidad del Estado colombiano en el surgimiento de emprendimientos improductivos, destructivos y aniquiladores.



Fuente: Elaboración propia

En la ilustración número 35, se puede ver gráficamente las respuestas, 66 encuestados consideran que la promoción sobre los emprendimientos productivos posee un nivel de influencia medio, siendo este el valor más representativo para el ítem, así como 45 encuestados, con una participación del 17,5%, consideran un nivel mayor de influencia. Los emprendimientos improductivos, destructivos y aniquiladores, desde la perspectiva de los emprendedores poseen un menor nivel de influencia.

Se evidencia que en su mayoría, los emprendedores no consideran que la promoción del emprendimiento tenga un mayor nivel de influencia en los distintos tipos de emprendimiento, algo que se podría intuir en el surgimiento de los emprendimientos improductivos, destructivos y aniquiladores, pero genera una gran inquietud que los emprendedores piensen lo mismo con el surgimiento de emprendimientos productivos. También es importante destacar que a pesar de ser bajos los puntajes en la opción cinco “mayor nivel de influencia”, existen un número nada despreciable de encuestados que consideran que la promoción del emprendimiento influye en el surgimiento de emprendimientos aniquiladores, destructivos e improductivos.

3.2 *Análisis*

Se ejecutó un análisis multivariado exploratorio para valorar posibles correlaciones existentes en las variables del estudio. Se creó un modelo de regresión incluyendo las variables del estudio que por teoría y por el análisis descriptivo sugirieron la posibilidad de relacionarse.

Instrumentos de medida y plan de análisis de la información cuantitativa

Se realizó una encuesta mediante la cual se establecieron las características socio demográficas de la muestra, la información recibida durante el emprendimiento, información acerca de efectos adversos e información sobre el riesgo moral. Se inició con un encabezado donde se plantea el problema, seguidamente hay una lista de preguntas con una escala de

valores para responder según un nivel de importancia para el emprendedor definido por el investigador divididas por categorías. En la lista se plantearon preguntas de control para verificar el nivel de congruencia en las respuestas.

La encuesta se realizó de forma virtual siendo enviada los emprendedores que se encuentra en las bases de datos proporcionadas por las entidades universitarias. Los datos fueron almacenados y analizados con el software SPSS versión 25.0.

Se realizó un análisis descriptivo de las variables sociodemográficas, variables relacionadas con la promoción e información recibida, variables relacionadas con los efectos adversos y con el riesgo moral. Para variables cuantitativas, se calcularon medidas de tendencia central, dispersión y posición. Para variables continuas con distribución normal, se calculó la media y la desviación estándar y para variables continuas que no distribuyan normal se calcularon la mediana, el rango intercuartil, mínimos y máximos.

A continuación, se presenta un resumen de las preguntas que se asocian a cada uno de los componentes que se pretenden responder, objetivos, preguntas de investigación y variables planteadas para la investigación (sociodemográficas, tipo y trayectoria del emprendimiento, información recibida por parte de las entidades que promueven el emprendimiento, información que recibió el emprendedor por parte de los promotores, efectos adversos y riesgo moral.

Información cualitativa

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a emprendedores. Las entrevistas estuvieron orientadas a la identificación de los efectos adversos que han sufrido los emprendedores y a los riesgos morales en los que haya incurrido el promotor del emprendimiento. La guía de la entrevista se diseñó teniendo en cuenta los principales hallazgos encontrados en la revisión bibliográfica del tema y en los resultados preliminares del instrumento cualitativo (López y Fachelli, 2015).

El procesamiento de la información y el análisis de los resultados se realizó siguiendo la metodología propuesta por Corbin et al. (2015) en el texto *Fundamentos de la investigación cualitativa*, también se tuvo en cuenta los aportes de Sandoval (1996), en el libro *Investigación cualitativa* y en otro documento llamado *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Sampieri, 2018). La metodología y los procesos que estos autores proponen se presenta a continuación.

Las entrevistas fueron grabadas en la plataforma Meet de Google, transcritas textualmente en Excel y analizadas mediante la técnica de análisis de contenido, en este se categorizan, se clasifican y se identifican los criterios comunes asociados con los efectos adversos que sufrió el emprendedor, además de establecer los elementos que pueden determinar la responsabilidad del promotor en la ocurrencia de esos daños.

Se realizó codificación abierta, línea por línea para asignarle códigos vivos (la palabra del participante) y códigos sustantivos (construidos por el investigador) que se ubicarán en la margen derecha de la página. Estos códigos agrupados dieron origen a categorías, para lo

cual se hizo comparaciones en cuanto a las propiedades y dimensiones que finalmente conceptualizaron los patrones.

La codificación abierta planteo preguntas sensibilizadoras -exploratorias, que estimularon el descubrimiento de propiedades, dimensiones y las relaciones entre los conceptos. Con esta se hicieron comprensibles los datos extraídos de las entrevistas. En este proceso se relacionaron las categorías con sus subcategorías para formar unas explicaciones más precisas y completas sobre el fenómeno.

Después de codificada cada entrevista, se llevó a una matriz que dio lugar a las subcategorías y categorías, en la que se acomodaron las propiedades y sus dimensiones. Durante el proceso de análisis, se redactaron memos para registrar y recopilar las ideas, preguntas o hipótesis que surgieron en el contacto con los datos y que posteriormente permitieron la articulación de conceptos y elementos.

Los datos obtenidos con las entrevistas se cruzaron con los hallados en la revisión bibliográfica y en las encuestas para construir un modelo que los integró.

Procesamiento de la información

Las fuentes de información proceden de dos instrumentos la encuesta como instrumento cuantitativo y la entrevista como instrumento cualitativo. Para elaborar las encuestas se partió del estudio y análisis de las fuentes secundarias, artículos en revistas

indexadas, libros y documentos confiables en páginas web, a medida que se investigaba sobre el tema, se identificó que este había sido poco abordado y no con el mismo carácter de esta investigación, por lo que no existía un criterio unificado o una escala validada. En consecuencia, a lo expuesto, se ratificó la necesidad de realizar un estudio descriptivo a través de una encuesta que permitiera indagar de forma amplia, el tema de interés.

La encuesta consiste en un grupo de preguntas estructuradas que permiten varias opciones de respuestas, organizadas de forma sistemática, sobre los hechos y aspectos que interesan en un estudio, y que puede ser aplicado a través de distintas formas (Sampieri, 2018).

Para el análisis de los datos cualitativos obtenidos de las entrevistas se utilizó la técnica de análisis de contenido, que consiste en identificar temas o patrones emergentes y recurrentes en las entrevistas. En el contexto de este estudio el análisis cualitativo significó identificar temas emergentes para resaltar las vivencias de los emprendedores en torno a los efectos adversos experimentados durante su proceso de emprendimiento (Krippendorff, 2004).

4 CAPÍTULO III. HALLAZGOS

Es preciso recordar que esta investigación es de tipo descriptivo y exploratorio, por lo que no tiene la capacidad de llegar a respuestas concluyentes. Su alcance es limitado, aunque, nos permite identificar ciertos elementos que nos dan una visión parcial del fenómeno.

Los objetivos de la investigación son los siguientes:

Objetivo General

Identificar los efectos adversos en el marco del riesgo moral de la promoción del emprendimiento en las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín.

Objetivos específicos

- **Describir las percepciones del emprendedor frente a los efectos adversos y el riesgo moral del emprendimiento.**

Como se ha podido apreciar con el análisis de las encuestas y las entrevistas, un alto porcentaje de los emprendedores en algunos casos más del 30% del total de los encuestados considera que han experimentado efectos adversos directos en uno o varios de los ocho componentes explorados (salud mental, salud física, aspectos económicos, relaciones personales, aspectos legales, rendimiento académico, activos sociales y afectación a sus principios y valores) que están relacionados con su actividad emprendedora.

Estos resultados concuerdan con distintos estudios como por ejemplo, investigaciones sobre el fracaso empresarial y su impacto en el emprendedor, aunque para algunos el fracaso es fundamental para el ciclo económico ya que depura el sistema y fortalece las empresas

más capacitadas, también genera un alto impacto negativo en la calidad de vida de emprendedor con experiencias traumáticas y dolorosas, según los autores del artículo “Life after business failure: The process and consequences of business failure for entrepreneurs” si la experiencia del fracaso empresarial sobre pasa la capacidad de resiliencia y aprendizaje del emprendedor, este desistirá de continuar emprendiendo. En este caso, quien más pierde con esta decisión es el mismo Estado, que termina desgastando un potencial emprendedor a la vez que pierde los recursos humanos y financieros que invirtió en él proceso de formación y acompañamiento (Ucbasaran, 2013).

Un elemento a tener en cuenta es que existe una amplia literatura sobre el fracaso empresarial en distintos temas, incluyendo efectos adversos, no con este nombre, sino con otros términos como costos, costes, consecuencias, pérdidas, o daños, entre otros, pero siempre asociado al fracaso. El concepto que muchos de estos artículos analizan es la denominada teoría del afrontamiento en donde consideran que la sensación que tiene un emprendedor o autónomo como en muchos textos lo refieren, al sufrir un fracaso empresarial se asimila a la pérdida de un pariente cercano como el padre o la madre (Dias y Teixeira, 2017; Shepherd, 2003; Singh et al., 2007; Ucbasaran, 2013), entre otros.

En el análisis de los resultados también fue posible identificar que los efectos adversos directos de emprender se generan tanto en los emprendedores que fracasan como en los que tienen éxito, los cuatro emprendedores entrevistados y más del 65% de los encuestados tiene sus emprendimientos activos, así no estén constituidos, pero en casi todos los casos los emprendedores han evidenciado que sufren efectos adversos. He aquí un dato interesante del estudio, ya que permite decir que los efectos adversos del emprendimiento no

solo se generan en los emprendedores que fracasan, sino también, en aquellos que tienen éxito, sin duda los que fracasan suelen tener mayores impactos en el efecto adverso económico (Dias y Teixeira, 2017; Shepherd, 2003; Singh et al., 2007; Ucbasaran, 2013), pero en el efecto adverso salud mental o salud física o las relaciones personales, no solo los que han fracasado o tienen su empresa parada afirman haber sufrido o estar sufriendo este tipo de problemas, sino, que también aquellos emprendedores cuyos emprendimientos están operando los están padeciendo, igual se afecta el que fracasa, como el que saca adelante su empresa (Gorgievski, 2010; Gunia, 2017; Fowle, 2019; Freeman, et al., 2019;).

- **Conocer las principales características de la información transferida por parte de la institución educativa al emprendedor.**

Las respuestas a las preguntas que indagan sobre el flujo de la información de parte del promotor (en este caso las instituciones públicas o privadas que promueven el emprendimiento) para con el emprendedor, no solo permiten identificar falencias en su transferencia en diferentes aspectos, como lo completa que es la información (pregunta 31) en donde un poco más de la mitad de los emprendedores la considera intermedia (57,9%) y lo actualizada de la misma (pregunta 32), allí un 66,4 % la considera en un rango medio bajo (Marulanda, 2019), al igual que con la calidad de los planes de negocio (pregunta 35) en esta pregunta un 69,9% considero la calidad de un rango medio alto y lo que se ajustan estos planes de negocio a la realidad cuando se inicia operaciones (pregunta 36), cuyas respuestas la ubicaron en un rango medio alta (61,4%).

La información obtenida concuerda con el artículo de Valenzuela (2018), que considera que una gran parte del fracaso empresarial está en la calidad de los planes de negocio. Según estos hallazgos, la falta de información de calidad, actualizada y pertinente, se entiende como una falla del sistema que se considera un problema de asimetría de la información (Marulanda, 2019; Vázquez y Alatorre, 2017; Valenzuela, 2018). El problema de la asimetría de la información facilita la aparición del fenómeno llamado riesgo moral.

Según los análisis de los párrafos anteriores, se puede estar generando un fenómeno de riesgo moral para con el emprendedor, propiciado por dos circunstancias. En primer lugar, el promotor parece poseer mucha más información sobre un conjunto de variables macroeconómicas, legales y políticas, que son de vital importancia para el emprendedor “información asimétrica”, pero que no le se le transfiere a este, como: el alto riesgo de fracaso empresarial, las limitaciones para acceder a recursos financieros, la constante variabilidad en los enfoques de gobierno que promueven o desincentivan sectores económicos en el corto plazo, las implicaciones que se generan por la débil institucionalidad y gobernabilidad del Estado que no tiene la capacidad de controlar la alta corrupción, el lavado de dinero, el control de grupos irregulares en algunas zonas del territorio, entre otros elementos (Begovic, 2005; Calderón, 2018; Confecámaras, 2017; González, 2017; Lorduy, 2019; Marulanda, 2019; Valenzuela, 2018; Vázquez y Alatorre, 2017).

En segundo lugar, motivando al emprendedor desde una perspectiva sobrevaloradamente exitosa, lo que pareciera más un proceso de evangelización o adoctrinamiento cultural en pro del emprendimiento, que un proceso riguroso y altamente estructurado de formación empresarial. El promotor centra sus esfuerzos en la motivación y

en una formación parcialmente enfocada en factores microeconómicos, que se ve reflejado en un plan de negocios que se queda corto en el análisis de factores macroeconómicos y del impacto de la estructura política y de gobernabilidad nacional en su emprendimiento (Barbetti, 2020; Maca y Molina, 2019; Oviedo y Misoczky, 2020; Prieto y Cortés, 2020; Sánchez, 2017; Singh et al., 2007).

Se pudo identificar en la revisión bibliográfica que en la actualidad hay una fuerte tendencia de los estados, con un modelo capitalista neoliberal, de exaltar el emprendimiento como un requisito fundamental en el proceso de posicionar esta ideología capitalista en la mentalidad colectiva. Según los autores, con esto se busca reducir el gasto del Estado y pasar de un modelo de bienestar social en donde el gobierno tiene unas mayores responsabilidades y obligaciones para con sus ciudadanos, a un sistema en donde transfiere la responsabilidad de la generación de empleo y el aprovisionamiento de las necesidades básicas al mismo ciudadano, en este caso vender el emprendimiento como un bien cultural social es fundamental para el logro de los objetivos políticos y económicos del modelo económico capitalista neoliberal (Barbetti, 2020; Maca y Molina, 2019; Oviedo y Misoczky, 2020; Prieto y Cortés, 2020; Sánchez, 2017).

Desde esta perspectiva parece que se cumplen los requisitos para que se esté incurriendo en un fenómeno de riesgo moral, en donde una de las partes, el agente (en este caso el Estado que es quién oculta la información por acción u omisión y quien se beneficia con un alto número de nuevos emprendedores) perjudique con sus acciones al otro actor de la negociación, en este caso el emprendedor, también llamado principal (que es quien pone su

voluntad, recursos y tiempo al servicio del estado) sin ningún tipo de preocupación por el daño moral que pueden generar en su contraparte.

- **Establecer los efectos adversos relacionados con la promoción del emprendimiento.**

Con la información recolectada en la encuesta, de la pregunta 40 a la 43 se pudo evidenciar que los emprendedores han sufrido efectos adversos de distinta índole y que estos pueden ser directos o indirectos. En los directos, los más representativos son las enfermedades mentales (estrés, ansiedad y dolor de cabeza), seguido de los problemas económicos (deudas, fraudes) y luego las relaciones personales (falta de tiempo para la familia y problemas con los socios), aunque también se encontraron referencias en menor grado en los problemas de salud física, problemas legales, afectaciones en el rendimiento académico, pérdida de activos sociales y afectación a sus principios y valores. En los efectos adversos indirectos se destaca el surgimiento de emprendimientos aniquiladores entre los que se encuentran los emprendimientos que afectan de forma irreparable la naturaleza y el medio ambiente.

En la encuesta el efecto adverso con mayor respuestas afirmativas es la salud mental, esto también concuerda con los estudios sobre el fracaso empresarial donde es un tema recurrente las enfermedades mentales o los problemas psicológicos (Dias y Teixeira, 2017; Shepherd, 2003; Singh et al., 2007; Ucbasaran, 2013), pero también se analiza en otros estudios de medicina, psiquiatría y efectivamente la psicología, en todos, la palabra clave es

el estrés, y otras palabras asociadas como depresión, dolor de cabeza o trastornos del sueño, esas mismas situaciones son referidas por los emprendedores encuestados y entrevistados (Fowle, 2019; Freeman et al., 2019; Gorgievski et al., 2010; Gunia, 2017;).

Los datos recolectados con la investigación concuerdan con los encontrados en las fuentes secundarias, pero aportan algunos otros. Al ampliar el rango de los efectos tradicionales más estudiados como son la salud física y mental, los efectos económicos y sociales (Dias y Teixeira, 2017; Fowle, 2019; Freeman et al., 2019; Gorgievski et al., 2010; Shepherd, 2003; Singh et al., 2007; Ucbasaran, 2013;) con otros menos investigados como el efecto en el rendimiento académico, problemas legales, activos sociales y afectación en sus principios éticos y morales (Begovic, 2005; Galindo, 2006; Minello y Gómez, 2013).

El efecto adverso en el rendimiento académico deja una palabra clave que se pudo identificar tanto en la encuesta como en las entrevistas, esta palabra fue “deserción”, la cual es muy fuerte en este contexto ya que una gran parte del esfuerzo del Estado en la promoción del emprendimiento se realiza en las instituciones de educación superior (Ley 1014 de 2006), por lo que no es congruente con las metas del gobierno que los emprendedores que inician sus emprendimientos mientras están estudiando o mucho menos que aquellos que emprenden como resultado de un proceso de formación en este campo dentro de la institución educativa, tengan que desertar porque su emprendimiento no le permite terminar sus estudios.

En lo que tiene que ver con los efectos adversos indirectos cuyas preguntas se realizaron tomando como fundamento los estudios realizados por (Baumol, 1996; Howard, 2018), los encuestados consideran que la institucionalidad del Estado colombiano tiene un

“mayor nivel de influencia” (nota más alta en un rango del 1 al 5, en la pregunta 43) desde la promoción, en el surgimiento de emprendimientos productivos (17,5%), improductivos (7,8%), destructivos (8,9%) y aniquiladores (14,8%), de los cuales, los últimos tres tienen un alto costo social, económico y político para el Estado colombiano.

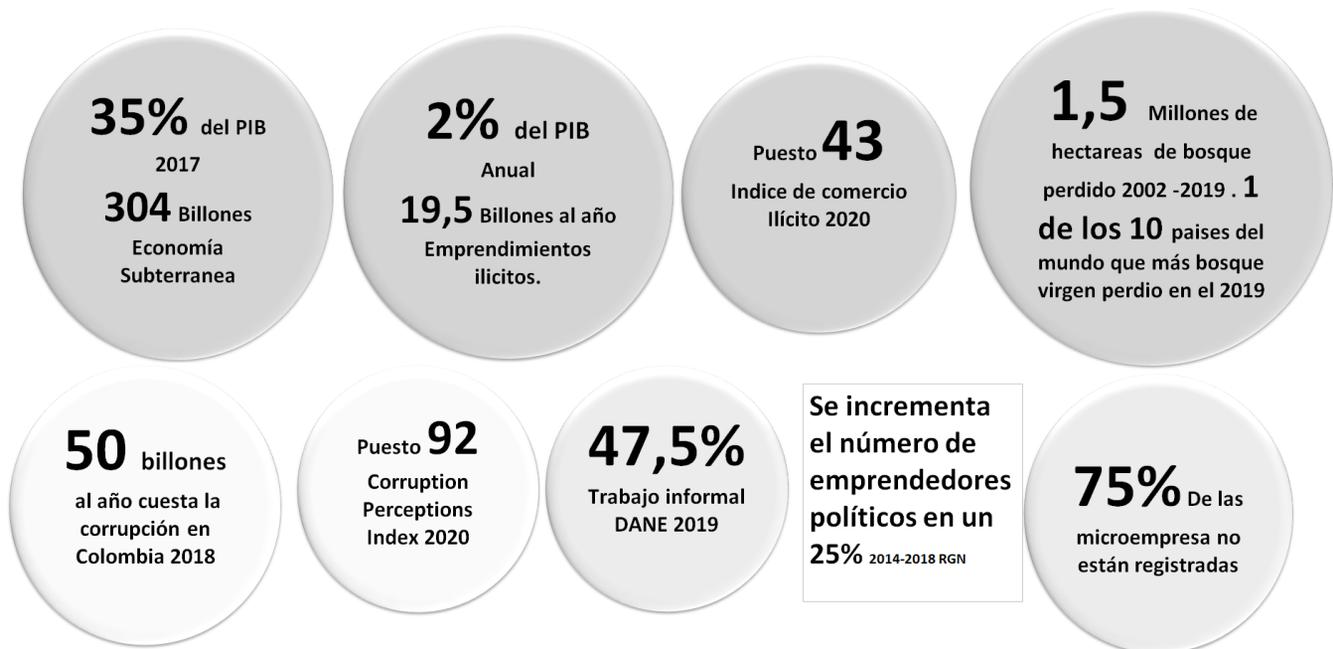
Con respecto a este tema, el mayor nivel de influencia se concentra en los emprendimientos aniquiladores que son aquellos que destruyen la vida y el medio ambiente de forma irreparable (Howard, 2018). Este resultado nos permite inferir que los emprendedores son conscientes de que, en nuestro entorno, de la misma manera que surgen emprendimientos productivos que aportan al desarrollo económico y social del Estado, hay otros que lo destruyen y que los afectan de forma indirecta. Muchos estudios dan cuenta de esta situación como el Informe Mundial de Comercio ilícito 2020 en el que Colombia ocupó el puesto 43 de 84 países, o la Organización de Naciones Unidas que en un informe del 2019 coloca a Colombia como el mayor productor de drogas en todo el mundo (Lorduy, 2019) o según Transparency International (2020) que indica que, en el “índice de percepción de corrupción” Colombia ocupa el puesto número 92 de 180 países.

Con respecto al nivel de informalidad empresarial, Colombia tiene una tasa del 48,5% (May-Jul 21 Bolentín técnico DANE). Según Willian Baumol, la débil institucionalidad de un Estado permite el surgimiento de ciertos tipos de emprendimiento que no aportan al desarrollo social y económico de un Estado, ya que compiten de forma desleal con los emprendedores formales, más aún, atraen a los nuevos emprendedores a desarrollar este tipo de proyectos ya que les permite alcanzar las principales motivaciones que el emprendedor

busca, que para Baumol son la riqueza, el poder y el reconocimiento de la sociedad (Baumol, 1996; Howard, 2018)

Ilustración 28

Algunos datos sobre indicadores internacionales.



En las entrevistas, tanto los efectos adversos directos como los indirectos se evidenciaron en la conversación, se pudo identificar un sentimiento de angustia de los entrevistados ante las largas jornadas de trabajo, el cansancio físico y rabia cuando se refieren a ciertas etapas de su emprendimiento y una sensación continua de escases económica para sacar adelante sus proyectos.

- **Identificar el riesgo moral en la promoción del emprendimiento.**

Cuando se observan las respuestas del bloque riesgo moral hay dos preguntas claves para el estudio. En primer lugar, la número 24. *¿Para usted cuando las entidades encargadas de la promoción o fomento del emprendimiento socializan el tema con las personas interesadas, lo hacen desde qué perspectiva?* La opción que tuvo el mayor puntaje fue “se enfatiza mucho en el éxito empresarial” con un 37,1%, con lo que se evidencia que el emprendimiento para muchos emprendedores se promueve desde una perspectiva de éxito, haciendo poco énfasis en lo complejo que es emprender, el alto riesgo que se corre de fracasar y los posibles efectos adversos que se pueden sufrir (Singh et al., 2007).

La segunda pregunta clave es la número 34 *¿Cómo considera que es la información que se le brinda al emprendedor sobre las posibilidades de que su proyecto empresarial fracase?* En donde un 65,6% de los emprendedores respondieron en la zona media baja que se refiere a que se brinda poca información sobre las posibilidades de que su proyecto fracase a pesar de ser un suceso altamente posible, tema que se agudizó aún más con la contingencia por el Covid-19 (Confecámaras, 2017; DANE, 2021; González, 2017; PNUD, 2021; Rodríguez, 2021; Stumpo, 2020).

Al identificar las principales características de la información que brinda el promotor, en este caso las instituciones de educación superior al individuo que desea emprender, se puede evidenciar una falla en la transferencia de la misma, la cual es en cierta medida incompleta, desactualizada y parcializada, estas son las condiciones adecuadas para que se presente un fenómeno de riesgo moral, en este caso el promotor que posee información mucho más completa transmite solo una parte de la información.

- **Explorar posibles correlaciones entre el riesgo moral, efectos adversos y otras variables del estudio.**

Al analizar los datos y buscar correlaciones, no es posible determinar que los efectos adversos que sufre el emprendedor sean el resultado de un riesgo moral en el que incurre el promotor por una inadecuada transferencia de la información y mucho menos que este accionar sea calculado, tampoco se puede confirmar que los efectos adversos directos o indirectos que sufre el emprendedor se generen por el hecho de emprender, es posible que realizando otro tipo de actividades, el individuo sufra la misma enfermedad física o mental, tenga problemas económicos o legales, conflictos sociales entre otros problemas o que en el caso de Colombia el surgimiento de emprendimientos improductivos, destructivos o aniquiladores sea por la débil institucionalidad, este estudio no puede determinar esto con exactitud. Aun así, como se dijo anteriormente si atamos cabos es posible que se encuentren relaciones.

Cuando se les pregunto a los emprendedores por los efectos adversos directos “¿Ha desarrollado algún tipo de problema relacionado con los siguientes aspectos que usted le atribuya a su rol como emprendedor?”, se hace énfasis “que usted atribuya a su rol como emprendedor” y tanto las respuestas en la pregunta 40, como en la pregunta 41 demuestran claramente que el emprendedor las considera fruto de su rol como emprendedor, esto se refuerza en las entrevistas realizadas a los emprendedores.

Por los resultados de los instrumentos utilizados (encuesta y entrevistas), se puede decir que tanto los efectos adversos directos como los efectos adversos indirectos se están

generando en los emprendedores y también que la transferencia de la información del promotor al emprendedor es asimétrica, por lo cual se puede estar generando un fenómeno de riesgo moral, esto se ha evidenciado de manera parcial en otras investigaciones y estudios. Pero en esta investigación no se puede afirmar que los efectos adversos directos sean el resultado del riesgo moral en el que incurre el promotor, se necesitaría un estudio mucho más profundo para poder llegar a respuestas concluyente, pero si es mucho más fuerte la evidencia que los efectos adversos indirectos son el resultado de una débil institucionalidad del estado colombiano, esto más que del resultado de los instrumentos utilizados en esta investigación se hace evidente por la gran cantidad de investigaciones e informes que lo refrendan.

5 LIMITACIONES, CONCLUSIONES, IMPLICACIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Limitaciones

El proceso para realizar la investigación fue complejo y demorado, la búsqueda de información documental al principio fue dispendiosa ya que las palabras claves utilizadas no eran las indicadas, por ejemplo, con el término promotor, en este caso, las investigaciones que más nos orientaron se encontraron mucho después de una búsqueda incesante y se asocian con la palabra discurso, “el discurso del emprendimiento”. De igual manera ocurrió con el concepto efecto adverso, ya que las palabras que utilizaban los autores sobre este tema eran “costos” o “costes”, a pesar de que el artículo que nos abrió el camino (al cual se llegó

de una manera espontánea) usa este término, cuando lo utilizamos en los motores de búsqueda y bases de datos nos lleva a investigaciones de tipo contable o financiero. Finalmente, y después de mucho trabajo se pudo ordenar la información y encontrar un hilo conductor que permitió armar la estructura del contenido documental.

Además de la situación anterior, se presentaron otras situaciones que impidieron avanzar con el estudio como la pandemia que implicó un cambio dramático en la cotidianidad de las personas tanto de los investigadores como de los emprendedores y la dificultad para socializar la encuesta, llegar a los 259 encuestados fue un verdadero reto, por más que se compartió la encuesta con distintas entidades que promueven el emprendimiento en el municipio de Medellín, con la Gobernación de Antioquia y con las entidades del gobierno nacional, el número de respuestas no se incrementaba en la plataforma. Por tal motivo se tuvo que construir la base de datos de los emprendedores buscando en directorios de emprendimiento. En total se construyó una base de datos con más de 500 emprendedores que cumplían con el perfil definido y se les envió invitación personalizada para participar del proyecto uno por uno para que el correo no le llegara al spam por ser un correo masivo, y se les solicitó compartir el formulario con sus amigos emprendedores que cumplirán con los criterios de selección.

En total los datos de las redes sociales Facebook e Instagram son las siguientes, se alcanzó a más de 113.000 personas con las publicaciones, e interactuaron con el formulario 2,624, o sea, entraron al formulario todas estas personas, pero la gran mayoría no lo llenó o si lo inició no lo terminó y a esto hay que sumarle los 500 emprendedores a los que se les envió el correo de forma personalizada y se calculó por cifras que los mismos emprendedores nos

dieron que socializaron el formulario con otros 10 emprendedores, lo que equivale a otros 5.000 emprendedores, para después de todo este proceso de más de 6 meses y miles de personas a las que se les envió el formulario, llegar a recoger 259 encuestas y realizar 4 entrevistas.

5.2 Conclusiones

1. De acuerdo con la percepción de los emprendedores los efectos adversos son una realidad que describen, pero no denominan o reconocen de esta forma. Hacen alusión a consecuencias negativas, sucesos inesperados o fracasos que no contemplaron como una posibilidad al iniciar su proyecto y por lo tanto no estaban preparados para asumirlos. Desde su percepción la promoción del emprendimiento tiene esencialmente una perspectiva positiva e idealista que no ubica al emprendedor en la realidad del proceso y por ende este tipo de sucesos generan mayores impactos negativos. El riesgo moral no es percibido por los emprendedores, en esa medida no es posible que establezcan posturas críticas frente al mismo y que cuestionen al promotor del emprendimiento en este sentido. Se hace necesario un mayor desarrollo teórico de estos conceptos y su incorporación en la promoción del emprendimiento.

2. La información transferida por parte de la institución educativa al estudiante sobre el emprendimiento está en un rango medio bajo en la mayoría de los aspectos, cantidad, calidad y actualización, esta información se transmite principalmente a través de cursos y conferencias. Los temas financieros, de mercado y legal son considerados los más críticos y poco desarrollados en las capacitaciones. De acuerdo con los datos, la información sobre los

efectos adversos es limitada, aunque la mayoría de los emprendedores reconocen su importancia e indicaron la necesidad de conocerlos antes de tomar la decisión de emprender. Es necesario desarrollar estrategias para mejorar la calidad de la información brindada, abordar el tema del fracaso empresarial y los efectos adversos a los que se expone un emprendedor para posibilitar un proceso de emprendimiento consciente y realista que brinde a los emprendedores mayores herramientas para afrontar estas situaciones y minimizar el impacto negativo de dichos efectos a nivel personal y social.

3. El principal efecto adverso directo es a nivel de la salud mental, seguido de los temas económicos y las afectaciones en las relaciones personales. Los emprendedores comprenden el emprendimiento como un proceso complejo y tanto los que tienen éxito, como los que fracasan, reconocen que puede afectar diversas dimensiones de su vida; sin embargo, indicaron que este es un tema poco abordado y atendido dentro su experiencia. Es necesario explorar el tema de los efectos adversos de una manera más profunda y crítica para completar los modelos actuales de fomento y promoción del emprendimiento.

En cuanto a los efectos adversos indirectos alrededor de un 10% de los emprendedores encuestados consideró que la promoción del emprendimiento tiene un alto nivel de influencia en el surgimiento de emprendimientos aniquiladores, destructivos e improductivos, esto reafirma la necesidad de plantear los propósitos de la promoción en función de políticas socialmente sensibles y con principios éticos y morales; en el marco del fortalecimiento de una institucionalidad madura y enfocada a respetar y acoger las leyes del mercado empresarial.

4. No se puede afirmar que los efectos adversos que sufre un emprendedor sean el resultado del riesgo moral en el que podría incurrir el promotor, es este sentido no se tiene evidencia para concluir que la promoción induzca al error. Es posible que el emprendedor sufra efectos adversos directos e indirectos asociados al riesgo moral en los que incurre el promotor al no contar con la información adecuada acerca del tema.

5. No se identificaron correlaciones en las variables de estudio, sin embargo, descriptivamente se identificó que, a mayor edad y mayor tiempo de emprendimiento, mayor reconocimiento de los efectos adversos. Esto sugiere nuevas preguntas e hipótesis susceptibles de abordar en futuros estudios.

Por último se pudo evidenciar que el emprendedor en la mayoría de los casos asume una posición pasiva en el promoción del emprendimiento, básicamente se vuelve un receptor, poco aporta a la construcción de un modelo más ajustado a sus necesidades con lo que permite que otros actores definan la estructura de las metodologías de la promoción, en muchos casos, individuos ajenos a la realidad del emprendedor, esto es un gran problema para el éxito en la promoción del emprendimiento, identificar las verdaderas necesidades del emprendedor se vuelve complejo cuando el emprendedor no participa, no critica, no exige, deja que el promotor continúe desarrollando políticas, programas y proyectos que no tienen la rapidez y contundencia para ayudarle al emprendedor a incrementar sus posibilidades de éxito y ante todo realizar un proyecto de vida que le genere felicidad.

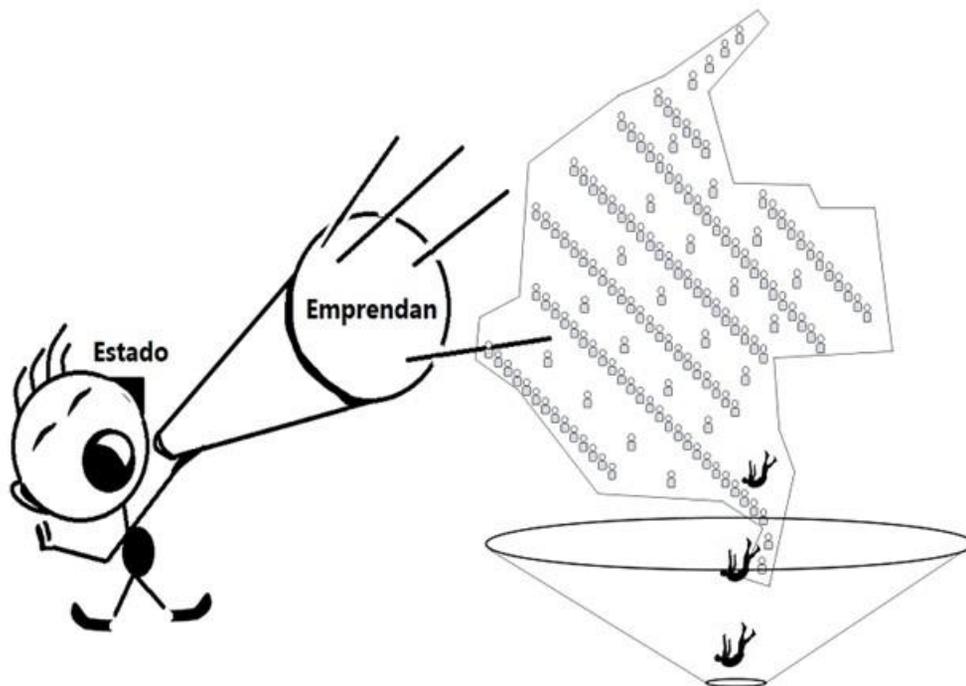
5.3 *Implicaciones económicas, políticas y sociales de los efectos adversos asociados a la promoción del emprendimiento*

El emprendimiento se ha convertido en uno de los principales pilares de la política económica y social del estado colombiano, al punto de ser un elemento central de debate en las campañas políticas, miles de millones de pesos se destinan a distintos planes, programas y proyectos que buscan promoverlo en todos los niveles de la estructura territorial, es un eje fundamental del plan de desarrollo de Colombia, al igual que del departamento de Antioquia y del municipio de Medellín donde por distintos periodos de tiempo se ha invertido de forma permanente y con gran presupuesto en este tema. El DNP (Departamento Nacional de Planeación) ha elaborado distintos documentos CONPES (El Consejo Nacional de Política Económica y Social) sobre el emprendimiento y temas relacionados como el CONPES 4011 Política Nacional de Emprendimiento de forma similar el congreso ha promulgado leyes como la Ley 1014 de 2006 de fomento a la cultura del emprendimiento o la Ley 2069 de 2020, por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia.

De igual manera muchas multinacionales, entidades internacionales y organizaciones multilaterales tanto públicas como privadas lideran procesos en pro del emprendimiento en todo el mundo, a través de ferias, concursos, estudios, informes e índices, entre muchos otros temas. Sin lugar a duda el emprendimiento es un fenómeno mundial al que la gran mayoría de países se ha integrado.

Ilustración 29

El Estado como principal promotor del emprendimiento.



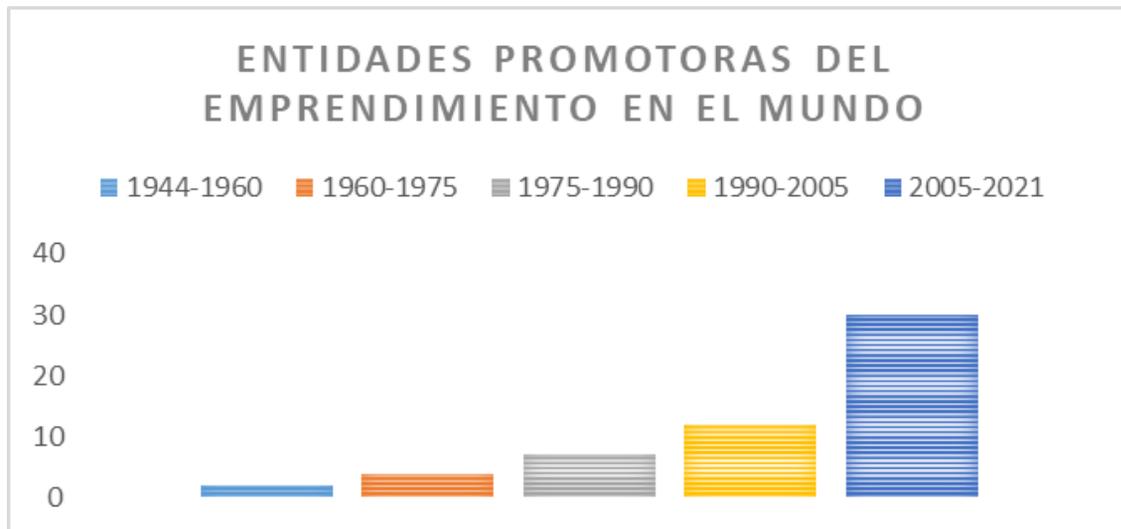
Fuente: Elaboración propia

Desde la postura institucional, la promoción del emprendimiento busca desarrollar todo el potencial de los individuos para sacar adelante distintos tipos de proyectos empresariales o sociales que aporten al progreso y desarrollo del Estado y que aprovechen los distintos recursos que tiene el territorio, de esta manera se generan más y mejores oportunidades para sus ciudadanos. Ahora bien, la promoción del emprendimiento también cuenta con un planteamiento crítico que lo ve como un discurso de dominación que se promulga desde las más altas esferas del poder para fortalecer la ideología del modelo económico neoliberal para desligar al Estado de un conjunto de responsabilidades como la generación de empleo y el aprovisionamiento de ciertas cargas sociales, para algunos autores

la promoción del emprendimiento es fundamental para las nuevas realidades de la economía mundial en donde la automatización y la competitividad reducen de forma drástica los puestos de trabajo en los países.

Ilustración 30

Incremento de las entidades promotoras del emprendimiento en el mundo.



Fuente: Elaboración propia a partir de los años de fundación de las principales entidades que promueven el emprendimiento.

El emprendimiento es necesario, pero debe promoverse desde una perspectiva más humanista en donde lo que importe sea el emprendedor, no el emprendimiento y donde se busque por todos los medios posibles reducir el riesgo que corre un emprendedor de sufrir efectos adversos directos o indirectos de alto impacto.

No es congruente que el promotor busque mejorar la calidad de vida de los ciudadanos de un territorio, al mismo tiempo los lleve a padecer enfermedades y distintos tipos de problemas. Cuánto invierte el Estado, las entidades territoriales, las distintas organizaciones públicas y privadas en la promoción del emprendimiento, cuánto en cada emprendedor, como para que se esté realizando de una manera equivocada y peor aún se perjudique de manera sustancial a aquel a quien se supone se pretende beneficiar

Según Confecámaras entre 2015 y el 2020 se registraron 1,772,667 nuevas unidades productivas legales (*no se tiene en cuenta los emprendimientos informales*), de ellas el 96,4% son PYMES y entre este mismo periodo (2015.2020) 1.205.682, fueron canceladas un 68,0% del total creadas legalmente (Confecámaras, 2021. Según Ucbasaran (2012), del total de las empresas canceladas el 10,0% de los emprendedores que fracasan no vuelven a emprender 120.050 emprendedores que se pierden y si de este porcentaje calculamos que un 10,0% sufra efectos adversos directos de alto impacto (recordemos que en este estudio esa cifra solo para los tres primeros efectos adversos es de alrededor de 30% y en algunos casos más) tendríamos una afectación severa en 12.005 emprendedores legales.

Si calculamos, como dicen informes del DANE (2018), así como de Caballero (2020) y Salcedo-Pérez et al. (2020), que la creación de emprendimientos informales es igual al número de emprendimiento legales por periodo (*en esta investigación tenemos la cifra de 42% de informalidad. A pesar de que la gran mayoría de los emprendedores han tenido algún tipo de formación en emprendimiento por parte del promotor, ya sea un colegio, la universidad o cualquier otra institución, no se han formalizado*), se tendrían los mismo datos que con los emprendimientos legales, por lo que el total de emprendedores con afectaciones

de alto impacto serían 24.010, que pasa con estos emprendedores quién los está atendiendo, cómo están sobrellevando los problemas que en distintos aspectos les dejó su apuesta por emprendimiento, cuántos de ellos llegaron a este punto por una promoción indebida de alguna entidad que promueve el emprendimiento, que los motivo desde un perspectiva de éxito, que no les explico el alto riesgo de fracaso y mucho menos de sufrir efecto adversos, algunos de alto impacto y que luego, en los momentos más difíciles los abandonó y dejó a su suerte.

Según el plan de desarrollo nacional del actual (2019-2022), el presupuesto en la línea “emprendimiento y economía naranja” es de 67,8 billones de pesos, el del Departamento de Antioquia (2020-2023) en el componente “Antioquia emprende negocios inteligentes y competitivos” es de 83 mil millones de pesos y en el de la ciudad de Medellín (2020-2023) en la línea “Ciencia tecnología y emprendimiento” es de 352 mil millones de pesos. Si los recursos que se invierten en la promoción del emprendimiento están relacionados con las unidades productivas que se crea, entonces una gran parte de estos se pierden cuando los emprendimientos fracasan y de la misma manera un porcentaje de ellos se relaciona con la perdida de los emprendedores que sufren efectos adversos que según un cálculo a priori podría ser de entre 2,3 a 2,5 billones de pesos en un cuatrienio.

Ilustración 31

Costos de los efectos adversos en el cuatrienio.



Fuente: Elaboración propia

Entonces y para finalizar solo nos queda pensar que con una mejor promoción del emprendimiento enfatizando en una mejor calidad en la transferencia de la información y reduciendo los elementos que producen el fenómeno del riesgo moral, se podría reducir en un tanto por ciento la mortalidad empresarial, reducir el número de los emprendedores que

fracasan y no vuelven a emprender y disminuir al máximo el número de emprendedores que sufren efectos adversos de alto impacto.

5.4 Recomendaciones y estrategias sugeridas a partir de los hallazgos de la investigación

Incluir en el proceso de formación empresarial un capítulo destinado a exponer los efectos adversos directos que puede sufrir un emprendedor de forma tal que el individuo los visualice desde el inicio de su emprendimiento y defina estrategias dentro del plan de negocio para reducir el riesgo de sufrirlos.

Mejorar la transferencia de información por parte del promotor de los componentes macroeconómicos, políticos e institucionales que pueden afectar al emprendedor en el mediano y largo plazo, esto con el objetivo de que el emprendedor comprenda con mayor profundidad la importancia de fortalecer la institucionalidad, reducir la corrupción, y velar por la protección de los entes que controlan y regulan el ejercicio político, económico y social, de esta manera se logra reducir el impacto de los efectos adversos indirectos, causados por una institucionalidad y gobernabilidad débil y corrupta que permite el surgimiento de emprendimientos improductivos, destructivos y aniquiladores que afectan de forma general la economía, la sociedad y el medio ambiente y que sin duda afectan los emprendimientos productivos legalmente constituido.

El promotor debe cambiar el enfoque de una socialización del emprendimiento desde una perspectiva del éxito empresarial por una posición neutral y a la luz de la alta

probabilidad de fracaso que corren las unidades productivas creadas en el territorio nacional, exponer el tema de una manera más abierta, crítica y realista. Con esto se logra reducir el volumen de los individuos que se dejan convencer de emprender bajo la ilusión de un éxito a corto plazo, en donde la riqueza, el reconocimiento y el poder son la principal motivación sin comprender la realidad del emprendedor colombiano, el promotor se debe concentrar en la calidad del emprendedor que recluta, no en la cantidad, de esta forma se puede hacer un uso más eficiente de los recursos y tener un mayor impacto en la economía y la sociedad.

Las instituciones que promueven el emprendimiento debe desarrollar programas o proyectos en donde el emprendedor debata, critique, cuestione, proponga, sobre el modelo de promoción, no dejarlo como un actor pasivo, que como se pudo demostrar en esta investigación evidentemente lo es, “un simple receptor de recursos”, se necesita instar al emprendedor a revolucionar el modelo de promoción, que se ajuste a sus necesidades y que tenga la capacidad de atenderlo en tiempo real, un comentario de uno de los emprendedores entrevistados decía “las unidades de emprendimiento salen a vacaciones, los asesores no tienen contrato en diciembre, como si un emprendedor pudiera parar, más empezando” pareciera que el promotor viviera en otra dimensión, en una realidad paralela, las necesidades del emprendedor van en Ferrari y las soluciones del promotor en un triciclo. Si el promotor motiva al emprendedor para que participe en la construcción de las soluciones que requiere, no encontraremos un promotor que en muchos casos está alejado de las realidades del emprendedor.

Las instituciones de educación superior deben capacitar y sensibilizar a sus docentes sobre los efectos adversos de emprender de forma tal que puedan transferir esta información

con anticipación a los estudiantes interesados en emprender, al mismo tiempo que integran a sus modelos de atención estrategias que les permita atender a los emprendedores que ya padecen efectos adversos derivados de su rol como emprendedor, como asesorías psicológicas para emprendedores, atención en salud para enfermedades asociadas al emprendimiento tanto físicas como mentales, apoyo para la familia del emprendedor, entre otros programas, de esta manera puede reducir o eliminar el riesgo moral en que puede estar incurriendo.

5.5 Futuras líneas de investigación

La presente investigación deja abierta un gran número de preguntas que son de gran importancia para esta línea de trabajo.

Es necesario profundizar en los efectos adversos directos de alto impacto, esta investigación identificó, agrupo, describió y exploró los efectos adversos de una manera superficial, se logró entender que algunos emprendedores sufren experiencias traumáticas y dolorosas de alto impacto y que algunos han llegado al punto de desarrollar comportamientos suicidas, pero esta investigación no permitió comprender que porcentaje de los que sufren efectos adversos directos los sufren a tal magnitud.

Sería de gran relevancia profundizar en el estudio de los efectos adverso indirectos, que en esta investigación se definieron como la influencia que puede tener la institucionalidad en el surgimiento de emprendimientos improductivos, destructivos y aniquiladores. Se podría plantear de la siguiente manera, en Colombia todos los días es noticia un hecho de corrupción, de negocios ilícitos, de atentados a la vida y el medio

ambiente y en muchos de estos casos intervienen personas altamente preparadas que tiene educación superior, algunos de las mejores universidades del país, es muy probable que estas personas hayan hecho parte de procesos de promoción del emprendimiento, y si esa promoción tan enfocada al éxito, al poder y la riqueza, sumado a un Estado débil y corrupto lo motivó para realizar precisamente este tipo de negocio indebido. Puede la promoción del emprendimiento estimular el delito en los emprendimientos.

Esta investigación exploró el riesgo moral en que podía estar incurriendo el promotor, pero en algún momento se evidenció que el emprendedor también puede caer en la misma situación en donde tiene información privilegiada que utiliza para obtener un beneficio a costas de otro, un caso podría ser el de un emprendedor que sobre dimensiona sus metas financieras en un plan de negocio induciendo al error tanto al promotor que le otorga un recurso económico por ejemplo en un concurso, como al inversionista que confía en las cifras del emprendedor, por tanto es necesario investigar el riesgo moral del emprendedor frente a un tercero.

Por último y teniendo como punta de partida el gran auge que tiene el emprendimiento en el discurso político actual, en donde cada vez más candidatos para todo tipo de organizaciones de elección popular, congresistas, alcaldes, diputados, concejales, juntas de acción comunal, utilizan el emprendimiento como caballito de batalla, sería muy pertinente definir que tanto entienden los líderes políticos sobre el emprendimiento, si saben cómo operan, cómo se promueve y como lo integrarían a sus proyectos en las corporaciones, y esto se plantea desde la intuición de que un gran número de líderes sociales y políticos no conocen con rigurosidad los modelos de promoción del emprendimiento a pesar de que lo

utilizan como un argumento en su discurso y posteriormente desde sus cargos desarrollan proyectos que no se ajustan a las necesidades de las comunidades.

6 ANEXOS

6.1 Anexo: Instrumento diseñado para el levantamiento de información

Aspecto	Bloque	Pregunta (Variable)	Referencia bibliográfica
Caracterizar individuo	Este bloque de preguntas buscan obtener información sociodemográfica	1 Ciudad	(Sampieri, 2018).
		2 Edad	
		3 Sexo	
		4 Estrato Socioeconómico	
		5 Nivel de escolaridad	
		6 Profesión	
Caracterizar emprendimiento	Este bloque de preguntas buscan obtener información sobre el tipo y trayectoria del emprendimiento	7 Etapa de su emprendimiento	(Varela et al., 2020) (de Bogotá, C. D. C. 2018) (Gómez et al., 2019) (Montes, 2015).
		8 ¿Cuál es el origen de su proyecto de emprendimiento?	
		9 Si su repuesta en la pregunta anterior fue otra, podría especificar, qué otro origen tuvo su emprendimiento?	
		10 Tiempo de operación del emprendimiento	
		11 Número de socios en el proyecto	
		12 Ha sido beneficiado con algún estímulo en dinero o equipamiento por parte de alguna entidad que promueva el emprendimiento?	
		13 Si en la anterior pregunta su respuesta es (SI), nos podría especificar qué tipo de estímulo recibió y de qué entidad?	

		14	Sector económico al que pertenece el emprendimiento	
		15	Su emprendimiento ofrece?	
		16	¿Su proyecto ha sufrido cambios considerables en su planteamiento original, como cambio del modelo de negocio, de vocación empresarial, sector económico, o una reestructuración general de la organización?	
		17	Si su respuesta a la pregunta anterior es (SI) podría describirnos ¿Qué tipo de cambio se presentó?	
		18	¿Cuál es el tamaño de su emprendimiento?	
		19	¿Su emprendimiento está formalizado?	
		20	Tipo de emprendimiento	
		21	Figura Jurídica del emprendimiento	
Promoción del emprendimiento (Nación, Departamento, Municipio)	Este bloque de preguntas buscan obtener información sobre la percepción de la información que recibió el emprendedor por parte del promotor	22	¿Para usted los esfuerzos que realizan las instituciones encargadas del fomento y la promoción del emprendimiento en Colombia para atraer emprendedores a sus programas son?	(Ararat y Camelo, 2019) (Nova, 2014) (Kantis et al., 2012) (Cardona et al., 2008) (Yepes, 2013)
		23	¿Para usted la publicidad que hacen las instituciones para fomentar el emprendimiento en Colombia es?	
		24	¿Para usted cuando las entidades encargadas de la promoción o fomento del emprendimiento socializan el tema con las	

			personas interesadas, lo hacen desde qué perspectiva?	
		25	¿A través de qué forma recibió información sobre emprendimiento? Puede elegir varias opciones.	
		26	¿Qué tanto influyó la promoción o fomento (publicidad, seminarios, cursos, eventos de divulgación, entre otros aspectos) del emprendimiento en su decisión de emprender?	
		27	En la actualidad ¿Qué nivel de confianza le inspiran las entidades encargadas de la promoción del emprendimiento?	
Promoción del emprendimiento (Instituciones de educación)	Este bloque de preguntas buscan obtener información sobre la percepción que tiene el emprendedor de la promoción del emprendimiento en las instituciones de educación superior	28	¿En la institución educativa en la que usted estudia o estudió se promueve el emprendimiento?	Ley 1014 de 2006. (Link y Sarala, 2019) (Velasco et al., 2019)
		29	¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo está con la siguiente afirmación? "El fomento o promoción del emprendimiento en las instituciones educativas genera seguridad en los estudiantes para emprender".	(Unesco 2009).
		30	¿Considera que la promoción o fomento del emprendimiento en su institución educativa lo influenciaron para ser emprendedor?	
Asimetría de la Información.	Este bloque de preguntas buscan obtener información sobre	31	¿Qué tan completa considera qué es la información que un emprendedor recibe por	(Maca y Molina, 2019) (Ararat, 2010) (Baumol, 1996)

<p>Riesgo Moral en la promoción del emprendimiento (Emprendedor, Principal) (Institución educativa, Agente)</p>	<p>el tipo y la calidad de información que brinda la institución educativa al emprendedor en el proceso de formación empresarial</p>	<p>parte de la institución educativa sobre el emprendimiento?</p>	<p>(Prieto y Cortés, 2020) (Sánchez, 2017)</p>
		<p>32 ¿Qué tan actualizada considera qué es la orientación e información que un emprendedor recibe por parte de las instituciones educativas para sus proyectos de emprendimiento?</p>	<p>(Fuentelsaz y González, 2015) (Kantis, 2016) (Montes, 2016) (Krugman y Wells, 2006)</p>
		<p>33 Si desea profundizar, podría decirnos ¿Qué tipo de información considera que es fundamental para emprender pero no se le transfiere?</p>	
		<p>34 ¿Cómo considera que es la información que se le brinda al emprendedor sobre las posibilidades de que su proyecto empresarial fracase?</p>	
		<p>35 ¿Cómo considera qué es la calidad de los planes de negocio o proyectos que elaboran los emprendedores cuando reciben la asesoría y acompañamiento de alguna entidad que promueve el emprendimiento?</p>	
		<p>36 ¿Para usted, qué tanto se cumple con el plan de negocios elaborado antes de la operación de un emprendimiento?</p>	
		<p>37 ¿En qué proceso se le han presentado mayores inconvenientes para alcanzar las metas planeadas? Puede elegir varias opciones.</p>	

		38	¿Considera que algunos problemas de su proyecto empresarial son el resultado de una mala orientación por parte de las entidades que promueven o fomentan el emprendimiento?	
		39	Si su respuesta fue positiva en la pregunta anterior y desea detallarlo, ¿de qué manera fue mal orientado?	
Efectos adversos	Este bloque de preguntas buscan obtener información sobre Efectos adversos en el emprender	40	¿Ha desarrollado algún tipo de problema relacionado con los siguientes aspectos que usted le atribuya a su rol como emprendedor? (Salud física, Salud mental, Relaciones personales, Aspectos económicos, Rendimiento académico, Activos sociales, Aspectos Legales, Afectación de sus principios éticos o morales Valores).	(Baumol, 1996) (Ucbasaran, 2012) (Kohn et al., 2000) (Fowle, 2019) (Freeman et al, 2019) (Cárdenas et al., 2015) (Minello y Gómez, 2013), (Confecámaras, 2017) (Corujo, 2017) (Galindo, 2006) (Hunter, 2012) (Holcombe, 2002) (Calderón, 2018)
		41	Si su respuesta fue afirmativa en algún o algunos aspectos y si lo desea, ¿nos podría especificar en qué? (por ejemplo, en salud física o mental, cuál fue la enfermedad, en relaciones personales, cuál fue la situación, entre otras respuestas).	(McCaffrey y Salerno, 2011) (Frederick, 2018) (Woodside, 2020) (Gunia, 2017).
		42	¿Para usted qué tan importante es conocer los efectos adversos a los que se expone un emprendedor?	

		43	En una escala de 1 a 5 (donde 1 es el nivel más bajo de influencia y 5 el nivel más alto de influencia) califique según su percepción de la institucionalidad del Estado Colombiano ¿qué tanto influye la promoción o fomento del emprendimiento en el surgimiento de?: Emprendimientos productivos, Emprendimientos improductivos, Emprendimientos destructivos, Emprendimientos aniquiladores.	
Efecto positivo de fomento o promoción del emprendimiento	Esta pregunta se hace con el objetivo de identificar la otra percepción de la promoción del emprendimiento por parte del emprendedor	44	Para terminar y si lo desea hacer, por favor escriba cuáles considera que son los principales efectos positivos que ha tenido el fomento o la promoción del emprendimiento en su proyecto.	(Cárdenas et al., 2015).

6.2 Anexo: Relación entre el instrumento de investigación y los objetivos y

preguntas de la investigación

Relación entre el instrumento de investigación y los objetivos y preguntas de la investigación		Preguntas asociadas encuesta
Objetivos		
Objetivo General		
Identificar los efectos adversos en el marco del riesgo moral de la promoción del emprendimiento en las instituciones de educación superior de la ciudad de Medellín.		22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30,
Objetivos específicos		

O1	Describir las percepciones del emprendedor frente a los efectos adversos y el riesgo moral del emprendimiento.	37, 38, 40, 41, 42, 43
O2	Conocer las principales características de la información transferida por parte de la institución educativa al emprendedor.	31, 32, 34, 37, 35, 36
O3	Establecer los efectos adversos relacionados con la promoción del emprendimiento.	34, 36, 37, 40, 41, 42, 43
O4	Identificar el riesgo moral en la promoción del emprendimiento.	22, 23, 24, 26, 27, 34, 35, 36
O5	Explorar posibles correlaciones entre el riesgo moral, efectos adversos y otras variables del estudio.	36, 37, 38, 40, 41, 42, 43
Preguntas de investigación		
Principal		
P1	¿Cuáles son los efectos adversos asociados al riesgo moral de la promoción del emprendimiento en las instituciones educativas?	34, 35, 37, 38
Secundarias		
P2	¿Cómo influye la transferencia de información de la institución de educación superior en el emprendedor universitario?	24, 31, 32, 34, 35, 36, 37,
P3	¿Cómo percibe el emprendedor los efectos adversos y el riesgo moral del emprendimiento?	27, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43
P4	¿Qué factores influyen en los efectos adversos y el riesgo moral en el emprendimiento?	22, 23, 24, 25, 26, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 39, 43
Variables planteadas para la investigación		
Sociodemográficas		
V1	Sexo	3
V2	Edad	2
V3	Estrato Socioeconómico	4
V4	Escolaridad	5
V5	Profesión	6
Tipo y trayectoria del emprendimiento		
V6	Razón Social Del Emprendimiento	21
V7	Sector Económico	14
V8	Tamaño Del Proyecto	18
V9	Tipo De Producto O Servicio	20, 15
V10	Tiempo De Existencia	10
V11	Motivación Para Su Creación (EL PROMOTOR COMO MOTIVADOR)	8, 9
V12	Presencia De Sociedad	11
V13	El emprendimiento está funcionando	7
V14	Cambios Durante Su Existencia	16, 17

Información que recibió el emprendedor por parte de los promotores		
V15	Institución Educativa	28, 29, 30
V16	Programas De Emprendimiento	8, 12, 25
V17	Concursos O Estímulos	12
V18	Tipo De Información Recibida	12, 25, 28
V19	Estrategias De Transferencia De Información	23, 24, 25, 28
V20	Fuentes De Información	31, 32, 33, 34
Efectos adversos		
V21	Salud física (Sobre peso, asma, trastornos cardiovasculares, diabetes, hipertensión, dolores de cabeza, cáncer, entre otras)	40, 41
V22	Salud mental (Ansiedad, estrés, bipolaridad, esquizofrenia, déficit de atención, entre otras)	40, 41
V23	Relaciones personales (Rupturas amorosas, distanciamiento de la familia y los amigos, otros)	40, 41
V24	Aspectos económicos (Quiebra, reporte a centrales de riesgo, entre otros)	40, 41
V25	Rendimiento académico (Deserción académica, bajo promedio académico, pérdida o cancelación de materias, entre otros)	40, 41
V26	Activos sociales (Pérdida de liderazgo, aislamiento social, acoso o bullying social, entre otros)	40, 41
V27	Aspectos Legales (Demandas, reclamaciones, pleitos, multas, entre otros)	40, 41
V28	Afectación de sus principios éticos o morales Valores (solidaridad, honradez, honestidad, transparencia)	40, 41
V29	Surgimiento de emprendimientos productivos	43
V30	Surgimiento de emprendimientos improductivos	43
V31	Surgimiento de emprendimientos destructivos	43
V32	Surgimiento de emprendimientos aniquiladores	43
Riesgo moral		
V33	Presencia de eventos no conocidos	40, 41, 43
V34	Información no proporcionada	31, 32, 33, 34, 35,
V35	Tipo de información no proporcionada	31, 32, 33, 34, 37

REFERENCIAS

- Alcaldía de Medellín. (2007). *Informe final de gestión: plan de desarrollo 2004-2007 Medellín la más educada*.
<https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/wpcontent/Sites/Subportal%20del%20Ciudadano/Plan%20de%20Desarrollo/Secciones/Rendici%C3%B3n%20P%C3%BAblica%20de%20Cuentas/Documentos/2004-2007/Informe%20de%20Gesti%C3%B3n%202004-2007.pdf>
- Alcaldía de Medellín. (2011). *Informe final de gestión: plan de desarrollo 2008-2011 Medellín es solidaria y competitiva*. <https://compromisociudadano.com/wp-content/uploads/2020/04/alcaldia-medellin-2008-2011.pdf>
- Alcaldía de Medellín. (2015). *Informe de gestión: plan de desarrollo 2012-2015 Medellín una ciudad para la vida*.
https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/SubportaldelCiudadano_2/PlandeDesarrollo/RendicinPblicadeCuentas_0/Shared%20Content/PDFs/informe-gestion-2015-baja.pdf
- Alcaldía de Medellín. (2019). *Informe de gestión: plan de desarrollo 2016-2019 Medellín cuenta con vos*.
https://www.medellin.gov.co/irj/go/km/docs/pccdesign/medellin/Temas/PlanDesarrollo/rendicion/Shared%20Content/Rendicion2016-2019/Documentos/20112019Informe%20de%20Gestion2016-2019_WEB.pdf
- Ararat H., J. A. (2010). La ideología del emprendimiento. Una mirada desde el análisis crítico del discurso. *AD-minister*, (17), 5 – 33. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322327248001>
- Ararat, J. A. y Camelo, E. D. (2019). Innovación y emprendimiento: una mirada discursiva de la construcción de identidad en la ciudad de Medellín (Colombia). *Revista Espacios*, 40(22), 1 – 14. <https://www.revistaespacios.com/a19v40n22/a19v40n22p14.pdf>
- Argenti, J. (1976). Corporate planning and corporate collapse. *Long Range Planning*, 9(6), 12 – 17. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(76\)90006-6](https://doi.org/10.1016/0024-6301(76)90006-6)
- Barbetti, P. A. (2020). Promoción de emprendimientos y autoempleo para jóvenes en políticas y programas de Argentina. *Revista de ciencias sociales*, 26(1), 272 – 286.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28063104022/html/>
- Batista H., N., Guijarro I., R. V., Guevara E., J. C. y Dávalos V., P. J. (2017). Competencia de emprendimiento como sustento de la formación integral e inserción social del estudiante. *Revista Órbita Pedagógica*, 4(3), 115 – 125.
<http://refcale.ulead.edu.ec/index.php/enrevista/article/view/2339/1270>
- Baumol, W. J. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of business venturing*, 11(1), 3 – 22. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(94\)00014-X](https://doi.org/10.1016/0883-9026(94)00014-X)
- Bazan, C., Gaultois, H., Shaikh, A., Gillespie, K., Frederick, S., Amjad, A., Yap, S., Finn, C., Rayner, J., & Belal, N. (2020). A systematic literature review of the influence of the university's environment and support system on the precursors of social entrepreneurial intention of students. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(4), 1 – 28.
<https://doi.org/10.1186/s13731-020-0116-9>
- Begovic, B. (2005). Corrupción: conceptos, tipos, causas y consecuencias. *Documentos / CADAL*, 3(26), 1 – 8. https://www.cadal.org/documentos/documento_26.pdf

- Bennett, R. J., Smith, H., Van Lieshout, C., Montebruno, P., & Newton, G. (2019). *The Age of Entrepreneurship. Business proprietors, self-employment and corporations since 1851*. Routledge.
- Caballero A., C. (2020). Fedesarrollo y la economía del narcotráfico. En Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo [Fedesarrollo]. (Ed.). *Fedesarrollo: 50 años de influencia en política pública* (pp. 65 – 83).
- Caniza, J. I. (2017). Incidencia de daños colaterales en la conducción de nivel operacional: caso de estudio Operación “Allied Force” (Kosovo 1999). *Visión Conjunta*, 9(16), 4 – 13. http://www.cefadigital.edu.ar/bitstream/1847939/845/1/VC%2016_CANIZA.pdf
- Cárdenas, J., Guzmán, A., Sánchez, C. y Vanegas, J. D. (2015). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo. *Universidad & Empresa*, 17(28), 173-190. <https://revistas.urosario.edu.co/xml/1872/187243060009/html/index.html#:~:text=Descubrir%20que%20mediante%20la%20formaci%C3%B3n,de%20empresas%2C%20comunidades%20y%20ciudades.>
- Cardona A., M., Vera A., L. D. y Tabares Q., J. (2008). *Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura E y fondo emprender en Medellín*. Serie Cuadernos de Investigación. <https://core.ac.uk/download/pdf/290651971.pdf>
- Carmen, C. T., y Viveros, H. F. (2011). Los emprendedores evolucionan el concepto. *Academia*, 20, 1 – 22. https://www.academia.edu/download/48342795/Evolucion_conceptual_del_emprendimiento.pdf
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Rowman & Littlefield.
- Castillo H., A. (1999). *Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional. Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Intec-Chile. <http://recursos.ccb.org.co/bogotaemprende/portalninos/contenido/doc2estadodelarteenlaenseñanzadelemprendimiento.pdf>
- Chica, M. F., Posso, M. I. y Montoya, J. C. (2016). Importancia del emprendimiento social en Colombia. *Documentos de trabajo ECACEN*, (2). <https://doi.org/10.22490/ECACEN.1915>
- Correa H., G. J., Ríos-González, E. M. y Acevedo-Moreno, J. C. (2017). Evolución de la cultura de la gestión de riesgos en el entorno empresarial colombiano: revisión y diagnóstico. *Journal of Engineering and Technology*, 6(1), 22-45. DOI: 10.22507//jet.v6n1a2
- Creswell, J. W., & Plano C., V. L. (2017). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Cubbon, L., Darga, K., Duarte W., U., Dennett, L., & Guptill, C. (2021). Depression among entrepreneurs: a scoping review. *Small Business Economics*, 57(2), 781 – 805. doi:10.1007/s11187-020-00382-4
- Datosmacro.com. (2021). *Índice global de felicidad 2021*. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/indice-felicidad>
- De Vries, E. N., Ramrattan, M. A., Smorenburg, S. M., Gouma, D. J., & Boermeester, M. A. (2008). The incidence and nature of in-hospital adverse events: a systematic review. *Qual Saf Health Care*, 17(3), 216 – 223. doi: 10.1136/qshc.2007.023622.
- Del Datatón, F., & Zurita, A. (2017) BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA.
- Dembe, A. E., & Boden, L. I. (2000). Moral hazard: a question of morality?. *New Solutions*, 10(3), 257 – 279. Doi: 10.2190/1GU8-EQN8-02J6-2RXK.

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2021). *Comunicado de prensa: Producto Interno Bruto (PIB) IV trimestre y año 2020*.
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cp_PIB_IVtrim20.pdf
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (2021). *Boletín técnico: gran encuesta integrada de hogares (GEIH) mayo – julio 2021*.
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/ juventud/Boletin_GEIH_juventud_abr21_jun21.pdf
- Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022.
<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Resumen-PND2018-2022-final.pdf>
- Dias, A., & Teixeira, A. A. (2017). The anatomy of business failure: A qualitative account of its implications for future business success. *European Journal of Management and Business Economics*, 26(1), 2 – 20. DOI 10.1108/EJMBE-07-2017-001
- Duque S., G. A. y Penagos, R. (2019). Causas de mortalidad empresarial en Cali: Un enfoque financiero.
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701 – 720. <https://doi.org/10.1108/03090590610715022>
- Fetters, M. D., Curry, L. A., & Creswell, J. W. (2013). Achieving Integration in Mixed Methods Designs-Principles and Practices. *Health Services Research*, 48(6pt2), 2134 – 2156. doi:10.1111/1475-6773.12117
- Fiet, J. O. (2001). The theoretical side of teaching entrepreneurship. *Journal of business venturing*, 16(1), 1 – 24. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00041-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00041-5)
- Fowle, M. (2019). The Entrepreneurial Dream: Happiness, Depression and Freedom. *International Review of Entrepreneurship*, 17(3), 305 – 322.
https://www.researchgate.net/profile/Michael-Fowle/publication/337948411_The_Entrepreneurial_Dream_Happiness_Depression_and_Freedom/links/5df7900ea6fdcc2837249dca/The-Entrepreneurial-Dream-Happiness-Depression-and-Freedom.pdf
- Frederick, H. H. (2018). The emergence of biosphere entrepreneurship: are social and business entrepreneurship obsolete?. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 34(3), 381-419. <http://www.inderscience.com/storage/f107119421312586.pdf>
- Freeman, M. A., Staudenmaier, P. J., Zisser, M. R., & Andresen, L. A. (2019). The prevalence and co- occurrence of psychiatric conditions among entrepreneurs and their families. *Small Business Economics*, 53(2), 323-342. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0059-8>
- Fuentelsaz, L. y González, C. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, (47), 64-81.
<https://journals.ucjc.edu/ubr/article/view/1527/1626>
- Galindo M., M. Á. (2006). "Entrepreneurship", crecimiento económico y ética. *Estudios de Economía Aplicada*, 24(2), 389 - 406. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30113180003>
- Galindo, J. (2015). El concepto de riesgo en las teorías de Ulrich Beck y Niklas Luhmann. *Acta sociológica*, 67, 141-164. <https://doi.org/10.1016/j.acso.2015.03.005>
- Galindo-Martín, M. Á., Méndez-Picazo, M. T., & Castaño-Martínez, M. S. (2016). Crecimiento, progreso económico y emprendimiento. *Journal of innovation & knowledge*, 1(1), 62 – 68. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.01.006>
- Gil, Á., Zozimo, R., San Román, E., & Jack, S. L. (2016). At the crossroads. Management and business history in entrepreneurship research. *Journal of Evolutionary Studies in Business*, 1(2), 156 – 200. doi.org/10.1344/JESB2016.2.j016

- Giraldo A., M. A. (2019). *Discursos de Ivan Duque y Gustavo Petro durante la campaña presidencial de Colombia del 2018: Una mirada desde el análisis crítico del discurso y el populismo* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Barcelona]. Dipòsit digital de documents de la UAB. <https://ddd.uab.cat/record/215215>
- Godfrid, J. (2017). Procesos de reconfiguración territorial rural a partir de la implementación de mega-proyectos mineros: El caso de La Alumbreira en Argentina. *Revista Iberoamericana de Vitivinicultura, Agroindustria y Ruralidad*, 3(10), 45 – 70. http://revistarivar.cl/images/vol4-n10/03_Rivar10-Godfrid.pdf
- Godoy H., N. (2019). *Facebook y el discurso político: análisis de la campaña de Iván Duque para las elecciones presidenciales de Colombia 2018* [Trabajo de pregrado, Fundación Universitaria Los Libertadores]. Colección comunicación social y periodismo. <http://hdl.handle.net/11371/1836>
- Gómez C., D. J. (2018). Redes de corrupción política: una revisión para el caso colombiano. *Análisis político*, 31(92), 180-201. <https://doi.org/10.15446/anpol.v31n92.71106>.
- Gómez J., L. G. (2008). Información Asimétrica: Selección Adversa. *Actualidad Empresarial*, (170), IX1 – IX4. https://www.researchgate.net/profile/Gerardo-Gomez-4/publication/358339259_Informacion_Asimetrica_Seleccion_Adversa_y_Riesgo_Moral/links/61fc5464aad5781d41cd2bda/Informacion-Asimetrica-Seleccion-Adversa-y-Riesgo-Moral.pdf
- Gómez N., L., López G., S., Hernández V., N., Galvis M., M., Parra B., L. D., Matiz B., F. J., Varela V., R., Moreno B., J. A., Pereira L., F., Arias, A., García C., G. y Martínez C., P. C. (2019). *GEM Colombia: estudio de la actividad empresarial en 2017*. Editorial Universidad del Norte. <https://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/8370/9789587890563%20eGEM%20Colombia%202017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gómez-Araujo, E., Lafuente, E., Vaillant, Y. y Gómez N., L. M. (2015). El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores. *Innovar*, 25(57), 157-174. <https://doi.org/10.15446/innovar.v25n57.50358>
- González, J. (2017, octubre 2017). Solo en 55% de las empresas sobreviven el primer año. *La República*. <https://www.larepublica.co/especiales/emprendimiento/solo-55-de-las-empresas-sobreviven-el-primer-ano-2560248>
- González-Campo., C. H. y Gálvez A., E. J. (2008). Modelo de emprendimiento en Red-MER. Aplicación de las teorías del emprendimiento a las redes empresariales. *Academia. Revista latinoamericana de administración*, 40, 13 – 31. <https://www.redalyc.org/pdf/716/71612100003.pdf>
- Gorgievski, M. J., Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., van der Veen, H. B., & Giesen, C. W. M. (2010). Financial problems and psychological distress: Investigating reciprocal effects among business owners. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83(2), 513 – 530. <https://doi.org/10.1348/096317909X434032>
- Gunia, B. C. (2017). The sleep trap: Do sleep problems prompt entrepreneurial motives but undermine entrepreneurial means?. *Academy of Management Perspectives*, 32(2), 228 – 242. <https://doi.org/10.5465/amp.2016.0159>
- Haynes, J. (1895). Risk as an Economic Factor. *The Quarterly Journal of Economics*, 9(4), 409 – 449. <https://doi.org/10.2307/1886012>
- Hernández S., R., Fernández C., C. y Baptista L., M. P. (2014) *Metodología de la investigación* (6ta. ed.). McGraw Hill Education.

- https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Hernández, N. B., Intriago, R. V. G., Espinoza, J. C. G. y Vásconez, P. J. D. (2017). Competencia de emprendimiento como sustento de la formación integral e inserción social del estudiante. *Revista Órbita Pedagógica*, 4(3), 115-125.
- Holcombe, R. G. (2002). Political entrepreneurship and the democratic allocation of economic resources. *The Review of Austrian Economics*, 15(2-3), 143 – 159.
doi:10.1023/a:1015758419984
- Hunter, M. (2011). The continuum of psychotic organizational typologies. *International Journal of Business and Technopreneurship*, 1(3), 435 – 447.
- Hunter, M. (2012). On some of the misconceptions about entrepreneurship. *Economics, Management, and Financial Markets*, 7(2), 55-104.
- Instituto Nacional del Cancer [NIH] (2020). *Diccionario del Cáncer*.
<https://www.cancer.gov/espanol/publicaciones/diccionario/def/efecto-adverso>
- Isenberg, D. (2011, January 11). How to foment an entrepreneurial revolution. *The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. 10th international Entrepreneurship Forum*, Bahrain.
https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2326986/mod_resource/content/5/A9-How-to-foment-an-entrepreneurial-revolution-IEF-jan-12-20111.pdf
- Kantis, H. (2016). La promoción del emprendimiento juvenil: su importancia para América Latina. *Pensamiento iberoamericano*, 2, 120 – 130. <https://www.segib.org/wp-content/uploads/013-HK.pdf>
- Kantis, H., Federico, J. y Menéndez, C. (2012). *Políticas de fomento al emprendimiento dinámico en América Latina: tendencias y desafíos*. CAF Documento de trabajo
<http://scioteca.caf.com/handle/123456789/239>
- Kohn, L. T., Corrigan, J. M., & Donaldson, M. S. (Eds.). (2000). *To err is human: building a safer health system*. National academy press.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). SAGE Publications. <https://usu.instructure.com/files/70315935/download>
- Krugman, P. R. y Wells, R. (2006). *Introducción a la economía. Microeconomía*. Reverté.
- Lange, J. E., Mollov, A., Pearlmutter, M., Singh, S., & Bygrave, W. D. (2007). Pre-start-up formal business plans and post-start-up performance: A study of 116 new ventures. *Venture Capital*, 9(4), 237 – 256. <https://doi.org/10.1080/13691060701414840>
- Jerma G., H. D. (2016). *Metodología de la investigación: propuesta, anteproyecto y proyecto* (5ta. Ed.). Ecoe Ediciones. <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2016/04/Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n-propuesta-anteproyecto-y-proyecto.pdf>
- Ley 1014 de 2006. (2006, 26 de enero). Congreso de la República de Colombia.
<https://camarasai.org/wp-content/uploads/registro-mercantil/10LEY-1014-DE-2006.pdf>
- Ley 2069 de 2020. (2020, 31 de diciembre). Congreso de la República de Colombia..
<https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf>
- Linares G., J. E. (2006). Gestión del riesgo: pautas generales ofrecidas por la norma técnica colombiana–NTC 5254 95. *Apuntes contables*, (11), 95 – 99.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/contad/article/view/1348/1281>
- Link, A. N., & Sarala, R. M. (2019). Advancing conceptualisation of university entrepreneurial ecosystems: The role of knowledge-intensive entrepreneurial firms. *International Small Business Journal*, 37(3), 289 – 310. <https://doi.org/10.1177/0266242618821720>

- Lippmann, S., Davis, A., & Aldrich, H. E. (2005). Entrepreneurship and inequality. In L. A. Keister (Ed.), *Entrepreneurship* (pp. 1 – 31). Emerald Group Publishing Limited.
DOI:10.1016/S0277-2833(05)15002-X
- López-Herrera, F. y Salas-Harms, H. (2009). Investigación cualitativa en administración. *Cinta moebio*, 35, 128-145. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2009000200004>
- López-Roldán, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universitat Autònoma de Barcelona.
https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163564/metinvsocua_a2016_cap1-2.pdf
- Lorduy, J. (2019, junio 26). Colombia es el mayor productor de drogas de acuerdo con un informe realizado por la ONU. La Republica.
<https://www.larepublica.co/economia/colombia-el-mayor-productor-de-drogas-de-acuerdo-con-un-informe-de-la-onu-2878057>
- Lorenzina, T. L., & Vigier, H. P. (1999, del 16 al 18 de junio). Sobre el problema de financiación de las pequeñas y medianas empresas: selección adversa y riesgo moral. *En La gestión de la diversidad: XIII Congreso Nacional, IX Congreso Hispano-Francés*, Logroño, España.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/565177.pdf>
- Maca U., D. Y. y Molina V., N. (2019). Subjetividades emergentes a partir del emprendimiento como forma de gubernamentalidad: una aproximación desde el análisis de discurso de la política pública de emprendimiento en Colombia. En R. Antunes, A. L. Bialakowsky, F. Pucci y M. Quiñones. (Eds.). *Trabajo y capitalismo: relaciones y colisiones sociales* (pp. 279 – 297). Teseo.
- Mandl, C., Berger, E. S. C., & Kuckertz, A. (2016). Do you plead guilty? Exploring entrepreneurs' sensemaking-behavior link after business failure. *Journal of Business Venturing Insights*, 5, 9 – 13. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2015.12.002>
- Martínez H., R. y Blanco D., M. I. (2017). Gestión de riesgos: reflexiones desde un enfoque de gestión empresarial emergente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(80), 693 – 707.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29055967009>
- Martínez V., L. F. (2018). *Política pública de emprendimiento en Colombia 2006-2016: un análisis cognitivo desde los instrumentos de planificación* [Tesis de maestría]. Biblioteca digital Universidad Externado de Colombia.
<https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/555>
- Matiz B., F. J. (2009). Investigación en emprendimiento, un reto para la construcción de conocimiento. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (66), 169 – 182.
<https://doi.org/10.21158/01208160.n66.2009.480>
- McCaffrey, M., & Salerno, J. T. (2011). A theory of political entrepreneurship. *Modern Economy*, 2(4), 552 – 560. DOI: 10.4236/me.2011.24061
- Mejía Q., R. C., Martins D. S., I., Nuñez P., M. A., Villanueva H., E. H., Acevedo S., C. A., Estrada G., S. P., ... & Ramírez Maldonado, C. F. (2015). Riesgos del emprendedor. Recuperado de:
https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11904/riesgos_del_emprendedor.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Mejía, L. (2020). Actualización de Las Perspectivas Económicas 2020-2021. Recuperado de:
<http://dams.fedesarrollo.org.co/tendenciaeconomica/publicaciones/208/>.
- Minello, I. F. y Gómez, T. C. (2013). Estrés y comportamiento emprendedor: un estudio exploratorio con emprendedores que experimentaron el fracaso empresarial. *Gestión y sociedad*, 7 (16), 51-69.

- Ministerio de Sanidad y Política Social de España. (2009). *Estudio IBEAS prevalencia de efectos adversos en hospitales de Latinoamérica*.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/CA/resultados-estudio-ibeas.pdf>
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 383(1), 23-30.
- Montes, J. (2016). Emprendimiento juvenil en Colombia, informe nacional. Recuperado de:
https://www.incae.edu/sites/default/files/reporte_nacional_final_-_colombia_final_corregido.pdf.
- Montes, V J. (2016) Emprendimiento Nacional en Colombia Informe Nacional. INCAE.
- Moreira B., C. A., Quintanilla G., J. A. y Verdesoto V., O. S. (2016). Influencia del género en el desarrollo del emprendimiento. *Revista Publicando*, 3(8), 295 – 316.
<https://core.ac.uk/download/pdf/236644731.pdf>
- Moreno, J. A. V. (2015). El Emprendimiento Empresarial: La Importancia de ser Emprendedor. IT Campus Academy.
- Newman, V., & Ángel, M. P. (2017). Estado del arte sobre la corrupción en Colombia.
- Nicholson, W. (2005). Teoría microeconómica. Principios básicos y ampliaciones: principios básicos y ampliaciones. Editorial Paraninfo.
- Nova, J. A. B. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & desarrollo*, 43(59), 7-21.
- Oelckers, F. (2015). Emprendimiento en la tercera edad: Una revisión de la situación actual. *Journal of technology management & innovation*, 10(3), 143-153.
- Overall, J. (2020). Mental health among entrepreneurs: The benefits of consciousness. *International Journal of Entrepreneurship and Economic Issues*, 4(1), 70-74.
- Oviedo, C. F. T., & Misoczky, M. C. (2020). Por una crítica ontológica de la ideología del emprendimiento. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 30(78), 61-74.
- Pages, E. R., Freedman, D., & Von Bargen, P. (2003). Entrepreneurship as a state and local economic development strategy. *Entrepreneurship Policy*, 240-259.
- Página Web pqs (15 de abril de 2020) Sabias que conoce el origen de la palabra emprendimiento
<https://www.pqs.pe/actualidad/noticias/sabias-que-conoce-el-origen-de-la-palabra-emprendimiento>.
- Pardo, C., y Alfonso, W. (2015). ¿Por qué los negocios fracasan en Colombia? Why Entrepreneurs Fail in Colombia.
- Park, S. I. S., & Masi, S. D. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores iberoamericanos. *Revista Internacional de Investigación en ciencias sociales*, 11(2), 291-314.
- Peralta, P. G. (2018). Investigando la relación entre la educación y la iniciativa empresarial: el caso del eslabón perdido (Doctoral dissertation, Universidad ESAN).
- Pérez M., C. (2019). *Retos y oportunidades del emprendimiento apalancado en tecnología digital*. Fedesarrollo. *Repor_Agosto_2019_Pérez.pdf* (Retos y oportunidades del emprendimiento apalancado en tecnología digital) (1.077Mb)
- PNUD. (2021). Un año de pandemia: impacto socioeconómico de la COVID-19 en Colombia. Recuperado de: <https://www.co.undp.org/content/colombia/es/home/-sabias-que-/un-ano-de-pandemia--impacto-socioeconomico-de-la-covid-19-en-col.html>
- Politis, D., & Gabrielsson, J. (2009). Entrepreneurs' attitudes towards failure. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(4), 364–383.

- Portafolio Economía. (2021). Economía ha perdido \$10,8 billones en un mes de paro. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/economia/por-manifestaciones-en-colombia-ha-perdido-10-8-billones-en-un-mes-de-paro-552386>
- Prada E., O. A. y Romero R., L. M. (2019). Polarización y demonización en la campaña presidencial de Colombia de 2018: análisis del comportamiento comunicacional en el Twitter de Gustavo Petro e Iván Duque. *Revista humanidades*, 9(1), 1 – 26. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6967524.pdf>.
- Prieto, V. M. M., y Cortés, Ó. A. L. (2020). La política del emprendimiento naranja en Colombia nuevas formas de control de la población. *Revista republicana*, (29), 107-128.
- Pulido-Rojano, A. D., Ruiz-Lázaro, A., & Ortiz-Ospino, L. E. (2020). Mejora de procesos de producción a través de la gestión de riesgos y herramientas estadísticas. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 28(1), 56-67.
- Ramírez, O. J. G., Gámez, A. S., Gutiérrez, A. A., Salamanca, J. G., Vega, A. G., & Galeano, É. M. (2011). Una mirada actual de la cultura de seguridad del paciente. *Avances en enfermería*, 29(2), 363-374.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: Diccionario de la lengua española, 23.^a ed., [versión 23.3 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [12 de nov. de 2019].
- Red de Comercio de Colombia [Confecámaras]. (2017). *Contribución de las iniciativas clúster al desarrollo regional*. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/19831/Contribuci%c3%b3n%20de%20las%20iniciativas%20cl%20c3%b3ster%20al%20desarrollo%20regional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Red de Comercio de Colombia [Confecámaras]. (2018). *Informe de dinámica empresarial en Colombia: I semestre de 2018*. <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/22708/Informe%20de%20din%20mica%20empresarial%20en%20Colombia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rico, A., y Santamaría, M. (2018). Caracterización de la cátedra de emprendimiento en colegios distritales de Bogotá. *Voces y silencios: Revista Latinoamericana de Educación*, 9(1), 93-113. DOI: <https://dx.doi.org/10.18175/VyS9.1.2018.06>
- Rincón, L. (2012). *Introducción a la teoría del riesgo*. México: Facultad de Ciencias, UNAM.
- Rodríguez, F. M. M., Lozano, J. M. G., & Rodríguez, A. M. M. (2018). Relaciones entre autoeficacia emprendedora y otras variables psico-educativas en universitarios. *European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education*, 8(2), 91-102.
- Rivera B., H. A., Alfaro C., G. G. y Alfaro G., V. G. (2017). Jerarquización de factores que inciden en el fracaso de los emprendimientos en Morelia, Michoacán. *Cuadernos del CIMBAGE*, 2(19), 121-144. <http://ojs.econ.uba.ar/index.php/CIMBAGE/article/view/1178>
- Rodríguez R., A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & gestión*, (26), 94-119.
- Rodríguez, L. (2021). En Colombia más de siete mil micronegocios cerraron en los últimos dos años. Recuperado de: <https://www.lafm.com.co/economia/en-colombia-mas-de-siete-mil-micronegocios-cerraron-en-los-ultimos-dos-anos>
- Rojas, V. M. N. (2011). *Metodología de la investigación. Diseño y ejecución*. Ediciones de la U.
- Salazar, C. (2021). La caída de 6,8% del Producto Interno Bruto de 2020 fue la peor de la historia del país. Recuperado de: <https://www.larepublica.co/economia/la-caida-de-68-del-producto-interno-bruto-de-2020-fue-la-peor-de-la-historia-del-pais-3125632>
- Salcedo-Pérez, C., Moscoso-Duran, F. F., & Ramírez-Salazar, M. P. (2020). Economía informal en Colombia: iniciativas y propuestas para reducir su tamaño. *Economía*, 41(03).

- Salloum, D. (2000). Bebczuk, R. N. Información asimétrica en los mercados financieros. *Estudios económicos*, 16(35), 163–164. <https://doi.org/10.52292/j.estudecon.2000.401>
- Sampieri, R. H. (2018). Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta.
- Sánchez M., G. A. (2017). Los efectos del afecto: Un análisis posfundacional del discurso del emprendimiento de la Corfo.
- Sandoval C., C. A. (1996). Investigación cualitativa.
- Sarmiento L., R. (2007). Teoría del riesgo en mercados financieros: Una visión teórica. Schwab, K. (2017). The Global Competitiveness Report 2017-2018. World Economic Forum.
- SEMANA Revista (2020) Liderazgo Femenino ¿Qué tanto emprenden las mujeres en América Latina y el mundo? Recuperado de <https://www.semana.com/emprendimiento/articulo/emprendimiento-femenino-enamerica-latina-y-el-mundo/292027/>
- Shah, I. A., Amjed, S., & Jaboob, S. (2020). The moderating role of entrepreneurship education in shaping entrepreneurial intentions. *Journal of Economic Structures*, 9(1), 1-15.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226
- Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure: Propositions of grief recovery for the self-employed. *Academy of management Review*, 28(2), 318-328.
- Singh, S., Corner, P., & Pavlovich, K. (2007). Coping with entrepreneurial failure. *Journal of Management & Organization*, 13(4), 331-344.
- Stellian, R., & Danna-Buitrago, J. P. (2017). Competitividad de los productos agropecuarios colombianos en el marco del tratado de libre comercio con los Estados Unidos: análisis de las ventajas comparativas. *Revista Cepal*.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. M. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory* (4th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Stumpo, G. (2020) Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. CEPAL. Recuperado de: https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/ppt_covid_empresas_y_sectores_gs_v3.pdf
- Suárez C., B. (2017). Autoempleo (y emprendimiento) juvenil: ¿ahuyentar a los jóvenes de los derechos y garantías laborales?. *Cuadernos de relaciones laborales*, 35(1), 151 – 164. <http://dx.doi.org/10.5209/CRLA.54987>
- Tarapuez C., E., Osorio C., H. y Botero V., J. J. (2013). Política de emprendimiento en Colombia, 2002-2010. *Estudios gerenciales*, 29(128), 274-283. https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/1711/PDF
- The strategic and political impacts of collateral damage from strike warfare. NAVAL POSTGRADUATE SCHOOL MONTEREY CA.
- Thomas, A.M. Kramer, MD *Medscape General Medicine*. 2003;5(1). <https://www.medscape.com/viewarticle/448250>
- Torre-Enciso, M. I. M., & San José-Martí, M. I. C. (2011). El proceso de gestión de riesgos como componente integral de la gestión empresarial. *Boletín de estudios económicos*, 66(202),73.
- Torres, V. G. L., Moreno, L. R. M., & Carrillo, S. (2017). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior (diseño de una escala, análisis factorial y confiabilidad). *NovaRua*, 8(14), 73-89.
- Transparency International (2020). Índice de Percepción de la Corrupción. Recuperado de: <https://www.transparency.org/es/news/cpi-2020-global-highlights>

- Turró, A., Urbano, D., & Peris-Ortiz, M. (2014). Culture and innovation: The moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 88, 360-369.
- Ucbasaran, D., Shepherd, D. A., Lockett, A., & Lyon, S. J. (2013). Life after business failure: The process and consequences of business failure for entrepreneurs. *Journal of management*, 39(1), 163-202.
- Unesco, & United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2009). World Conference on Higher Education: the new dynamics of higher education and research for societal change and development.
- Valenzuela-Klagges, I., Valenzuela-Klagges, B., & Irarrazaval, J. (2018). Desarrollo Emprendedor Latinoamericano y sus Determinantes: Evidencias y Desafíos. *Revista Pilquen-Sección Ciencias Sociales*, 21(3), 55-63.
- Varela Villegas, R., Moreno Barragán, J. A., Soler Libreros, J. D., Pereira Laverde, F., Osorio Tinoco, F. F., Gómez Araujo, E., ... & Gómez Núñez, L. (2020). Dinámica de la actividad empresarial en Colombia.
- Vázquez, M. Alatorre. D. Recomendaciones de política pública a la luz del fracaso emprendedor. CAF. Tomado de: <https://thefailureinstitute.com/wp-content/uploads/2020/07/PP-Fracaso-Emprendedor.pdf>
- Vázquez, M., y Alatorre, D. (2017) Recomendaciones de Política Pública a la luz del fracaso emprendedor Colombia 2017. Failure Institute. CAF.
- Vega B., R. V. (2015). Gestión de riesgos empresariales: los necesarios cambios. *Oikos*, 19(39), 93 – 112.
- Velasco Martínez, L. C., Estrada Vidal, L. I., Pabón Figueras, M., & Tójar Hurtado, J. C. (2019). Evaluar y promover las competencias para el emprendimiento social en las asignaturas universitarias. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (131), 199-223.
- Woodside, A. G., Megehee, C. M., Isaksson, L., & Ferguson, G. (2020). Consequences of national cultures and motivations on entrepreneurship, innovation, ethical behavior, and quality-of-life. *Journal of Business & Industrial Marketing*.
- Yepes, Rendon, M. (2013) Ciudad E. Ecosistemas del Emprendimiento en Medellín. Un ejemplo de construcción colectiva del modelo de desarrollo de una ciudad. Caso de estudio. Tomado de: https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/1459/Marcela_YepesRendon_2013.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Zapata Villegas, R. A., Montoya Corrales, C. A., González Alcalá, A. I., Botero Pinzón, L. D., Restrepo Escobar, F. J., & Gómez Zuluaga, M. E. (2019). Retos y desafíos de una ciudad en transformación. *Unidad de análisis en economía, administración y negocios*.