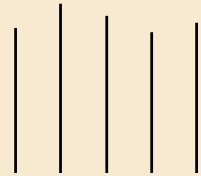


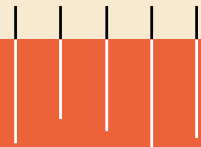


Luces y sombras del emprendimiento

Una mirada crítica al discurso,
la práctica y las políticas
del emprendimiento en Colombia



Oscar **Castellanos**
Editor académico



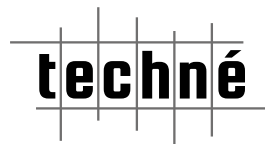
UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE COLOMBIA



Techné recoge ensayos que, a partir de nuevos hallazgos, procedimientos o puntos de vista, ofrecen nuevos aportes a temas prácticos de las disciplinas o las profesiones.

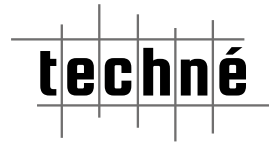
El rigor de la selección de cada una de las obras está respaldado por el Sello Editorial Universidad Nacional de Colombia, que garantiza la excelencia de la producción editorial en todas las ramas del saber.





Luces y sombras del emprendimiento

Una mirada crítica al discurso,
la práctica y las políticas del
emprendimiento en Colombia



Luces y sombras del emprendimiento

Una mirada crítica al discurso,
la práctica y las políticas del
emprendimiento en Colombia

Oscar **Castellanos**



Bogotá, D. C.
2026

© Universidad Nacional de Colombia
Editorial Universidad Nacional de Colombia
© Oscar Fernando Castellanos Domínguez, Karen Forero Niño,
Nelsy Edith Cely Acevedo

Primera edición 2026
ISBN 978-628-503-185-4 (impreso)
ISBN 978-628-503-186-1 (digital)

DOI: 10.15446/edunal.820

Edición

Editorial Universidad Nacional de Colombia
Marta Juanita Villaveces
Directora
Juan Francisco Poveda
Jefe de la Oficina de Edición y Producción

direditorial@unal.edu.co
<https://portaldelibros.unal.edu.co/>

Dirección de arte: María Restrepo
Editora de obra: Valentina Martín-Roa
Corrección de estilo: María del Pilar Hernández Moreno
Diagramación: Juan Carlos Villamil Navarro

Salvo cuando se especifica lo contrario, las figuras y tablas son propiedad de los autores.
Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita
del titular de los derechos patrimoniales.



Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional
(CC BY-NC-ND 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Hecho en Bogotá, D. C., Colombia, 2026

Catalogación en la publicación Universidad Nacional de Colombia

Castellanos Domínguez, Oscar Fernando, 1968-

Luces y sombras del emprendimiento: una mirada crítica al discurso, la práctica y las políticas del emprendimiento en Colombia/[autores] Oscar Castellanos, [Karen Forero Niño, Nelsy Edith Cely Acevedo]. – Primera edición. – Bogotá: Universidad Nacional de Colombia: Editorial Universidad Nacional de Colombia, 2026. 210 páginas. – (Colección Techné)

Incluye bibliografía e índice analítico

ISBN 978-628-503-185-4 (impreso). – ISBN 978-628-503-186-1 (digital)

1. Emprendimiento – Investigaciones – Colombia 2. Emprendimiento –

Clasificación 3. Capacidad empresarial – Estudios interculturales – Colombia –

Estudio de casos 4. Capacidad empresarial social – Aspectos económicos 5. Emprendimiento – Política gubernamental – Colombia 6. Estrategias para el desarrollo – Aspectos socioeconómicos 7. Desarrollo económico y social 8. Creación de empleo 9. Políticas públicas 10. Evaluación de impacto (Políticas públicas) 11. Responsabilidad social de los negocios 12. Creadores de empresas – Situación económica 13. Emprendedores – Situación social 14. Emprendedores – Análisis transcultural – Estudios de casos 15. Emprendedores en el medio rural – Empleo 16. Emprendedores – Toma de decisiones 17. Emprendedores sociales – Aspectos morales y éticos 18. Emprendedores – Psicología 19. Pequeñas y medianas empresas – Política gubernamental 20. Nuevas empresas – Investigación I. Forero Niño, Karen Dayana, 1993-, autor II. Cely Acevedo, Nelsy Edith, 1973-, autor III. Título IV. Serie

CDD-23 658.42109861/2026



Contenido

Introducción	9
Capítulo 1. Emprendimiento en perspectiva: categorías y motivaciones	13
Aproximaciones al emprendimiento	15
Diversidad de emprendimientos: explorando las múltiples facetas y enfoques	19
Elementos para su clasificación	20
Emprendimientos por actividad	23
Emprendimiento por origen	33
Emprendimiento por objetivo	38
Intraemprendimiento y emprendimiento corporativo	44
Factores organizacionales promotores	46
Desafíos en la implementación de estrategias	47
Impactos del emprendimiento	48
Emprendimiento: entre luces y sombras	50
Conclusiones	54
Capítulo 2. Más allá del sueño emprendedor	55
Narrativas socioculturales y la seducción del emprendimiento	56
Casos Mary Kay y Herbalife	60
Los unicornios	65
Narrativas locales	69
La trampa de la esperanza y los sesgos psicológicos	72
Sobre las secuelas de emprender	77
Conclusiones	81

Capítulo 3. Los mitos del emprendimiento	83
El emprendimiento y el crecimiento económico	86
El emprendimiento y la generación de empleo	103
Conclusiones	106
Capítulo 4. Consideraciones éticas sobre el fomento al emprendimiento	109
Responsabilidad y fomento al emprendimiento	110
Los promotores: roles, decisiones y enfoques de formación	117
Los gobiernos y las políticas públicas	118
La educación: los problemas de la formación para el emprendimiento	121
Las universidades	133
Las agencias de promoción	139
Conclusiones	146
Capítulo 5. Explorando las posibilidades del emprendimiento	149
Dimensión económica: emprendimientos de alto impacto	150
Dimensión social y discursiva: emprendimiento sistémico	156
Dimensión institucional: posibilidades desde el ecosistema emprendedor	162
Determinantes estructurales del emprendimiento sistémico: capacidades, oportunidades y límites institucionales	175
Conclusiones	181
Bibliografía	185
Autores	199
Índice temático	201



Introducción

El emprendimiento ha sido promovido como una de las estrategias más eficaces para dinamizar las economías contemporáneas. Se le ha atribuido la capacidad de generar empleo, reducir la pobreza, estimular la innovación, revitalizar territorios e incluso resolver problemáticas sociales complejas. En Colombia, el discurso del emprendimiento ha permeado políticas públicas, programas educativos y estrategias empresariales, convirtiéndose en una consigna transversal del desarrollo económico y social. Sin embargo, en medio de ese auge, poco se ha cuestionado críticamente su trasfondo, sus limitaciones, sus efectos colaterales y las condiciones reales que enfrentan quienes emprenden.

Este libro busca confrontar esa narrativa optimista con un análisis riguroso, contextualizado y multidimensional que permita identificar las luces y las sombras del fenómeno emprendedor. Partimos de la convicción de que el emprendimiento no es, por sí solo, una solución mágica, sino un campo complejo atravesado por desigualdades estructurales, tensiones institucionales, contradicciones discursivas y desafíos éticos. Por medio de un enfoque documental y crítico sustentado en literatura académica, legislación nacional, estadísticas y estudios de caso, se construye una reflexión profunda sobre el emprendimiento en el contexto colombiano.

La metodología de esta obra se sitúa en la intersección entre la argumentación interpretativa y el análisis empírico, adoptando el ensayo académico crítico como género discursivo principal. Esta elección se fundamenta en que el ensayo constituye una forma de investigación válida y rigurosa que permite tejer argumentos entre premisas basadas en evidencia y conclusiones persuasivas. Autores clásicos y contemporáneos de la metodología de la escritura académica defienden que la fuerza de un argumento no reside únicamente en el origen de sus datos, sino en la capacidad de articularlos dentro de una estructura lógica y retórica sólida (Booth *et al.*, 2016).

Para ello, seguimos el principio de triangulación retórica, por el que la solidez del argumento se construye sobre tres pilares: la credibilidad del investigador establecida mediante el manejo riguroso de evidencia estadística (el *ethos*, que constituye la autoridad académica mediante datos empíricos), la razonabilidad lógica de la argumentación (el *logos*) y la articulación de un marco interpretativo crítico (el *pathos* académico, entendido como la capacidad de conectar con la relevancia del problema para la audiencia).

Luces y sombras es una aproximación que, a partir de la analogía, permite reconocer en distintos aspectos de la realidad socioeconómica actual, avances y claridades en el campo del emprendimiento como, de manera dialógica, retos que se manifiestan como posibles sombras. A partir de lo anterior, se desarrollarán y analizarán aspectos relevantes del emprendimiento, entendiendo su existencia como un fenómeno político, social, económico y cultural, su diversidad de expresiones, sus aportes a la economía y al progreso así como los desafíos que enfrenta para su consolidación y fortalecimiento.

El libro está estructurado en cinco capítulos, cada uno con un enfoque complementario: el primero, “Emprendimiento en perspectiva: categorías y motivaciones”, presenta algunas de las múltiples formas que asume el emprendimiento: por necesidad, por oportunidad, rural, cultural, científico-tecnológico, familiar, femenino, social o corporativo. Se propone una categorización amplia que reconoce tanto la diversidad de iniciativas como los contextos que las determinan, y se destaca que no todos los emprendimientos generan valor económico o social positivo.

En el segundo, “Más allá del sueño emprendedor”, se explora cómo el emprendimiento se ha convertido en una narrativa aspiracional, idealizada y emocional, que seduce a las personas con promesas de autonomía, éxito y reconocimiento. Se abordan fenómenos como los “unicornios”, el emprendimiento multinivel y los discursos locales, mostrando cómo estas narrativas pueden ocultar realidades como la precariedad, la autoexplotación, el endeudamiento o la frustración. Asimismo, aunque puede observarse que el emprendimiento cuenta con sus luces propias, se reflexiona sobre los sesgos cognitivos y las trampas psicológicas que alimentan la idea del emprendedor como un héroe.

En el tercer capítulo, “Los mitos del emprendimiento”, se desmontan afirmaciones comunes que vinculan automáticamente al emprendimiento

con el crecimiento económico y la generación de empleo. Con apoyo de estudios nacionales e internacionales, se demuestra que muchas de estas promesas no se cumplen en la práctica, especialmente en contextos con altas tasas de informalidad o escaso desarrollo institucional. Con lo anterior, se evidencia cómo el emprendimiento, al ser maximizado en expectativas y desbordado en alternativas de desarrollo que no siempre se concretan, puede convertirse en un enfoque que oscurece y retrasa la promesa de generar verdadero crecimiento económico. Esta sección plantea la necesidad de repensar la forma como se mide el impacto del emprendimiento.

En el cuarto capítulo, “Consideraciones éticas sobre el fomento al emprendimiento”, la dicotomía dialógica de luces y sombras expuesta en los apartados anteriores se aborda desde la perspectiva de la ética que permite una reflexión rigurosa sobre los verdaderos alcances y perspectivas del emprendimiento. En este sentido, la ética no se concibe como un instrumento normativo o una plantilla de valoración, sino como una aproximación discursiva mediante la cual se evalúan la profundidad y las implicaciones reales del fenómeno emprendedor.

Este capítulo analiza las responsabilidades éticas de los actores que promueven el emprendimiento —gobiernos, agencias, universidades y mentores— y plantea interrogantes sobre si las estrategias actuales de fomento responden efectivamente a las necesidades de los emprendedores o, por el contrario, los impulsan al mercado sin redes de protección adecuadas. Asimismo, se examinan los dilemas derivados del exceso de formalización, la instrumentalización del emprendimiento como política de respuesta al desempleo y la ausencia de un acompañamiento real en los territorios.

Y finalmente, en el capítulo quinto, “Iluminando el camino del emprendimiento”, se plantea desde una perspectiva propositiva la identificación de aquellas medidas que, en los planos macro, meso y micro, pueden aportar mayor claridad y abrir horizontes viables para la continuidad y el posicionamiento del emprendimiento. Se reconocen sus aportes positivos cuando logra articularse con políticas públicas bien diseñadas, ecosistemas de apoyo sólidos, procesos de innovación social y enfoques sistémicos que consideran dimensiones estructurales.

El análisis se organiza en tres dimensiones clave: la económica, que comprende los emprendimientos de alto impacto capaces de dinamizar sectores

productivos; la social, enfocada en iniciativas con propósito transformador y compromiso comunitario, y la institucional, orientada a las condiciones habilitantes que fortalecen la sostenibilidad y la escalabilidad de los proyectos. En este capítulo se destacan experiencias en las que el emprendimiento ha logrado incidir estructuralmente en el desarrollo territorial, la inclusión social y la generación de valor colectivo.

Luces y sombras del emprendimiento: una mirada crítica al discurso, la práctica y las políticas del emprendimiento en Colombia invita a matizar el entusiasmo generalizado en torno a este tema con una mirada más reflexiva, contextualizada y responsable. No toda idea de negocio es exitosa ni todos los emprendedores acceden a las mismas condiciones ni oportunidades. Por ello, resulta urgente construir políticas públicas, discursos institucionales y estrategias de fomento basadas en evidencia, sensibilidad social y un conocimiento profundo de los contextos locales. Este libro está dirigido a académicos, diseñadores de política pública, promotores del desarrollo, docentes y estudiantes interesados en comprender el emprendimiento más allá del lugar común, reconociendo sus contradicciones, dilemas y posibilidades reales de transformación.

Capítulo 1.

Emprendimiento en perspectiva: categorías y motivaciones

El emprendimiento, en su esencia, es una actividad dinámica y multifacética que impulsa la creación de nuevas empresas y la innovación dentro de las existentes. Este fenómeno no solo abarca la puesta en marcha de iniciativas empresariales, sino que se extiende a la transformación de ideas en productos y servicios que generan valor económico y crecimiento social, facilitando la adaptación a cambios tecnológicos y sociales, contribuyendo a la generación de empleo y riqueza, y generando un impacto significativo en el crecimiento personal y profesional de los individuos. Los emprendedores desarrollan habilidades clave como la resiliencia, la creatividad y la capacidad para resolver problemas, habilidades que los benefician en sus propios negocios y son valiosas en cualquier contexto laboral; además, ayudan a consolidar un capital humano altamente capacitado.

Impulsa la formalización de la economía, mejorando así la recaudación de impuestos y el acceso a servicios financieros y de seguridad social. Los emprendimientos sociales buscan generar valor social al proporcionar servicios y productos que responden a necesidades no cubiertas por el mercado tradicional en las comunidades. En el contexto actual de crisis ambiental, los emprendimientos verdes y sostenibles favorecen la protección del medioambiente y la sostenibilidad, con iniciativas como la economía circular y los negocios ecológicos que ayudan a mitigar el cambio climático y promueven un uso responsable de los recursos naturales.

El contexto colombiano ofrece un entorno propicio para el estudio del emprendimiento, con una historia rica en políticas públicas y programas de apoyo que buscan fortalecer el ecosistema emprendedor. Desde las primeras iniciativas gubernamentales en los años ochenta hasta las estrategias

recientes del Plan Nacional de Desarrollo, el país ha puesto en marcha diversas acciones para fomentar la cultura emprendedora, mejorar el acceso a financiamiento e impulsar la innovación.

La diversidad del emprendimiento se manifiesta en sus diferentes formas y contextos. Desde los emprendimientos tecnológicos que emergen de la academia hasta aquellos que se desarrollan en entornos rurales y culturales, cada uno presenta características y desafíos sin par. Este capítulo se propone, en primer lugar, explorar las diferentes tipologías del emprendimiento, proporcionando un marco conceptual que permita comprender su variedad y el impacto que produce en las sociedades modernas. Mediante la clasificación de los emprendimientos por actividad, origen y objetivo, se busca ofrecer una visión integral de cómo estos aportan al desarrollo económico y social. Además, se abordarán las especificidades del intraemprendimiento y el emprendimiento corporativo, destacando su importancia en la innovación y la competitividad empresarial.

En segundo lugar, se reflexionará sobre los efectos negativos de algunos emprendimientos, tanto en el ámbito económico como social; para esto, se considera que, aunque se ha concebido al emprendimiento desde una mirada optimista y favorable para la economía y la sociedad, algunos de ellos, en lugar de generar valor, pueden tener impactos negativos en distintos niveles. Estos pueden incluir la explotación de trabajadores, la degradación del medioambiente y la perpetuación de desigualdades sociales. Asimismo, el fracaso empresarial puede llevar a consecuencias financieras y emocionales significativas para los emprendedores y sus familias.

Es importante reconocer que no todos los emprendimientos contribuyen de manera productiva a la sociedad; algunos pueden ser improductivos o incluso destructivos, según la clasificación de Baumol (1990). Este análisis permitirá abordar el supuesto común de que cualquier persona puede ser emprendedora y que el emprendimiento es la solución definitiva a los problemas económicos. Y se dejarán las bases para explorar a lo largo del libro si el ecosistema está preparado para acompañar a los emprendedores ante las complejas realidades y los desafíos significativos que enfrentan, incluyendo el acceso a financiamiento, el apoyo institucional y el desarrollo de las habilidades necesarias para gestionar un negocio exitoso.

Aproximaciones al emprendimiento

En los últimos años, se ha ampliado y actualizado la conceptualización del emprendimiento a la luz de nuevas investigaciones y lineamientos internacionales. Organismos globales han enfatizado su papel multifacético como motor de desarrollo económico, social y ambiental. Por ejemplo, el Global Entrepreneurship Monitor [GEM] (GEM, 2025, p. 12) lo considera como “el acto de iniciar y gestionar un negocio nuevo”. Este enfoque va desde la creación de *startups* innovadoras hasta pequeños negocios locales, reconociendo a todos como parte del fenómeno emprendedor. El GEM subraya además la importancia de la actividad emprendedora como motor de prosperidad futura y componente crucial del desarrollo económico, al punto de considerarla esencial para aportar soluciones a desafíos sociales y medioambientales globales. En otras palabras, iniciar una empresa no solo beneficia al emprendedor, sino que constituye una inversión en la economía de un país y, cada vez más, en la búsqueda de sostenibilidad para la sociedad y el planeta. Esta visión holística refleja una evolución en la definición clásica de emprender que trasciende la mera creación de negocios rentables para incluir su impacto en el bienestar colectivo.

Desde el punto de vista de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], el énfasis está en el emprendimiento como pilar de innovación, empleo inclusivo y crecimiento sostenible. La OCDE destaca que las pequeñas y medianas empresas (pymes) y los emprendedores son “motores de resiliencia y crecimiento”, ya que impulsan la innovación y la competencia, sostienen la competitividad en mercados globales, generan una proporción mayoritaria del empleo y dinamizan las economías locales. Igualmente, recalca que los emprendedores son centrales para aumentar la productividad y la inclusión social, siempre y cuando existan marcos institucionales propicios. En 2023, la OCDE aprobó por primera vez una Recomendación sobre Políticas para Pymes y Emprendimiento, reconociendo la necesidad de enfoques gubernamentales integrales. Dentro de las claves señaladas están la creación de entornos regulatorios favorables para la creación y escalamiento de empresas, la mejora en el acceso a financiamiento y capacitación, y el fomento de redes de innovación y encadenamientos productivos. En síntesis, para este organismo multilateral el

emprendimiento moderno involucra la iniciativa individual de crear empresa y un proceso habilitado por políticas públicas coordinadas que liberan el potencial emprendedor en la economía (OCDE, 2023). Esta visión incorpora explícitamente objetivos de transición digital y economía verde, entendiendo que las nuevas empresas deben también adaptarse a prioridades de sostenibilidad ambiental en las próximas décadas.

Por su parte, el Banco Mundial [BM] ha definido tradicionalmente el emprendimiento enfocándose en la formalización empresarial como vía para el desarrollo. En términos operativos, el BM concibe el emprendimiento principalmente como las “actividades de un individuo o grupo dirigidas a iniciar actividades económicas en el sector formal bajo una figura legal de negocio”. Esta definición —originada en estudios del Banco Mundial (Klapper *et al.*, 2008, p. 3)— pone de relieve la creación de nuevas empresas formales (registradas legalmente) como eje del emprendimiento, distinguiéndolo de la informalidad. Consecuentemente, los indicadores globales promovidos por el Banco Mundial, como los registros de nuevos negocios o densidad empresarial, miden el dinamismo emprendedor por el número de empresas que ingresan al sector formal de la economía.

En años recientes, esta entidad ha enfatizado el rol de las pymes y de los nuevos emprendimientos en el apoyo al empleo y la reducción de la pobreza, especialmente en economías menos desarrolladas. Se estima que las pymes representan alrededor del 90 % de las empresas a nivel mundial y generan más del 50 % de los empleos en el planeta, por lo cual promover el emprendimiento es crucial para un crecimiento inclusivo. El enfoque actualizado del BM hacia el emprendimiento es integral: busca fortalecer el clima de negocios y las condiciones que permiten a los emprendedores surgir y crecer. Esto implica apoyar reformas para facilitar la apertura de empresas, reducir la burocracia y la corrupción, y mejorar el acceso a financiamiento y capital para los nuevos negocios. De hecho, la provisión de fondos se identifica como uno de los mayores obstáculos para el crecimiento de las pymes en países emergentes, por lo que el BM implementa programas específicos para mejorar la aprobación de créditos, garantías parciales y capital semilla para emprendimientos innovadores (Banco Mundial, 2023). La visión de este organismo resalta el emprendimiento formal como catalizador del desarrollo, condicionando su éxito a un ecosistema financiero e institucional favorable que permita a las nuevas empresas nacer, sobrevivir y escalar.

A partir del enfoque metodológico, desde hace décadas se ha planteado la necesidad de orientar la agilidad y eficiencia del emprendimiento. Autores como Ries (2011), que introduce el concepto de *lean startup*, enfatiza en su orientación desde el aprendizaje validado, la experimentación científica y la iteración de productos que encuentren un modelo de negocio sostenible. Este patrón ha sido ratificado en escenarios latinoamericanos por Innpulsa Colombia (2024) como una herramienta clave para iterar soluciones, validar hipótesis y reducir el riesgo de fallos tempranos.

Según Sornoza *et al.* (2018), el término “emprendedor” se utiliza para referirse a aquellos individuos con la iniciativa y determinación necesarias para crear empresas o emprender proyectos. Estas definiciones reflejan la idea de que el emprendedor se enfrenta con audacia a la tarea de ejecutar un plan utilizando creatividad e innovación para lograr una meta que históricamente ha sido concebida como de valor agregado (Forero *et al.*, 2024).

De esta forma, la actividad emprendedora se entiende desde las probabilidades de obtener beneficios, la identificación de oportunidades de negocio, la optimización de recursos y la gestión del riesgo (Cárdenas y Hernández, 2021). Asumir riesgos es, por definición, una característica de individuos altamente capacitados que buscan innovar (Forero *et al.*, 2024). El emprendimiento se ha convertido en una alternativa para la generación, incubación, planteamiento y ejecución de ideas de negocio en el mercado. Esta opción puede surgir de decisiones individuales, de la identificación de ideas innovadoras, de la realización de proyectos específicos o incluso de la evolución de empresas ya existentes. Para respaldar este proceso, se han creado diversas herramientas, como los modelos de negocio, que ayudan a diseñar iniciativas que promuevan la sostenibilidad y la competitividad organizacional, especialmente en el contexto actual de la era digital y el conocimiento (Niskanen *et al.*, 2017).

A escala nacional, los conceptos de emprendimiento también se han ido adaptando para incorporar estas visiones globales, ajustadas a la realidad local. En Colombia, el documento Conpes 4011 de 2020 –que delineó la Política Nacional de Emprendimiento– ofrece una definición amplia de esta actividad como un proceso que involucra habilidades, financiamiento, redes de apoyo, innovación y un andamiaje institucional, todo orientado a generar nuevos ingresos y progreso económico. Este documento de política pública reconoce que el emprendimiento depende de las capacidades in-

dividuales del emprendedor (formación, competencias, actitudes) y de las condiciones del entorno (acceso a crédito, mercados, tecnología y soporte institucional). De hecho, el Conpes 4011 identifica cinco barreras principales que históricamente han limitado el ecosistema emprendedor colombiano:

- Insuficiencia en las habilidades, competencias y cultura para el emprendimiento en la población.
- Acceso inadecuado a financiamiento, que dificulta obtener capital semilla o crédito para crecer.
- Debilidad en las estrategias de comercialización de los emprendimientos, afectando su llegada al mercado.
- Limitado desarrollo tecnológico e innovación aplicado al emprendimiento.
- Desarticulación institucional en el apoyo al emprendimiento, con actores poco coordinados.

Estas dificultades, lejos de negar la importancia del emprendimiento, constituyen puntos claramente definidos para fortalecer la gestión emprendedora como uno de los motores de crecimiento económico y social del país. De esta manera, y en consideración a los elementos mencionados, este es un proceso dinámico que involucra la identificación de oportunidades de negocio, formulación de ideas creativas e innovadoras, y la materialización de estas ideas en proyectos o empresas viables y sostenibles que redunden en beneficio del crecimiento económico, social y ambiental al contribuir al progreso de una comunidad, mediante el fomento del empleo, la generación de riqueza y la promoción de la innovación.

En línea con las tendencias internacionales, la política nacional promueve acciones para subsanar las fallas del entorno emprendedor: educación y formación empresarial, desarrollo de incubadoras y redes de mentores, mayor acceso a financiamiento (fondos de capital emprendedor, microcrédito, garantías), adopción de tecnología e innovación, y la simplificación de trámites para crear empresa (DNP, 2020). Todo esto refuerza una noción contemporánea de emprendimiento en Colombia como proceso dinámico y habilitado por políticas, en el que el surgimiento de nuevas empresas viables se concibe como estrategia para el fortalecimiento regional, la generación de empleo de calidad y la transformación productiva.

Sin embargo, este planteamiento advierte que es necesario armonizar un ecosistema de emprendimiento, como ese entorno institucional y económico que facilita, interactúa y fomenta la creación y el crecimiento de nuevas empresas, nuevos negocios e identifica nuevos emprendedores. Los ecosistemas de emprendimiento con mejores resultados combinan educación empresarial, acceso a financiamiento, infraestructura digital y políticas inclusivas orientadas por la evidencia (Banco Mundial, 2023), pilares que aún no se ven consolidados en la implementación de la política de emprendimiento para el caso colombiano, a pesar de los deseos expresados en los respectivos documentos Conpes.

Los distintos enfoques institucionales recientes hacia el emprendimiento presentan matices, pero comparten pilares fundamentales. La OCDE proporciona un marco de políticas integrales e inclusivas; el BM, intervenciones enfocadas en eliminar barreras y financiar el crecimiento; el GEM, evidencia comparativa y énfasis en el valor social del emprendimiento, y las políticas públicas (como las de Colombia) adaptan estos lineamientos a su realidad económica. Convergen en concebirlo como un motor de crecimiento económico y progreso social, que genera innovación y empleo, y en resaltar que su promoción exitosa requiere un ecosistema propicio, es decir, un entorno con educación emprendedora, acceso a financiación, redes de apoyo, regulaciones favorables e instituciones coordinadas. Al mismo tiempo, divergen en sus acentos: mientras la OCDE habla de inclusión y sostenibilidad en el emprendimiento, el BM se centra en formalización y clima de negocios, y los esfuerzos nacionales abordan retos contextuales como la cultura emprendedora o la equidad regional. Estas diferencias son complementarias y reflejan la multidimensionalidad del emprendimiento.

Diversidad de emprendimientos: explorando las múltiples facetas y enfoques

En el entorno económico, social y empresarial contemporáneo y la pluralidad de enfoques y configuraciones en las que se originan los emprendimientos surge un amplio campo de estudio y análisis. Desde el ámbito rural hasta las ciudades saturadas de actividad, desde la aplicación de avances tecnológicos y técnicos hasta la salvaguardia de expresiones culturales enmarcadas en la diversidad étnica y biodiversidad de nuestro país, desde el contexto de

oportunidades de mercado o por vocaciones emprendedoras, hasta aquellos marcados por la necesidad de subsistir, el emprendimiento se manifiesta como una expresión de facetas, entrelazado en el tejido social y económico de las comunidades con potencial de desarrollo.

Los emprendimientos abordados en este capítulo no constituyen la totalidad de los posibles, ya que las actividades empresariales pueden ser tan variadas y complejas que pueden dar lugar a infinidad de categorías. Aquí se examinarán solo aquellos que, por su naturaleza, han tenido un impacto considerable en sectores como la educación, la salud y el bienestar, la ciencia y la tecnología, el agropecuario, el social o el cultural. Además, estos se alinean con los instrumentos actuales de política pública.

Elementos para su clasificación

Uno de los primeros autores en plantear una tipología de los emprendimientos fue el renombrado economista Baumol (1990) quien partió de la siguiente premisa: si los emprendedores o empresarios se pueden definir, sencillamente, como aquellos individuos creativos e ingeniosos que encuentran estrategias para aumentar su poder, riqueza o influencia, entonces es de esperarse que no todos tengan una preocupación significativa por si una actividad que cumple todos esas metas aporta mucho o poco valor social o, incluso, es un impedimento para la producción real o el bienestar común.

El autor propone que al menos uno de los principales factores que determinan el comportamiento empresarial en un momento y lugar específicos son las reglas de juego que rigen la redistribución de una actividad empresarial con respecto a otra. Si las reglas de juego —como las condiciones institucionales— son tales que impiden la riqueza por medio de la actividad A o son de un modo que imponen una desgracia social a los que se dedican a ella, entonces, en igualdad de circunstancias, los esfuerzos de los emprendedores tenderán a canalizarse hacia las actividades B, pero si B aporta menos a la producción o al bienestar que A, los efectos para la sociedad pueden ser considerables.

Las reglas de juego entonces suponen una variable clave en materia de política económica, pues son las que especifican los beneficios relativos de las distintas actividades empresariales, que a su vez determinan si la

actividad empresarial se dirigirá en caminos productivos o improductivos, lo que puede impactar en la fuerza del crecimiento económico. Así, mientras el número de emprendedores difiere entre sociedades, el aporte o contribución productiva de las actividades empresariales puede variar todavía más a causa de su distribución entre actividades de tipo productivo —como las innovadoras— y mayoritariamente entre actividades de tipo improductivo —como la búsqueda de rentas o la delincuencia organizada— (López, 2016), caso último que Baumol (1990) denomina actividades destructivas.

Se establece de este modo una categorización de emprendimientos productivos, improductivos y destructivos (Baumol, 1990). Los primeros son el verdadero motor de la innovación y el desarrollo económico, que además pueden relacionarse con el descubrimiento de buenas oportunidades de negocio, con el consecuente aumento en el bienestar. Así, dependiendo del tipo de actividad que se desempeñe, los empresarios tendrán un papel innovador o productivo o uno que incluso puede implicar comportamientos empresariales parasitarios y dañinos para la economía y la sociedad.

Asimismo, los improductivos buscan obtener utilidades a partir de vacíos jurídicos o simplemente subsistir mediante su actividad económica. Estos dirigen la mayoría de sus esfuerzos a obtener una redistribución ventajosa de la riqueza con actividades como el *lobby*, la cooptación de organismos reguladores o, bien, el otorgamiento de dádivas a funcionarios públicos con la meta de los beneficios económicos.

Aunque los destructivos se relacionan con los improductivos en el sentido de que no aportan a la economía ni al bienestar social, también se caracterizan porque se ejercen en medio de circunstancias ilegales y por medio de actividades económicas conectadas con prácticas criminales y de delincuencia organizada (Baumol, 1990) como el contrabando.

Ahora bien, para determinar la funcionalidad de un emprendimiento, es decir, si es productivo, improductivo o destructivo, en primera medida se debe evaluar su calidad, entendida como la medida en que los nuevos negocios contribuyen al desarrollo económico sostenible, es decir, que logren un impacto positivo significativo en el crecimiento económico. Algunos de los factores que hacen esto posible son la innovación, la gestión efectiva, la adaptabilidad al mercado, la inversión en recursos humanos, la sostenibilidad ambiental y social, y la capacidad para generar empleo de calidad.

Asimismo, la calidad de los emprendimientos también se vincula con la posibilidad que tienen para resolver problemas del mercado de manera eficiente y ofrecer productos o servicios que satisfagan las necesidades del consumidor. Además, estos tienen más probabilidad de surgir en contextos en los que se cuenta con marcos institucionales sólidos, como lo plantea Baumol (1990), en el sentido de las reglas de juego como la existencia de políticas gubernamentales favorables y un entorno empresarial propicio.

Por otro lado, autores como Guachimbosa *et al.* (2019) enfatizan en la importancia de conocer el perfil del emprendedor como un factor crucial para la clasificación de emprendimientos. Analizar sus motivaciones, aspiraciones y su clima sociopolítico se vuelve clave en la percepción del emprendimiento y determina si estas nuevas organizaciones serán por oportunidad o por necesidad.

En el primer caso se trata de actividades empresariales realizadas por individuos que identifican oportunidades de mercado y deciden emprender para aprovechar el potencial de esas oportunidades. Estos emprendedores tienen una actitud más proactiva y dinámica y buscan crear valor y crecimiento por medio de sus negocios. Suelen generar más empleo, tener mejores indicadores de exportación, y abrir nuevos nichos de mercado (Acs *et al.*, 2021). Por lo demás, tiende a originar empresas con mayor potencial de crecimiento, innovación y creación de empleo sostenible, siendo un foco constante de estudio para comprender los factores contextuales que impulsan su desarrollo (Estrada *et al.*, 2020).

El segundo caso, por el contrario, abarca las prácticas empresariales iniciadas por personas, debido a la falta de alternativas viables de empleo y que se ven forzados a emprender por circunstancias económicas adversas. Estos emprendedores no eligen emprender como primera opción, sino que lo hacen por la necesidad de obtener ingresos y subsistir (Nicolaidis *et al.*, 2021). Suelen ser los menos preparados y tener menos experiencia específica, así como tener un menor coste de oportunidad y, en consecuencia, opciones de negocio con menor rentabilidad (Estrada *et al.*, 2020). En general, los emprendimientos de este tipo suelen centrarse en iniciativas que requieren escasa inversión inicial, operan con frecuencia negocios marginales, pequeños o locales y con pocos empleos, en los que el emprendedor fundador, por lo general, tan solo puede emplearse a sí mismo.

El GEM, en documentos como el Índice Subnacional de Emprendimiento (2023) para el contexto colombiano, continúa distinguiendo entre emprendimientos por necesidad y por oportunidad, y considera como elementos de clasificación a los que surgen de la motivación de tener altos ingresos y producir riqueza; aquellos que buscan continuar con la tradición familiar; los que nacieron para intentar marcar una diferencia en el mundo (emprendimiento social), y, finalmente, los que se dan para sobrevivir por la escasez de empleo.

La profundización en el emprendimiento social, por ejemplo, ha sido notable, enfocándose en la búsqueda de soluciones innovadoras a problemas sociales o ambientales, equilibrando la misión social con la viabilidad económica y la medición del impacto (Doherty *et al.* 2020).

Las distintas formas de entender el emprendimiento que han sido presentadas resultan insuficientes al momento de abordar sus expresiones más allá de las condiciones motivacionales —como en el caso del emprendimiento por necesidad o por oportunidad— (Guachimbosa *et al.*, 2019) más allá de los efectos de su accionar empresarial con relación a las reglas de juego —como en el caso de los emprendimientos productivos, improductivos o destructivos— (Baumol, 1990), y más allá de la capacidad de reaccionar ante las circunstancias del entorno —como en la tipología de emprendimientos flexibles, restringidos o proactivos— (Chen y Yang, 2009).

La insuficiencia se revela cuando se intenta comprender a los emprendimientos en virtud de otros elementos como las características propias de las actividades que realizan o por los objetivos que buscan cumplir. De esa manera, se propone una categorización que incluye los emprendimientos por actividad, por origen y por objetivo. Esta tipología será explicada en detalle y, del mismo modo, se abordarán ejemplos de emprendimientos que cada una engloba.

Emprendimientos por actividad

Lejos de ser una experiencia uniforme, el emprendimiento adopta formas diferenciadas que dependen en gran medida del tipo de actividad económica que se desarrolle. La clasificación del emprendimiento por el sector o naturaleza de los bienes y servicios que produce o comercializa constituye una de las

formas más intuitivas y operativas de entender el panorama emprendedor (Ács *et al.*, 2018). Esta perspectiva categoriza los emprendimientos de manera comprensible y analiza su estructura, estrategias y retos según las características propias del sector al que pertenecen.

Cada actividad económica presenta condiciones específicas: intensidad de capital, nivel de regulación, dinamismo del mercado, ciclo de vida del producto, base de clientes y grado de innovación requerido. Así, un emprendimiento en biotecnología enfrenta retos profundamente distintos a uno en comercio minorista, aunque ambos compartan el propósito de generar valor. Este análisis permite capturar patrones de comportamiento diferenciados y diseñar políticas sectoriales más eficaces (Consejo Privado de Competitividad *et al.*, 2024).

Una de las principales ventajas de esta clasificación es su aplicabilidad a políticas públicas focalizadas, la identificación de tendencias de mercado y el análisis comparativo del desempeño sectorial. Gracias a ella, por ejemplo, se comprende por qué ciertas regiones se convierten en *hubs* de *software*, *agrotech* o turismo, así como evaluar el potencial de impacto social, económico y ambiental de sectores emergentes como la economía circular o las energías renovables (Autio *et al.*, 2014).

Sin embargo, esta categorización también presenta limitaciones. La creciente hibridación sectorial —como ocurre con *startups* *agrotech*, que integran inteligencia artificial o emprendimientos de economía colaborativa que cruzan logística, finanzas y servicios— dificulta la asignación rígida a una única categoría. De esta forma, catalogar por actividad no facilita la identificación del nivel de innovación, la motivación del emprendedor (necesidad u oportunidad) ni el modelo de negocio implementado, lo que puede llevar a una lectura parcial del fenómeno emprendedor (Bogers *et al.*, 2018).

De igual manera, la clasificación por actividad tiende a enfocarse en el “qué” del emprendimiento (el producto o servicio), descuidando el “cómo” y el “por qué”, que son claves para entender el potencial de transformación o sostenibilidad del negocio, pero a menudo ignora los procesos internos, la cultura organizacional, el uso de la tecnología o las motivaciones profundas del emprendedor, cruciales para el éxito (Guachimbosa *et al.*, 2019).

No obstante, cuando se utiliza en combinación con otras tipologías —como el grado de innovación, la escala territorial, la motivación emprendedora o

el impacto esperado—, la sistematización por actividad se convierte en una herramienta poderosa para comprender el ecosistema emprendedor de manera más holística. Esto es particularmente útil para el análisis de clústeres regionales, la orientación de instrumentos de financiación sectorial, y la identificación de brechas u oportunidades de mercado (Bharadwaj *et al.*, 2013).

En síntesis, ordenar los emprendimientos según su actividad sigue siendo una estrategia válida y útil, especialmente cuando se aplica con criterios flexibles y en articulación con otros enfoques analíticos. Así, y en un contexto de transformación tecnológica acelerada, transiciones ecológicas y cambios en los patrones de consumo, se visibilizan tanto las luces como las sombras del emprendimiento según su sector: desde la capacidad de innovación hasta las restricciones estructurales, desde los ecosistemas vibrantes hasta las desigualdades de acceso a recursos estratégicos.

Emprendimientos científico-tecnológicos [ECT]

Los emprendimientos de base científico-tecnológica [ECT] surgen de la interacción entre academia, industria y, más recientemente, la sociedad, en el marco de lo que se ha denominado el modelo de triple hélice (Etzkowitz y Leydesdorff, 2000; Conpes 4069, 2021). Se basan en conocimientos generados a partir de actividades de investigación y desarrollo (I+D), con potencial innovador y una orientación a la creación de valor económico y social.

Su principal fortaleza reside en la capacidad para transformar conocimiento científico en soluciones aplicadas a problemas complejos. Sin embargo, enfrentan barreras significativas: dificultades de financiación, desarticulación entre actores del ecosistema y escasa formación empresarial en perfiles científicos (Duruflé *et al.*, 2018). En América Latina, el reto adicional radica en fortalecer los mecanismos de transferencia de tecnología desde instituciones de educación superior hacia el tejido empresarial (Kantis y Angelelli, 2020).

Así, el conocimiento es no solo el sustrato de la comprensión y explicación de la realidad, sino también un motor de desarrollo y un elemento dinamizador del cambio social, que bien puede aplicarse a los intereses de creación de valor económico y empresarial. En este contexto, el emprendimiento de base científico-tecnológica ha ganado protagonismo al cerrar la

brecha entre la investigación y la innovación, y al proporcionar soluciones a problemas complejos (Audretsch y Link, 2018). A pesar de esto, el proceso de innovación no es lineal y presenta desafíos importantes, por ejemplo, buena parte de los resultados y productos de las investigaciones permanecen infértiles en términos económicos.

Desde esta óptica aparece el concepto de “universidad emprendedora” (Etzkowitz, 2019; Guerrero *et al.*, 2021) para explicar cómo las instituciones educativas y los centros de investigación contribuyen al surgimiento de nuevos sectores con la creación de empresas. No obstante, la simple existencia de universidades no garantiza automáticamente la generación de emprendimientos. Para fomentar esta dinámica, se requiere la sincronización de elementos clave como la excelencia académica e investigativa, políticas de licenciamiento efectivas, posibilidades de financiación reales y conexiones sólidas entre investigadores y emprendedores (OCDE, 2021; Kantis y Angelelli, 2020).

Las políticas recomendadas sugieren una postura más abierta, que vaya más allá de las *spin-off* basadas en resultados de proyectos de investigación. En este sentido, la formación de emprendedores desde las etapas tempranas —ya sea en la formación académica o durante la carrera científica— es crucial para la generación de emprendimientos de este tipo. Los científicos y emprendedores presentan diferencias en sus enfoques, preferencias temáticas y actitudes ante el riesgo, lo que subraya la importancia de la formación adecuada (Duruflé *et al.*, 2018).

En el contexto latinoamericano el panorama parece ser un tanto distinto, pues las políticas de emprendimiento innovador parecen adoptar un enfoque más amplio. Aun así, las empresas basadas en propiedad intelectual de instituciones de investigación a menudo reciben atención limitada, por lo que resulta fundamental transformar los resultados de la inversión en I+D en beneficios tangibles para la sociedad. Esto se traduce en la necesidad de generar emprendimientos más intensivos en I+D y con mayor potencial de rentabilidad a largo plazo (Kantis y Angelelli, 2020). El emprendimiento científico-tecnológico también se ve afectado por un conjunto de condiciones macro que van desde la estructura empresarial y la plataforma de ciencia y tecnología para la innovación hasta factores asociados con la demanda del mercado.

A nivel general, y con el propósito de incrementar las posibilidades de lograr éxito y prevenir que los emprendimientos basados en ciencia y tec-

nología se conviertan en simples estadísticas de fracaso, es imperativo tener en cuenta diversos aspectos. La interacción colaborativa entre el gobierno, la academia, la industria y la sociedad da lugar a un ecosistema propicio para estimular el crecimiento y la sostenibilidad de tales emprendimientos. Mediante esta dinámica, estos emprendimientos están capacitados para enfrentar retos complejos y capitalizar oportunidades en el ámbito tecnológico en constante cambio. Las instituciones de educación superior, una de las tres entidades constitutivas de esta “hélice”, desempeñan una función crucial para el surgimiento de emprendedores. Su contribución se materializa por medio de la investigación científica y tecnológica, la administración del conocimiento y la formación de individuos con habilidades específicas.

De este modo, las universidades brindan el cimiento inicial en la formación de una serie de competencias clave para la generación de emprendedores exitosos de este tipo, relacionadas con el aprendizaje y la innovación, incluyendo el pensamiento crítico, la solución de problemas, la competencia en comunicación y colaboración, así como la creatividad y las habilidades investigativas. También otras, típicamente asociadas al rol de emprendedor, como la flexibilidad, adaptabilidad, iniciativa, autorregulación, interacción social e intercultural, productividad y responsabilidad en la gestión de proyectos (Agung *et al.*, 2018).

Las empresas generan oportunidades para establecer metas de investigación y desarrollo con la academia. Gracias a una colaboración efectiva y con reglas claras sobre la difusión o explotación del conocimiento adquirido, pueden aprovechar los conocimientos y experiencias generados por investigadores y académicos, propiciando procesos como la transferencia de tecnología, la participación de recursos y la formación de asociaciones que estimulan el crecimiento económico y la competitividad local y global.

Dentro de los proyectos específicos de aplicaciones de este tipo de emprendimientos se encuentran algunos en los ámbitos de la biociencia y la biotecnología. Existe una creciente relevancia de estos campos en el panorama científico y tecnológico contemporáneo, influenciados grandemente por las aceleradas transformaciones actuales en materia médica, así como por episodios como la pandemia global por COVID-19 que evidenciaron la necesidad de duplicar los esfuerzos en investigación y ciencia. La biociencia y la biotecnología son inherentemente interdisciplinarias, amalgaman conocimientos provenientes de la biología, la química, la genética y otras áreas

para concebir soluciones innovadoras que trascienden diversos sectores, tal como se visto en la medicina, la agricultura o la industria (Arpit, 2022). En ese sentido, se destaca el potencial intrínseco de la biotecnología para abordar desafíos globales apremiantes, como la seguridad alimentaria y el fomento de terapias vanguardistas para tratar una amplia variedad de enfermedades y condiciones.

También se sabe, en virtud de informes como el Global Biotechnology Report, que la inversión en el ámbito de la biotecnología ha experimentado un incremento significativo en los últimos años, con una especial atención en áreas como la biología sintética, la medicina regenerativa y la agricultura sostenible. Asimismo, este informe recalca el papel sumamente influyente de la biotecnología en la economía global, así como su impacto palpable en la generación de empleo y el estímulo al desarrollo económico (Arpit, 2022).

Es importante señalar que el emprendimiento de base científico-tecnológica no solo facilita la transferencia efectiva del conocimiento resultado de la investigación, sino que puede llegar a desempeñar un importante papel en la lógica económica y en la generación de empleo. Sus efectos se extienden más allá de la academia y la industria, conformando una nueva configuración organizacional y sistémica que integra conocimiento científico y emprendimiento para impulsar la generación de valor y el desarrollo económico (Kantis y Angelelli, 2020).

Además, la creciente relevancia de las tecnologías ha impulsado el estudio del emprendimiento digital que utiliza intensivamente las tecnologías digitales (Internet, plataformas *online*, *software*, datos) como base para sus modelos de negocio, productos o servicios, permitiendo una rápida escalabilidad y un alcance global (Nambisan *et al.*, 2019). La investigación actual profundiza en la creación de valor en entornos digitales, la economía de plataformas, la ciberseguridad y el impacto de la inteligencia artificial y el *blockchain* en el desarrollo de estos nuevos negocios (Bharadwaj *et al.*, 2021). El Índice Subnacional de Emprendimiento (2023) reconoce la importancia de la infraestructura digital y la adopción tecnológica como pilares fundamentales para el desarrollo de emprendimientos en Colombia, lo que subraya la relevancia de esta clasificación en el contexto actual.

Rappi es un claro ejemplo de emprendimiento científico-tecnológico en Colombia. Fundada en 2015, esta plataforma de entrega de alimentos

y servicios ha revolucionado la forma como los consumidores interactúan con los comercios locales. Utilizando tecnología avanzada y algoritmos complejos, ha sido capaz de ofrecer un servicio personalizado, lo que ha llevado a su rápida expansión en varios países de América Latina. Su éxito se basa en el desarrollo de una robusta infraestructura tecnológica que incluye inteligencia artificial y análisis de *big data* para optimizar las rutas de entrega y mejorar la experiencia del usuario (Forbes, 2021).

Emprendimiento rural

El emprendimiento rural se configura como una respuesta contemporánea a la necesidad de diversificar la economía en contextos no urbanos. Ha evolucionado a lo largo de la historia como respuesta a distintos cambios en los ámbitos económico, tecnológico y social. Desde sus raíces en sistemas feudales hasta su adaptación al capitalismo y la industrialización, ha tomado diversas formas en virtud de los contextos históricos y económicos, y sus demandas. Tal como se sabe, históricamente la agricultura ha sido el pilar económico en muchas sociedades. Desde esos sistemas feudales hasta el surgimiento del capitalismo, el control sobre la tierra y la producción agrícola definieron sustancialmente las relaciones de poder (Arias y Ribes, 2019).

En perspectiva histórica, las reformas institucionales asociadas a la Revolución Francesa dismantelaron privilegios corporativos, reforzaron la igualdad ante la ley y los derechos de propiedad, creando condiciones para la actividad empresarial independiente. Durante el siglo XIX, la industrialización y la modernización agrícola aceleraron procesos de especialización y, más tarde, estrategias de diversificación/emprendimiento agrícola que hoy se observan en la pluriactividad y la orientación al mercado de los hogares rurales (Acemoglu *et al.*, 2011; Fitz *et al.*, 2018).

En la actualidad, el emprendimiento rural enfrenta desafíos similares, pero con nuevas dimensiones. La pluriactividad, entendida como la combinación de actividades agrícolas y no agrícolas, se consolida como estrategia para diversificar ingresos y reducir riesgos en contextos inciertos (de la O Campos *et al.*, 2023). La especialización se ha afianzado como otra vía para encontrar nichos de mercado y competir en economías globalizadas.

Ahora bien, de acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO] (2019) el emprendimiento en el contexto del desarrollo rural puede entenderse como “una fuerza que moviliza otros recursos para satisfacer la demanda insatisfecha del mercado [...] como el proceso de creación de valor, reuniendo un paquete único de recursos para explotar una oportunidad” (p. 97). A diferencia de otras formas de emprendimiento que se basan en la incorporación de capital humano e inversiones, el rural se fundamenta en estimular el talento empresarial local y el consecuente crecimiento de empresas autóctonas, pues uno de sus aspectos definitorios radica precisamente en el emprendedor rural como aquel que está dispuesto a permanecer en su espacio y a contribuir a la emersión de riqueza local. Es así como el espíritu empresarial en las zonas rurales puede tener una base y un impacto comunitario, con relaciones basadas en la agricultura familiar y sus efectos en una comunidad agraria.

Las definiciones actuales resaltan su papel en la dinamización territorial y en la generación de empleo endógeno, así como en la producción de bienes con identidad cultural y valor agregado. Según la FAO (2019), el emprendimiento rural tiene una base comunitaria y puede derivar de prácticas tradicionales o incorporar tecnologías emergentes. La agricultura familiar, por ejemplo, representa cerca del 80 % de la producción alimentaria mundial y se vincula estrechamente con este enfoque (Imas, 2020).

Ejemplos de los emprendimientos rurales se expresan en las aplicaciones en el uso exclusivamente agrícola de los bienes y servicios y en la diversificación de los usos de los distintos recursos naturales y su combinación empresarial en cuestiones como el turismo, la formación técnica y profesional, el comercio, aplicaciones industriales como la ingeniería o la artesanía, el valor añadido en productos alimenticios y otros como la madera, y la posibilidad de hacer trabajos fuera del ámbito agrícola; también existen aplicaciones igualmente innovadoras en el uso de la tierra para reducir la intensidad de la producción campesina, por ejemplo, mediante la producción orgánica (FAO, 2019).

Asimismo, el emprendimiento rural tiene una relación con otras formas de economía como la denominada Agricultura Familiar [AF] o agricultura campesina que constituye un tipo de agricultura con explotaciones a pequeña escala realizadas por grupos familiares. La familia es la unidad de

producción principal y de fuerza laboral que destaca también por un trabajo enfocado en la sostenibilidad y protección de los recursos naturales (Imas, 2020). Tales elementos configuran esta forma de emprendimiento como un capital clave, ante amenazas que devienen de factores como el cambio climático y otros factores como la seguridad alimentaria. Por ejemplo, de acuerdo con la FAO (2019), del total de un aproximado de 500 millones de unidades agrícolas, el 98 % corresponde a formas de AF y produce cerca del 80 % de los alimentos que consume el planeta.

Para Colombia, estas iniciativas parecen de particular importancia de cara a la coyuntura actual de las intenciones de consolidación de paz en los territorios históricamente olvidados por las instituciones sociales. En medio de un conflicto que a lo largo de los años ha estado íntimamente relacionado con la tierra, su acumulación desmedida en pocas manos y sus procesos de producción, las formas de emprendimiento rural y agricultura familiar sobresalen por su potencialidad para generar dinámicas de crecimiento económico, tecnificación y democratización del acceso a recursos naturales.

En la misma dirección, se sostiene que este modo de emprendimiento puede aportar a la reconstrucción del tejido social por las dinámicas en que es ejercido, por personas excombatientes, así como por las propias víctimas del conflicto armado en el país. También puede fortalecer y contribuir al empoderamiento de las comunidades y la generación de ganancias y autonomía desde la creación de oportunidades laborales específicas (Bedoya *et al.*, 2020).

Además, sobresale que el emprendimiento rural ha evolucionado desde una perspectiva exclusivamente agrícola hasta incluir una gama más amplia de actividades económicas en entornos agrarios. Y cómo la capacidad de los emprendedores rurales ha sido clave a la hora de adaptarse a los cambios, innovar y tomar riesgos sigue siendo crucial. La pluriactividad, la especialización y la mentalidad empresarial son factores centrales para el éxito en un entorno agroproductivo en constante cambio. El emprendimiento rural tiene el potencial de revitalizar las zonas campesinas y de contribuir a la sostenibilidad económica y social en un mundo globalizado.

Emprendimiento cultural

El emprendimiento cultural se refiere a la actividad económica basada en la producción, promoción y comercialización de bienes y servicios culturales, artísticos y creativos. Este tipo de emprendimiento genera ingresos y tiene un profundo valor simbólico y social porque contribuye a la construcción de identidad, la diversidad cultural y la cohesión social (Unesco, 2022). Comprende sectores como las artes visuales, el patrimonio, el cine, la música, la arquitectura, el diseño, los videojuegos, las artes digitales y más. Estos sectores presentan dinámicas propias marcadas por la creatividad, la alta participación de talento humano y la interacción con las comunidades (OCDE, 2022; UNCTAD, 2023).

Una de sus características clave es su capacidad para forjar externalidades positivas que trascienden el ámbito económico. En América Latina, por ejemplo, se ha identificado un impacto significativo de las industrias culturales en la regeneración urbana, el turismo sostenible y la inclusión de poblaciones vulnerables (BID, 2022). Sin embargo, también se enfrentan retos estructurales como la informalidad, la escasa sostenibilidad financiera, la limitada bancarización y el débil acceso a mercados internacionales (Unesco, 2022). Los emprendedores culturales tienden a priorizar el valor artístico y social sobre el retorno económico, lo cual condiciona sus modelos de negocio. Esto genera tensiones entre el propósito creativo y la necesidad de sostenibilidad financiera. Además, persiste una histórica separación entre arte y economía que dificulta el acceso a fuentes de financiación tradicionales (DCMS, 2021).

En Colombia, el sector cultural representa cerca del 3 % del producto interno bruto [PIB] y emplea a más de 500 000 personas, siendo una fuente relevante de empleo juvenil, innovación social y dinamismo regional (Confecámaras, 2023). Programas como Economía Naranja han buscado articular el emprendimiento cultural con el desarrollo económico mediante incentivos fiscales, formación especializada y promoción de mercados nacionales e internacionales. Sin embargo, esta política no dio los resultados esperados: no logró tener la incidencia esperada en las cifras nacionales; propició un ambiente de censura que repercutió en la eliminación de apoyos, estímulos económicos y autonomía creativa. Al mismo tiempo, importantes referentes del medio señalaron que no hubo socialización de la política pública

y que reinaba un silencio intranquilizante hacia la prensa y la ciudadanía (Saldarriaga, 2022).

Por otra parte, estudios recientes alertan sobre la necesidad de fortalecer los ecosistemas locales, diversificar las fuentes de financiación y garantizar condiciones laborales dignas para los trabajadores de estas áreas (Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, 2023).

Desde una perspectiva crítica, el emprendimiento cultural debe entenderse como un espacio de encuentro entre creatividad, identidad y economía. Su potencial transformador no radica solo en su contribución al PIB, sino en su capacidad de producir valor simbólico, promover el desarrollo territorial y democratizar el acceso a la cultura. Reconocer esta multidimensionalidad es esencial para superar las sombras que persisten, como la precariedad, la invisibilización y la concentración de oportunidades en ciertos territorios o segmentos de la población.

Emprendimiento por origen

Los emprendimientos analizados según su origen reflejan motivaciones, recursos y condiciones muy diversas. Según el último reporte del GEM (2023), el emprendimiento por oportunidad —motivado por la identificación de una oportunidad en el mercado— suele ofrecer mejores posibilidades de creación de empleo y generación de valor agregado, aunque requiere condiciones habilitantes como acceso a capital, redes de apoyo y destrezas técnicas. En contraste, el emprendimiento por necesidad, que surge de la ausencia de alternativas laborales, presenta mayores tasas de mortalidad empresarial y rentabilidad reducida. Esta dualidad pone de manifiesto desigualdades estructurales que deben considerarse en las estrategias de fomento, incluyendo escenarios de emprendimientos familiares y los liderados por mujeres.

Emprendimiento familiar

El emprendimiento familiar representa una de las formas más extendidas de actividad empresarial en Colombia y en el mundo. Estas empresas, gestionadas por núcleos familiares o fundadas con capital familiar, predominan en los registros empresariales y muestran alta persistencia intergeneracional

(Confecámaras, 2024). En su núcleo, la empresa familiar se caracteriza por la cohesión de dos esferas complejas: la familia y la empresa. La confluencia de estos dos elementos suscita una interacción única que fusiona intereses económicos con vínculos personales. Sin embargo, las sinergias potenciales y las complejidades intrínsecas también establecen desafíos significativos que deben abordarse cuidadosamente para lograr una gestión efectiva.

En Colombia, el 70 % de las empresas registradas tiene origen familiar, y de estas, cerca del 35 % ha logrado sobrevivir más de diez años, lo que denota resiliencia en el tiempo (Confecámaras, 2025). Estas organizaciones aportan significativamente al empleo y a la economía regional, de modo especial en sectores como el comercio, la manufactura y los servicios.

Las luces del emprendimiento familiar radican en su compromiso a largo plazo, la identidad compartida entre la familia y el negocio, y la transmisión de valores. Además, su capacidad para mantener relaciones cercanas con empleados y clientes favorece una gestión más humana y de confianza. Estudios recientes destacan que este tipo de emprendimiento suele tener un enfoque conservador en la toma de decisiones, lo que reduce su exposición a riesgos extremos (OCDE, 2023).

No obstante, también enfrenta sombras estructurales, como la falta de profesionalización, la resistencia al cambio tecnológico y las dificultades en los procesos de sucesión. Según el GEM (2023), la mayoría de las empresas familiares en países latinoamericanos no cuenta con protocolos de sucesión ni estructuras de gobernanza formalizadas. De la misma forma, el involucramiento emocional puede dar origen a conflictos internos que afectan el rendimiento empresarial (Instituto de Empresa Familiar, 2023).

La evidencia sugiere que la institucionalización progresiva, la formación de nuevas generaciones y la diversificación del equipo directivo son fundamentales para la sostenibilidad del emprendimiento familiar (WEF, 2023). Asimismo, el fortalecimiento de redes de apoyo, acompañamiento especializado y acceso a financiamiento adaptado pueden potenciar su impacto económico y social.

En el corazón del emprendimiento familiar nace el concepto del relevo generacional, y la gran preocupación de la responsabilidad de los sucesores en continuar con el negocio y su legado familiar. La transferencia exitosa de conocimientos, valores y un claro modelo de gobierno corporativo fa-

miliar es fundamental para garantizar una transición sin sobresaltos o que represente una pérdida económica.

A pesar de esto, los retos inherentes, como el equilibrio de roles familiares y empresariales, así como la profesionalización de la gestión, pueden ocasionar tensiones y complejidades en las decisiones de crecimiento y supervivencia de la empresa familiar. Es probable que la confluencia de roles familiares y empresariales conduzca a conflictos de intereses y obstáculos en la comunicación. En este contexto, la profesionalización de la gestión se torna imperativa para asegurar la objetividad y eficiencia en la toma de decisiones.

Los emprendimientos familiares varían en sectores y dimensiones, desde pequeños negocios locales hasta corporaciones internacionales. Ejemplos icónicos como Walmart, Ford y Samsung ilustran la importancia económica y cultural del emprendimiento familiar. Estas empresas han sido moldeadas por los valores y visiones de sus fundadores y familias, demostrando la capacidad de perdurar a lo largo del tiempo y cruzar fronteras geográficas.

Este tipo de emprendimiento representa una intersección compleja de intereses familiares y empresariales. Aunque tiene el potencial de transmitir valores y tradiciones, así como generar empleo y contribuir a la economía, las complejidades inherentes exigen enfoques reflexivos y estratégicos. Las soluciones a los desafíos familiares y empresariales requieren un entendimiento sólido y estrategias bien definidas. Mediante un equilibrio bien gestionado, el emprendimiento familiar puede capitalizar sus ventajas inherentes y perdurar en el tiempo, dejando un legado duradero en el paisaje empresarial.

Emprendimiento femenino

El emprendimiento femenino ha emergido como un tema central en los ámbitos económico y social no solo por la creciente participación de mujeres en la creación de empresas, sino por el impacto estructural que produce en la equidad de género. Según el GEM (2023), la Tasa de Actividad Emprendedora Temprana [TEA] femenina en Colombia fue del 20.3 % en 2022, aunque aún inferior a la masculina, evidencia avances, pero también brechas persistentes.

Las luces del emprendimiento femenino se reflejan en su capacidad para crear empleos inclusivos, promover liderazgos diversos e incorporar visiones de sostenibilidad y comunidad en los modelos de negocio (WEF, 2021). Las mujeres emprendedoras demuestran altos niveles de resiliencia y compromiso, particularmente en sectores como comercio, servicios, agroindustria y salud, en los que su participación es destacada (Confecámaras, 2025).

No obstante, persisten sombras significativas. Las mujeres enfrentan mayores barreras de acceso al financiamiento, menor acumulación de activos productivos, restricciones en el acceso a redes y mentores, y una carga desproporcionada de trabajo doméstico no remunerado (OCDE, 2023). Por lo demás, los estereotipos de género, la discriminación institucional y la baja representación en sectores STEM¹ limitan sus oportunidades de escalar emprendimientos de alto impacto (Soldevilla, 2021).

El Informe de Confecámaras (2025) resalta que, si bien las mujeres crearon el 51 % de las nuevas empresas en el primer trimestre de 2025, estas siguen concentradas en sectores de baja capitalización y menor margen de crecimiento, como el comercio al por menor y los servicios personales. Esta segmentación limita su contribución estructural al cambio económico. Está claro que la falta de acceso a financiamiento es uno de los principales obstáculos, ya que las mujeres a menudo tienen dificultades para obtener préstamos y capital de inversión en comparación con sus contrapartes masculinas (Soldevilla, 2021). Sumado a esto se encuentran los desafíos relacionados con la conciliación entre el trabajo y las responsabilidades familiares y que pueden limitar sus posibilidades de crecimiento.

La brecha de género en la educación y la capacitación también pueden ser un obstáculo, ya que ellas enfrentan limitaciones en el acceso a la formación técnica y empresarial. Es posible que las barreras culturales y sociales, como los estereotipos de género y la discriminación en el entorno laboral, las disuadan de buscar oportunidades de emprendimiento. A pesar de los desafíos, el emprendimiento femenino presenta un potencial significativo para el crecimiento económico y la equidad de género. Las emprendedoras a menudo aportan una perspectiva única a sus negocios, innovan y diversi-

¹ Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, por sus siglas en inglés.

fican los mercados. Además, su participación activa en la economía puede contribuir al empoderamiento de las mujeres en otros aspectos de la vida.

Las iniciativas gubernamentales y las organizaciones no gubernamentales han comenzado a abordar los desafíos del emprendimiento femenino con políticas de igualdad de género, programas de capacitación y acceso a financiamiento específico para ellas. La tecnología y la digitalización también están abriendo nuevas oportunidades, permitiendo a las emprendedoras acceder a mercados globales y superar las barreras geográficas.

Por ejemplo, uno de los programas de apoyo empresarial para el fortalecimiento de emprendimientos femeninos, habida cuenta de las brechas de género existentes, tanto en las tasas de empleo como de liderazgo empresarial, es la iniciativa de financiamiento para mujeres emprendedoras del Banco Mundial que se creó en 2017 y desde entonces ha acompañado a más de 130 000 mujeres de pequeñas y medianas empresas, con inversiones que superan los 300 millones de dólares y 14 gobiernos donantes (WE-FI, 2021).

Este programa nació con cuatro estrategias fundamentales: en principio, mejorar el acceso a financiamiento que es una de las principales barreras —como se explicó en este mismo capítulo— a las que se tienen que enfrentar las mujeres cuando crean empresa. La Iniciativa de Financiamiento para Mujeres Emprendedoras (WE-FI, por sus siglas en inglés) pretende justamente proporcionar un capital y distintas herramientas para que ellas aumenten su acceso a estas fuentes de recursos. De hecho, el programa brinda plataformas para fortalecer los vínculos entre los proveedores, los compradores y las lideresas empresariales, de modo que son mucho más competitivas en las cadenas de suministro locales y globales. Por otro lado, WE-FI ofrece la entrada a un ecosistema de emprendimiento que les permite conectar con redes y mentores del medio. Y, finalmente, el programa busca mejorar las condiciones formales de los emprendimientos al ayudar a los gobiernos a reducir las limitaciones legales y normativas, así como las culturales, que dificultan su labor empresarial.

Con estas estrategias, WE-FI ha mostrado grandes resultados en diferentes países donde tiene incidencia. Por ejemplo, en Sri Lanka, en un esfuerzo combinado, diez instituciones financieras pueden brindar cerca de 30 millones de dólares en préstamos a emprendedoras. Por otro lado, el programa ha aportado en soluciones de reformas laborales en doce países

para la eliminación de barreras como consecuencia de los sesgos de género, llevando a que Pakistán y Jordania eliminen procedimientos de inscripción de empresas discriminatorios y se prohíba la segregación en el acceso a financiamiento por estos motivos (WE-FI, 2021).

En Colombia, el programa “Fondo Mujer Emprende” se ha consolidado como un instrumento clave de política pública para impulsar el emprendimiento femenino. Desde su fundación en 2020 ha canalizado más de 56 000 millones de pesos para financiar y fortalecer negocios liderados por mujeres, en alianza con entidades como Innpulsa, Confecámaras y Finagro. Gracias a un portafolio de servicios financieros y no financieros con enfoque de género, el programa acompaña a emprendedoras en diferentes niveles de innovación, desde iniciativas de subsistencia hasta proyectos escalables con alto potencial de crecimiento (Bancóldex, 2021; Vicepresidencia, 2022).

El desarrollo del emprendimiento femenino implica entonces no solo crear negocios, sino desafiar las estructuras de poder y concebir un entorno en el que todas las personas, independientemente de su género, tengan igualdad de oportunidades para desarrollar su potencial empresarial (Soldevilla, 2021). Este movimiento continúa evolucionando y demostrando que el cambio real es posible a medida que las mujeres continúan desafiando las expectativas y rompiendo barreras en el mundo del emprendimiento.

El emprendimiento femenino representa una oportunidad transformadora como un reto sistémico. Requiere incentivos económicos y reformas estructurales para eliminar las barreras de género en el ecosistema emprendedor. Una política pública efectiva debe integrar enfoques interseccionales, estrategias de acompañamiento especializado y acceso a financiamiento con enfoque de género.

Emprendimiento por objetivo

El emprendimiento por objetivo se refiere a aquellas iniciativas que nacen con una motivación orientada al impacto, más allá del beneficio económico. Este enfoque engloba a los emprendimientos sociales, ambientales, culturales, de economía del cuidado, economía plateada, y otros que buscan generar valor en dimensiones humanas y sostenibles (OCDE, 2023). La categorización por objetivo ha cobrado relevancia en contextos donde se exige a los modelos de negocio una mayor responsabilidad con la sociedad y el planeta.

En este tipo de emprendimientos, la rentabilidad se subordina al propósito. Si bien deben ser sostenibles financieramente, su éxito se mide principalmente por el valor que aportan a comunidades, ecosistemas o poblaciones vulnerables. Esta perspectiva ha sido impulsada por marcos como los objetivos de desarrollo sostenible [ODS] de Naciones Unidas, la economía del bien común y los modelos de empresa con propósito (UNDP, 2022; B Lab, 2024).

Emprendimiento social e inclusivo

El emprendimiento social ha evolucionado desde modelos asistencialistas hacia esquemas que promueven la innovación social, la autogestión comunitaria y la sostenibilidad a largo plazo. Según Defourny y Nyssens (2021), se trata de actividades económicas que combinan la misión social con medios empresariales para resolver problemas estructurales como la pobreza, la exclusión o la desigualdad.

En América Latina, el emprendimiento social se caracteriza por su hibridación: combina saberes ancestrales con tecnologías emergentes y moviliza recursos públicos, privados y comunitarios (Santos y Bandeira, 2023). A diferencia de la empresa tradicional, su legitimidad proviene del impacto generado más que del retorno financiero. Los emprendimientos sociales operan en sectores como salud, educación, inclusión digital, servicios básicos y fortalecimiento de habilidades, y se destacan por su capacidad de innovación frugal y su cercanía a las necesidades reales de las comunidades (GEM, 2022).

Además, el emprendimiento inclusivo amplía el espectro al enfocarse en poblaciones excluidas —personas con discapacidad, mujeres cabeza de hogar, migrantes, víctimas del conflicto, entre otros— para promover equidad y justicia social desde el diseño del negocio. Esto implica además de beneficiar a estas poblaciones, involucrarlas activamente como protagonistas en la cadena de valor (Cepal, 2023).

En Colombia, los emprendimientos sociales impactan positivamente a la población rural (34.2 %), víctimas del conflicto armado (23.1 %), personas con discapacidad (16.7 %), comunidades indígenas (16.1 %), población LGBTIQ+ (15.4 %), afrodescendientes (15 %) y excombatientes (10.4 %) y

refugiados/inmigrantes (4.3 %) (Recon, 2021). Ejemplos destacados son la Escuela de Robótica del Chocó, Asoagripespa en Buenaventura y La Trocha, una cervecería liderada por excombatientes. El 95 % de los emprendedores sociales en Colombia afirma contribuir a la construcción de paz y al pos-conflicto, logrando transformaciones sociales sostenibles (Recon, 2021).

La sostenibilidad de estos modelos sigue siendo uno de los principales desafíos, especialmente en contextos donde el acceso a financiamiento, redes de apoyo y capacidades técnicas es limitado. Por ello, se requiere un ecosistema favorable que incluya políticas públicas integradas, marcos jurídicos diferenciados y plataformas de financiación híbrida (UNDP, 2022; OCDE, 2023).

Economía plateada: emprendimientos para la vejez

Otra expresión del emprendimiento por objetivo es la economía plateada, orientada a responder a las demandas de la población adulta mayor. Este segmento de la población —en crecimiento acelerado a escala global— requiere soluciones en salud, movilidad, vivienda, entretenimiento y servicios financieros adaptados (CAF, 2023). Lejos de ser vistos como pasivos, los adultos mayores se perfilan como consumidores activos, productores de conocimiento y emprendedores en sí mismos.

El enfoque en este tipo de emprendimientos permite repensar las relaciones intergeneracionales, promover la autonomía y redignificar el envejecimiento. Al mismo tiempo, abre oportunidades para modelos de negocio basados en el cuidado, la prevención y la innovación centrada en el usuario. Según la OCDE (2023), la economía plateada será uno de los motores de transformación más relevantes en las próximas décadas, con un fuerte componente tecnológico y humano.

El avance del envejecimiento demográfico mundial ha propiciado un interés creciente en la “economía plateada” (*Silver Economy*, en inglés) en manos de actores de políticas públicas, la academia y el ámbito empresarial. Este concepto, enfocado en las necesidades y demandas de la población adulta mayor, se ha convertido en un componente central en la discusión sobre cómo afrontar los desafíos y aprovechar las oportunidades que surgen en un contexto de envejecimiento poblacional. La economía plateada,

que se relaciona estrechamente con el cambio demográfico impulsado por el envejecimiento, ofrece una perspectiva económica y social que requiere una consideración exhaustiva y multidimensional.

La vejez de la población se ha interpretado tradicionalmente como una carga añadida para la sociedad, que se deriva de la demanda creciente de pensiones, servicios de salud y atención a la dependencia. Esta tríada de desafíos, reconocida como el “triple desafío del envejecimiento”, ha destacado la necesidad de repensar y adaptar los sistemas de bienestar social para atender a una población cada vez más avejentada. Al resaltar la vulnerabilidad física y social de las generaciones mayores, la pandemia de la COVID-19 ha acentuado aún más la urgencia de brindar respuestas efectivas a estas demandas crecientes.

Sin embargo, en medio de estos retos sustanciales, la economía plateada también ofrece oportunidades significativas para el desarrollo económico y social. Fuentes como el Banco Interamericano de Desarrollo [BID] (2020) sugieren que el crecimiento financiero y la generación de nuevos emprendimientos están intrínsecamente ligados al potencial de la población adulta mayor. A medida que las mejoras en la salud y la longevidad permiten una vida más activa y productiva para los adultos mayores, surge la posibilidad de prolongar la vida laboral, continuar con actividades educativas y contribuir activamente al desarrollo y al progreso de la sociedad.

La magnitud de la economía plateada se hace evidente al examinar datos concretos. Por ejemplo, en Japón, un mercado que ha superado los 1.1 us trillones se presentan como un claro ejemplo de su alcance, mientras que en la Unión Europea esta ha crecido hasta alcanzar los 3.7 trillones EUR en 2015, con perspectivas de llegar a 5.37 trillones EUR con un crecimiento anual del 5 % (Kumazaki, 2017). Estos indicadores refuerzan la noción de que la economía plateada puede ser un componente integral del crecimiento y, a la vez, una posible locomotora que impulse nuevas dinámicas en este campo.

La relevancia de la economía plateada para América Latina y el Caribe [ALC] adquiere una dimensión singular. Aunque esta es una región relativamente joven en comparación con otras partes del mundo, experimenta un envejecimiento acelerado. Se prevé que para 2050 más de una cuarta parte de la población en la región (27.5 %) tendrá más de 60 años. Esta rápida transición demográfica insta a los países de la región a prepararse

para transformar sus economías y adaptar sus sistemas de protección social (BID, 2020).

El desarrollo y la expansión de esta clase de economía acarrearán profundas implicaciones para la equidad de género, las disparidades socioeconómicas y las relaciones intergeneracionales. El envejecimiento de la población deriva en una reconfiguración demográfica que afecta de manera diferenciada a distintos grupos sociales. Esta transformación es especialmente palpable en la “feminización” del envejecimiento, debido a que las mujeres, en promedio, viven cinco años más que los hombres. En ALC, las cifras son reveladoras: existe una sobrerrepresentación de mujeres en el grupo de adultos mayores. Por ejemplo, en ALC, hay 8 millones más de ellas mayores de 60 años (55 % de la población mayor), en comparación con ellos. A medida que se amplía la perspectiva hacia grupos de mayor edad, como los mayores de 80 años, la diferencia de género se agudiza, alcanzando un 62 % de mujeres (Banco Mundial, 2019).

Esta feminización del envejecimiento también se manifiesta en el ámbito de la atención y el cuidado. En ALC, las mujeres asumen aproximadamente el 80 % de la carga laboral relacionada con el cuidado de los adultos mayores. Sin embargo, la falta de servicios de apoyo adecuados puede obligarlas a asumir estas responsabilidades de cuidado, lo que a menudo implica una reducción de su participación en el mercado laboral y una disminución de las oportunidades profesionales. Esta situación priva a la economía regional de una parte valiosa de su talento y también puede exacerbar las desigualdades de género y la brecha salarial (Stampini *et al.*, 2020).

En este escenario, la economía plateada presenta un conjunto de complejas dinámicas de género. Los empleos generados por el mercado de atención a la dependencia tienden a ser mayoritariamente ocupados por mujeres, lo que acentúa la importancia de abordar discusiones de equidad y empoderamiento femenino en este sector. Por ejemplo, en Corea, el 95 % de los empleados del sector son mujeres, muchas de ellas superan los 45 años (BID, 2020). En un contexto más amplio, la economía plateada interactúa con cuestiones de equidad intergeneracional y vulnerabilidad socioeconómica. Las poblaciones más vulnerables, con menores niveles educativos y empleo informal enfrentan condiciones más precarias en la vejez. Tienen un acceso limitado a la seguridad social y, por tanto, experimentan niveles más bajos de ingresos y circunstancias limitadas para aprovechar las nuevas

oportunidades de emprendimiento y empleo (BID, 2020). A esto se suma una mayor prevalencia de enfermedades crónicas y dependencia funcional.

En última instancia, el desarrollo y la implementación exitosa de la economía plateada requieren una colaboración intergeneracional y un diálogo social amplio que puede ayudar a quebrar los prejuicios arraigados contra los adultos mayores, promoviendo un entorno más inclusivo y respetuoso. Ejemplos como el Plan Maestro de Envejecimiento en California ilustran cómo un enfoque intergeneracional puede sentar las bases para una transformación positiva y equitativa en el ámbito de esta economía (BID, 2020).

La noción de economía plateada resalta la relevancia de los emprendimientos enfocados en la población adulta mayor en un contexto de envejecimiento demográfico. Aborda las necesidades específicas de este grupo poblacional y también tiene el potencial de impulsar el crecimiento económico tanto como la generación de empleo en un sector en crecimiento. Esta perspectiva demuestra cómo los emprendimientos pueden adaptarse a las dinámicas cambiantes de la población y contribuir a la equidad intergeneracional.

También emergen otros tipos de emprendimiento por objetivo, como los vinculados a la justicia climática, el cuidado de la biodiversidad o los derechos de las mujeres que exigen marcos analíticos más complejos. Tales modelos no encajan en las categorías tradicionales de análisis económico y obligan a revisar indicadores de éxito, métricas de impacto y lógicas de escalabilidad (Mazzucato, 2021).

El emprendimiento por objetivo, particularmente en su vertiente social, representa una manifestación transformadora orientada a resolver problemas estructurales que el mercado tradicional tiende a ignorar. Se distingue por priorizar el impacto social y ambiental sobre la rentabilidad económica, adoptando estructuras híbridas que difuminan los límites entre el sector lucrativo y el no lucrativo. Desde esta lógica busca un “doble resultado final” (*double bottom line*), en el que la generación de valor social y económico se entrelazan, como lo proponen referentes como Muhammad Yunus.

Dentro de sus luces más destacadas se encuentra su capacidad para producir cambios sistémicos al abordar fallas de mercado, facilitar innovación adaptada a contextos locales y promover empleo inclusivo en comunidades marginadas. Su sentido de propósito moviliza capital humano

comprometido, promueve alianzas multisectoriales y fomenta la resiliencia ante contextos adversos.

Sin embargo, estas fortalezas conviven con desafíos significativos. El más notorio es el dilema de equilibrar la misión social con la sostenibilidad financiera. La falta de acceso a financiación, los altos costos operativos en territorios excluidos, la complejidad para medir el impacto social y la carencia de marcos regulatorios específicos, limitan su escalabilidad y consolidación. También, la ausencia de habilidades empresariales en sus fundadores puede comprometer su sostenibilidad, y la competencia con empresas tradicionales agrava las barreras de entrada al mercado. El emprendimiento por objetivo refleja una de las formas más comprometidas del quehacer emprendedor contemporáneo. Pero su consolidación requiere de un ecosistema de apoyo robusto, políticas públicas coherentes, instrumentos financieros adecuados y estrategias de formación que potencien sus capacidades empresariales sin desvirtuar su misión. Solo así podrá afianzarse como una alternativa viable y sostenible ante los grandes desafíos sociales de nuestra era.

Intraemprendimiento y emprendimiento corporativo

El intraemprendimiento y el emprendimiento corporativo se refiere a la capacidad de las organizaciones existentes para fomentar la innovación y la creación de nuevas iniciativas o negocios dentro de sus propias estructuras. A diferencia del emprendimiento tradicional, que generalmente implica el lanzamiento de una nueva empresa desde cero, el corporativo se centra en la renovación y el crecimiento interno de una compañía establecida. En este contexto, el emprendimiento corporativo se consolida como una estrategia vital para la adaptación, innovación y generación de valor a largo plazo en empresas establecidas (Escorcia *et al.*, 2024; GEM, 2024; OCDE, 2023).

La capacidad de una organización para emprender desde dentro depende de su cultura organizacional, liderazgo innovador, estructuras flexibles y reconocimiento a las iniciativas internas. Esto le permite ser resiliente y potencia su competitividad de cara a cambios del mercado y nuevas demandas sociales (Suarez Ardila *et al.*, 2024). En el contexto colombiano, el emprendimiento corporativo puede desempeñar un papel importante en

la dinamización de la economía y en la creación de empleo de calidad. Las empresas que logran integrar prácticas de emprendimiento corporativo tienden a ser más resilientes con respecto a los cambios del mercado y más capaces de aprovechar las oportunidades emergentes (Conpes 4011, 2019).

Un estudio reciente concluyó que la educación avanzada, posterior al pregrado, incrementa la probabilidad de emprender iniciativas intraempresariales (Moreno *et al.*, 2022), lo que sugiere que el intraemprendimiento es un tipo de actividad emprendedora que se desarrolla dentro de las empresas existentes, impulsado por sus propios empleados o equipos. Este fenómeno se reconoce cada vez más en el ámbito académico como clave para la innovación empresarial. Este tipo de emprendimiento está estrechamente ligado a la “innovación intraempresa”, evaluada en indicadores como el Índice Subnacional de emprendimiento [ISE]. Medellín y Bogotá lideran estos indicadores con inversiones significativas en actividades de innovación, cooperación con organizaciones del conocimiento y el uso de herramientas digitales y Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación [ACTI] (Consejo Privado de Competitividad *et al.*, 2024). Factores clave como el capital humano calificado, la inversión en I+D+i, y la existencia de *spin-offs* empresariales son determinantes para fortalecer este tipo de emprendimiento.

El intraemprendimiento es esencial para que las empresas se mantengan competitivas en el mercado actual. Ambos conceptos requieren de un entorno organizacional que fomente la innovación, la toma de riesgos y la colaboración. El trabajo de Pineda (2022) proporciona un modelo conceptual valioso que identifica los factores organizacionales clave que promueven el comportamiento intraemprendedor en las empresas colombianas, ofreciendo una guía práctica para otras organizaciones que deseen seguir este camino. El Fondo Multilateral de Inversiones (Fomin), por ejemplo, destaca que el intraemprendimiento puede ser una herramienta poderosa para el desarrollo, ya que está correlacionado con la innovación empresarial y la competitividad económica (CISE, 2018).

Según Pineda (2022), el intraemprendimiento es el emprendimiento que ocurre dentro de las organizaciones gracias a empleados que adoptan comportamientos innovadores, proactivos, de creación de redes, reconocimiento de oportunidades y toma de riesgos. Este tipo de actividad es

crucial para que las empresas mantengan su competitividad en un entorno dinámico y globalizado y puedan adaptarse a los cambios.

Puede considerarse una actividad dentro de empresas ya establecidas que buscan innovar y mejorar sus procesos y productos. Además, se relaciona estrechamente con los emprendimientos científico-tecnológicos, ya que muchas innovaciones surgen de investigaciones y desarrollos tecnológicos internos. En Colombia, tal como lo sostiene el GEM, menos del 2 % de los trabajadores ha realizado actividades emprendedoras dentro de las organizaciones. Este dato resalta la necesidad de fortalecer el concepto de intraemprendimiento en el país mediante la investigación y el apoyo institucional (Marín, 2020).

Factores organizacionales promotores

Pineda (2022) identifica factores clave que promueven el comportamiento intraemprendedor en empresas colombianas. Sin embargo, a pesar de su relevancia, estos presentan luces y sombras en su aplicación práctica. Los más destacados son la cultura organizacional, el apoyo de la alta dirección, la tolerancia al riesgo, los sistemas de recompensa, el tiempo disponible para innovar y la estructura organizacional flexible.

En el plano positivo, una cultura organizacional abierta a la innovación y un liderazgo comprometido generan entornos propicios para la emergencia de ideas y proyectos transformadores (Rincón Moreno y Hernández García, 2022; OCDE, 2023). La asignación de tiempo y recursos, así como incentivos adecuados favorecen el desarrollo de competencias intraemprendedoras entre los empleados.

Sin embargo, también se identifican sombras importantes: muchas empresas enfrentan dificultades estructurales para sostener estos factores en el tiempo. La sobrecarga operativa limita el tiempo para innovar, y las estructuras jerárquicas rígidas inhiben la colaboración interdepartamental. Al mismo tiempo, las recompensas no siempre se alinean con el riesgo asumido ni con el valor aportado, lo que genera desmotivación (GEM, 2024; Escorcia *et al.*, 2024).

El desafío, por tanto, radica en pasar del reconocimiento teórico de estos componentes a su implementación sostenible. Para ello, es necesario integrar políticas internas coherentes, procesos de formación continua y métricas claras de impacto innovador. Solo así el intraemprendimiento dejará de ser una aspiración y se convertirá en un motor real de competitividad.

Desafíos en la implementación de estrategias

A pesar de los beneficios del intraemprendimiento y el emprendimiento corporativo, su ejecución enfrenta numerosos obstáculos que van más allá de la falta de recursos. La resistencia al cambio, los silos organizacionales, la ausencia de liderazgo transformacional y la carencia de métricas específicas entorpecen la consolidación de una cultura intraemprendedora (OCDE, 2023; GEM, 2024).

Aunque en teoría se reconoce la importancia de promover la innovación interna, en la práctica muchas empresas priorizan la eficiencia operativa por encima de la exploración de nuevas ideas. Esta tensión entre explotación y exploración representa uno de los mayores desafíos para incorporar el intraemprendimiento como parte integral de la estrategia corporativa (March, 1991; Escorcia *et al.*, 2024).

Superar estas barreras requiere más que declaraciones de intención. Es indispensable contar con liderazgo comprometido, estructuras organizacionales flexibles, recursos asignados específicamente para la innovación y procesos de aprendizaje continuo. Además, deben establecerse indicadores de desempeño que no solo midan resultados financieros, sino aprendizajes, colaboración y aportes al portafolio estratégico de la empresa (Moreno *et al.*, 2022).

El intraemprendimiento exitoso demanda asimismo una visión sistémica de la organización que reconozca que la innovación puede emerger desde cualquier nivel jerárquico. Para el efecto, es clave construir confianza, fomentar la autonomía responsable y conectar los esfuerzos intraemprendedores con los objetivos de largo plazo. En última instancia, la puesta en marcha efectiva de estas estrategias promueve la competitividad empresarial y contribuye a una economía más dinámica, resiliente e inclusiva.

Impactos del emprendimiento

El emprendimiento produce un impacto multifacético y profundamente significativo, actuando como un motor clave para el desarrollo económico y social en cualquier país (GEM, 2023; OCDE, 2022). Su influencia se extiende más allá de la mera creación de empresas, ya que abarca dimensiones económicas, sociales, de innovación y sostenibilidad (Confecámaras, 2025), y, por último, impulsa el crecimiento del PIB y la productividad.

En América Latina, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) representan cerca del 99 % del total de empresas y generan el 67 % del empleo formal, convirtiéndose en un eje fundamental para el dinamismo económico de la región (Cepal, 2020). En Brasil, emplean al 53 % de la población en contextos formales y contribuyen con el 30.4 % de los salarios de la economía nacional, representando el 27 % del PIB (da Silva, 2020). Por su parte, en México, participan con cerca del 30 % del PIB y emplean al 71 % de los trabajadores, representando el 99 % del total de las empresas, especialmente en los sectores manufacturero, comercio y servicios (Stezano, 2020).

En China, el fomento del espíritu empresarial es un aspecto clave de la estrategia económica nacional, tal como lo reveló el primer ministro: “el emprendimiento y la innovación masiva, a nuestros ojos, son una mina de oro que proporcionan una fuente constante de creatividad y riqueza” (Li, 2015, p. 1).

A pesar de una disminución general en la creación de empresas en 2024, en Colombia, la formación de sociedades aumentó un 5.2 %, destacándose como un motor para el desarrollo económico del país (Confecámaras, 2025). Las sociedades, en particular, se relacionan con un mayor crecimiento y productividad (Gaviria, 2022), e incluyen el emprendimiento en sus estrategias e instrumentos de política pública, como lo plantea la visión de la Política Nacional de Innovación de Colombia que subraya la importancia del emprendimiento para impulsar la productividad y la mejora de la calidad de vida de la nación.

Según estimaciones de la ANIF (2021), las pymes desempeñan un papel crucial, porque contribuyen de modo significativo al mercado laboral con aproximadamente el 65 % del empleo y representan hasta un 35 % del PIB. Este impacto económico es decisivo para el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza. Estos datos reflejan de alguna forma la prioridad dada al desarrollo de emprendimientos en el país con un notable flujo de capital

invertido para su fortalecimiento. Durante 2021, por ejemplo, se destinaron cerca de 1.73 billones de pesos para este propósito, marcando un impresionante crecimiento del 63 % con respecto a las inversiones de 2020 (Gaviria, 2022). Este ascenso sitúa a Colombia en una posición destacada como el país de América Latina con las condiciones más favorables para el emprendimiento, ocupando el puesto número 25 a escala mundial (GEM, 2023).

Uno de los impactos más directos y cuantificables del emprendimiento es la creación de puestos de trabajo. En 2024, el 45 % de las nuevas empresas en Colombia generó al menos un puesto de trabajo (Confecámaras, 2025). Las microempresas, que representan más del 99 % del total de empresas creadas en Colombia, son trascendentales en esta dinámica de empleo. El emprendimiento social contribuye a la creación de empleo sostenible e inclusivo, en especial para grupos socialmente marginados. Estudios como el de Recon (2021) indican que en Colombia los emprendimientos sociales crean en promedio siete empleos cada uno, es decir, que promueven la inclusión laboral con el 63 % de los empleados jóvenes (18-35 años) y el 55 % de mujeres.

Estos datos sobre el emprendimiento soportan a menudo la promoción de esta actividad como una solución mágica para muchos de los problemas económicos y sociales. Se celebra como una fuente de innovación, crecimiento económico y creación de nuevos puestos de trabajo. Sin embargo, esta visión positiva a veces puede ocultar las realidades más complejas y desafiantes del emprendimiento.

El emprendimiento facilita la movilidad económica y crea oportunidades de expansión. Las sociedades tienen una mayor tasa de movilidad empresarial (18 %) en comparación con personas naturales (0.7 %), lo que refleja su capacidad para crecer y consolidarse (Confecámaras, 2025) y, por otro lado, busca generar riqueza para la sociedad mediante cambios permanentes. Los emprendedores sociales se mueven por un compromiso ético y una responsabilidad transformadora para enfrentar fallas del mercado (Recon, 2021). A pesar del evidente impacto, cuantificar el valor y el beneficio del emprendimiento social resulta complejo, ya que las misiones sociales suelen ser difíciles de medir y sus efectos se materializan a mediano o largo plazo. Por ello, se requiere un modelo de impacto claro que complemente la idea de negocio (Recon, 2021).

El impacto del emprendimiento va desde el impulso económico, mediante la generación de empleo y valor agregado, hasta la transformación social por medio de la innovación, inclusión y construcción de comunidades más resilientes. Es esencial reconocer tanto sus contribuciones como sus limitaciones, promoviendo un ecosistema que apoye iniciativas sostenibles, inclusivas y orientadas al bien común.

Emprendimiento: entre luces y sombras

Aunque el emprendimiento tiene múltiples aspectos positivos, también exhibe problemas serios que no deben ser ignorados. No todos los nuevos negocios generan valor social o económico; algunos pueden reproducir inequidades, contribuir al deterioro ambiental o estar motivados por dinámicas improductivas o incluso destructivas (Baumol, 1990; Mazzucato, 2023). Estos pueden involucrar actividades que no aportan al desarrollo económico y social, como la búsqueda de rentas a partir de vacíos jurídicos, la cooptación de organismos reguladores o incluso la delincuencia organizada (Mazzucato, 2023).

Esto confronta el supuesto ampliamente difundido de que cualquier persona puede emprender exitosamente y que emprender es, por sí solo, un camino garantizado hacia el éxito. Además, el fracaso empresarial puede llevar a consecuencias financieras y emocionales significativas para los emprendedores y sus familias.

Aunque en América Latina y Europa las políticas de fomento productivo para el desarrollo de las MiPymes han sido una constante en las últimas tres décadas, es evidente que hay notables diferencias en cuanto a su enfoque, sus elementos fundamentales, sus prioridades y sus logros. En Europa, las políticas orientadas al fomento de las MiPymes se han ido incorporando progresivamente a los planes y acciones destinados a fortalecer las regiones y se han entrelazado con las iniciativas dirigidas al desarrollo de mercados, tecnologías, investigación y facilitación del financiamiento. En cambio, en América Latina, las medidas en favor de las empresas de menor tamaño han mantenido un estatus separado y han logrado una integración limitada y una coordinación deficiente con el resto de las políticas de fomento económico (Dini y Rueda, 2020).

En Brasil, por ejemplo, a pesar de representar el 99.7 % del total de empresas formales y de generar más del 54 % del empleo formal, las MiPymes se caracterizan por su baja productividad, dificultades de formalización y poca inserción internacional (Sebrae, 2024). En México, aunque las MiPymes generan el 71 % del empleo y cerca del 30 % del PIB, su tejido empresarial refleja alta heterogeneidad, escaso valor agregado y mínima innovación tecnológica (Inegi, 2023; OCDE, 2024). Tal como lo señala Stezano (2020) estas condiciones de alta heterogeneidad estructural y su consecuente desigualdad económica y social son características de América Latina, y evidencian las brechas en la capacidad de incluir el avance técnico y tecnológico en las estrategias de negociación, en el acceso a redes sociales y en las opciones de movilidad laboral ascendente a lo largo de la vida laboral.

La realidad colombiana tampoco escapa a estas tensiones. Según los informes de Confecámaras, de las empresas creadas en 2017, tan solo un 33.5 % seguían activas cinco años después (2022). Esta tasa es considerablemente inferior a los promedios de países de la OCDE que tienen tasas de supervivencia a cinco años mayores al 40 % y que, en Francia, Suecia o Bélgica superan el 50 %, lo cual evidencia debilidades en el ecosistema de soporte al emprendimiento. Por lo demás, el predominio de microempresas y el autoempleo reflejan un ecosistema marcado por la informalidad, el limitado acceso a crédito y la escasa formación empresarial.

Muchos programas de fomento al emprendimiento operan desde la lógica de que toda iniciativa empresarial es deseable. Sin embargo, la evidencia señala que solo una fracción de los nuevos emprendimientos crea efectos transformadores sostenibles, mientras que otros pueden perpetuar desigualdades o replicar estructuras informales e improductivas (Dini y Stumpo, 2020).

Adicionalmente, existe un imaginario ampliamente difundido que idealiza al emprendedor como héroe individual, ignorando las condiciones estructurales, institucionales y de clase que determinan quién accede a recursos, redes, formación y oportunidades reales para emprender en escenarios de alto impacto (Murtola, 2020). Esta narrativa de meritocracia emprendedora tiende a culpabilizar a los emprendedores por sus fracasos sin reconocer los límites impuestos por la mayoría de los contextos, lo que cuestiona el

papel de los Estados en la promoción y evaluación del fomento al emprendimiento en condiciones de desigualdad.

Si bien el emprendimiento puede ser motor de innovación y desarrollo, su promoción requiere una comprensión más matizada. Es imperativo transitar de un enfoque cuantitativo basado en el número de empresas creadas, hacia una perspectiva mixta que analice el tipo de emprendimientos, su impacto y su alineación con los objetivos de desarrollo sostenible y de equidad social.

Un aspecto crítico dentro de esta discusión gira en torno a los determinantes del éxito o fracaso del emprendimiento. Estudios recientes indican que la calidad del emprendimiento —entendida como su orientación a la oportunidad, capacidad innovadora y potencial de escalabilidad— tiene una influencia significativa en su probabilidad de supervivencia y generación de valor (GEM, 2023; Muñoz *et al.*, 2021). Emprendimientos impulsados por oportunidades, y no por necesidad, muestran mayor rentabilidad, ambición de crecimiento, empleo y contribución a la productividad agregada. Sin embargo, en muchos contextos de América Latina, la estructura socioeconómica condiciona el tipo de emprendimiento posible, lo que perpetúa brechas de calidad y limita el impacto de las políticas públicas si no se articulan con acciones estructurales más profundas.

Si bien los determinantes del fracaso o el éxito de los emprendimientos no incluyen solo su calidad —pues influyen ampliamente otros factores, como las reglas de juego institucionales, que también se abordarán—, lo cierto es que existe en el clima social y económico una exagerada prominencia de discursos sobre el emprendimiento como si, *a priori*, fuera la panacea, la mejor medicina ante las dificultades del desempleo o la baja productividad de los países.

Este énfasis ha ocultado otros análisis y reflexiones que resultan fundamentales para develar desde una perspectiva integral el fenómeno del emprendimiento con sus distintas implicaciones. Análisis, por ejemplo, referidos a temas como el papel del emprendimiento en los niveles ideológico y práctico para ocultar dinámicas relacionadas con las asimetrías estructurales que soportan las relaciones de poder y privilegios, así como el ocultamiento de que tales condiciones se encuentran asociadas con los tipos de oportunidades disponibles para las personas a la hora de crear empresas. En el mismo sentido, son necesarios y urgentes análisis sobre cómo el emprendimiento, en algunos contextos y en condiciones de supervivencia,

encubierto por la narrativa de la libertad y la oportunidad, sirven para velar las limitaciones materiales y estructurales al atribuir toda responsabilidad por el éxito y el fracaso individual, cuando detrás entran en juego dinámicas mucho más complejas y amplias (Murtola, 2020).

De la misma forma, datos como los presentados para los distintos países latinoamericanos, muestran un panorama que por sí mismo sugiere preguntas sobre la pertinencia de continuar promoviendo políticas y estrategias para el fomento del emprendimiento surgido en condiciones poco favorables. Por ejemplo: ¿deberían los gobiernos proporcionar créditos a los aspirantes a empresarios cuyos negocios probablemente entren en bancarrota a los pocos años? Y si desde los análisis especializados como los del GEM se sabe que el resultado promedio de estos esfuerzos es el fracaso, ¿qué pasa con las políticas de evaluación de impacto de estas estrategias de los distintos entes institucionales? ¿En función de qué datos y cifras se están fomentando las políticas y estrategias de promoción del emprendimiento? ¿Qué papel cumplen los agentes educativos en la formación desmedida de emprendedores en medio de un panorama como este? ¿Cuáles son las consecuencias en la vida de los emprendedores? ¿Quiénes asumen esas responsabilidades? Y ¿cómo el mercado o el consumidor está respondiendo ante el éxito o fracaso de los emprendedores?, y ¿Qué tan preparados se encuentran los ecosistemas de emprendimiento como el colombiano para responder con oportunidad y pertinencia a los retos del desarrollo económico y la dinámica emprendedora?

La intención con estos cuestionamientos más que proveer argumentos simplemente para la disminución de las políticas de estimulación en el sector económico y productivo para la creación de empresas, es plantear preguntas razonables que permitan entender la forma como se ha hecho la promoción de la actividad emprendedora en estos contextos y sus implicaciones. Además, se busca ofrecer análisis y reflexiones sobre cómo se realiza el emprendimiento en la actualidad y, si es posible, aportar elementos que permitan identificar falencias o fortalecer instrumentos de política de manera clara y direccionada.

Si el objetivo es generar riqueza y desarrollo económico que deriven en mejores condiciones de vida y bienestar social para las personas, entonces se debería cuestionar si, en efecto, el emprendimiento en contextos como

los mencionados está cumpliendo este objetivo, y si el ecosistema emprendedor realmente entiende las motivaciones del emprendedor y le apoya en cumplir su misionalidad de crecimiento económico y social.

Conclusiones

El capítulo 1 permite concluir que el emprendimiento debe ser entendido como un fenómeno dinámico y multifacético que integra dimensiones económicas, sociales, culturales y ambientales. Su diversidad de formas —científico-tecnológico, rural, cultural, femenino, familiar, social e incluso corporativo— confirma que no existe una única definición ni trayectoria, sino que su calidad e impacto dependen de las motivaciones, los marcos institucionales y las condiciones del entorno. La clasificación en emprendimientos productivos, improductivos y destructivos (Baumol, 1990) resalta la necesidad de políticas públicas que fomenten la cantidad de nuevas empresas y que orienten los esfuerzos hacia actividades de alto valor agregado, innovación y sostenibilidad.

Asimismo, el texto demuestra que el éxito del emprendimiento está condicionado por la existencia de un ecosistema habilitador. Organismos como la OCDE, el Banco Mundial y el GEM coinciden en que factores como acceso a financiamiento, educación, redes de apoyo, regulación clara y coordinación institucional son decisivos para convertir la iniciativa emprendedora en motor real de desarrollo. En el caso colombiano, las políticas públicas han avanzado en esa dirección, pero persisten brechas de formalización, capital, tecnología y cultura empresarial que limitan la escalabilidad y la supervivencia de los negocios.

Finalmente, el capítulo invita a reconocer las luces y sombras del emprendimiento. Si bien impulsa el empleo, la innovación y la cohesión social, también puede reproducir inequidades, precariedad laboral o impactos ambientales negativos cuando se desarrolla en entornos institucionales débiles. Por tanto, las políticas y programas deben superar la visión idealizada del emprendimiento como “solución mágica” y enfocarse en medir su calidad, impacto y sostenibilidad, asegurando que estos se alineen con los objetivos de desarrollo económico inclusivo, transición digital y sostenibilidad ambiental.

Capítulo 2.

Más allá del sueño emprendedor

Este capítulo propone avanzar en una visión crítica para comprender el fenómeno del emprendimiento desde los efectos simbólicos y subjetivos que produce la instalación del emprendimiento como mandato cultural. En particular, se examina cómo las representaciones dominantes configuran un “espíritu empresarial” que penetra en la subjetividad de los individuos, reforzando una lógica de autogobierno y rendimiento personal que oculta las responsabilidades sociales y colectivas. Tal como lo advierten autores como Han (2022) y Rosa (2021), el neoliberalismo emocional transforma al sujeto en empresa de sí mismo, responsable no solo de su éxito, sino también de su fracaso, con efectos psicosociales profundos.

En esa línea, este capítulo analiza la construcción del emprendedor como héroe: una figura que, con base en el esfuerzo, la resiliencia y el talento supera obstáculos hasta alcanzar el éxito material. Este modelo reforzado por medios de comunicación, políticas públicas, narrativas culturales y experiencias de emprendimiento altamente visibles (como los “unicornios”), funciona como un dispositivo ideológico en un juego que “maximiza” las posibilidades individuales y minimiza las estructuras de exclusión. A ello se suma el uso estratégico de estos relatos en plataformas de emprendimiento multinivel o de independencia financiera que apelan a la esperanza individual mientras se sostienen en contextos de precariedad estructural (Álvarez y Cortés, 2023).

Desde un enfoque más integral, este capítulo incorpora elementos psicológicos, como datos desde un enfoque de psicología cognitiva con el sesgo optimista y la ilusión de control (Gielnik et al., 2021) para explicar por qué, incluso en entornos adversos, muchas personas deciden emprender y perseverar aun cuando las probabilidades de éxito son mínimas. Esta tensión entre expectativas sociales e imposibilidades estructurales, sostenida por discursos de motivación individual, produce consecuencias documentadas

en términos de salud mental, relaciones interpersonales y bienestar financiero de los emprendedores.

Por medio del estudio de estos mecanismos socioculturales y psicológicos, este capítulo busca mostrar cómo el nivel simbólico del emprendimiento, que en otros escenarios podrían constituir luces, pueden representar discursos para ocultar factores estructurales determinantes. Se concluye reconociendo que una mirada crítica y contextualizada del fenómeno emprendedor no niega su potencial transformador, pero exige repensarlo desde perspectivas más justas, humanas y sostenibles.

Narrativas socioculturales y la seducción del emprendimiento

Los seres humanos tenemos una tendencia “narratológica”, esto es, un impulso narrativo de contar y dar sentido a las experiencias mediante relatos e historias, pues parece que no tenemos otra manera de describir el tiempo vivido que no sea en forma de narración. Los relatos, entendidos como prácticas sociales, se producen y circulan en una amplia diversidad de escenarios —desde la conversación cotidiana y los medios informativos hasta los entornos institucionales, culturales y digitales—, adoptando formatos breves y multimodales que hoy configuran buena parte de la experiencia comunicativa (De Fina y Georgakopoulou, 2019). Debido a su naturaleza construida y su dependencia de las prácticas y convenciones culturales y el uso del lenguaje, las narrativas reflejan las teorías y concepciones predominantes sobre el mundo y sobre las “vidas posibles” que forman parte de la propia cultura. De hecho, las narrativas que circulan en la cultura (literatura, medios, redes) funcionan como modelos de vida —patrones culturales o prototípicos que moldean identidades, expectativas y formas de acción— (Green y Appel, 2024).

En su estudio sobre emprendedores colombianos, Castro-Sardi *et al.* (2020) señalan que esta dinámica narrativa opera en contextos cotidianos (como conversaciones o medios) y también en procesos de formación emprendedora, donde los participantes construyen significados sobre sus desafíos y logros mediante historias personales. Esto confirma que la narratividad trasciende lo individual para modelar identidades colectivas en diversos ámbitos sociales, desde la educación hasta la creación de empresas.

En los relatos contemporáneos, la figura del emprendedor ha emergido como la de un protagonista central que se sobrepone a las dificultades para promover cambios sociales de gran envergadura. Esta imagen, que se ubica en lo que se ha denominado la teoría del Gran Hombre (Spector, 2016), se ha incorporado a las narrativas y a la conciencia colectiva por medio de las biografías de empresarios admirados y reconocidos, cuyas historias ocupan cada vez más espacio en las librerías del mundo, mientras se obvian las complejas interacciones y condiciones sociales de los diversos eventos que rodean el compromiso empresarial (Berglund *et al.*, 2012). Así, se ha posicionado a este sujeto económico como una de las claves para explicar el desarrollo, mientras que las explicaciones sobre las variables estructurales que son el fundamento de los cambios sociales parecen perder poder.

Estos argumentos reflejan valores sociales actuales, a través de los cuales los emprendedores interiorizan narrativas para alinear sus prácticas con expectativas culturales (Clarke y Holt, 2020). Sociedades que se caracterizan por constituir sistemas flexibles representados en procesos de individualización, con nuevos discursos sobre posibilidades para el desarrollo del florecimiento humano y la realización del proyecto de vida. Sociedades, además, fundamentadas en el riesgo, caracterizadas por las incertidumbres ecológicas, globales, financieras y psicológicas que solo se pueden afrontar con la construcción de biografías fuertes, flexibles y resilientes.

Sumado a esto, los ideales de este tipo de sociedades —las contemporáneas— conceptualizan la riqueza económica como un objetivo último que se puede lograr gracias al cambio continuo realizado por actores autónomos que supuestamente tienen control sobre esta transformación. Brandl y Bullinger (2009) afirman que la conexión causal entre el cambio, la riqueza y el individualismo implica, en gran parte, que el trabajo emprendedor representa en sí mismo un medio para la autorrealización y que el camino hacia la ganancia empresarial sea también la vía hacia el desarrollo y el crecimiento individual. Desde marcos regulatorios imperfectos y con una interpretación social variable, la acción emprendedora tiende a incluir la ruptura de reglas como vía para lanzar y escalar negocios cuando las normas no constriñen de forma uniforme. Esa transgresión puede ser funcional y socialmente valorada si abre espacio a nuevos productos, modelos y cambios institucionales; también puede ser ilegítima cuando exagera daños o viola expectativas colectivas (Lucas *et al.*, 2022).

Según Giddens (1991), en la modernidad, los individuos y las instituciones, liberados de sus lazos tradicionales tienen la necesidad de reflexionar constantemente sobre las prácticas sociales para poder construir sentido. En este contexto, la construcción de biografías propias se convierte en algo clave, en el que las tendencias y modelos existentes ayudan a aquellos que se sienten abrumados por esta tarea. A diferencia del modelo de la sociedad tradicional, en el que el progreso individual estaba ligado a seguir los pasos establecidos por su grupo social, la sociedad contemporánea valora biografías que rompen con estas continuidades generacionales. La innovación, personificada en la creación de proyectos privados y profesionales, la idea de una biografía única y la fundación de nuevas instituciones son elementos que definen la personalidad del emprendedor exitoso en la actualidad.

Sin embargo, las historias únicas que presentan estos casos personalizados de triunfo pueden resultar engañosas en cuanto producen una imagen poco realista del emprendedor. La capacidad de lograr lo imposible es una parte importante de los elementos discursivos implicados en estas narrativas sobre el emprendimiento, en las que se libra una batalla por el éxito y la supervivencia: el emprendedor hábil y sagaz es capaz de superar las dificultades —impuestos, legislación limitante, competencia— contra sus oponentes —los gobiernos, las otras empresas competidoras, los otros empresarios— (Hertel, 2020). Cuando el empresario muestra éxito, de alguna forma va acumulando capital simbólico (Bourdieu, 2000), una forma de capital atribuido al empresario que le permite hacer lo que para otros parece mágico, imposible o sobrenatural.

Por supuesto, en estos relatos, el éxito económico de estas personas suele eclipsar los graves defectos éticos que subyacen a las historias empresariales (Bager *et al.*, 2018) y que se relacionan con las condiciones de incertidumbre empresarial y moral a la que se enfrentan de forma permanente los emprendedores, para quienes hay mucho en juego; o, como suele ser el caso, la presentación de este éxito también suele ignorar las condiciones vitales iniciales de los exitosos, que con frecuencia nacen en circunstancias *per se* favorables para el desarrollo de actividades empresariales.

El poder de estas narrativas está precisamente en que, por un lado, muestran actos e historias casi heroicas que constituyen el objeto de la admiración colectiva al tiempo que perfiles ideales para seguir como modelos de comportamiento; y, por el otro, se basan en historias y biografías

que contienen el mensaje de que “cualquiera” puede recorrer el mismo camino. Así, se va contribuyendo a la producción y reproducción de discursos hegemónicos sobre el emprendimiento en la sociedad contemporánea, especialmente en la producción de un fuerte *ethos* que atrae y enseña a los aspirantes a emprendedores la receta añorada del “éxito”.

Sin embargo, estas historias muestran casos muy específicos que no representan el grueso del fenómeno emprendedor, y que se basan en la idea de que el espíritu empresarial es un rasgo de individuos superiores, con características de personalidad particulares conectadas con el logro y la propensión al riesgo y que son motivados por la competencia y la necesidad, lo que es una verdad a medias. De hecho, los Estados suelen impulsar la mayoría de las actividades empresariales e innovadoras (Mazzucato, 2014). De ese modo, se van inscribiendo y tomando fuerza en el pensamiento colectivo concepciones del emprendimiento —además de paradójicas— como algo imposible, pero alcanzable; ideas que también sirven para reforzar la atribución de éxito o fracaso emprendedor en el ámbito de la responsabilidad individual, al encubrir simbólicamente las condiciones materiales y estructurales que limitan las oportunidades reales de las personas para emprender.

Es posible analizar estas posturas que vinculan el éxito emprendedor con el esfuerzo individual desde enfoques contemporáneos de emprendimiento cultural (Clarke y Holt, 2020), en los que, si bien se reconoce la agencia del sujeto, se enfatiza cómo las narrativas de mérito y esfuerzo se construyen socialmente para legitimar prácticas económicas, articulándose de manera no conflictiva con los valores dominantes del entorno. Principalmente respaldadas por el campo de las ciencias económicas, aunque también encuentran apoyo en ciertas ramas de la sociología, la psicología y el derecho, estas teorías se basan en la premisa de que el libre albedrío prima sobre los factores contextuales. Interpretan las acciones individuales como resultado de cálculos racionales o utilitaristas, y en las que se evalúan conscientemente las ventajas y desventajas de cada acción.

No obstante, estudios como los de Kahneman (2011) han demostrado que, en realidad, el funcionamiento psicológico es proclive a tomar decisiones con base en procesos que pueden llevar frecuentemente a errores, pues la racionalidad de los seres humanos es limitada, debido a restricciones cognitivas, información incompleta y tiempo/recursos limitados. Este y otros autores han explicado cómo los seres humanos utilizamos atajos mentales

o reglas empíricas (heurísticas) para simplificar la toma de decisiones en situaciones complejas y que, mientras que estas heurísticas pueden ser útiles en muchos casos, también pueden llevarnos a cometer errores sistemáticos (Adamovsky, 2019).

En el ámbito del emprendimiento, las teorías racionalistas o subjetivistas de la acción humana ven el impulso de iniciativas innovadoras como el resultado de acciones individuales bien planificadas, en lugar de ser influenciadas por factores ambientales y sin considerar que los seres humanos no somos infalibles; se centran en los discursos razonados de los agentes y en la configuración psicológica para explicar las decisiones de emprender y el éxito empresarial. Sin embargo, estos enfoques tienden a pasar por alto las condiciones sociales e históricas que influyen en la acción emprendedora, así como los entornos económico y social en la que se desarrolla. Al mismo tiempo, tienen una inclinación hacia una interpretación económica del emprendedor, centrándose en sus implicaciones materiales y favoreciendo una metodología cuantitativa. Esto conlleva a definir al emprendedor como una persona física que inicia una empresa con fines de lucro en una economía de mercado. Aunque este punto de vista ofrece un marco claro para el estudio del emprendimiento, también plantea problemas al no considerar adecuadamente las diversas variables sociales, estructurales y cognitivas del acto de emprender.

Casos Mary Kay y Herbalife

Recientes análisis han considerado el lado oscuro del emprendimiento, incluyendo prácticas cuestionables y tensiones éticas, pero la investigación aún dedica poca atención a los estadios tempranos de creación de empresas, en los que el emprendimiento se vive más como estrategia de supervivencia económica que como vía de crecimiento (Pérez, 2024); sin embargo, la atención académica poco se ha centrado en los lados oscuros del emprendimiento, es decir, no ha considerado los primeros momentos del surgimiento de empresas y cómo esto es visto como medio de supervivencia económica, en contraposición al crecimiento.

Es probable que esto se deba a cómo las teorías tradicionales sobre el emprendimiento han hecho énfasis en construcciones del emprendedor arquetípico como casi un ingeniero económico, que crea nuevas oportuni-

dades de negocio y de empleo, que contribuye de manera significativa a la economía (Bouncken *et al.*, 2018). Esta idea del emprendedor arquetípico sostenido en los deseos de la independencia económica y del florecimiento humano por medio de proyectos de vida vinculados al espíritu empresarial, puede verse claramente reflejada en lo que ofrecen los modelos de negocios de Mary Kay y Herbalife, que se examinarán a continuación. Así, a pesar de que se reconoce que en general quienes inician un nuevo negocio no suelen hacerlo mediante estas empresas, estos casos sí son relevantes en tanto representan en la actualidad los relatos centrados en la libertad económica y de tiempo, y en los rendimientos que pueden obtenerse de una red sólida de socios, casi siempre conocidos.

Con lemas sustentados en la motivación personal, incluso llamados de fe, que se sostienen —de nuevo—, en grandes historias de éxito, tales negocios se promueven sin hacer explícitos los riesgos que pueden existir para los emprendedores, quienes inician con un capital propio y quienes deben hacerse responsables de cada uno de los momentos en la cadena de distribución y comercialización de los productos. Las ganancias provienen de la venta a personas de su comunidad, así como de las ventas realizadas por sujetos que han reclutado para sí, de modo que, entre más reclutados, más ingresos; por otro lado, funcionan desde un sistema de recompensas que se expresa en un lenguaje ascendente de premios, y que puede incluir desde dinero en efectivo hasta otro tipo de bienes físicos como joyas, vehículos o viajes corporativos.

Se estima que las compañías de *marketing* multinivel representan casi 30 000 millones de dólares en ventas anuales en Estados Unidos, en el caso de Herbalife, y de acuerdo con datos reportados por la misma compañía, tan solo en 2022 tuvieron una utilidad neta de 5200 millones de dólares. En Colombia, por su parte, en 2020 y a pesar de la pandemia global por COVID-19, tuvieron un crecimiento del 32 %, con ventas superiores a 43 000 millones de pesos (La República, 2020). Aunque la compañía Mary Kay ha sido muy reservada con su información financiera, algunos portales han logrado establecer ventas netas globales de más de 3000 millones de dólares, con una fuerza laboral de más de 2.4 millones de personas en el mundo.

En 2018 se conoció que en Colombia esta compañía incrementó sus ventas independientes en un 30 %, con apenas cuatro años de haber aterrizado en el país, con más de 27 000 consultoras afiliadas en 2019, y con una

expectativa de crecimiento para llegar a las 35 000 consultoras activas al cierre de 2020 (La República, 2020).

A pesar de que Mary Kay y Herbalife comparten características similares en las estrategias de mercadeo asumidas para el reclutamiento de las personas vale la pena observar cómo, en el primer caso, sus dinámicas y efectos se relacionan directamente con el grupo poblacional femenino, a quienes dirigen fundamentalmente sus esquemas. Mary Kay es una empresa fundada en 1963 por Mary Kay Ash, quien renunció luego de 27 años a la empresa Word Gift por no ser considerada para un cargo directivo, y que logró en tan solo 13 años llegar a la Bolsa de Valores de Nueva York como la primera compañía dirigida por una mujer (Rodríguez, 2017).

El modelo de ventas directas que ofrece, asentado en la flexibilidad que permite compatibilizar labores del hogar con las del trabajo, sumado al énfasis en discursos sobre el “cuidado” de las clientas y posibles nuevas vendedoras en un modelo pensado como exclusivamente femenino —y valga decir estereotipado, pues se “ayuda a otras mujeres a ser más bellas”—, tiene efectos simbólicos sobre las que encuentran en esta empresa una posibilidad laboral y productiva, y que conecta muy bien con expectativas y roles de género típicamente asociados a ellas, como los del cuidado.

No obstante, como hemos advertido, estos esquemas tienen varios problemas. El primero de ellos tiene que ver con la manera como estos modelos de negocios terminan forzando a las personas a hacer compras de mercancía para poder alcanzar los niveles que se requieren para obtener las recompensas, y que, aunque se encuentren respaldadas por diversas políticas de retorno de los productos, también se enfrentan a dificultades como las falencias “morales” percibidas por, por ejemplo, devolver los productos cuando así lo necesitan. El segundo problema se relaciona con la infraestructura instalada de las compañías, que es prácticamente nula para la venta de los productos: los vendedores/distribuidores asumen la responsabilidad de proveer de espacios físicos y de recurso humano para el funcionamiento del negocio. Tampoco estas grandes compañías asumen otros costos derivados de la relación laboral como los planes de pensiones, la seguridad social o las compensaciones por desempleo.

Según estimaciones de Villagómez (2019), una consultora de Mary Kay en promedio ganaría hasta 2600 dólares al año, un poco más de 7 dólares

diarios, de los que solo perciben un porcentaje. Esto, sin tener en cuenta otros gastos en los que incurren como las compras de producto para hacer demostraciones en busca de más clientes, así como el material de oficina, gastos de envío y transporte, costas por cuenta propia para la asistencia a eventos internos y conferencias, entre otros, que terminan por derivar en que la única forma posible de que se generen ingresos y premios sea con el reclutamiento permanente de otras personas.

Desde una perspectiva económica, este tipo de negocios no se basa necesariamente en las leyes de la oferta y la demanda, sino que depende del crecimiento exponencial de más y más clientes y de su inversión en productos, tiempo y material para demostraciones y ventas; de manera que el retorno del capital está sujeto a la consecución de una cadena interminable de quienes estén dispuestas a invertir tanto o más, y no a la venta misma de los productos que, dicho sea de paso, no suelen ser de mejor calidad que otros que se adquieren convencionalmente y sí, en algunos casos, pueden ser perjudiciales para la salud, como se ha podido establecer desde hace años con algunos suplementos de Herbalife (Montes, 2015).

El funcionamiento piramidal de estos esquemas supone por lo demás un asunto poco discutido, que refleja otro de sus defectos. Por la progresión geométrica de los reclutas, pocos individuos en estos modelos podrán sumar las personas necesarias para recuperar su inversión inicial, y menos tener algún tipo de rentabilidad, porque el conjunto de potenciales enrolados se agota rápidamente. También es cierto que el enganche lo realizan en sus propias comunidades, con familiares y amigos cercanos, por lo que se vuelven muy recurrentes los procesos de deterioro de las relaciones sociales. Las personas no son gratas a presiones a la hora de empezar un negocio o de hacer una compra e intentar basar una empresa en la venta directa a quienes tienen cerca condiciona las relaciones sociales a dinámicas poco apreciadas.

Asimismo, al examinar diferentes estadísticas se puede observar que la mayoría de los sujetos que ejerce este tipo de modelos de negocios son mujeres —entre un 70 % y un 95 %—, lo que puede parecer obvio para el caso de Mary Kay, pero no necesariamente para otras empresas como Herbalife, Tupperware o Amway (Hernández, 2020). Esto pone de manifiesto, una vez más, las condiciones de vulnerabilidad a las que se enfrenta este grupo poblacional cuando se trata de emprender.

Las mujeres empresarias afrontan diversos retos en la creación y mantenimiento de sus negocios. Muchos de estos se vinculan con expectativas y normas sociales basadas en el género (Gutiérrez y Santana, 2018). Un obstáculo significativo es la dificultad para obtener financiamiento, ya que las emprendedoras suelen tener menos acceso a préstamos e inversiones que los hombres en situaciones similares (Soldevilla, 2021). Otro reto importante es el equilibrio entre las obligaciones laborales y familiares, lo cual puede restringir las oportunidades de expansión para las empresarias. Esta última característica es particularmente atractiva en modelos de negocio como el de Mary Kay.

Como se mencionó en el capítulo anterior, las disparidades de género en educación y formación representan otro desafío, pues las mujeres frecuentemente encuentran restricciones para recibir capacitación técnica en el ámbito empresarial. Así, todas estas barreras, sumadas a los prejuicios y a la discriminación, pueden persuadirlas de no considerar el emprendimiento como una opción. Existe el riesgo de que estas brechas se amplíen, especialmente cuando optan por negocios multinivel como alternativa emprendedora. Estos modelos, contrario a sus promesas, pueden derivar en situaciones de endeudamiento y agravar las condiciones de vulnerabilidad preexistentes.

Por ejemplo, en Estados Unidos se libró una batalla legal por cuenta de investigaciones que demostraron cómo estas compañías seducen con falacias —verdades a medias— a personas que viven en condiciones económicas adversas acerca de un nivel de calidad de vida inalcanzable si aceptan participar de estos negocios. Tal es el caso de Herbalife, que recibió una multa en 2016 por más de 200 millones de dólares por ofrecer beneficios cuantiosos a sus distribuidores independientes que no estaba en condiciones de garantizar (El Espectador, 2016). La multa forma parte de una serie de medidas tomadas por la Comisión Federal de Comercio [FTC, por sus siglas en inglés] de Estados Unidos, que incluyen la orden de reestructurar a profundidad el modelo y las actividades de esta compañía, con el fin de que sus miembros sean recompensados por lo que venden, y no por el número de personas que incorporan. Así, estas multas se han pagado directamente a quienes perdieron su dinero al invertir en este esquema, por medio de un sistema de reembolsos múltiple dado a lo largo de varios años (FTC, 2023).

Los unicornios

Otra manifestación del emprendimiento que puede tener igualmente efectos negativos en el imaginario y comportamiento colectivo de las personas son los unicornios, una expresión espectacular, por lo excepcional, que desafía las normas comerciales establecidas, y los límites de las historias de éxito, que, en todo caso, siguen siendo únicas. La denominación de “unicornios” aparece en el contexto empresarial en 2013 para describir a empresas emergentes con un valor bursátil estimado en al menos mil millones de dólares, y toma fuerza en el mismo contexto cuando se usa a estas empresas como casos para extraer lecciones prácticas para aquellos que aspiren a ser emprendedores de empresas similares, sin que se examinen con mucha atención las posibles implicaciones de este fenómeno. Además, como señalan Aldrich y Ruef (2017) los empresarios también crean compañías efímeras: hasta los emprendimientos altamente capitalizados se encuentran en problemas que no pueden superar.

Inicialmente, una *startup* unicornio era un fenómeno excepcionalmente raro. En 2013, solo 43 *startups* tenían una valoración de más de mil millones de dólares (CB Insights, 2015). En 2022, el número de unicornios había aumentado significativamente a más de mil (CB Insights, 2022). Geográficamente, este fenómeno se puede encontrar sobre todo en la costa oeste de Estados Unidos, así como en China, Europa e India, con un creciente número también en América Latina. Es comprensible que el término unicornio tenga connotaciones positivas. Por ejemplo, la investigación empresarial ha estado interesada en las compañías de alto crecimiento durante décadas, refiriéndose a ellas con la noción de *gacelas*. Un unicornio es una supergacela con un objetivo de crecimiento concreto y excesivamente ambicioso. Como tal, las *startups* unicornio parecen simbolizar el éxito empresarial, y las connotaciones generalmente positivas de los unicornios las presentan como algo inherentemente deseable.

Este carácter codiciado tiene al menos tres elementos. Primero, las nuevas empresas con alto potencial de crecimiento pueden contribuir significativamente a la creación de empleo y pueden beneficiar el crecimiento económico de una nación. Segundo, los ecosistemas empresariales prósperos generan muchos unicornios. Por lo tanto, las *startups* altamente valoradas se asocian de modo positivo con las aglomeraciones regionales

de emprendimiento que impulsan el desarrollo económico. Tercero, los productos innovadores de las empresas tecnológicas más exitosas del pasado han dado forma drásticamente a los hábitos individuales y las rutinas diarias. La impresión es, por tanto, que los unicornios son las empresas que innovan y perturban el mercado en el sentido de Schumpeter (1947). Desde una perspectiva económica, invertir en tales nuevas empresas parece racional, y se asume que la política de desarrollo económico debería apoyar la aparición y el crecimiento de los unicornios.

Sin embargo, Kuckertz *et al.* (2023) advierten varios problemas relacionados con este fenómeno. El primero de ellos tiene que ver con su dimensión conceptual, pues es casi imposible de operacionalizar porque el término *startup* es muy vago. La definición deja dos aspectos importantes sin tocar: el momento en el que una *startup* debe alcanzar el umbral de valoración y el periodo que necesita para permanecer por encima de él. Esto último resulta problemático, con un número creciente de unicornios disminuyendo en valor poco después de convertirse en unicornios, dejando a algunos desconcertados sobre la etiqueta correcta. La ambigüedad de esta parte de la definición puede no ser relevante cuando una *startup* en particular ha cruzado el umbral de valoración; sin embargo, es importante, por ejemplo, para los formuladores de políticas que buscan apoyar un tipo particular de empresa.

El segundo aspecto problemático es la cuestión de la valoración. En el caso de las *startups*, esta ocurre en el ámbito de premercado, donde sus acciones no cotizan en los mercados financieros y dependen de factores como el entorno macroeconómico y la disponibilidad de capital (Berre y Le Pendeven, 2022). En este contexto, la valoración de una *startup* refleja la percepción subjetiva del inversionista y no necesariamente representa un valor “objetivo”, sino más bien el precio acordado en un proceso de negociación altamente subjetivo.

A pesar de estas ambigüedades, los unicornios continúan atrayendo una cantidad reveladora de atención y enfoque, lo que puede tener consecuencias no deseadas, algunas de ellas de carácter incluso ético. Por ejemplo, expertos sugieren que el apoyo focalizado en *startups* con potencial de alto crecimiento puede llevar a una distribución sesgada de recursos, ya que estas firmas y sus aspirantes tienden a recibir una atención desproporcionada en comparación con otras formas de emprendimiento (Kuckertz *et al.*, 2023),

lo que puede distorsionar la percepción del emprendimiento, desviando la atención de la diversidad de formas en que las nuevas empresas contribuyen al crecimiento económico y a impulsar el empleo.

Pero este énfasis en un fenómeno espectacular puede tener otras implicaciones que se pueden resumir en tres grandes temas. En primera instancia, en cuanto a la educación emprendedora, se observa que es fundamental que la enseñanza inculque una visión pragmática y realista del emprendimiento para democratizarlo, atraer a más jóvenes emprendedores con talento y formar una percepción pública del emprendimiento que no esté sesgada por ideas equivocadas. Aunque puede resultar tentador tomar ejemplos extremos de éxito como Facebook, Google y Amazon, que hace tiempo superaron el estatus de *startups*, como modelos para seguir, esto plantea interrogantes sobre su utilidad para inspirar deseos empresariales reales (Kuratko y Audretsch, 2022).

El que los unicornios constituyan un resultado positivo de una serie de acciones y decisiones empresariales los pueden llevar a convertirse en el estándar de lo que los emprendedores desean para sí mismos, generando expectativas irreales de lo que implica la creación de empresas cuando lo cierto es que la ola de unicornios que se pueden observar recientemente no son el resultado inequívoco del rendimiento de *startups* y de las cualidades de un ecosistema de emprendedores. Así, centrarse desproporcionadamente en estas empresas de alto crecimiento puede contribuir a una visión de los empresarios como personalidades inusuales, incluso heroicas, en la misma línea de lo expuesto previamente.

Por ejemplo, en un estudio realizado sobre las características de los unicornios en América Latina se pudo constatar que más del 60 % de los fundadores de estos emprendimientos en Colombia, México, Argentina o Brasil comparten como características el haber estudiado en universidades del exterior, y más de la mitad estudió en alguna de las universidades que integra el Top 10 del QS World University Ranking, lo que quiere decir que al menos uno de los fundadores o CEO estudió en universidades como Stanford, Cambridge o Berkeley. Según este análisis, esta condición es indicador de un nivel muy particular de formación académica y de una amplia posibilidad de tener varios contactos valiosos para crear empresas con aspiración global, construyendo una reputación ante los inversores. No en vano los mismos

entrevistados del informe aluden a cuestiones como “la mafia de Stanford” para referirse a la red de contactos en el mundo inversor que facilitó la creación de unicornios como Mercado Libre en Argentina (Kantis, 2023).

Ante estos perfiles, los educadores y la sociedad deben ser cautelosos al presentar modelos distantes de la realidad diaria —por ejemplo, a los estudiantes—, ya que el emprendimiento abarca tanto a los pocos casos excepcionales como a la mayoría de los emprendedores. Por eso, desde una perspectiva ética es vital reflexionar sobre las lecciones transmitidas haciendo uso de modelos de éxito cuestionables que revelan las consecuencias negativas de idealizar conceptos que pueden ser moralmente discutibles en el ámbito empresarial.

De este modo, los unicornios constituyen un fenómeno que merece cuestionamientos sobre qué tan posible es alcanzar esas valoraciones astronómicas sin sucumbir a conductas antiéticas o a la eliminación de otras actividades empresariales valiosas. La forma como estos tipos de emprendimiento únicos impactan la competencia y la innovación en el mercado no pueden obviarse por su magnificencia, pues esto podría tener efectos en la distorsión de la realidad empresarial al relegar otros factores como la creación de valor productivo a un segundo plano, además de efectos culturales y simbólicos al instalar modelos inalcanzables que podrían contribuir todavía más a las ya altas tasas de frustración entre los emprendedores promedio.

En segundo lugar, y con respecto a las políticas públicas, aunque se va a profundizar en este aspecto en el tercer capítulo, es pertinente enfatizar que es crucial que estas se centren en promover beneficios económicos y sociales en lugar de respaldar empresas individuales, teniendo en cuenta que el crecimiento de estos últimos emprendimientos no siempre se traduce en un valor neto positivo para la economía en su conjunto. Por otra parte, la incertidumbre sobre la relación entre los unicornios y el crecimiento económico sugiere que las estrategias políticas que priorizan directamente su aparición pueden ser contraproducentes y susceptibles a la manipulación. Por tanto, en lugar de enfocarse en los unicornios, las políticas deberían respaldar un entorno institucional que fomente la creación de empresas con un impacto real y sostenible, alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas que plantean metas para toda la población (PNUD, 2015).

Finalmente, en tercer lugar, tanto los empresarios como los inversores deben reevaluar sus objetivos y enfoques. No todos los fundadores aspiran a crear *startups* unicornio, y las empresas más pequeñas y menos rápidas también pueden contribuir positivamente a la economía y la sociedad. Es esencial que los emprendedores busquen la generación de valor en lugar de centrarse solo en la valoración de sus empresas, mientras que los inversores deben reconocer que el valor real surge de la creación de valor sostenible y no de una apreciación inflada.

Narrativas locales

En Colombia, también se han realizado análisis específicos sobre estas narrativas y su impacto en las personas que toman la decisión de emprender por medio de negocios multinivel como los mencionados. Mejía (2020) es el autor de uno de estos análisis. Desde una perspectiva crítica examina el fenómeno del *marketing* multinivel, destacando su relevancia en el contexto contemporáneo y su relación con las prácticas laborales y de consumo. El autor asegura que este modelo surge como una respuesta a la consolidación del patrón neoliberal, en el que el trabajo y el consumo están estrechamente interrelacionados, impulsados por ideales de progreso y calidad de vida marcados por el materialismo y el individualismo.

Además, el análisis se basa en entrevistas realizadas a empresarios y asociados independientes en Medellín de empresas de *marketing* multinivel como Amway y Herbalife, así como en el examen de discursos publicitarios y de las propias organizaciones. Se adopta una perspectiva crítica e interpretativa, reconociendo tanto los factores estructurales como el poder de agencia de los individuos. Uno de los elementos fundamentales de este trabajo es la paradoja de que, pese al aumento de la precariedad laboral y la disminución de los compromisos de las organizaciones con los empleados, las empresas buscan fomentar la responsabilidad mediante incentivos y competencias. Estos modelos de negocio multinivel plantean del mismo modo una aspiración por un estilo de vida que combina aspectos materiales —como la riqueza y los lujos— con elementos psicosociales, basados en las relaciones y la promesa del tiempo libre.

Mejía (2020) indica que estas compañías promueven una “mentalidad de riqueza” en la que ser rico se considera bueno y la pobreza es vista como algo negativo, resultado de una supuesta mentalidad limitada. Esto refleja la internalización del discurso del “desarrollo” que estigmatiza la pobreza porque la vincula con mentalidades “atrasadas”. Se estimula así una búsqueda interminable de mayores ingresos y lujos materiales, subordinando aspectos psicosociales como el desgaste emocional derivado de los esfuerzos.

Sin embargo, el *marketing* multinivel también resalta la importancia de las relaciones interpersonales y los vínculos de amistad que se crean en las redes. Se presentan como una *comunidad* que permite combinar ganancias materiales con bienestar relacional. No obstante, el análisis sugiere que en la práctica las relaciones tienden a volverse instrumentales, medios para alcanzar objetivos monetarios más que fines en sí mismos. Desde una visión crítica, el autor plantea que si bien se promueve un estilo de vida libre e independiente en realidad estos modelos configuran un sujeto consumidor-trabajador subordinado a la lógica capitalista de acumulación interminable de riqueza material. Las relaciones se mercantilizan y el compromiso real sigue siendo con la empresa y sus metas de venta, no con una verdadera comunidad.

Estos modelos apelan a motivaciones individuales y materiales, así como a necesidades psicosociales y de vinculación, pero al final terminan reproduciendo una racionalidad economicista de acumulación capitalista y sometimiento laboral encubierto tras un discurso de “libertad financiera”. Como se dijo, parte de las reflexiones del autor son producto del análisis de una serie de entrevistas a profundidad, en las que se pueden entrever varios elementos para resaltar: el primero de ellos, que los participantes del *marketing* multinivel se identifican a sí mismos como empresarios independientes, enfatizando su autonomía y responsabilidad por su propio éxito o fracaso en el negocio. Esta percepción se refuerza por la falta de un contrato laboral formal y la posibilidad de ser dueños de su propio negocio dentro de la estructura de estas empresas; se relaciona con que los entrevistados muestran un fuerte individualismo y una creencia en la responsabilidad personal como clave para el éxito financiero, porque se consideran únicos garantes de sus resultados y critican la noción de desigualdad como algo inherentemente negativo, viéndola como el producto de esfuerzos individuales.

En segundo lugar, los entrevistados muestran un alto grado de compromiso con sus resultados personales y con el desarrollo de su red de contactos. Este compromiso se traduce en una dedicación considerable al negocio, a menudo sacrificando tiempo y recursos en busca de alcanzar sus metas financieras y de desarrollo personal. Esto puede llevar a una forma de autoexplotación, en la que los participantes se presionan a sí mismos para lograr mayores niveles de rendimiento.

En tercer lugar, estas personas ven el empleo tradicional y la creación de empresas convencionales desde una perspectiva crítica, y a su turno consideran que este tipo de negocios es una alternativa más atractiva y menos arriesgada para alcanzar la libertad financiera y enfrentar situaciones de precarización laboral, desafiando así las estructuras laborales tradicionales, conforme a sus propios relatos. Estos elementos reflejan la complejidad de las motivaciones y percepciones de los participantes del *marketing* multinivel, así como su relación con el modelo de negocio y su contexto laboral más amplio.

Finalmente, otro aspecto destacable es la percepción generalizada de que el Estado colombiano no vela por los intereses de los ciudadanos y que la responsabilidad de asegurar niveles de vida dignos recae sobre todo en las personas. Estas razones los llevan a rechazar la idea de ayuda estatal porque lo consideran asistencialista y a enfatizar en la responsabilidad individual para generar ingresos.

Así, este trabajo es clave para comprender cómo el *marketing* multinivel es un fenómeno complejo, que combina varios elementos: por ejemplo, es un negocio que se diferencia de la venta directa convencional al incentivar la reventa de productos y la creación de redes de distribución, lo que genera ingresos residuales. De modo que los participantes se ven a sí mismos como aliados independientes de las empresas, aunque están condicionados por incentivos monetarios que regulan su comportamiento como consumidores y trabajadores.

La estrategia del *marketing* multinivel se presenta tanto desde la empresa como desde los participantes. Las compañías promueven la independencia y la libertad financiera en medio de discursos motivacionales, mientras que los participantes estimulan el consumo y el reclutamiento de nuevos miembros, apelando a relaciones personales y ofreciendo beneficios financieros. Esta combinación de motivaciones extrínsecas e intrínsecas moldea una menta-

lidad característica de los participantes en este modelo. El autor concluye que es interesante observar cómo estos ven los negocios multinivel como una forma de respuesta a un mercado laboral precario —del que buscan huir haciendo su propio camino—, aunque esto refuerza paradójicamente el modelo de explotación que intentan evitar.

La trampa de la esperanza y los sesgos psicológicos

Aquí es importante tratar de entender cómo las narrativas que sustentan el fenómeno del emprendimiento desde una perspectiva individualista y que se encuentran presentes en casos tan dispares como los de Mary Kay o los unicornios se instalan e interiorizan a nivel psíquico. Esto tiene que ver con los sesgos cognitivos que subyacen en gran parte al funcionamiento psicológico de las personas, y que explican, parcialmente, por qué estas insisten en el camino del emprendimiento a pesar de que las probabilidades de éxito sean mínimas. Por ejemplo, el nobel de economía Kahneman (2011) y otros investigadores (Cooper *et al.*, 1988) mostraron cómo a pesar de que en Estados Unidos las posibilidades de que un pequeño negocio sobreviva a los cinco primeros años sean de un 35 %, los individuos que montan tales negocios no creen que las estadísticas se puedan aplicar a ellos. En uno de los estudios realizados se dedujo que los empresarios estadounidenses tienden a creer que la puesta en marcha de su negocio es prometedora: su estimación media de las posibilidades de éxito para “un negocio como el suyo” era del 60 %, casi el doble del valor verdadero.

El sesgo era más fuerte y problemático cuando estimaban las posibilidades de su propia empresa: al menos el 81 % de los emprendedores estimaba sus probabilidades de éxito en 7 de 10 o incluso más, y el 33 % de ellos afirmaba que la probabilidad de fracasar era cero. Aunque sin duda el riesgo que asumen los optimistas favorece el dinamismo económico de las sociedades actuales al valerse de temperamentos perseverantes, lo cierto es que estos esfuerzos también pueden resultar muy costosos en lo social y en lo personal.

Si la aplicación de este sesgo tiene consecuencias tan amplias en la actividad emprendedora, es relevante indagar más en él. Se argumenta que la mirada optimista suele ser beneficiosa y tiene aspectos positivos y negativos. En el primer caso, tener expectativas positivas para el futuro

reduce el estrés y la ansiedad y beneficia la salud mental y física. Se ha observado que en circunstancias similares los optimistas tienden a vivir más tiempo y recuperarse más rápidamente de enfermedades (Sharot *et al.*, 2011). De hecho, tener expectativas positivas puede motivar a las personas a esforzarse más para lograr sus metas, convirtiéndose así en una profecía autocumplida. Sin embargo, el lado negativo radica en la subestimación de riesgos, lo que puede llevar a no tomar precauciones necesarias, como no contratar un seguro cuando es necesario o no prepararse para situaciones de inseguridad cuando se emprende.

Desde posturas teóricas de la psicología evolucionista se cree que, en general, las ventajas del sesgo optimista compensan los inconvenientes, y por eso los humanos lo han mantenido. No obstante, es interesante notar que este sesgo se adapta al entorno: en medios peligrosos el sesgo optimista desaparece temporalmente, lo cual podría ser adaptativo ya que en situaciones de peligro no se desea subestimar los riesgos. Cuando las personas vuelven a un ambiente seguro, el sesgo optimista reaparece rápidamente. Esto se ha comprobado de diversas maneras: induciendo estrés en un laboratorio o estudiando el comportamiento de bomberos en diferentes situaciones (Sharot, 2012). Parece ser un mecanismo adaptable que cambia según el entorno en el que se encuentra una persona, y dado que la mayor parte del tiempo estamos en entornos seguros, el sesgo optimista suele estar presente casi siempre.

La manera como este sesgo se manifiesta en el mundo del emprendimiento a pesar de las bajas probabilidades de éxito quedó en evidencia en otro estudio realizado por Åstebro y Elhedhli (2006) que buscaba examinar el efecto de las malas noticias en la intención emprendedora. Los datos se obtuvieron de una organización canadiense que proporcionaba a emprendedores dedicados a la invención una estimación objetiva de las perspectivas comerciales para su idea. Con indicadores cuidadosamente establecidos para cada invento como la necesidad del producto, el costo de producción o las tendencias estimadas de demanda se establecían notas evaluadoras predictoras de éxito o fracaso. De acuerdo con estos parámetros cerca del 70 % de los inventos estaba destinado al fracaso y estas predicciones eran bastante acertadas: solo 5 de 411 proyectos que se evaluaron en ese momento con la nota más baja, consiguieron la comercialización, y ninguno alcanzó el éxito.

Las noticias desalentadoras provocaron que alrededor de la mitad de los emprendedores abandonara sus proyectos después de conocer los indicadores de sus productos, que predecían casi inequívocamente el fracaso. Sin embargo, el 47 % de ellos continuó invirtiendo recursos y esfuerzos, con el doble de pérdidas antes de renunciar definitivamente. Al verificar este efecto se comprobó que, de hecho, los que continuaron fueron los que puntuaron más alto en estimaciones personales de su propio grado de optimismo, que en los emprendedores suelen estar por encima de la población general.

Sin embargo, la manera como se expresa este sesgo no es tan sencilla: no se trata simplemente de que induce al error y, por tanto, al fracaso empresarial. Más bien, y de forma específica, se ha encontrado que deriva en consecuencias diferenciales en el proceso emprendedor. Conforme a resultados de investigaciones como la de Kappes y Sharot (2015), se plantea que el optimismo puede incrementar la capacidad de encontrar soluciones creativas al influir en la imaginación, generar emociones positivas, reducir el estrés y promover la persistencia. También se destaca que este exceso de confianza puede llevar a una planificación deficiente que ponga en riesgo el éxito de la empresa recién creada. Todo lo cual, en síntesis, deriva en que el optimismo puede ser tanto una ventaja como un obstáculo en distintos momentos del proceso emprendedor.

Ahora bien, en medio de estas circunstancias y comprendiendo este fenómeno psicológico, surgen preguntas por el papel de los gobiernos y las políticas públicas: ¿qué ocurre si al otorgar créditos para incentivar el emprendimiento, inadvertidamente, se contraviene el mejor interés financiero de los emprendedores y se ocasionan pérdidas considerables de bienestar? Existen evidencias sólidas que sugieren que esto podría ser cierto. Algunos datos indican que los entornos empresariales y ciertas políticas proemprendimiento pueden amplificar el sesgo optimista, reforzando creencias infundadas y conduciendo a decisiones y asignaciones de recursos subóptimas (Nightingale y Coad, 2014).

El impulso hacia el fomento del emprendimiento y la extensión del crédito a nuevas empresas encuentra un amplio respaldo entre economistas y formuladores de políticas, quienes lo consideran fundamental para el éxito económico. Esta perspectiva se sustenta en la observación de las fallas en el mercado de préstamos, particularmente evidentes para las *startups* y

los emprendedores. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] ha sido una voz destacada en este sentido, resaltando el papel crucial del emprendimiento en la innovación, el crecimiento económico y la creación de empleo (2017). Su insistencia en la eliminación de barreras y la creación de condiciones favorables para los emprendedores ha estado presente en sus informes y recomendaciones a los países miembros.

El respaldo gubernamental a estas ideas es evidente en numerosos países. La Small Business Administration [SBA] en Estados Unidos ha proporcionado garantías de préstamos a pequeñas empresas durante décadas, con un fuerte apoyo del Congreso mediante asignaciones significativas de fondos. Asimismo, gobiernos como el del Reino Unido han lanzado iniciativas para promover la cultura empresarial, especialmente entre grupos minoritarios y en áreas desfavorecidas, reconociendo la importancia de la diversidad en el panorama empresarial. Gobiernos europeos —incluido el Reino Unido— han impulsado iniciativas de emprendimiento inclusivo para grupos subrepresentados y zonas desfavorecidas, junto con programas de autoempleo para personas desempleadas (OCDE y European Commission, 2023).

Las políticas de emprendimiento contemporáneas reconocen que las barreras trascienden lo financiero: el acceso a capital cultural, redes sociales, narrativas legitimadoras y competencias simbólicas constituyen un factor determinante para el éxito de los emprendedores (Clarke y Holt, 2020). Desde este punto de vista, la intervención estatal debe evolucionar más allá de la corrección de fallas de mercado, incorporando mecanismos que faciliten la construcción de identidades empresariales creíbles y la participación en comunidades de práctica. No obstante, persiste el desafío de integrar plenamente dimensiones psicosociales —como la gestión de percepciones de riesgo y la construcción de expectativas colectivas— que median entre los recursos disponibles y su conversión efectiva en resultados económicos.

La teoría económica convencional actualmente justifica los tipos de políticas ya mencionadas y la intervención por razones de eficiencia. Aunque las políticas basadas en esta teoría pueden generar beneficios distributivos y de eficiencia al incluir a grupos excluidos en el mercado, no incluyen cuestiones como el fenómeno del sesgo optimista. Si las expectativas optimistas reemplazan a las racionales, las conclusiones de las políticas pueden cambiar. En efecto, es posible que los emprendedores que desean préstamos, pero

no los obtienen, estén en una posición mejor que aquellos que sí los reciben como lo mostró Coelho (2004). Esta situación es especialmente relevante para minorías y grupos desfavorecidos.

Otro aspecto para considerar son las leyes de quiebra o insolvencia que pueden prolongar la existencia de empresas que no han logrado estabilizarse una vez creadas, aumentando así las probabilidades de que los emprendedores sigan adelante a pesar de los pronósticos en contra, en un escenario de “costos hundidos” que señala que las personas suelen ser reacias a abandonar un curso de acción en el que ya han invertido recursos (Kahneman, 2011), a pesar de no lucir favorecedor. En un estudio sobre las causas del fracaso emprendedor en Colombia uno de los emprendedores entrevistados señaló: “el problema de los recursos financieros y mi excesiva pasión por el proyecto me cegaron y no me permitieron hacer cosas a su debido tiempo” (Pardo y Alfonso, 2015, p. 27).

De esta manera, la evidencia presentada sugiere que los gobiernos deben tener en cuenta estas percepciones erróneas en las que pueden caer las personas al diseñar las políticas. Las medidas paternalistas deben aplicarse con mesura. Enfoques como el “paternalismo cauteloso” y el “paternalismo asimétrico”, se centran en encontrar políticas que ayuden a aquellos que cometen errores sin afectar de modo significativo a quienes son completamente racionales (Repullo, 2009). Estas estrategias públicas incluyen la provisión o reformulación de información y el establecimiento de periodos de reflexión para contrarrestar las decisiones tomadas en estados emocionales o biológicamente sensibles.

Sin embargo, a pesar de todo esto persisten desafíos, como la resistencia a la información precisa debido a sesgos cognitivos como el de confirmación (Kolbert, 2017). Aunque las personas a menudo responden a su propia racionalidad limitada contratando asesores externos o delegando decisiones, estas acciones también implican riesgos, como el optimismo compartido o los conflictos de interés. En última instancia, la toma de decisiones en el contexto de las empresas, que tiene implicaciones financieras significativas, a menudo se realiza sin la ayuda de expertos imparciales, lo que plantea la necesidad de políticas que contrarresten las visiones optimistas de los emprendedores sobre el futuro con un enfoque basado en la evidencia que, en este caso, recae en instrumentos como la planeación rigurosa de los modelos de negocio.

Así, este análisis nos muestra cómo las políticas gubernamentales ignoran en gran medida este fenómeno, porque se promueve activamente el emprendimiento como una herramienta para el empleo y el crecimiento económico, pero se pasa por alto el hecho de que los emprendedores suelen estar sujetos a ilusiones esperanzadas al planificar y ejecutar sus empresas, lo que puede derivar en consecuencias negativas importantes. Es crucial que las políticas públicas tengan en cuenta estas distorsiones psicológicas seriamente, sobre todo en lo que respecta a minorías y grupos desfavorecidos, para las que el acceso al financiamiento puede generar un camino hacia la ruina en lugar de fomentar el desarrollo empresarial. A pesar de los posibles beneficios, se recomienda valorar costos y efectos no deseados de estas políticas, precariedad del autoempleo, desplazamiento de actividad y necesidad de mejores evaluaciones de impacto antes de escalarlas (OCDE y European Commission, 2023).

Sobre las secuelas de emprender

El mundo del emprendimiento es un camino lleno de desafíos y oportunidades, pero también está marcado por el riesgo inherente al fracaso. Si bien es común hablar de las repercusiones financieras de un emprendimiento fallido, es crucial reconocer que las consecuencias van más allá de lo económico. En esta sección nos proponemos hacer un examen de estas consecuencias, que pueden manifestarse en los aspectos físico, psicológico, familiar y social. Como ya se afirmó, una parte significativa de los emprendimientos surge como una medida de supervivencia, debido a la falta de oportunidades para acceder a empleos dignos y bien remunerados. Este contexto, combinado con la presión laboral y emocional y malos hábitos de autocuidado puede producir sentimientos de frustración que a menudo derivan en problemas de salud mental, como la ansiedad, depresión, trastornos del sueño e incluso trastornos alimenticios (Mandl *et al.*, 2016).

En principio, es previsible que la consecuencia más probable de los escenarios en que los emprendimientos no logren estabilizarse en el mercado sean los costos financieros que, en general, suelen tomar la forma de deuda a título personal y que en muchos casos puede llevar años liquidar (Cope, 2011). Dentro de las consecuencias financieras sobresalen la pérdida de capital, la quiebra o insolvencia y los efectos negativos sobre el historial

crediticio, que se suman a los impactos sociales y relacionales como la pérdida de amigos, pareja, estatus social y alejamiento de la familia, todo asociado a consecuencias de carácter reputacional o personal: perjuicios al buen nombre, a la honra, al liderazgo, así como a la falta de credibilidad y confianza de los demás. La quiebra se ha descrito como uno de los indicadores más fehacientes del fracaso emprendedor, pues, aunque es posible recuperarse de este escenario, las probabilidades de hacerlo son escasas (Ucbasaran *et al.*, 2015).

Las repercusiones económicas son de particular importancia si se tiene en cuenta el sesgo de costos hundidos que en ocasiones lleva a que los emprendedores persistan en invertir en emprendimientos que no tienen perspectivas de mejorar. Desde otros modelos como las teorías de compromiso, se ha probado que los emprendedores tienden a intensificar su compromiso con un curso de acción adverso, lo que retrasa el fracaso y aumenta sus costos cuando finalmente ocurre.

En cuanto a estos impactos se ha encontrado una serie de consecuencias psicológicas como tasas inusualmente altas de depresión. Así lo pudo corroborar una investigación realizada por la Universidad de California en la que la mitad de los participantes reportó tener problemas de salud mental, y un tercio depresión, indicadores cuatro veces más altos en comparación con la población en general (Johnson *et al.*, 2015). El fracaso conduce a sentimientos de duelo que comparten los síntomas de la depresión (Shepherd, 2003); a su vez, hay investigaciones que respaldan que los tipos de personalidad emprendedora —como la orientación al riesgo— se correlacionan con una mayor incidencia de problemas generales de salud mental, estrés, depresión, suicidio y Trastorno por Déficit de Atención con Hiperactividad [TDAH] (Freeman *et al.*, 2015). Se sabe que existe una epidemia ampliamente informada de suicidios entre los fundadores en Silicon Valley (Fowle, 2019).

Pese a que el espíritu empresarial al principio puede resultar atractivo, y los emprendedores construyen y promueven una imagen de competencia, éxito y entusiasmo para influir en los demás actores en busca de financiamiento y clientes potenciales, para la mayoría, a medida que se presentan dificultades de gran magnitud, aumentan las sensaciones de vergüenza, la humillación, el colapso de la autoimagen y el dolor asociado a la impotencia por no alcanzar el éxito, lo que los puede llevar a conflictos en sus relaciones sociales y a sentir que han perdido el control. Por lo demás, la estrecha relación con las altas

expectativas y estándares de logro que están presentes en las identidades de los emprendedores refuerza estos síntomas (Fowle, 2019).

El estigma ligado al fracaso afecta la calidad de las relaciones y puede entenderse como un proceso de devaluación y sanción social hacia quien se desvía de las normas del grupo (Itzhaki y Malovicki, 2024). En emprendimiento, este estigma tras el fracaso se conecta con deterioro relacional y de bienestar (Costa *et al.*, 2023). Los investigadores Cardon *et al.* (2011) analizaron los relatos empresariales en los periódicos estadounidenses más relevantes y encontraron que el impacto de los escenarios adversos registrado con mayor frecuencia fue la sensación de estigma alrededor de los emprendedores que lo experimentaron, con titulares del estilo: “El fracaso que lo llevó al exilio” o “Un final abrupto para una carrera profesional exitosa”.

El efecto de las prácticas de exclusión también se advierte en formas de discriminación negativa con respecto a oportunidades de empleo y a acceso a recursos financieros futuros (Cope, 2011). Estos altos costos de no lograr el éxito, asociados a la discriminación también permiten entender por qué los emprendedores que viven tales situaciones pueden involucrarse en distanciamiento social y de retraimiento autoimpuestos que contribuyen a empeorar todavía más otros síntomas como la tristeza o la frustración. En el campo social, por otro lado, se han descrito efectos relacionados con las relaciones de pareja y personales. Autores como Cope (2011) han mostrado cómo las rupturas de matrimonios y vínculos estrechos pueden derivarse del fracaso, así como que la decepción empresarial puede provocar la pérdida de una importante red social de obligaciones mutuas.

Otros estudios han hecho esfuerzos por caracterizar los tipos de consecuencias del fracaso empresarial. Ucbasaran *et al.* (2013) dividieron este impacto en cuatro categorías: financiera, social, psicológica e interrelacional. Aunque la investigación no define estos impactos como efectos adversos propiamente dichos, sino como “costos de emprender”, explora los aprendizajes que los emprendedores obtienen del fracaso y cómo se fortalecen con esas lecciones para futuros proyectos. Así, se señala que no todos asumen estas situaciones complicadas de la misma manera, y mientras algunos pueden desmotivarse y decidir no continuar en su empeño después de enfrentar el impacto traumático de los “costos o efectos adversos”, otros pueden ver en esos eventos elementos para generar más y mejores estrategias de afrontamiento ante los retos de emprender.

De igual modo, es importante hacer énfasis en que existen investigaciones que sugieren que la experiencia de fracaso puede tener un efecto motivacional y de aprendizaje sobre algunos emprendedores ante nuevas posibilidades de proyectos empresariales, y que existen escenarios sociales en los que estas experiencias pueden producir conocimientos que aumentan la probabilidad de éxito futuro ante nuevas intenciones de iniciar una empresa. No poder alcanzar el éxito con un negocio propio suele ser una experiencia muy difícil y estresante para los involucrados: implica la pérdida de un proyecto en el que se invirtió mucho tiempo, esfuerzo y recursos, así como sueños, expectativas e identidad laboral. En este sentido, puede desencadenar un proceso psicológico similar al duelo por la muerte de un ser querido, con etapas como negación, enojo, negociación, depresión y eventual aceptación, propuestas por autores clásicos como Kübler-Ross (1969).

Varios estudios (Shepherd, 2003; Corner y Singh, 2017) han encontrado que los emprendedores que transitan por este “duelo” de manera adecuada, con una red de apoyo sólida, desarrollan mayor resiliencia y motivación para intentarlo de nuevo, con un conocimiento mayor que podría mejorar sus probabilidades de éxito. Al procesar las emociones, aprender de los errores y reconstruir su autoestima, pueden diseñar estrategias de afrontamiento más efectivas. Incluso se ha sugerido que esta experiencia puede tener un efecto similar al “estrés óptimo” (Lerman y Williams, 2021) que mejora el desempeño, al movilizar recursos psicológicos que de otro modo estarían inactivos. Claro está que esto depende de que los empresarios cuenten con los recursos emocionales, cognitivos y sociales para procesar de manera adecuada el fracaso.

Por tanto, si bien el cierre de un negocio puede resultar en una experiencia dolorosa, abordarlo con resiliencia y desde una perspectiva de crecimiento postraumático puede derivar en lecciones valiosas y un renovado impulso emprendedor (Ucbasaran *et al.*, 2015). Una red sólida de mentores, familiares y amigos que provean apoyo emocional e instrumental es clave para este proceso. Y, aunque es importante comprender los efectos que se derivan de no lograr las metas establecidas por un objetivo emprendedor, con consecuencias que pueden expresarse en casi todas las dimensiones de la vida de las personas, también hay escenarios en los que, de acuerdo con los estudios referidos, dadas ciertas condiciones, los emprendedores pueden salir más fortalecidos.

Conclusiones

El análisis presentado en este capítulo ha puesto de relieve las luces y sombras del fenómeno emprendedor en sus dimensiones simbólica y subjetiva. Por un lado, la luz del emprendimiento se manifiesta en su capacidad de movilizar creatividad, generar transformación y ofrecer alternativas económicas en contextos de incertidumbre. El espíritu emprendedor ha sido motor de innovación y les ha posibilitado a algunos trayectorias de autonomía y logro personal. En su dimensión más genuina puede representar una forma de agencia ante estructuras que limitan el desarrollo de las personas.

Sin embargo, las sombras del emprendimiento se muestran claramente cuando este se convierte en un mandato social, promovido como única vía de éxito y autorrealización. Las narrativas hegemónicas —en las que el emprendedor es presentado como héroe infalible, capaz de superar cualquier obstáculo por mérito propio— invisibilizan las desigualdades estructurales, las barreras contextuales y los efectos adversos que recaen sobre quienes no logran ajustarse a ese ideal.

El análisis de los casos de unicornios empresariales y de empresas multinivel como Mary Kay y Herbalife muestra cómo estas promesas de éxito pueden ser funcionales a modelos que explotan simbólicamente la aspiración emprendedora, mientras perpetúan formas de precariedad y dependencia económica. Estas experiencias ilustran cómo el emprendimiento puede convertirse en una narrativa que justifica la inacción del Estado, transfiriendo la responsabilidad del bienestar a los individuos.

Asimismo, se ha constatado que la exaltación del emprendimiento ignora los costos personales y sociales del fracaso: ansiedad, estrés, menoscabo de la salud mental, deterioro de relaciones familiares y endeudamiento. La presión por cumplir con el ideal del “yo emprendedor” refuerza el aislamiento, el sentimiento de culpa y la percepción de inadecuación de cara a un modelo de éxito excluyente.

Este capítulo invita a pensar el emprendimiento desde una perspectiva más equilibrada. Reconocer sus luces implica valorar su potencia transformadora, pero visibilizar sus sombras es imprescindible para no romantizar sus efectos. Solo así será posible avanzar hacia ecosistemas emprendedores más justos, conscientes del contexto, protectores del bienestar y capaces de integrar los logros y las fragilidades humanas.

Un punto adicional al que no se aludió en el capítulo, por la ausencia de literatura especializada que aborde el tema, es que en el entramado de las consecuencias es posible identificar otros actores que integran el ecosistema emprendedor y que también sufren algunos de los efectos derivados del fracaso empresarial. Estos actores incluyen a los gobiernos que, como máximos responsables del bienestar de los ciudadanos, deben asumir las cargas económicas, financieras y políticas por las pérdidas significativas que implica la altísima tasa de fracaso en la creación de empresas. La mirada macrosocial y estructural que se propone como marco para la comprensión de los argumentos esbozados también debe contrastarse ante la posibilidad de explicaciones determinísticas sobre el comportamiento emprendedor. De manera que no se trata de señalar como únicos afectados a los emprendedores, sino de incluir otros actores desde una mirada más integral; como tampoco se trata de obviar la agencia y la responsabilidad de las personas en sus propios procesos y proyectos de emprendimiento, al señalar como responsables totales a los factores estructurales y sociales más amplios.

Capítulo 3.

Los mitos del emprendimiento

El capítulo anterior dejó entrever múltiples expresiones que pueden ser problemáticas sobre la actividad emprendedora desde los niveles simbólico y narrativo, así como los efectos financieros, psicológicos y sociales que supone emprender con relación a las posibilidades de fracaso. Ahora bien, en las últimas décadas el emprendimiento ha sido promovido casi como una solución mágica para diversos males económicos y sociales, desde el desempleo hasta la pobreza, pasando por la innovación, el crecimiento económico y la inclusión. Sin embargo, buena parte de estas asociaciones se han consolidado como mitos sociales: narrativas legitimadas que operan como verdades incuestionables en el discurso público y en las políticas institucionales, pero que resisten el contraste empírico o el análisis estructural profundo.

Este capítulo cuestiona dos de los mitos más difundidos: primero, que el emprendimiento tiene una relación directa y positiva con el crecimiento económico; y segundo, que la creación de nuevas empresas genera empleo de manera significativa. Ambos relatos han sido ampliamente promovidos sin distinguir la calidad ni las condiciones de los emprendimientos, lo que ha contribuido a reproducir visiones simplificadas y a veces engañosas del fenómeno emprendedor.

Ambos planteamientos han alcanzado el estatus de verdades incuestionables, a pesar de que investigaciones recientes han mostrado su carácter parcial, cuando no abiertamente mitificado. Autores como Akcigit *et al.* (2021) y Boudreaux (2019) han demostrado que el emprendimiento tiene un impacto positivo en el crecimiento económico solo desde condiciones institucionales sólidas y en economías desarrolladas. En cambio, en contextos de economías en desarrollo, el emprendimiento —en especial el motivado por necesidad o subsistencia— no solo muestra baja productividad, sino

que puede asociarse con mayor precariedad e informalidad (Boudreaux, 2019; El-Zubi, 2025).

De forma similar, la relación entre emprendimiento y generación de empleo también ha sido desmitificada por estudios recientes. En Estados Unidos, más del 80 % de las nuevas empresas no contratan empleados adicionales y, en muchos casos, su contribución neta al empleo decrece después del primer año (SMCS, 2023). Esta tendencia se confirma en Europa y en América Latina: en la UE, menos de la mitad de las empresas nuevas sobrevive cinco años (cohorte 2014: 45 %), y en Colombia la dinámica *up-or-out* implica alta salida temprana, por lo que muchas no consolidan empleo sostenible (Eurostat, 2022; Eslava *et al.*, 2019).

En esa medida, es pertinente explicar por qué se acude al concepto de mito para soportar estos argumentos. La idea del mito, que deriva del griego *mythos*, es ampliamente apropiada por los latinos como “fábula” o “leyenda” y se refiere a un relato que otorga un significado que se revela en el contexto de una realidad histórico-cultural específica. Más que una narrativa individual o en solitario que se teje con ingenio, el mito permite la interpretación colectiva de la existencia y busca explicar los misterios de la vida desde una perspectiva social y comunitaria: de lo que se entiende en común. Contrario a ser una expresión de racionalidad limitada o inmadura (López, 2005), es una construcción intelectual compleja que suele fusionar opuestos —por ejemplo, los mitos clásicos buscan ofrecer explicaciones del pasaje de la naturaleza a la cultura—, desafiando las oposiciones sin caer en contradicciones, y posee un potencial creativo vasto.

Los mitos ostentan una visión reivindicativa al presentar una naturaleza cosmogónica particular. Se trasladan al pasado para dotar de sentido el presente, aunque su poder no se reduce al de las explicaciones históricas, sino que forma parte a la vez del pasado, del presente y del futuro. Su valor inherente está en que los eventos pasados que narra no solo forman parte de la historia, sino que conforman una estructura permanente: en sí mismos actúan en tiempo presente sobre los individuos y los grupos, y su eficacia no depende de alguna especie de genealogía histórica (Dartsch, 2016). Dotados de ese poder, pueden justificar, velar, legitimar o proyectar hacia el futuro una determinada estructura social; de modo que tiene una

función social y psicológica: ofrecer a los sujetos explicaciones y relatos sobre acontecimientos del mundo.

Por otro lado, cabe reconocer que un hecho sostiene la fluidez del mito. Se pueden tomar como mitos las epopeyas políticas de dirigentes a los que se es partidario o aquellas similares a los mitos heroicos de deportistas o equipos a los que se es aficionado. Estos relatos cumplen el rol de significar racionalmente una elección que los sujetos hacen en virtud de motivos no necesariamente racionales. Por ejemplo, si se le pregunta a alguien por qué es hinch de un equipo seguramente va a esgrimir razones sustentadas en historias sobre las hazañas que este ha realizado, antes de admitir la influencia de alguna tradición familiar o la de nacer en determinado lugar (Ramírez y Santos, 2018). El mito entonces suele sostenerse en ciertas comprensiones de los hechos, pero trasciende en un relato que oscila entre las representaciones propias de fenómenos histórico-concretos y las apropiaciones culturales diversas.

Desde este marco, se retoma el concepto de mito no como falsedad ingenua, sino como construcción social con capacidad simbólica, explicativa y performativa. Como señala Dartsch (2016) este actúa en el presente, dotando de sentido narrativo las decisiones colectivas, legitimando estructuras sociales y proyectando deseos compartidos. Así, los mitos modernos en torno al emprendimiento articulan aspiraciones económicas y además operan como dispositivos ideológicos que enmascaran las condiciones estructurales —como la desigualdad, la baja calidad institucional o la precariedad del trabajo— que realmente inciden en el éxito o el fracaso empresarial (Mazzucato, 2024).

Este capítulo propone, entonces, desmontar críticamente estos dos mitos dominantes sobre el emprendimiento. Mediante el análisis de evidencia de estudios y marcos comparativos, se examinarán sus límites, se explorará la influencia de factores institucionales, socioeconómicos y culturales, y se pondrán de manifiesto las consecuencias de sostener estas narrativas como verdades absolutas. Porque comprender el emprendimiento desde la complejidad requiere ir más allá del discurso celebratorio y asumir una mirada que combine la crítica con el rigor analítico.

El emprendimiento y el crecimiento económico

Si las narrativas más preponderantes sobre la actividad emprendedora se dirigen a verla como la respuesta al desempleo y al emprendimiento como el camino al éxito económico, y si, en la misma vía, no abundan los datos sobre sus dimensiones desconocidas, como las implicaciones de la altísima tasa de fracaso, se puede comprender que aquellas personas con expectativas que pueden resultar poco realistas se sientan desproporcionadamente atraídas por el emprendimiento (Örtenblad, 2020); también se puede comprender, en ese sentido, que socialmente el emprendimiento ostente un lugar tan privilegiado en las estrategias pensadas por los gobiernos y el sector privado como respuesta a múltiples problemas.

Una de las ideas más ampliamente difundidas respecto al emprendimiento es la que señala que esta actividad tiene una relación directa y positiva con el crecimiento económico. Esta noción se encuentra presente en los discursos institucionales y gubernamentales, y ha orientado políticas públicas de fomento al emprendimiento que parten de la premisa de que al multiplicarse el número de iniciativas emprendedoras se estimula el desarrollo económico.

Sin embargo, esta asociación ha sido puesta en duda por diversos estudios que muestran que la relación entre emprendimiento y crecimiento económico es, en realidad, mucho más compleja. El emprendimiento no es un fenómeno homogéneo: puede surgir por oportunidad, pero también por necesidad o subsistencia. Esta diferenciación resulta clave, pues los motivados por la necesidad tienden a tener bajos niveles de productividad, poca capacidad de innovación y, en últimas, una escasa contribución al crecimiento económico sostenido (Amorós y Cristi, 2010; GEM, 2019).

En Estados Unidos, las empresas típicas emergentes se capitalizan con cerca de 25 000 dólares. Estos recursos suelen provenir en un gran porcentaje (hasta en un 70 %) de los ahorros personales del fundador, así como de amigos o familiares, resultando en empresas que operan en los sectores minoristas o de servicios personales. Es muy probable que se trate de compañías que funcionan desde casa, y que los fundadores aspiren a tener alrededor de 100 000 dólares en ingresos en los primeros cinco años. También se sabe que la mayoría de las creadas no son del tipo de las

que generan empleo y riqueza; por el contrario, se trata de empresas de sustitución de salarios que tienen más en común con el trabajo por cuenta propia que con las compañías de alto crecimiento (SMCS, 2023).

De acuerdo con un informe realizado por la Reserva Federal de Bancos de Estados Unidos, en 2023 funcionaban 27 millones de empresas cuyos únicos empleados eran sus propietarios. En el caso de las pequeñas se estima que cerca del 80 % no emplea ningún recurso humano extra. Además, se encontró que el 25 % de las que tienen dos años de funcionamiento o menos solo tenía a los fundadores como empleados, operó en un 25 % con beneficios en 2021, en comparación con las de la misma edad que sí contaban con empleados, y que operaron con un beneficio del 27 %. Estas cifras contrastan con las empresas de más de tres años de fundadas que, en los casos sin empleados extras, obtuvieron un beneficio del 38 %, en comparación con aquellas con empleados que registraron un beneficio del 49 % en el mismo año (SMCS, 2023).

Estos datos son congruentes con los análisis que desde hace años muestran que la asociación positiva entre el nacimiento de empresas y el crecimiento económico sería posible si las nuevas fueran más productivas que las existentes, pero no lo son. Como en este informe, otro estudio encontró que la productividad aumenta con la antigüedad, lo que significa, al menos en el contexto analizado, que el promedio de las empresas nacientes hace un uso menos eficiente de los recursos que el promedio de las establecidas, situación que no se esperaría si el crecimiento económico se beneficiara más de la creación de nuevas empresas que de la expansión de las ya consolidadas (Hosono *et al.*, 2020).

Asimismo, a medida que los países se desarrollan, el incremento en los salarios reales eleva el costo de oportunidad de emprender. En estos contextos, las personas tienden a preferir empleos asalariados con menor riesgo y mayor protección antes que asumir la incertidumbre del autoempleo o un negocio propio (Fields, 2019). Esta dinámica explica parcialmente por qué las economías más ricas suelen presentar tasas de emprendimiento más bajas que aquellas con salarios reducidos.

La asociación negativa entre la formación de nuevas empresas y el crecimiento económico a mediano y largo plazos se pudo probar con diferentes datos, por ejemplo, con la correlación negativa entre las tasas de

crecimiento del Producto Nacional Bruto [PNB] y la tasa de autoempleo en Francia, Italia y Alemania Occidental entre 1953 y 1987, así como en Suecia entre 1962 y 1987 (Bogenhold, 1991). También se probó este efecto en los 19 países de la OCDE para los que hay datos disponibles desde 1975 hasta 1996 (Blanchflower, 2004).

Otra investigación importante en este sentido es la realizada por Van Stel, Carree y Thurik (2018), que analizó datos del Global Entrepreneurship Monitor [GEM] para múltiples países por medio de regresiones que buscaban examinar la relación entre la actividad empresarial total [TEA] y el crecimiento del PIB. Este estudio destaca que el impacto del emprendimiento en el crecimiento económico varía significativamente según el nivel de desarrollo del país.

Dentro de los hallazgos fundamentales se encuentra que el espíritu empresarial produce un impacto positivo en el crecimiento económico en países relativamente ricos o desarrollados, mientras que en los menos desarrollados este efecto es menos pronunciado o incluso negativo. Tal diferencia se explica por factores como el capital humano, la calidad de los emprendimientos y su naturaleza —es decir, si surgen por oportunidad o por necesidad—, aspectos que condicionan la capacidad del emprendimiento para generar crecimiento económico sostenible.

En Colombia, en un estudio efectuado con datos desde 2011 hasta 2019 para examinar el efecto de la actividad emprendedora en el crecimiento económico, tomando el PIB como variable dependiente, se determinó un efecto negativo (Castaño, 2022). La autora explica cómo estos resultados sugieren que a nivel macroeconómico solo ciertas actividades pueden estimular el crecimiento económico. Además, en este trabajo se resalta que la creación de empresas por sí misma no tiene consecuencias verdaderamente favorables y que la consecuencia podría ser incluso lo contrario. La relación positiva entre crecimiento económico y emprendimiento está supeditada al tipo de emprendimiento y su calidad, en cuanto a ideas de negocio de alto potencial y de rápido crecimiento.

En la misma línea también hay datos que muestran que cuando los gobiernos intervienen para fomentar la creación de nuevas empresas, tienden a estimular a más personas a crear empresas de forma desproporcionada en industrias competitivas que tienen barreras de entrada más bajas y tasas de

fracaso más altas. Esto obedece a que el empresario típico no es muy bueno eligiendo industrias y suele inclinarse por aquellas en las que es más fácil entrar, aunque sean las menos productivas, de modo que al ofrecer incentivos para que las personas inicien negocios, en general, se está brindando estímulos para que los emprendedores arranquen con el negocio típico que, de hecho, desaparecerá en pocos años (Shane, 2009).

Este problema de índole política —incluso ética— de que los gobiernos promuevan de manera indiscriminada la creación de compañías al facilitar créditos y motivar el espíritu empresarial con los objetivos del crecimiento económico y la generación de empleo, se examinará con más atención en el siguiente capítulo. Basta con cuestionarse, en este punto, sobre el papel de las autoridades formales en la formulación de estas políticas y la manera como se proporciona información a los emprendedores potenciales acerca de temas como las tasas de fracaso versus las tasas de éxito o las de rentabilidad promedio, sobre las que se suelen construir narrativas que no son del todo transparentes.

Ahora bien, para adentrarse en la evidencia sobre las asociaciones negativas entre ciertas expresiones del emprendimiento y el crecimiento económico, y teniendo en cuenta algunos de los hallazgos de los estudios previamente referenciados, se realizará un examen considerando la calidad de los emprendimientos con relación a su tipología y su respectiva asociación con el fracaso emprendedor, y otras variables como la desigualdad social y económica, así como la calidad institucional (o reglas de juego) de los países. Esto último es importante porque diferentes estudios han identificado que estos son factores clave para entender las tasas de éxito o fracaso en los negocios nacientes (Furdas y Kohn, 2011; Fuentelsaz y González, 2015; Vásquez *et al.*, 2020), lo que su vez se relaciona con el crecimiento económico.

Como se mencionó anteriormente, las tipologías de los emprendimientos pueden pensarse desde las motivaciones que les dan origen como aquellos que nacen por necesidad o por oportunidad. Estos últimos, según Reynolds *et al.* (2003), se refieren a actividades empresariales realizadas por individuos que identifican coyunturas de mercado y deciden emprender para aprovechar su potencial. Estos tienen una actitud más proactiva y dinámica, enfocándose en crear valor y crecimiento con sus negocios. Suelen gene-

rar más empleo, tener mejores indicadores de exportación y abrir nuevos nichos de mercado. Además, es razonable suponer que poseen disposiciones personales, culturales o históricas que han permitido el desarrollo de habilidades específicas.

En contraste, el emprendimiento por necesidad abarca actividades empresariales iniciadas por sujetos que, ante la falta de alternativas viables de empleo, se ven forzados a emprender, debido a circunstancias económicas adversas. Estos no eligen emprender como primera opción, sino que lo hacen para generar ingresos y subsistir, por lo que también se les conoce como emprendimientos por subsistencia o supervivencia. Suelen estar menos preparados y tener menos experiencia específica (Vásquez, 2023), lo que limita su acceso a financiamiento y facilidades de crecimiento en mercados competitivos.

Una manera de comprender estas formas de emprendimiento tiene que ver con su asociación con la calidad, es decir, la medida como los nuevos negocios contribuyen al desarrollo económico sostenible está influida por factores como la innovación, la gestión efectiva, la adaptabilidad al mercado, la inversión en recursos humanos, la sostenibilidad ambiental y social, y la capacidad para generar empleo de calidad.

También se vincula a la posibilidad que tienen para resolver problemas del mercado de manera eficiente y ofrecer productos o servicios que satisfagan las necesidades del consumidor. Asimismo, un marco institucional sólido, como lo plantea Baumol (1990), en el sentido de las reglas de juego como la existencia de políticas gubernamentales favorables y un entorno empresarial propicio, pueden ser determinantes clave para impulsar la calidad de los emprendimientos y en última instancia, su éxito. Tal como lo plantea el autor, a mayor calidad institucional en las reglas de juego, mayor será la cantidad de emprendimientos productivos con respecto a los improductivos, lo cual es fundamental en una economía, pues los primeros se encuentran más asociados a las transformaciones e innovaciones, así como al crecimiento económico en el largo plazo (Bjørnskov y Foss, 2016).

Las disparidades en las características de los emprendimientos entre países con diferentes niveles de desarrollo económico y calidades institucionales son evidentes. En economías avanzadas y con marcos institucionales fuertes y claros, el emprendimiento tiende a enfocarse en

oportunidades, con la creación de nuevas empresas innovadoras respaldadas por recursos financieros y educativos, mientras que en países con marcos institucionales frágiles y con problemas institucionales como la corrupción, prevalece el emprendimiento por necesidad, motivado por la escasez de empleo formal y recursos financieros, dando lugar a pequeñas empresas locales y actividades informales. Estas disparidades también se reflejan en los sectores con emprendimientos en economías de altos ingresos centrados en tecnología y servicios profesionales, mientras que en los contextos con menor desarrollo tecnológico destacan en sectores como la agricultura y el comercio minorista.

Así como existe un vacío en la literatura para entender de manera clara la relación entre los tipos de emprendimiento y el fracaso, también se puede notar una carencia de estudios que exploren la relación entre las instituciones y el éxito o fracaso de nuevas empresas. Cuando se menciona el contexto institucional en la literatura, se hace referencia a elementos como las normas y regulaciones que impactan la actividad económica, la cultura predominante en una sociedad, la disposición hacia el establecimiento de nuevas empresas y el nivel educativo de los individuos en la sociedad. Las instituciones se consideran como las reglas del juego que establecen el marco en el que las organizaciones desarrollan su actividad (North, 1990). Específicamente, se habla de las instituciones formales, que abarcan las regulaciones políticas, legales y económicas destinadas a guiar el comportamiento de los individuos y facilitar los intercambios.

Estos factores son importantes porque en las fases iniciales de un nuevo proyecto la existencia de instituciones formales bien definidas puede mitigar los riesgos asociados a la novedad del emprendimiento. Así, la estabilidad, la legitimidad y el acceso mejorado a recursos pueden compensar la falta de experiencia en nuevas iniciativas (North, 1990). Por otro lado, es probable que en un entorno institucional inadecuado los mercados sean menos transparentes y competitivos, desincentivando la apertura de nuevos negocios (Fuentelsaz *et al.*, 2015). Las decisiones de los emprendedores y los resultados del fracaso están fuertemente condicionados por el marco institucional en el que operan, y las instituciones desempeñan un papel clave para explicar las variaciones en los niveles de fracaso entre países. Además, la calidad del emprendimiento se relaciona con las instituciones

formales mediante índices de gobernabilidad que evalúan aspectos como la rendición de cuentas, la estabilidad política y el control de la corrupción.

Estudios como el de Fuentelsaz y González (2015) muestran que, en general, los países con una combinación de alta calidad del emprendimiento y alto desarrollo institucional tienden a tener tasas de fracaso más bajas, mientras que aquellos con bajas calidades en ambas dimensiones presentan tasas de fracaso más altas. Suecia, Finlandia, Noruega, Japón e Italia tienen indicadores positivos en cuanto a calidad institucional, mientras que en Colombia, Serbia, Argentina, Túnez o Perú estos son negativos.

El estudio resalta que cuando los emprendedores operan en un entorno con reglas bien definidas, protección de los derechos de propiedad, un sistema judicial eficiente, gobiernos estables y ausencia de corrupción, experimentan una mayor seguridad que contribuye positivamente al éxito de sus empresas. Asimismo, las compañías que surgen de la identificación de buenas oportunidades de mercado tienen considerablemente menos posibilidades de fracaso que las originadas por falta de alternativas en el mercado laboral.

Un análisis combinado del contexto institucional y la calidad del emprendimiento confirma que la situación más favorable se presenta en países donde ambas dimensiones operan en la dirección correcta, es decir, con una proporción superior de iniciativas de calidad y un entorno que favorece el nacimiento y desarrollo de nuevas empresas con políticas institucionales claras y estables.

Estos hallazgos tienen importantes implicaciones para el diseño de políticas públicas y para la actuación de los propios emprendedores. Por un lado, subrayan la importancia del entorno en la supervivencia de las empresas, sugiriendo que medidas regulatorias que faciliten la actuación de los agentes y promuevan la seguridad jurídica, la reducción de barreras y la competencia, así como la lucha contra la corrupción tendrán un impacto positivo en las tasas de supervivencia. Por otro lado, apuntan a que las políticas destinadas a fomentar el emprendimiento deben revisarse, dirigiendo los recursos disponibles hacia propuestas con mayores posibilidades de éxito futuro, aunque su examen debe trascender este asunto, como veremos más adelante. En este sentido, las iniciativas que orientan a los emprendedores merecen considerarse desde un análisis exhaustivo, como desde cuáles son

las características de las empresas que se crean y, en la misma dirección, las condiciones institucionales relacionadas.

Ahora bien, las posibilidades de éxito o fracaso emprendedor se enlazan a otro aspecto que también merece examinarse y que tiene que ver con el nexo entre la calidad de los emprendimientos y las condiciones económicas estructurales en las que tienen origen, como la desigualdad social y económica. Desde principios de la década de los dos mil se hizo cada vez más presente en la evidencia empírica la asociación entre la desigualdad económica y los niveles de actividad empresarial. Estos datos apuntan a que los países con mayores niveles de desigualdad de la riqueza tienden a tener mayores tasas de iniciativa empresarial total, tanto de emprendimientos por necesidad como por oportunidad (Auguste, 2020). Aunque se ha argumentado que la creación de empresas como las de alto impacto puede ser un aliciente crucial para el crecimiento económico, también se ha encontrado que, acorde con ciertas condiciones, este hecho puede llevar, realmente, a la reproducción de las desigualdades.

Si ciertos tipos de actividad empresarial necesitan capital y recursos para su surgimiento, entonces la desigual distribución de recursos financieros y el acceso diferencial a estos recursos pueden limitar la actividad empresarial a ciertos grupos y, en última instancia, reducirla de forma general. Además, cuando la desigualdad limita el acceso al mercado formal, como ocurre en contextos de informalidad laboral y exclusión sistémica, se genera un círculo vicioso que debilita las iniciativas individuales y el ecosistema empresarial en su conjunto (De la Barra *et al.*, 2022).

Antes de avanzar en esta dirección argumentativa es conveniente conceptualizar la desigualdad para poder profundizar en posibles relaciones con el fenómeno del emprendimiento. Aunque tradicionalmente la económica se ha medido por ingresos, investigaciones recientes destacan que la concentración de activos productivos (tierra, capital financiero) es un determinante crítico de las oportunidades empresariales, especialmente en entornos con altos niveles de exclusión (Vásquez, 2023). Debido a que los recursos financieros son esenciales para emprender, es probable que la riqueza en términos de activos reales y financieros sea el recurso fundamental del que dependen los empresarios nacientes.

Para comprender los efectos de la desigualdad se han constituido dos líneas clásicas desde distintas áreas del conocimiento como la sociología y la economía: la primera, relativa a las consecuencias negativas y, la segunda, coherente con el papel positivo de las desigualdades de riqueza e ingresos. En principio, los argumentos que se esgrimen sobre los efectos negativos indican que las estructuras sociales en las sociedades modernas a menudo obstaculizan la movilidad social de ciertas personas. Esto se debe a que la riqueza se hereda y las estructuras de privilegio y estatus pueden reproducirse de generación en generación. Por ejemplo, las personas que ocupan posiciones ventajosas en la estructura laboral suelen ser capaces de proporcionar oportunidades educativas a sus hijos, una práctica que las “universidades empresariales” refuerzan al alinear la formación con demandas del mercado, perpetuando así privilegios de clase a la luz del discurso neoliberal de la meritocracia (García y Amigot, 2024).

Asimismo, la distribución desigual de los recursos tiende a agravar otras desventajas relacionadas con características adscriptivas de las personas y grupos poblacionales, como la raza y el género. Los nacidos en familias pobres y que viven en áreas marginadas enfrentan dificultades significativas para ascender socialmente. Como señala Edmondson (2024), la exclusión histórica de redes de financiamiento y capital social en comunidades afrodescendientes limita sus oportunidades empresariales y perpetúa ciclos de desigualdad económica (p. 398).

Cuando dos dimensiones sociales están altamente correlacionadas con otras características, como la pobreza con la raza o el género, los teóricos las denominan “desigualdades consolidadas” (Cepal, 2018). En la medida en que esta se consolida y la falta de recursos inhibe la iniciativa empresarial, la fundación de nuevas compañías contribuye a la reproducción de las desigualdades sociales y económicas. Además, al limitar las oportunidades empresariales, las desventajas estructurales persistentes pueden restringir la gama de tipos de nuevas empresas que se fundan en una sociedad, limitando así la diversidad competitiva, organizacional e industrial.

En un estudio apoyado por la Fundación JPMorgan Chase, y realizado con grupos subrepresentados de minorías étnicas y no étnicas en siete distritos de Londres, se encontró que el 37 % de todas las encuestadas había experimentado una crisis que amenazaba la supervivencia de su negocio

en los últimos cinco años. Sin embargo, las dirigidas por grupos étnicos minoritarios tenían 15 % más de probabilidades que las conducidas por grupos normativos de experimentar crisis de este tipo, y la probabilidad aumentaba al 17 % cuando además estos núcleos provenían de los distritos de menores ingresos (Wishart *et al.*, 2018).

Ahora bien, existen, por otra parte, investigaciones recientes (De la Barra, 2023) que matizan el vínculo entre emprendimiento y movilidad social: aunque el trabajo autónomo surge como respuesta a contextos de inequidad, como lo evidenció la pandemia, su promoción indiscriminada reproduce narrativas heredadas de la Revolución Industrial, porque la creencia “en el éxito entre los fracasados” oculta las barreras estructurales que enfrentan poblaciones vulnerables, como la falta de acceso a financiamiento y redes de apoyo. Durante los periodos de rápido crecimiento económico, la expansión de oportunidades brindó a muchos inmigrantes y descendientes de familias trabajadoras la posibilidad de convertirse en prósperos dueños de negocios. El repunte económico repentino de los años noventa parece haber revitalizado este sueño. De hecho, algunos estudios sugieren que el espíritu emprendedor puede ser resistente a ciertas limitaciones, pero su capacidad para generar movilidad social se ve erosionada en contextos de alta inequidad donde los emprendimientos no innovadores perpetúan ciclos de baja productividad y escaso impacto económico (Dempére, 2023).

Así, y en general, aunque la intención de crear empresa puede estar ampliamente extendida en las sociedades actuales, los recursos no lo están. Los recursos financieros se refieren a propiedades, acciones, bienes tangibles, bonos y otros activos que pueden usarse como garantía para obtener créditos o convertirse en efectivo, como en el caso del dinero utilizado en arrendamientos financieros o compras de insumos.

Algunos investigadores han enfatizado la importancia de los recursos financieros en el emprendimiento y argumentan que las restricciones de liquidez inhiben la aparición de empresas (Fischer y Massey, 2000; Bruton *et al.*, 2021). El papel que pueden desempeñar los recursos en la probabilidad de que un individuo decida emprender puede verse en dos vías principales. En primer lugar, el inicio de las empresas suele requerir inversiones considerables, y los empresarios pueden tener dificultades para acceder a financiamiento debido a los riesgos asociados con las nuevas compañías.

Según esta perspectiva, el patrimonio, especialmente el proveniente de la riqueza familiar, proporciona a los emprendedores la capacidad de obtener crédito, y aquellos con patrimonio limitado pueden enfrentar dificultades para obtener los préstamos y capital necesarios para establecer sus negocios. En consecuencia, mientras el patrimonio familiar sigue siendo un facilitador clave para emprender, experiencias como los círculos solidarios en Medellín demuestran que modelos colaborativos de financiación pueden mitigar esta brecha, permitiendo que poblaciones con menores recursos inicien negocios sostenibles mediante redes comunitarias (Restrepo, 2020).

Por otro lado, algunos investigadores discrepan del énfasis en los recursos financieros y argumentan que se le ha dado una importancia excesiva a la disponibilidad de activos monetarios. Muchas pequeñas o microempresas no requieren una inversión sustancial de capital en sus etapas iniciales, y la mayoría de los fundadores inician sus negocios con un capital limitado o incluso sin inversión inicial. En Estados Unidos, más de la mitad de los propietarios de empresas a mediados de la década de 1990 necesitaban menos de 5000 dólares para iniciar sus emprendimientos (Censo de EE. UU., 1997).

Sin embargo, a pesar de que un segmento de las empresas empieza funcionando con un tamaño reducido y con bajos niveles de inversión de capital, los recursos financieros sí se han conectado positivamente con el éxito posterior de las nuevas iniciativas empresariales. Esto es así porque las organizaciones recién fundadas pueden enfrentar obstáculos, y porque los recursos humanos y financieros, especialmente en las etapas tempranas, son determinantes para construir capacidades clave y sortear dificultades. Como señala Brush (2018), la disponibilidad inicial de activos no solo incrementa la probabilidad de supervivencia, sino que permite a los emprendedores transformar esos recursos en ventajas competitivas únicas, lo que es crítico para emprendimientos en contextos de vulnerabilidad.

En América Latina existe un consenso entre los expertos de la región sobre que los emprendedores, en general, no cuentan con un capital propio suficiente para financiar sus proyectos, pues la mayoría recurre a fuentes como la familia o los amigos, así como otros inversionistas informales que no necesariamente participan en la empresa naciente. El mercado de valores tampoco parece constituir una opción de financiamiento viable, mientras

que el capital de riesgo, el *crowdfunding* o los inversionistas ángeles esca-sean. Al mismo tiempo, considerando que la financiación inicial para las pequeñas empresas en estos países proviene con frecuencia de los amigos, inversores familiares o informales, es probable que mujeres, jóvenes y otras poblaciones vulnerables como las que viven en zonas rurales, se vean particularmente desfavorecidos en sus intentos por crear empresas (GEM, 2023). También en Colombia las fuentes más utilizadas para la creación de organizaciones son el capital propio o el crédito bancario, así como los préstamos que provienen de inversionistas informales como los amigos o familiares (GEM, 2023).

Si bien el endeudamiento por sí mismo no es necesariamente un problema, altos niveles de deuda pueden representar un riesgo para la sostenibilidad empresarial. Se ha mostrado que las empresas colombianas con mayor probabilidad de supervivencia no tenían deuda financiera al inicio de su fundación, tampoco las que reinvirtieron los recursos que ganaban en procesos de mejora constante (Sepúlveda y Gutiérrez, 2016).

Así, se desvela el papel que desempeñan los recursos, en primera instancia, como factor decisivo en el éxito de una nueva empresa. Por otro lado, estos también desempeñan un rol crucial en la determinación de que alguien se convierta en emprendedor. Para comprender este punto se han propuesto dos grandes tipos de origen de las actividades empresariales, previamente descritos: emprendimientos que nacen por oportunidad y los que surgen por necesidad, que marcan una lógica de autorrealización en un extremo o una lógica de supervivencia en el otro (Bögenhold, 1985).

Para los fines del presente análisis esta distinción es relevante, porque ayuda a explicar las condiciones en las que los recursos financieros impactan en las decisiones empresariales. Las personas inician una actividad corporativa por necesidad cuando hay pocas o nulas opciones para encontrar un trabajo adecuado y lo hacen con poco o ningún capital financiero, debido a que se trata de un último esfuerzo para garantizar algún ingreso cuando fracasan otras opciones de inserción laboral. Esta situación refleja una deficiencia en los mercados de trabajo al no ofrecer oportunidades que sean más atractivas que el autoempleo (Bögenhold, 2020).

Es plausible pensar que este tipo de iniciativa empresarial sea más común en ciertos entornos económicos y sociales en comparación con otros.

Se ha encontrado, por ejemplo, que los países con niveles más elevados de desigualdad en la distribución de la riqueza suelen albergar una población considerable que está en situación de pobreza y con ingresos y riqueza limitados. Este grupo de personas tiende a presentar bajos niveles de educación y escasas conexiones con las esferas de poder e influencia (Cepal, 2018). En consecuencia, la actividad emprendedora por necesidad suele surgir como la opción más viable para garantizar su subsistencia económica. Por tanto, es posible afirmar que existe una relación positiva entre los elevados índices de desigualdad en la distribución de la riqueza y los niveles considerables de emprendimiento por necesidad (Bruton, 2021).

Por otro lado, se habla de los emprendimientos por oportunidad, cuando las personas identifican una brecha en el mercado, ya sea en nichos descuidados, atendidos de manera insuficiente o emergentes. Como señalan Bae y Choi (2024), este conocimiento sectorial, adquirido mediante experiencia práctica no solo constituye un capital humano crítico, sino que facilita el empleo de modelos de gobernanza colaborativa que potencian el desempeño económico y el impacto social en comunidades vulnerables. Además, quienes forman parte de redes sociales amplias y diversas tienen un acceso mejorado a tal conocimiento. Es probable que el emprendimiento por oportunidad dependa en mayor medida de la posesión de capital humano que el emprendimiento por necesidad (Lippmann *et al.*, 2005). De esta forma, los emprendimientos basados en la detección de coyunturas ofrecen el mayor potencial de movilidad individual y social, crecimiento organizado y generación de empleo. Por tanto, el espíritu empresarial de oportunidad será, por término medio, más beneficioso para las economías y las sociedades que el que surge por necesidad.

Datos de GEM (2023) muestran que tres de cada cuatro emprendedores en países de ingreso bajo y medio como Colombia, Indonesia, Brasil o Egipto desarrollan emprendimientos por necesidad (GEM, 2023). Y, a medida que aumenta el nivel de ingresos de los países medios, disminuye este indicador. Cuando se observan los datos para Colombia con más detalle también se encuentra que la categoría relacionada con la motivación de emprender por necesidad es la única que muestra una tendencia creciente en comparación con las otras razones. Esto quiere decir, de acuerdo con las propias interpretaciones del GEM (2023), que, aunque haya aumentado la actividad empresarial temprana TEA en el país, la mayoría de estas empresas no se

creó como respuesta a una oportunidad real de mercado o a una intención personal y vocacional de emprender, sino por la necesidad apremiante de subsistir.

En este sentido, la relevancia de su origen guarda una relación directa con los indicadores de fracaso empresarial. Rubyutsa *et al.* (2024) evidencian que, en contextos de vulnerabilidad, como el emprendimiento rural en Ruanda, los negocios surgidos por necesidad suelen operar con escasos recursos, formación limitada y acceso restringido a redes de apoyo, lo que los condiciona a explotar oportunidades de baja rentabilidad y alta competencia. Estas características, propias de economías informales o en desarrollo, incrementan las probabilidades de fracaso, ya que los emprendedores carecen de herramientas para escalar sus negocios o mitigar riesgos, perpetuando ciclos de supervivencia con bajo impacto económico.

En un análisis basado en los datos reportados por el GEM (2023) de 85 países, se mantiene la brecha en tasas de fracaso entre emprendimientos por oportunidad y necesidad. El estudio revela que, a escala global, los primeros presentan una tasa de fracaso del 3.2 %, mientras que aquellos por necesidad alcanzan el 5.4 %. Esta diferencia se acentúa en economías desarrolladas como Singapur, donde solo el 2.8 % de los emprendimientos por oportunidad fracasa, con respecto al 11.5 % de los motivados por necesidad (GEM, 2023). Estos resultados confirman que, pese a mejoras generales en los ecosistemas emprendedores, los negocios por necesidad siguen siendo significativamente más vulnerables.

Esta diferencia en la tasa de éxito respecto a los tipos de emprendimiento se corroboró también en otro estudio realizado por Fuentelsaz y González (2015), como se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Valores medios dependiendo del tipo de emprendimiento

País	Tasa de fracaso total	Fracaso emprend. por oportunidad	Fracaso emprend. por necesidad	País	Tasa de fracaso total	Fracaso emprend. por oportunidad	Fracaso emprend. por necesidad
Rep. Domin.	13.93 %	13.30 %	15.22 %	Costa Rica	3.60 %	2.88 %	5.48 %
Puerto Rico	11.63 %	8.33 %	28.57 %	EE. UU.	3.47 %	3.17 %	4.57 %
Palestina	9.44 %	7.09 %	13.77 %	Portugal	3.41 %	2.47 %	7.25 %
China	8.96 %	10.43 %	6.67 %	Hungría	3.17 %	2.88 %	3.90 %
Namibia	8.26 %	5.37 %	12.90 %	Kazajistán	3.14 %	2.56 %	4.76 %
Sudáfrica	8.01 %	7.76 %	8.61 %	Rusia	3.03 %	2.33 %	4.60 %
Ecuador	7.71 %	7.86 %	7.36 %	Polonia	3.00 %	2.65 %	3.47 %
Hong Kong	7.58 %	4.30 %	15.38 %	Israel	2.89 %	2.20 %	4.76 %
Jamaica	6.98 %	6.15 %	7.94 %	Tailandia	2.73 %	2.33 %	3.99 %
Montenegro	6.79 %	6.71 %	6.93 %	Reino Unido	2.64 %	2.40 %	4.00 %
Bosnia	6.49 %	5.48 %	7.30 %	España	2.39 %	2.07 %	3.70 %
Argelia	6.47 %	4.42 %	11.43 %	Venezuela	2.34 %	1.67 %	3.95 %
Marruecos	6.42 %	5.52 %	9.09 %	Australia	2.30 %	1.85 %	4.44 %
Eslovaquia	6.07 %	5.83 %	6.62 %	Austria	2.24 %	2.20 %	2.50 %
Perú	5.91 %	5.56 %	6.83 %	Estonia	2.19 %	2.08 %	2.56 %
Brasil	5.76 %	5.30 %	6.54 %	Bélgica	2.12 %	2.11 %	2.22 %
Bolivia	5.62 %	4.42 %	8.22 %	Francia	2.11 %	1.87 %	3.13 %

Egipto	5.61 %	5.10 %	6.70 %	Alemania	2.05 %	1.75 %	3.02 %
Argentina	5.18 %	4.31 %	6.77 %	Lituania	2.03 %	2.28 %	1.30 %
Singapur	5.13 %	3.59 %	14.29 %	Noruega	2.00 %	1.96 %	2.44 %
Chile	5.08 %	3.95 %	8.10 %	Holanda	1.90 %	1.99 %	1.10 %
Macedonia	5.02 %	3.63 %	6.12 %	Islandia	1.88 %	1.79 %	3.23 %
Letonia	4.96 %	5.07 %	4.64 %	Suiza	1.57 %	1.54 %	1.75 %
Serbia	4.88 %	4.35 %	5.56 %	Malasia	1.53 %	1.22 %	3.13 %
Uruguay	4.78 %	4.73 %	4.93 %	Barbados	1.45 %	0.99 %	4.55 %
Irlanda	4.66 %	4.15 %	6.35 %	Italia	1.36 %	1.01 %	2.86 %
México	4.47 %	4.03 %	6.59 %	Rep. Checa	1.35 %	0.00 %	5.00 %
El Salvador	4.40 %	2.26 %	8.33 %	Dinamarca	1.23 %	1.32 %	0.00 %
Corea Sur	4.36 %	2.76 %	6.74 %	Guatemala	1.13 %	1.16 %	1.06 %
Turquía	4.36 %	3.40 %	6.07 %	Finlandia	1.09 %	1.09 %	1.09 %
Rumanía	4.23 %	5.21 %	2.41 %	Suecia	0.99 %	0.73 %	3.57 %
Croacia	4.22 %	1.88 %	8.67 %	Japón	0.98 %	0.92 %	1.14 %
Túnez	4.17 %	2.90 %	7.41 %	Eslovenia	0.93 %	0.43 %	4.48 %
Grecia	3.93 %	3.45 %	5.12 %	Panamá	0.36 %	0.25 %	0.69 %
Colombia	3.89 %	3.75 %	4.23 %	Medias	4.14 %	3.51 %	5.91 %

Fuente: elaboración propia con base en los análisis de Fuentelsaz y González (2015).

De ese modo, y teniendo en cuenta el centro del análisis de este capítulo, es razonable sostener que, aunque se ha sugerido que el espíritu empresarial y el emprendimiento surgen como una forma de salir de la pobreza, lo cierto es que a pesar de las actividades empresariales generalizadas entre los extremadamente necesitados en contextos en desarrollo como los expuestos, la pobreza parece prevalecer y la mayoría de estas empresas fracasa (Örtenblad, 2020). Los países con altos niveles de inequidad no experimentan significativos niveles de iniciativas empresariales por oportunidad, sencillamente porque las personas carecen de los recursos, la información y la educación necesarios para aprovechar las oportunidades del mercado existentes.

De hecho, investigaciones en países de América Latina han mostrado que, a pesar de tener altas tasas de emprendimiento, estas no necesariamente se traducen en crecimiento económico o mejoras significativas en el desarrollo. En algunos casos, el aumento de iniciativas emprendedoras ocurre como respuesta al desempleo estructural o a la precariedad laboral, lo que podría interpretarse más como un síntoma del estancamiento económico que como una solución (Bosma *et al.*, 2012).

Estudios recientes como el de Akcigit *et al.* (2021) han reforzado esta perspectiva al afirmar que no es la cantidad de nuevos negocios lo que impacta positivamente en la economía, sino su calidad, su capacidad de innovación y el entorno institucional que los sostiene. Por su parte, Mazzucato (2024) advierte que el énfasis excesivo en el emprendimiento individual como motor del desarrollo puede ocultar la importancia de la inversión estatal estratégica y de las políticas estructurales orientadas a fortalecer sectores clave de la economía.

En este sentido, es necesario matizar el discurso que presenta al emprendimiento como una solución universal. Como señalan Shane (2009) y Boudreaux (2019), promover indiscriminadamente el emprendimiento puede conducir a políticas ineficaces, especialmente si no se toman en cuenta las condiciones estructurales, la informalidad del mercado y las brechas de capital humano. La literatura más crítica sugiere que, sin un entorno propicio y sin una visión de largo plazo que priorice el fortalecimiento de capacidades productivas, la creación de empresas puede convertirse en una vía de reproducción de la precariedad económica.

En consecuencia, este capítulo invita a reconsiderar la relación entre emprendimiento y crecimiento económico, alejándose de posturas simplificadas. Se propone, en cambio, entenderlo como un fenómeno contextual, cuyos impactos varían en función de su tipo, del entorno institucional y de las capacidades estructurales de cada país. Solo así será posible evitar que este concepto siga operando como un mito moderno de progreso automático, y se pueda valorar su verdadero alcance, con sus luces y también sus sombras.

El emprendimiento y la generación de empleo

Otro de los mitos que ha ganado fuerza en los discursos institucionales y en el imaginario colectivo es el que plantea que el surgimiento de nuevas empresas conduce directamente a la generación de empleo. Esta narrativa ha sido ampliamente reproducida por gobiernos, entidades multilaterales y programas de apoyo al emprendimiento que promueven la creación de empresas como un camino natural hacia el desarrollo del mercado laboral.

No obstante, la evidencia empírica pone en tela de juicio esta afirmación. Acs y Armington (2004) ya señalaban desde hace décadas que en Estados Unidos las empresas con menos de dos años de creadas y al menos un empleado representaban apenas el 1 % del total del empleo, mientras que las compañías con más de diez años concentraban cerca del 60 %. Este patrón se mantiene: según datos recientes, el 80 % de las nuevas empresas no emplea a más personas que sus propios fundadores (SMCS, 2023), lo que indica que su capacidad de absorber fuerza laboral es limitada.

Nuevos estudios de la U. S. Census Bureau (2023) y Eurostat (2022) muestran que, aunque las nuevas empresas crean empleos inicialmente, su impacto neto a mediano plazo sigue siendo limitado. En EE. UU., las *startups* generaron aproximadamente el 6.8 % del empleo total entre 2020 y 2022 (vs. 7 % en 2004), pero el 50 % de estos puestos se perdieron en los primeros cuatro años debido al cierre de empresas (Census Business Dynamics, 2023). En la UE, datos de Eurostat (2022) confirman un patrón similar: solo el 45 % de las empresas sobrevive más de cinco años, y las que lo hacen rara vez escalan su plantilla. Esto sugiere que, en términos netos, la creación de empleo por nuevas empresas sigue siendo marginal en comparación con la expansión de compañías establecidas (OCDE, 2023).

Además, la creación inicial de empleos con base en los nuevos emprendimientos tiende a ser efímera. En Suecia y Alemania, estudios longitudinales mostraron que las nuevas empresas que sobreviven más allá del primer año reducen su planta de personal o no crecen lo suficiente como para compensar el cierre de las que fracasan en sus primeros años (Wagner, 1994; Persson, 2004). Así, la destrucción neta de empleo tras el primer año se convierte en un fenómeno estructural, como lo advierte Shane (2009), y no en una excepción.

Pese a esta realidad, persiste la exaltación del emprendimiento como solución a problemas estructurales como el desempleo, la informalidad y la exclusión. De forma incluso paradójica, se continúa promoviendo la figura del emprendedor como héroe económico, aun cuando el entorno y las condiciones institucionales dificultan la sostenibilidad de sus iniciativas (Keim *et al.*, 2024). Esta romantización ha impedido un análisis más riguroso sobre la verdadera capacidad del emprendimiento para dinamizar el empleo formal.

De este modo, debe revisarse el argumento de apoyar el emprendimiento para aumentar el número de empresas emergentes y, en consecuencia, aumentar y mejorar los incentivos del mercado laboral. Esto es necesario porque evidencia la práctica convencional de equiparar espíritu empresarial con autoempleo: la convocatoria al emprendimiento se traduce en la entrada de personas al ámbito laboral por cuenta propia, y el aumento del autoempleo se considera un factor clave para estimular la economía.

Se suele obviar que el trabajo por cuenta propia está fragmentado en distintas clases de actores con biografías, racionalidades y atributos socioeconómicos. Al examinar los patrones de autoempleo a nivel macro, es necesario revisar varios elementos. En primer lugar, abarca tanto posiciones privilegiadas como marginales en cada país y también en comparaciones internacionales (Bögenhold, 2020). El trabajo por cuenta propia puede poner a las personas en riesgo de pobreza y condiciones de extrema vulnerabilidad, particularmente en la economía informal o puede ser un vehículo para aportar riqueza a empresas y personas, con la generación de empleos y el desarrollo económico de las sociedades.

En segundo lugar, los individuos oscilan cada vez más entre trabajos asalariados y el autoempleo, y formas híbridas de empleo a medida que se

combinan formas como las del microemprendimiento con el trabajo asalariado; en ese sentido, se suele prestar poca atención al hecho de que el autoempleo incluye desde emprendedores híbridos hasta emprendedores multimillonarios (Bögenhold, 2019).

El problema se agrava al considerar que, en muchos contextos, el emprendimiento se ha traducido en un aumento del autoempleo, sin distinción clara entre actores privilegiados y vulnerables. Como lo advierte Bögenhold (2020), el trabajo por cuenta propia oscila entre ser una expresión de autonomía económica o una estrategia de sobrevivencia, especialmente en entornos de alta informalidad. Entonces, se invisibiliza que este puede coexistir con condiciones de precariedad, baja protección social y limitada movilidad económica.

En el ámbito macroeconómico, los países con mayores tasas de autoempleo tienden a exhibir mayores niveles de desempleo y desigualdad. Por el contrario, las naciones con economías estables y sistemas de bienestar robustos presentan menores tasas de autoempleo (OCDE, 2023), lo cual refuerza la hipótesis de que el emprendimiento no siempre se vincula con desarrollo, sino que, en ocasiones, puede ser un reflejo de las carencias sistémicas del mercado laboral.

Al afirmar la necesidad de incrementar el autoempleo como una medicina para la falta de prosperidad, crecimiento y vitalidad económica mediante el emprendimiento, los datos muestran una relación en la dirección contraria: las crecientes tasas de autoempleo son menos la medicina y contribuyen a aumentar la enfermedad, pues derivan en un crecimiento insuficiente y en pocos empleos en el mercado laboral formal, lo que se traduce en una reproducción de la precariedad económica de las personas y, en algunos casos, en su empeoramiento.

Esta situación exige repensar los modelos de intervención que promueven el apoyo a nuevas empresas como remedio universal. Sin condiciones de sostenibilidad, capitalización, redes de apoyo y marcos regulatorios inclusivos, el emprendimiento puede terminar profundizando las brechas sociales y económicas. La relación positiva entre desigualdad y actividad empresarial —particularmente en países con instituciones débiles— es un llamado de alerta para revisar políticas que estimulan la creación indiscriminada de emprendimientos sin atender sus implicaciones de largo plazo.

En últimas, de lo que se trata es de preguntarse y observar con atención en qué medida promover el emprendimiento sin conducir involuntariamente a mayores niveles de desequilibrio económico y social.

Conclusiones

Los vínculos entre emprendimiento, crecimiento económico y generación de empleo se han asumido durante décadas como certezas inapelables, reproducidas por discursos institucionales, políticas públicas y narrativas de éxito. Sin embargo, al examinar los hallazgos empíricos disponibles y considerar enfoques más críticos, resulta claro que estas asociaciones operan más como construcciones simbólicas que como verdades demostradas.

En cuanto al primero de los mitos, se constató que no todo emprendimiento tiene capacidad para impactar positivamente el crecimiento económico. Solo aquellos con alto contenido de innovación, respaldados por sistemas de apoyo robustos y políticas estratégicas logran aportar significativamente al desarrollo. La proliferación de emprendimientos de subsistencia, característica en contextos de desigualdad y precariedad, no solo limita este impacto, sino que puede agudizar las brechas económicas ya existentes.

Respecto al segundo mito, la relación entre nuevas empresas y generación de empleo también puede resultar engañosa. La mayoría de estos negocios emplea únicamente a sus fundadores, y cuando sobreviven más allá del primer año, tienden a reducir sus niveles de contratación. El auto-empleo, en muchas ocasiones, refleja estrategias de supervivencia más que caminos de desarrollo. Su uso indiscriminado como política pública no solo es ineficiente: al contrario, puede reforzar estructuras laborales precarias.

Ambos relatos se sostienen gracias a una narrativa que ha convertido al emprendedor en una figura heroica, capaz de resolver desde el desempleo hasta la desigualdad, sin que necesariamente cuente con las condiciones de fondo para lograrlo. Como lo han advertido autores contemporáneos, insistir en la creación indiscriminada de emprendimientos sin fortalecer los sistemas de bienestar, acceso a crédito, protección social e innovación, puede derivar en mayor frustración social y económica.

Por ello, más que rechazar el emprendimiento como fenómeno, se hace un llamado a comprenderlo desde su complejidad. Es necesario abandonar los discursos totalizantes y asumir una postura crítica que permita diferenciar tipos de emprendimientos, contextos institucionales y trayectorias posibles. Solo así será posible construir políticas más coherentes, equitativas y sostenibles, que reconozcan las luces y sombras del emprendimiento sin romantizarlo ni sobrecargarlo de promesas.

Adicionalmente, el análisis permite demostrar cómo el discurso del emprendimiento ha sido instrumentalizado como una promesa de solución totalizante, capaz de responder desde lo económico hasta lo social. No obstante, esta idealización desconoce las condiciones estructurales que impiden su consolidación y lleva, en no pocos casos, a frustraciones individuales y colectivas. Precisamente, la retórica del “emprendedor héroe” sigue operando como un dispositivo cultural que enmascara las fallas de los sistemas de protección social, las limitaciones de los mercados laborales y la ausencia de oportunidades reales.

Este capítulo, por tanto, no busca negar el valor del emprendimiento como expresión de agencia o creatividad económica. Lo que se propone es desnaturalizar su elevación a categoría redentora, y exigir un abordaje más riguroso, matizado y contextual. Solo con una comprensión más crítica y compleja del fenómeno será posible formular políticas y estrategias que realmente promuevan el desarrollo, sin caer en simplificaciones funcionales o aspiracionales que terminan por convertirse en obstáculos para el bienestar colectivo.

Capítulo 4.

Consideraciones éticas sobre el fomento al emprendimiento

En el capítulo anterior se expuso cómo las asociaciones lineales entre emprendimiento, crecimiento económico y generación de empleo deben matizarse, pues su insistente reproducción ha contribuido a la consolidación de mitos con efectos estructurales, culturales y políticos. Esta narrativa reduccionista del emprendimiento como remedio universal a los problemas económicos ignora, por un lado, las profundas desigualdades que afectan a quienes emprenden y, por otro, los riesgos de consolidar un discurso individualizante del éxito, desvinculado de las condiciones sistémicas que inciden en los resultados empresariales.

Tras haber desmitificado en los capítulos anteriores las interacciones entre emprendimiento, crecimiento económico y generación de empleo, y de haber examinado cómo las narrativas heroicas moldean subjetividades y encubren condiciones estructurales, este capítulo se enfoca en una dimensión que analiza la ética del fomento al emprendimiento y la responsabilidad de las instituciones que lo promueven.

Durante las últimas décadas, el emprendimiento ha sido promovido como una solución versátil a problemas económicos, sociales e incluso personales. Organismos multilaterales, gobiernos, universidades y actores privados han construido un aparato sólido —discursivo, programático y financiero— que lo posiciona como motor del desarrollo.

En este contexto, surgen preguntas relacionadas con el papel que desempeñan estas instituciones que promueven de forma indiferenciada el emprendimiento en medio de circunstancias que se reconocen como poco favorables y con costos asociados que pueden desembocar en graves impactos sociales e individuales. Además, surgen inquietudes sobre la eficacia de los procesos de promoción y formación —como aquellos que buscan el

fortalecimiento de competencias gerenciales— que tienden a situar en el plano individual el peso sobre el éxito o el fracaso emprendedor. Así, el cuestionamiento es sobre si se está fomentando el emprendimiento con criterios éticos y de justicia social, y si las instituciones están considerando las trayectorias diversas, los niveles de vulnerabilidad y los contextos territoriales diferenciados. O, más bien, si se está reforzando, aunque sin intención expresa, una lógica de exclusión disfrazada de oportunidad.

Este capítulo propone entonces una revisión crítica del rol de los actores institucionales —Estado, centros educativos y agencias de promoción— en el diseño e implementación de políticas de emprendimiento. Para ello, se desarrollan tres ejes: 1) se analiza el papel del Estado y los gobiernos territoriales, cuyas políticas suelen estandarizar perfiles de emprendedores y condiciones de éxito, sin atender a la diversidad contextual ni a los efectos sociales de sus intervenciones; 2) se examina la función de los establecimientos educativos que frecuentemente promueven una visión optimista del emprendimiento sin herramientas suficientes para preparar a los estudiantes ante el fracaso, la incertidumbre o el desgaste emocional, y 3) se estudia el rol de las agencias de fomento, cuyas convocatorias y programas deben trascender los indicadores de empresas creadas y considerar impactos reales, sostenibles y éticamente aceptables.

Más allá de una herramienta económica, el emprendimiento debe pensarse como un campo de intervención pública que exige sensibilidad ética, evaluación rigurosa y compromiso institucional con el bienestar de quienes emprenden. Ante las luces celebradas —como la innovación y la autonomía—, también deben advertirse sus sombras: la fragilidad del empleo, la concentración de beneficios y la presión simbólica del éxito. Este capítulo, por tanto, no busca deslegitimar el fomento al emprendimiento, sino proponer una mirada más justa, contextualizada y responsable —desde una perspectiva ética—, que evite la reproducción de falsas expectativas y permita construir estrategias más equitativas y sostenibles.

Responsabilidad y fomento al emprendimiento

Las acciones realizadas desde el Estado, empresas privadas y otro tipo de organizaciones como las fundaciones o las denominadas ONG, en los ámbitos donde operan, requieren establecer principios éticos mínimos que permitan

regular su quehacer y aplicar su responsabilidad para evitar causar daños o males no deseados. El Estado, por ejemplo, tiene en el centro de su sentido garantizar los derechos a los ciudadanos, lo que incluye la obligación de protegerlos en el escenario del contrato social. Dejar de hacerlo constituye en sí mismo un evento dañino y, por tanto, debe hacerse cargo de sus consecuencias. De este deber consabido se desprende una obligación moral y una exigencia sobre la reflexión constante acerca de lo actuado, teniendo en cuenta unos principios, unos efectos y un impacto (Cassagne, 2019).

Esta es la postura que se defiende desde enfoques como la acción sin daño, que en el marco de acciones humanitarias establece la necesidad de partir del principio hipocrático de no hacer daño y de tener la capacidad de preverlo, incluso cuando las intenciones son buenas. Aunque este enfoque ha sido aplicado sobre todo a los actores responsables de la ejecución de recursos públicos y desde organizaciones para la atención humanitaria, lo cierto es que sus principios también formulan cuestionamientos a otros actores que se ocupan de actividades sociales —como las educativas— o económicas y empresariales desde el sector privado. Por ejemplo, este enfoque ha permeado los debates sobre responsabilidad social y conducta empresarial responsable, al reconocer que las empresas actúan en contextos sociales específicos y deben realizar debida diligencia para no causar ni contribuir a impactos adversos y, cuando ocurran, mitigarlos y remediarlos, evitando la exclusión y favoreciendo resultados inclusivos (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE], 2023).

La acción sin daño es una visión que, a su vez, se posiciona desde una perspectiva ética que tiene en el centro de la preocupación los actos humanos en las escalas individual y colectiva, así como la responsabilidad de cada sujeto e institución con respecto al universo natural y social con relación al bienestar propio y de los demás. A escala conceptual existen dos posturas éticas que permiten examinar tales actos: la primera se refiere a virtudes o principios deseables en sí que guían las acciones —independientemente de sus efectos— y es la denominada postura deontológica; la segunda tiene que ver con entender los juicios sobre la bondad o maldad de las acciones en función de sus consecuencias, y se conoce como la postura consecuencialista. En todo caso, el *ethos* es el fundamento de la praxis y el centro de donde nacen los actos humanos, de manera que la ética supone un examen de la

bondad de las acciones de las personas o las instituciones sobre la base de la existencia de una búsqueda implícita o explícita del bien (Camps, 2013).

El enfoque de la acción sin daño, por su parte, propone reconciliar estas dos actitudes éticas considerando la necesidad de partir de una ética de mínimos para evaluar los actos tanto desde los principios, como desde sus consecuencias. En cuanto a la promoción del emprendimiento estas posiciones permiten vislumbrar dos cuestiones relevantes: en primer lugar, la perspectiva deontológica plantea la necesidad de que los actores institucionales, como los gobiernos, las instituciones educativas y otras organizaciones, tomen decisiones orientados por una reflexión seria y rigurosa sobre los derechos y los valores, antes de actuar conforme a lo decidido, así como que estas decisiones sean, en su conjunto, moralmente justas o correctas.

Asimismo, esta perspectiva implica que las acciones promocionales de los gobiernos y otras entidades deben basarse en el análisis de las consecuencias esperadas y resultantes de fomentar el emprendimiento. Esto puede incluir consideraciones sobre el impacto económico, social y ambiental, así como en el bienestar de las personas, que pueden tener las políticas y programas diseñados para promover la generación de empresas.

De manera que, aunque nadie pone en duda que, dada la recurrente y fuerte asociación entre la creación de empresas y el desarrollo económico y social, es posible que los gobiernos y otras instituciones como las educativas tengan buenas intenciones en la base de las distintas políticas y estrategias que ejecutan para la promoción del emprendimiento. Sin embargo, como se ha visto a lo largo de este libro, es considerable el universo de consecuencias negativas del emprendimiento en las distintas dimensiones que, de hecho, se buscan fortalecer —como en la promoción de la independencia económica y laboral de las personas—, lo que genera interrogantes sobre la forma como se toman esas decisiones y se formulan esas políticas.

Una de las propuestas que analiza cómo esas instituciones sociales pueden estar incurriendo en acciones dañinas, tanto desde una mirada valorativa y deontológica, como desde el punto de vista de las consecuencias, es la de Osorio (2021) quien articula precisamente los temas de riesgo moral y los efectos negativos de la actividad emprendedora en la promoción del emprendimiento por actores como las universidades.

La propuesta de este autor, en principio, parte del concepto de efectos adversos con relación a los daños colaterales que se producen como resultados no presupuestados de acciones que asume un tomador de decisiones para obtener un resultado deseado. Osorio reconoce un sinnúmero de consecuencias y repercusiones adversas relacionadas con la actividad emprendedora, que se clasifican en dos grandes grupos: impactos directos e indirectos. Los primeros abarcan las consecuencias sobre el emprendedor en cada una de sus dimensiones: económica, social, reputacional, familiar, física, mental, cultural, etc., y sobre los que se profundizó en el capítulo dos; los segundos tienen que ver con las consecuencias que se surten sobre la sociedad, como el aumento de ciertas formas de disparidad económica y social (Atems y Shand, 2018).

Posteriormente, el autor desarrolla el concepto de riesgo moral como un posible puente para comprender la responsabilidad de los promotores del emprendimiento en sus efectos negativos, particularmente, en los efectos directos sobre los emprendedores. La idea de riesgo moral se toma del contexto económico, donde se utiliza comúnmente en asuntos de teoría del riesgo y de incertidumbre, así como del contexto de los seguros. Se define como “la situación en la cual un agente posee información privada —información privilegiada— que le permite tomar decisiones que lo benefician a costa de generar una pérdida en su contraparte” (p. 44).

El riesgo moral se puede presentar entonces en situaciones asimétricas en las que una de las partes ostenta la información y la usa a su favor en medio de una posible negociación. Para Osorio (2021) el uso que las instituciones de educación superior le dan a información relevante sobre los efectos negativos de emprender, en el sentido de no ser transmitida a los estudiantes para impedir sucesos de deserción de los programas o bajas tasas de reclutamiento inicial, puede constituir un caso de riesgo moral. A esto se suma que no solo no revelan la información completa, sino que suelen fomentar el emprendimiento desde la perspectiva contraria: la del éxito y la realización personal, incurriendo en una promoción que es, cuando menos, engañosa sobre las realidades de emprender.

El término “riesgo moral” ganó relevancia hacia finales del siglo xix debido al crecimiento de grandes corporaciones y a la promulgación de leyes laborales y empresariales que requerían asegurar a los trabajadores y a los

negocios. Este concepto ha sido abordado de dos maneras en la literatura: primero, en el ámbito de los seguros (incendios, accidentes o compensaciones), donde la protección puede alterar la conducta del asegurado; segundo, en economía y finanzas, donde incide en la toma de decisiones desde la incertidumbre y la regulación de mercados (Baker, 2023).

Uno de los puntos centrales en la argumentación de Osorio (2021) recae sobre el uso deliberado de la información para la consecución de unos fines. Si se observa con atención, este uso, que el autor refiere solo para el caso de las universidades, podría atribuirse a actores de mayor envergadura como los gobiernos y otras instituciones sociales. Autores como Kantis (2016) o Valenzuela-Klagges *et al.* (2018) han señalado que la difusión de información es una de las grandes dificultades para los emprendedores, a quienes no les llega gran parte del conocimiento que se produce y divulga en escenarios académicos y especializados, saberes basados en evidencia que podrían cambiar el rumbo de acción que toman. Estas dificultades de acceso y el intencionado ocultamiento de la información de actores que ostentan responsabilidades en ese mismo sentido, como el de la construcción de conocimiento en el caso de las universidades o la formulación de políticas basadas en evidencia en el caso de los gobiernos (Chaves y Ramírez, 2020) son constituyentes de una práctica asimétrica que puede ser pensada en los términos del riesgo moral y la responsabilidad ética.

En el caso de los gobiernos y Estados, esta responsabilidad debe entenderse en el marco más amplio del contrato social, que implica que los Estados-nación están dotados de una obligación intrínseca de protección por su propia naturaleza hacia los ciudadanos. El contrato social (Rousseau, 1832) es un concepto político-filosófico que explica el acuerdo implícito o explícito entre los ciudadanos y los Estados, por medio del cual los sujetos ceden parte de sus derechos y libertades individuales a cambio de la protección y seguridad que el Estado debe proporcionar. En esencia, el gobierno se compromete a salvaguardar los intereses de sus ciudadanos y a garantizar su bienestar a cambio del respeto y cumplimiento de las leyes y normativas establecidas, que favorecen la convivencia entre todos.

Cuando los gobiernos enfocan sus políticas en promover el emprendimiento sin considerar sus posibles efectos adversos derivados del fracaso, podrían estar violando los principios del contrato social. En el contexto del

emprendimiento en Colombia son pocos los estudios que han intentado comprender las causas y factores que pueden llevar a que los emprendimientos no logren estabilizarse y deban cerrar. Uno de ellos es el realizado por Pardo y Alfonso (2015) en alianza con varias universidades como la Universidad del Rosario y la Universidad de los Andes, así como organizaciones como la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia [Andi]. En el estudio participaron 324 personas y se encontraron cuatro grandes causas del fracaso: la primera es la financiera, pues siete de cada diez emprendedores no logró suficientes ingresos para subsistir; la segunda, relacionada con problemas de ejecución de lo planeado; la tercera, problemas de financiamiento, ya que cerca del 70 % inició su negocio con recursos propios; y la última, referida a dificultades para posicionar el producto en el punto de venta adecuado, así como por problemas de promoción y publicidad.

Otra investigación, en el mismo sentido, encontró que los principales factores que contribuyen al cierre de los emprendimientos son el mal manejo financiero al establecer el proyecto, la selección inadecuada de colaboradores y la falta de experiencia y conocimiento en el sector en el que se embarca el emprendedor (Confecámaras, 2017). No obstante, aunque existen este tipo de investigaciones que provienen de los ámbitos académico e investigativo y desde un organismo de colaboración público-privado como Confecámaras, existe un gran vacío en los datos nacionales y regionales que contenga información sobre los efectos adversos que puede representar el emprendimiento y sus impactos.

Pero, además, a pesar de los datos existentes sobre el fracaso y sus causas, y sobre la relación negativa entre los emprendimientos por necesidad, que son la mayoría, con el crecimiento económico, no parece haber intención alguna de los actores promotores de revisar las estrategias de fomento al emprendimiento en distintas esferas. También sorprende que en el debate público son pocos los esfuerzos por posicionar este tema y de hablar sobre la realidad incómoda de que el fracaso empresarial es la norma, y no la excepción.

Así, el papel de los promotores en cuanto al riesgo moral se puede entender en diferentes sentidos: primero, desde la forma como desarrollan proyectos y políticas de promoción indiscriminada del emprendimiento, a pesar de saber que la mayoría de esas empresas va a fracasar; segundo, desde

la forma como se maneja la información privilegiada de cara a la sociedad civil que podría resultar en tasas mucho menores de actividad emprendedora, y tercero, desde la forma como se usa la promoción del emprendimiento para omitir otras responsabilidades en la formulación e implementación de políticas y estímulos reales hacia el fortalecimiento de la economía, la industria y la generación de empleo y la estabilidad laboral. En lugar de asegurar un entorno laboral seguro y estable para todos los ciudadanos, la excesiva promoción del emprendimiento puede llevar a un aumento de trabajos precarios, salarios bajos, incertidumbre laboral, quiebras y falta de seguridad social (Murtola, 2020; Örténblad, 2020), faltando a los objetivos de mejorar la calidad de vida y el bienestar social y económico que se supone están en el fondo de los argumentos a favor del emprendimiento.

En el mismo sentido, es posible afirmar que el emprendimiento puede resultar en una estrategia que encubre la pérdida de una serie de privilegios de los empleados en los sectores público y privado: los empleos estables y con mayores beneficios dependen cada vez más del desempeño de los empleados, y los trabajadores son asignados cada vez más a puestos de tiempo parcial o limitado (Bögenhold, 2020). Las políticas de fomento al emprendimiento entonces pueden estar derivando en estrategias que sirven para desconocer, por ejemplo, el poco éxito en la formulación de acciones eficaces en la generación de empleo o el fortalecimiento de la industria y la economía, tomando simplemente medidas cuyos resultados incipientes se reflejan en unas cifras de aumento en el autoempleo.

En este marco, el emprendimiento se ha convertido en un caballito de batalla para responder insuficientemente a problemas como el desempleo y la inseguridad laboral. Esto deriva en dinámicas relacionadas con el autoempleo inmerso en lógicas contemporáneas más amplias del mundo laboral en las que el sujeto debe gestionar por sí mismo su puesto de trabajo, autoimponiéndose a su vez las responsabilidades de la gestión del riesgo y la seguridad social (Tahull, 2019).

Todo lo anterior lleva a cuestionar la manera como desde la política pública y otras iniciativas se está evaluando el impacto del fomento al emprendimiento en distintos escenarios, máxime cuando en la literatura especializada y desde hace varias décadas, se viene haciendo énfasis en las dimensiones y efectos negativos que puede tener el ejercicio de esta

actividad en distintos niveles. Por ejemplo: ¿hasta qué punto la formación y experiencia de los hacedores de política pública es la adecuada para entender esta acción sin daño? ¿Con base en qué elementos se plantean los mecanismos de promoción —como los de financiación— y cómo se considera la capacidad de estos mecanismos para mantenerse sostenibles en el tiempo?

¿Se están evaluando estas estrategias? ¿Cuáles son sus resultados? Si son negativos, ¿por qué medios se ha difundido esta información? ¿Cómo esta información de evaluación de impacto ha contribuido a valorar y reestructurar las políticas e iniciativas existentes desde los distintos frentes? Si estas no se han realizado ¿por qué no se ha hecho? ¿Acaso no es responsabilidad de los tomadores de decisiones, autoridades institucionales y agentes privados realizar procesos que verifiquen la eficacia de sus estrategias? ¿Cuál es el compromiso que deben asumir los diferentes actores implicados en la promoción indiscriminada del emprendimiento en medio de circunstancias y con efectos poco favorables?

Los promotores: roles, decisiones y enfoques de formación

Tomando como referencia los planteamientos expuestos en la sección anterior —especialmente en torno al riesgo moral y la responsabilidad pública—, este apartado propone un análisis crítico de tres actores clave en el ecosistema emprendedor: los gobiernos, las universidades y las agencias de promoción.

Aunque el fomento al emprendimiento suele presentarse como una iniciativa articulada, las lógicas y motivaciones que guían a estos actores son diversas y, en ocasiones, contradictorias. Cada uno opera desde marcos normativos y culturales particulares que inciden en la forma como definen el éxito emprendedor, seleccionan beneficiarios, diseñan estrategias formativas o canalizan recursos. Estas decisiones, lejos de ser neutras, reflejan visiones implícitas sobre el desarrollo, la justicia y el papel del individuo en la economía.

En este numeral se adopta una perspectiva contextualizada, centrada en el caso colombiano, que permite evidenciar los aciertos, limitaciones y tensiones éticas de las principales políticas, enfoques educativos y programas de apoyo institucional. El objetivo no es deslegitimar el esfuerzo de estos

promotores, sino contribuir a una discusión más profunda y responsable sobre los criterios que deberían orientar su intervención en un campo tan complejo y sensible como el del emprendimiento.

Los gobiernos y las políticas públicas

La responsabilidad del Estado en el fomento del emprendimiento va más allá del diseño de políticas encaminadas al crecimiento económico. Implica también una reflexión ética en torno a los impactos de esas políticas en las trayectorias de vida de quienes emprenden, especialmente en contextos de desigualdad estructural. En Colombia, la promoción institucional del emprendimiento ha seguido una evolución normativa que permite identificar sus principales hitos y limitaciones.

Una primera etapa normativa se consolidó con la expedición de la Ley 1014 de 2006, conocida como Ley de Fomento al Emprendimiento, cuyo énfasis principal fue introducir la cultura emprendedora en todos los niveles del sistema educativo, con una visión centrada en la formación de competencias empresariales. Aunque esta norma fue un hito importante en la inclusión del emprendimiento en la agenda educativa, su implementación adoleció de recursos, lineamientos claros y formación docente suficiente.

Posteriormente, como respuesta a los efectos sociales y económicos de la pandemia por COVID-19, el Gobierno colombiano aprobó el Documento Conpes 4011 de 2020, que dio lugar a la Política Nacional de Emprendimiento y que buscaba integrar de manera más robusta el emprendimiento con la estrategia de crecimiento económico, mediante cinco ejes: fortalecimiento de capacidades, acceso a financiación, redes de comercialización, adopción tecnológica y fortalecimiento institucional. Sin embargo, el mismo instrumento reconocía que muchos emprendimientos de bajo potencial terminan atrapados en dinámicas de subsistencia, sin aportar significativamente al desarrollo económico ni superar la pobreza.

A este esfuerzo se sumaron dos leyes complementarias: la 2069 de 2020, orientada a facilitar la creación de empresas y la formalización, y la 2125 de 2021, que promueve el emprendimiento femenino. A pesar del marco normativo progresivo, persiste una brecha entre el diseño de las políticas y su evaluación rigurosa. El Conpes 4083 de 2022, que pretendía

institucionalizar su seguimiento sistemático, puso en evidencia limitaciones estructurales: bajo presupuesto, escasa interoperabilidad de datos, y concentración temática en la medición de resultados, dejando de lado sectores como ciencia, tecnología o emprendimiento.

Esta discontinuidad entre formulación y evaluación plantea incógnitas fundamentales sobre el principio de acción sin daño: ¿qué tan informadas están las decisiones de política pública cuando no se miden sus efectos? ¿Qué responsabilidad tiene el Estado cuando fomenta emprendimientos sin diferenciar entre iniciativas de subsistencia y de alto potencial? ¿Qué mecanismos se han implementado realmente para ajustar o corregir estrategias fallidas?

Si bien es innegable que el emprendimiento se ha posicionado como un eje transversal de desarrollo en Colombia, también es claro que la responsabilidad ética del Estado exige mucho más que el diseño de programas. Implica analizar sus impactos reales, asumir las consecuencias de los fracasos estructurales y diseñar políticas sensibles a los contextos, trayectorias y capacidades de la población que pretende beneficiar.

Los objetivos de estas iniciativas legislativas eran optimizar la gestión de recursos, incentivar una visión integral, reducir cargas y trámites, mejorar las condiciones de participación en compras públicas e impulsar el crecimiento y las oportunidades de inversión y financiación para el ecosistema emprendedor. Se contemplaban estrategias como la promoción de fuentes alternativas de financiamiento, la microfinanciación, la simplificación contable para microempresas, el seguro Mipyme y el *crowdfunding*.

Un aspecto notable del Conpes es su análisis sobre el financiamiento de iniciativas empresariales con bajo potencial. El documento reconoce que la pobreza y el desempleo conducen a las personas a actividades de subsistencia, pero señala que las dificultades para desarrollar negocios sostenibles y bien conectados con las cadenas productivas limitan el impacto del emprendimiento en la reducción de la pobreza.

La política destaca que, según estudios de la Cámara de Comercio de Cali (2020), aunque los programas de apoyo benefician iniciativas productivas de alto potencial, pueden resultar contraproducentes cuando se aplican a ideas de bajo potencial. Este problema tiene implicaciones individuales y empresariales: por un lado, puede obstaculizar la integración laboral de los

emprendedores y su capacidad para generar riqueza al mantener negocios sin perspectivas de crecimiento; por otro, puede promover la creación de empresas informales y de baja productividad (Conpes, 2020).

Esta situación genera un importante reto para las políticas públicas, pues como señalan Echeverry y Reyes (2018), los emprendedores con bajo rendimiento pueden aferrarse a sus negocios, evitando que los recursos se redistribuyan hacia empresas más eficientes. Esto puede perpetuar un ciclo de bajo rendimiento y limitar el impacto del emprendimiento en la reducción de la pobreza. De manera que desde este documento se destaca la necesidad de diferenciar adecuadamente entre los emprendimientos de subsistencia y los de alto potencial, y ajustar las intervenciones y programas de apoyo en consecuencia. Aplicar indiscriminadamente las mismas estrategias a todo tipo de emprendimientos puede resultar contraproducente, generar efectos negativos en los planos individual y empresarial, y obstaculizar la capacidad del emprendimiento para impulsar la inclusión productiva y la reducción de la pobreza.

En esa dirección, las preguntas que aparecen tienen que ver con hasta qué punto estas reflexiones han tenido un impacto en un sentido amplio y concreto sobre los tomadores de decisiones que se encuentran en las distintas instancias de financiación desde el mismo Estado, como en el caso del Fondo Emprender, y si otras iniciativas como Innpulsa fueron sensibles a esta información, porque, aunque esto se refiere en el Conpes, también es cierto que son análisis que ocupan poco espacio en las delimitaciones diagnósticas y en las recomendaciones.

Además, en Colombia se presentan varias limitaciones que dificultan la adecuada evaluación de políticas públicas y su posible impacto. Aunque se ha hecho un esfuerzo diseñando el Conpes 4083 del 16 de mayo de 2022 (Conpes, 2022), con la intención de fortalecer la institucionalidad del proceso evaluativo y promover el uso de sus resultados y recomendaciones en la toma de decisiones, lo cierto es que persisten varios inconvenientes. En primer lugar, si bien la cantidad de estudios realizados ha aumentado, sigue siendo insuficiente, con un promedio de solo 13 análisis al año hechos por el DNP entre 2002 y 2021. La asignación de recursos públicos para este fin es muy limitada, destinándose solo el 0.013 % del presupuesto de inversión entre 2016 y 2019.

En segundo lugar, se evidencian problemas en el diseño y ejecución de las evaluaciones existentes. Muchas carecen de la calidad y organización necesarias para ser verdaderamente útiles. Incluso cuando hay información disponible, acceder a ellas y utilizarlas resulta dispendioso debido a trámites, restricciones y falta de interoperabilidad de datos.

Otro factor relevante para entender la dimensión de este tema es el que se encuentra en el mismo Conpes (2022), y en el que se muestra una marcada concentración sectorial en cuanto a las intervenciones sometidas a evaluación. Un análisis del repositorio de Sinergia, que contiene 303 evaluaciones efectuadas durante el periodo 2001-2021, revela que la inclusión social y reconciliación ha sido el sector más evaluado, abarcando el 19 % del total.

En este sentido, se han priorizado estudios sobre transferencias monetarias condicionadas, atención a víctimas y programas de primera infancia. El segundo lugar lo ocupa el sector de salud y protección social con un 14 %, seguido por el área de ciencia, tecnología e innovación que representa el 9 %. Sin embargo, el Conpes (2022) señala que varios sectores, incluyendo deporte, hacienda y crédito público e inteligencia y relaciones exteriores, carecen completamente de evaluaciones sobre sus programas y políticas, lo que impide conocer el impacto real de sus intervenciones. De manera que, en conjunto, son variadas las limitaciones que representan un obstáculo significativo para realizar evaluaciones de impacto sólidas que conduzcan a analizar los efectos diferenciales de las políticas y programas, incluido en la promoción del emprendimiento, como advierte el Conpes 4011 (2020). Sin un adecuado proceso evaluativo se dificulta ajustar las intervenciones y optimizar sus efectos, perpetuando posibles consecuencias negativas y ciclos de baja productividad, tal como se señaló en ese documento.

La educación: los problemas de la formación para el emprendimiento

En la construcción del aparato institucional que promueve el emprendimiento, el sistema educativo ha sido llamado a formar “emprendedores del futuro”, desde la escuela y la universidad, con el reto de incorporar progresivamente contenidos, competencias y metodologías dirigidas a fomentar la iniciativa empresarial desde edades tempranas. Este entusias-

mo, sin embargo, ha estado acompañado de un conjunto de decisiones y omisiones que requieren ser analizadas desde una perspectiva ética, más allá del enfoque técnico o pedagógico.

La Ley 1014 de 2006, que institucionalizó la enseñanza del emprendimiento en todos los niveles del sistema educativo colombiano, respondió al deseo de insertar la lógica emprendedora como un componente transversal del desarrollo nacional. No obstante, a casi dos décadas de su adopción, los resultados de esta política siguen siendo ambiguos. Como lo señalan estudios recientes —incluido el Índice Subnacional de Emprendimiento 2024—, las capacidades institucionales para formar emprendedores siguen siendo débiles, fragmentadas y poco articuladas con los ecosistemas reales del territorio (Consejo Privado de Competitividad *et al.*, 2024). La ausencia de docentes formados en esta área, el uso de metodologías genéricas y la desconexión entre los contenidos educativos y las dinámicas del mercado son solo algunas de las fallas estructurales más evidentes.

A estas limitaciones se suma una tensión más profunda: el enfoque limitado de la educación para el emprendimiento. A la luz de la premisa del empoderamiento, se ha promovido una visión del emprendedor como sujeto autónomo, resiliente y responsable de sí mismo, capaz de construir oportunidades a partir de sus talentos y esfuerzo personal. Esta narrativa —que entronca con el mito del emprendedor-héroe— ha desdibujado los condicionantes sistémicos que restringen el acceso a oportunidades reales de emprendimiento, especialmente en contextos marcados por la pobreza, la inequidad o la exclusión. Tal como advierte la OCDE (2023), muchas iniciativas formativas terminan reforzando la desigualdad, al no considerar las barreras sociales, económicas y culturales que enfrentan distintos grupos poblacionales.

Desde esta perspectiva, la educación para el emprendimiento incurre en una forma sutil de riesgo moral cuando presenta el emprendimiento como una ruta deseable y alcanzable para todos, sin advertir los riesgos reales, las tasas de fracaso o la fragilidad de muchos de los negocios impulsados desde la necesidad. En lugar de formar ciudadanos críticos que comprendan las tensiones y dilemas del entorno económico, se corre el riesgo de formar autoempleados sin protección, sin redes de apoyo y sin condiciones estructurales para la sostenibilidad de sus proyectos.

El informe Global Entrepreneurship Monitor 2024 [GEM] es claro al respecto: Colombia presenta una alta tasa de intención emprendedora, pero esta convive con un ecosistema débil de apoyo institucional, altos niveles de informalidad y una predominancia del emprendimiento por necesidad. En este escenario, la educación no puede seguir operando como una máquina de producir “emprendedores resilientes” sin revisar críticamente el tipo de idea de negocio que se está promoviendo, los fines que se persiguen y las condiciones que se ofrecen para la consolidación de los proyectos.

Por ello, la responsabilidad ética de las instituciones educativas no se agota en la transferencia de habilidades. Implica también una toma de postura ante las narrativas que circulan, las promesas que se hacen y los impactos que sus modelos formativos generan. Formar para el emprendimiento no puede convertirse en una coartada para desentenderse del derecho al trabajo digno ni en una forma de delegar en los individuos el peso de sus propias condiciones de fondo. La cuestión no es solamente qué competencias se enseñan, sino para qué tipo de emprendimiento, con qué horizonte ético y con qué condiciones de posibilidad.

Si bien Lackéus (2020) enfatiza en que las universidades son actores clave para impulsar el emprendimiento como motor de desarrollo económico, sus investigaciones revelan que los métodos educativos tradicionales centrados en teoría y casos de estudio no desarrollan las competencias clave que los graduados necesitan para crear empresas viables (p. 42). Este desfase se agrava por la falta de exposición práctica a problemas reales, como la gestión del fracaso o la adaptación a mercados inciertos, lo que limita el impacto social del emprendimiento universitario.

Desde una postura crítica, en este documento se busca ampliar la discusión al incluir dos aspectos: el primero, que ya se mencionó, sobre si la educación para el emprendimiento podría estar incurriendo en prácticas antiéticas al reservar información documentada en los escenarios investigativos y académicos sobre los procesos y datos reales relacionados con el fracaso emprendedor y, el segundo, el argumento de que la formación en estos temas no puede promoverse sin que se comprenda como una relación de doble vía con la sociedad, en la que el sistema educativo cumple el rol formativo de competencias y habilidades desde una mirada integral y contextual de los estudiantes como sujetos sociales, y la sociedad con sus

instituciones públicas y privadas ostenta un papel transversal de surgimiento de oportunidades y circunstancias favorables para el emprendimiento.

En ese sentido, se sostiene que debe revisarse con cuidado la idea según la cual el éxito emprendedor constituye el resultado proporcional de un proceso de formación en temas relacionados con la creación de empresas, la productividad, los modelos de negocios o las habilidades personales requeridas, con la cual se promocionan activamente los programas de formación en este campo.

Acerca de la necesidad y el impacto de formar en emprendimiento

La educación en emprendimiento ha ganado relevancia significativa en las instituciones educativas durante los últimos cincuenta años, impulsada tanto por su reconocido impacto en el desarrollo económico como por las crecientes dificultades que enfrentan los profesionales para acceder al mercado laboral. Las crisis económicas recientes, particularmente en América Latina, han evidenciado la escasez de empleos, mientras que la globalización acelerada demanda profesionales más competitivos, eficientes y versátiles.

La incertidumbre laboral ha impulsado a las instituciones educativas a preparar emprendedores capaces de identificar oportunidades, gestionar recursos y desarrollar proyectos que creen o mejoren negocios (McCallum *et al.*, 2020).

Los estudios especializados, según Ben Nasr y Boujelbene (2014), identifican cuatro dimensiones para evaluar el impacto de la educación emprendedora: el espíritu empresarial, las intenciones emprendedoras, la empleabilidad y su efecto en la sociedad y la economía. En la esfera individual, esta formación fortalece la intención de emprender al mejorar las capacidades percibidas, actitudes y conocimientos. Ndofirepi (2020) ha demostrado estadísticamente que esta educación influye de modo positivo en la propensión al riesgo, el control interno y la necesidad de logro, características que Sornoza *et al.* (2018) identifican como fundamentales en los emprendedores. Investigadores como Hoang *et al.* (2020) han confirmado el impacto positivo de estos programas en las actitudes emprendedoras, especialmente en estudiantes de ciencias e ingenierías, destacando que

este efecto está mediado por la orientación al aprendizaje y la autoeficacia de los participantes.

Sin embargo, y aunque en general se puede observar en las conclusiones de revisiones sistemáticas del tema que la formación para el emprendimiento tiene una fuerte incidencia en las actitudes y comportamientos relacionados (Lorz *et al.*, 2011), también se reconoce que en un nivel de impacto social, se requiere el desarrollo simultáneo de condiciones socioeconómicas y culturales más amplias y estructurales para incentivar el potencial emprendedor que dé como resultado la creación y sostenimiento efectivos de empresas y negocios con alto impacto económico.

Así lo ha explicado el modelo de emprendimiento del Banco Interamericano de Desarrollo [BID] (Kantis, 2022), que para el caso de Latinoamérica describe cómo algunas características que predominan son los bajos ingresos básicos, la fragmentación social o las condiciones educativas precarias. Contrario a lo que sucede en países denominados como desarrollados, donde es frecuente que confluyan maneras de interacción entre sujetos de distintos sectores sociales que enriquecen las relaciones y el aprendizaje y el flujo de información. A su vez, en estos países de ingreso per cápita alto el volumen y la diversidad de la demanda es mucho más elevado, lo que genera más y mejores oportunidades para crear empresas (GEM, 2021).

Educación para el emprendimiento: conceptos clave

Como campo de estudio, el emprendimiento es relativamente nuevo en el panorama del conocimiento académico, evidenciado por el reciente surgimiento de investigaciones significativas en el área. Su evolución conceptual ha llevado a comprenderlo como un espacio donde confluyen conocimientos actitudinales, procedimentales y lógicos, facilitando el diseño y ejecución de proyectos en diversos sectores que abarcan aspectos culturales, productivos, políticos, económicos y de servicios (Stevenson y Jarillo, 1990; Pedraza *et al.*, 2015).

A pesar de que históricamente las instituciones educativas han incluido en sus misiones la formación de emprendedores visionarios como objetivo central, la realidad muestra que esta aspiración no siempre se ha incorporado efectivamente a los diseños curriculares, lo que ha entorpecido su

implementación práctica. Más allá de abordar el emprendimiento desde sus fundamentos científicos y técnicos, es crucial analizar cómo los procesos educativos podrían influir en el éxito emprendedor a mediano y largo plazos.

Es fundamental comprender que esta formación trasciende los límites de la docencia e investigación universitaria, requiriendo una perspectiva más amplia que considere su impacto en la sociedad. Lo que implica comprender la formación en emprendimiento y el desarrollo mismo de una cultura empresarial como el resultado de un proceso en el que son concomitantes dos elementos: por un lado, la producción de nuevos empresarios a partir de procesos educativos y de capacitación —papel que debe cumplir el sistema educativo—; y por el otro, la calidad institucional (acceso a financiamiento, regulaciones y educación) como predictor clave para la creación de nuevas empresas en América Latina (Amorós, 2022), y derivada del trabajo de organizaciones e instituciones públicas y privadas de carácter social, económico y político. Esto es primordial porque permite concebir los procesos formativos en emprendimiento como un asunto de responsabilidad bidireccional entre la sociedad y los centros educativos, y al estudiante-emprendedor como un agente que puede desarrollar las competencias para las que ha sido formado siempre que socialmente se cuente con las condiciones de base (socioeconómicas y culturales) propicias para emprender.

Esto implica que no es suficiente educar emprendedores visionarios capaces de detectar oportunidades y ejecutar eficazmente recursos si el entorno no ofrece opciones reales de creación de empresas exitosas. De este modo, y de acuerdo con Vásquez (2016) una educación para el emprendimiento debería contemplar tres dimensiones básicas:

1. Curricular-pedagógica: referida a la implicación formal del emprendimiento orientado al proyecto educativo, con una perspectiva de transversalización de los contenidos integrada al perfil de formación y los planes y programas de estudio, en consideración a las demandas contextuales, históricas y sociales.
2. Institucional-empresarial: derivada de la relación entre el sistema educativo, la sociedad y el universo institucional, empresarial y organizacional del contexto. Esta dimensión incluye también aspectos organizacionales, de infraestructura de los organismos, empresas y organizaciones, y de

logística, así como también las condiciones laborales y de creación de empleo existentes.

3. Socioeconómica: que abarca las políticas gubernamentales y estatales en general, y las políticas empresariales y económicas en específico; los proyectos educativos formales, no formales y no escolarizados; el papel de los medios de comunicación, y la integración de todos los sistemas de influencia relacionados con el bien común como principio de desarrollo sostenible que debería regir este tema.

Esta comprensión puede guiar el quehacer docente para dirigir los esfuerzos de la formación de los sujetos sociales desde una perspectiva integral que favorezca, ahí sí, la formación en emprendimiento como un asunto transversal. Además, es coherente tanto con la función de responsabilidad social de la educación, como con su función sustantiva de la formación intelectual.

¿Qué se enseña?

Según Neck y Greene (2011), la enseñanza del emprendimiento se ha desarrollado desde cuatro enfoques: de procesos (centrado en la creación empresarial), del emprendedor (que enfatiza características personales), cognitivo (relacionado con la toma de decisiones) y el metodológico (basado en técnicas prácticas). Los autores sugieren que este último es el más adecuado para enfrentar la incertidumbre del contexto actual.

Las iniciativas educativas en emprendimiento buscan contribuir al desarrollo económico y social tanto individual como nacional, estableciendo un conjunto de competencias consideradas esenciales para la formación integral ciudadana (Ley 1014 del 2006). La estructura curricular y evaluativa de la formación emprendedora se ha consolidado desde un enfoque por competencias, donde el emprendimiento integra componentes cognitivos, procedimentales y motivacionales, operacionalizados en áreas, niveles y resultados de aprendizaje evaluables (Rațiu, 2023).

Este modelo de formación por competencias se integra al desarrollo de una cultura emprendedora que abarca habilidades básicas, ciudadanas, laborales y empresariales, en contextos educativos formales y no forma-

les. En el caso específico de Colombia, esto ha llevado a la elaboración de guías y protocolos para instituciones educativas, siguiendo las directrices establecidas por el Ministerio de Educación (2023) para los niveles de preescolar, básica y media.

Además, el deber de las escuelas –sobre todo aquellas de carácter público– de enseñar en competencias laborales generales se ha ido sub-sanando en Colombia por medio de una formación técnica en la recta final de la escolarización, que comprende los grados 10 y 11 de la educación media. La formación técnica se entiende como todo proceso de enseñanza dirigido a la instrucción de los individuos sobre un conjunto determinado de competencias laborales concordantes con las demandas del mercado y los puestos de trabajo, todo desde una mirada de mayor eficiencia y menor costo en el logro de los resultados de producción.

Así, se establece que dentro de los objetivos de las instituciones de educación superior[IES], se debería promocionar la formación práctica del trabajo por medio del desarrollo de habilidades y conocimientos técnicos conducentes al desarrollo de competencias laborales particulares; además, que esta formación se debe complementar con aspectos académicos y laborales flexibles que sean consistentes con las expectativas de las personas y las demandas del mercado laboral y el sector productivo. De este modo, el concepto de competencias, así como el de capital humano, terminan por constituir un engranaje que vincula simultáneamente los sistemas productivo y educativo (Avendaño *et al.*, 2020).

Enseñanza del emprendimiento en la educación básica y media en Colombia

En consecuencia, y conforme a la Ley 1014, se define una cátedra de emprendimiento en la que se pretende desarrollar una acción formativa transversal a la totalidad de los programas de las IES con áreas que son de carácter obligatorio, optativo, así como proyectos y actividades institucionales. La ley de 2006 establece la obligatoriedad de promover y formar en cultura emprendedora en todos los niveles educativos, desde preescolar hasta educación media. El Ministerio de Educación Nacional (2022) identifica que estas iniciativas en la educación media facilitan la transición de los

estudiantes al mundo laboral, mejoran el rendimiento académico mediante aprendizajes aplicados, reducen la deserción escolar al fortalecer el proyecto de vida de los jóvenes, y desarrollan competencias para el emprendimiento y la innovación.

Este último punto es especialmente importante al observar la situación global de la empleabilidad en la población joven. Por ejemplo, en América Latina y el Caribe, la desocupación juvenil es preocupante y permanece en indicadores sin precedentes después de la pandemia de la COVID-19. Antes tenía cifras del 18 % y ya se consideraba grave, pero con la crisis sanitaria superó rápidamente el límite del 20 % (Organización Internacional del Trabajo [OIT], 2021).

Según la OIT (2021), los jóvenes continúan enfrentando obstáculos significativos en el mercado laboral, caracterizados por tres problemas principales: una marcada intermitencia laboral evidenciada por frecuentes entradas y salidas de la fuerza laboral; una notable inestabilidad ocupacional que los lleva a participar en trabajos precarios, informales o que requieren baja cualificación, y una alta rotación laboral debido a su limitada experiencia y escaso desarrollo de habilidades laborales. Esta situación complica la adquisición de competencias específicas y obstaculiza el desarrollo de una trayectoria profesional sólida a futuro.

De este modo, algunas fuentes sostienen que la formación en emprendimiento es una herramienta con implicaciones sociales y económicas que puede impactar positivamente en la creación de empresas para la generación de empleos, así como en el fortalecimiento de competencias y habilidades para el trabajo que brinde la posibilidad de acceder a oportunidades laborales en medio de la competitividad propia del siglo XXI (Kantis *et al.*, 2004; Hidalgo, 2014).

Sin embargo, otros autores señalan que, si bien la educación para el emprendimiento cumple un rol importante en la formación de los estudiantes sobre unas determinadas competencias del ámbito laboral, no repercute de forma significativa en el mejoramiento de su calidad de vida ni en la ampliación de sus potencialidades en cuanto a sus proyectos de vida. Por ejemplo, de acuerdo con algunos datos, la formación técnica de la educación media en ciudades como Cúcuta, con graves problemas de desempleo juvenil, no se extiende a opciones de educación superior más completas o

pertinentes, y solo porcentajes muy bajos —sobre el 10 %— logran cursar estudios profesionales (Avendaño *et al.*, 2020).

Especial mención merece el Servicio Nacional de Aprendizaje [Sena] en este panorama. En Colombia, y como ya se mencionó, persiste una preocupación de vieja data por las altas tasas de desempleo en la población juvenil y por los contextos de precaria inserción en el mercado laboral que redundan en empleos informales y de baja seguridad social. Ante esto, la política educativa colombiana ha desplegado una serie de medidas para intentar mitigar la exclusión social de esta población, con dos estrategias enfocadas en la comunidad educativa: por un lado, la formación en emprendimiento, que se estableció como obligatoria en los niveles de educación básica y media con la Ley 1014 de 2006; y, por el otro, con la integración entre la educación media y los programas del Sena.

Esta última estrategia se derivó especialmente de un contexto de inequidad social y alta exclusión caracterizada por dos factores: las bajísimas probabilidades que tienen los jóvenes de sectores más pobres y vulnerables de ingresar a la educación superior y la necesidad, por tanto, de que reciban algún tipo de formación laboral, adicional a la tradicional académica, para que puedan incorporarse al mercado del trabajo. Con la subestimación sociocultural del título de bachiller, las instituciones educativas optaron por brindarles un nivel de formación medio con un certificado en competencias laborales, aunque la tendencia mundial —conocida como posmasificación o la universalización de la educación superior— muestra a la educación superior universitaria como un requerimiento necesario para integrarse al mundo del trabajo (Celis *et al.*, 2018).

Así, actualmente, el Sena regula por medio del Sistema de Formación para el Trabajo (2023) los lineamientos, requisitos y mecanismos para la integración educativa con instituciones de educación media. Este proceso, que inicia desde el grado 9, busca desarrollar competencias laborales mediante proyectos pedagógicos productivos, permitiendo a los estudiantes continuar con su formación superior o insertarse en el sistema de empleo como agentes de transformación productiva y social (Sena, 2023).

El proceso de inmersión está determinado por la capacidad de adopción de la oferta del Sena a los Proyectos Educativos Institucionales [PEI] de los colegios y la garantía en infraestructura y docentes para su desarrollo (Sena,

2008). Una vez llevada a cabo esta instancia, se espera que se continúe en la cadena de formación ofrecida por esta entidad para que los jóvenes obtengan el título de técnicos, técnicos profesionales o tecnólogos. Sin embargo, se ha encontrado en el trasegar de los años que esta continuidad es insuficiente y que, en muchos casos, los estudiantes no logran los requerimientos establecidos para realizar el tránsito desde el centro educativo hasta los programas de formación titulada.

Los mismos docentes de las instituciones educativas, así como los instructores del Sena, reconocen distintas dificultades con respecto a la implementación de estas estrategias en la educación media. Una investigación que presenta una mirada crítica de los docentes, instructores, coordinadores y directivos encontró, en ese sentido, varios elementos al respecto: primero, el emprendimiento se aborda de manera superficial, como una asignatura de “relleno” que no tiene la importancia necesaria dentro del plan de estudios. Segundo, no existen directrices claras para abordar el emprendimiento, dejando que cada institución y cada docente lo ajuste y exponga como puede. Tercero, los docentes critican que se está abordando el emprendimiento de manera tradicional, transmitiendo conocimientos sobre modelos de negocio, pero sin desarrollar realmente las habilidades y competencias que necesita un emprendedor. Además, se resalta que la formación docente no ahonda en los temas y competencias relacionadas con el emprendimiento. Finalmente, algunos maestros consideran que los programas de emprendimiento están alejados del contexto regional y de las necesidades de los estudiantes, con implementaciones que buscan cumplir con la normativa, pero sin darle el valor que realmente tiene (Rico y Cárdenas, 2021).

De ese modo, las condiciones en medio de las que se enseña el emprendimiento en la educación media pueden llevar a recrudecer los contextos de desigualdad y falta de oportunidades educativas que ya enfrenta este grupo etario, pues se están constituyendo escenarios de baja calidad, con capacitación en oficios para sectores vulnerables y en situación de pobreza, mientras que los de mayores ingresos acceden a la educación intelectualista que sirve para continuar con la educación superior y que mejora la movilidad social (Celis *et al.*, 2008).

En países como Colombia, con problemas críticos de desempleo, es claro que el emprendimiento se ha abierto paso como una política activa de

dinamización del mercado laboral para que personas desempleadas encuentren una fuente de empleo y de ingresos. Y, si bien es relevante desarrollar procesos de enseñanza-aprendizaje en la educación básica para estimular el emprendimiento y generar e identificar potenciales emprendedores, lo cierto es que estos procesos por sí mismos no producen como resultado el que los jóvenes generen autoempleo o microemprendimientos, y peor aún, que en los casos en los que se logra, esas iniciativas no se traducen en el largo plazo en condiciones económicas favorables.

Esta crítica forma parte de un conjunto de cuestionamientos hechos por Díaz y Celis (2011) y que es preciso examinar a continuación. En primer lugar, hay serios problemas relacionados con la capacidad instalada de los centros educativos y las posibilidades para la formación; como se sabe, especialmente en los centros de carácter público, solo se alcanza a ofrecer una formación en competencias que puede llegar a ser insuficiente, y en algunas zonas del país —particularmente las rurales— hasta inexistente. En solo un número reducido de casos los colegios logran generar habilidades técnicas específicas de un oficio que pueden convertirse eventualmente en un emprendimiento, y tampoco cuentan con la posibilidad de financiar o gestionar el acceso a microcréditos o formas similares de financiamiento que se requieren en un primer momento.

Asimismo, en muchas ocasiones, las familias terminan proveyendo de un capital inicial a pesar de ser en su mayoría emprendimientos de alto riesgo que probablemente terminarán con los ciclos educativos; lo que lleva a cuestionar de manera directa la política pública sobre si es pertinente y equitativo propiciar escenarios en los que sean las familias con altos niveles de vulnerabilidad las que deban dar recursos para que sus hijos desarrollen un proyecto educativo con alto grado de riesgo.

Además, la enseñanza del emprendimiento se ha ido desplegando como una asignatura separada de otras áreas como la tecnología, ciencias o matemáticas, debido en parte al abandono al que fueron sometidos los profesores y profesoras en la aplicación de la Ley 1014 de 2006, sin la preparación necesaria para una enseñanza y transversalización de los contenidos efectiva. A causa de esta falta de capacitación, y ante la apremiante necesidad evidenciada en los estudiantes en los distintos contextos, que muchas veces parecen no tener otras perspectivas educativas ni laborales,

los profesores suelen optar por afirmar que el objetivo del área es generar la constitución de una simple unidad económica que termina siendo de supervivencia, lo que, aunque puede llevar a la generación de ingresos, también favorece enormemente la informalidad.

Tanto las dinámicas que terminan por fomentar el endeudamiento de los estudiantes o de sus núcleos familiares en negocios con pocas probabilidades de ser sostenibles en el tiempo y bajo valor agregado, como ante las opciones de unidades productivas de supervivencia, estos procesos de emprendimiento en el ámbito educativo parecen terminar por reproducir la ya existente situación de exclusión en medio de contextos de alta vulnerabilidad en los jóvenes. Un acercamiento más pertinente para un programa de emprendimiento en la escuela de este tipo debería empezar por estimular la creatividad y la capacidad de innovación y ofrecer herramientas a los alumnos para identificar si en efecto tienen vocación y competencias para el emprendimiento en el mediano o largo plazo.

Aunque no es esperable que los estudiantes de los niveles de básica y media creen empresas en toda su envergadura o negocios que transformen sus entornos o sus vidas, sí resulta preocupante que la mayoría de los casos que examinan los autores no parecen tener estrategias dirigidas a la promoción de la creatividad, el pensamiento crítico, la innovación o la tecnología, en su conjunto, sino que terminen por redundar en unidades productivas frágiles y con baja sostenibilidad.

Las universidades

Tanto el contexto de globalización —con dinámicas aceleradas de construcción de conocimiento y circulación de información— como las lógicas económicas contemporáneas, muestran la creciente presión sobre las universidades para formar individuos emprendedores, capaces de adaptarse y liderar procesos de transformación productiva y social. Esta exigencia ha llevado a las instituciones de educación superior a incorporar la formación para el emprendimiento como un componente transversal de sus funciones misionales: docencia, investigación y extensión. Desde esta perspectiva, la formación emprendedora se entiende como una estrategia para mejorar la empleabilidad y como un camino hacia el desarrollo humano y social.

Una de las grandes preocupaciones con respecto al enfoque pedagógico del emprendimiento en la universidad tiene que ver con la lógica procedimental y sus factores asociados que no siempre son enseñados de forma adecuada. Tal como lo refieren Andrade y Bravo (2009), la formación para el desarrollo de actitudes emprendedoras y de competencias laborales en la educación superior puede ser pensada en sí misma como una oportunidad de formación profesional más amplia, en el sentido en que la formación para el emprendimiento puede ser equiparable a una formación para la vida:

no solamente para resolver un problema de empleo; sino que implica la adquisición de competencias relacionadas con la creatividad, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la habilidad para aprender a aprender y resolver problemas, capacidades que son características del comportamiento emprendedor. (p. 46)

De modo que, los procesos de enseñanza-aprendizaje en temas de emprendimiento también deberían incluir la formación en habilidades denominadas blandas o *soft skills* —aunque este término en sí mismo es una jerga que se usa para referirse a habilidades interpersonales de muchos tipos—, y que incluyen la empatía y la capacidad de regulación y gestión emocional, el trabajo en equipo, habilidades de comunicación y negociación, así como la escucha activa y la resolución de problemas.

Además, por sus propias dinámicas, la universidad ostenta un lugar privilegiado en el desarrollo de la motivación de los estudiantes, mediante estímulos relacionados con los procedimientos, rasgos y variables de instrumentación de la empresarialidad (como la independencia, la motivación al logro, etc.), así como de la capacidad instalada intelectual y científica de los docentes, centros de investigación y desarrollo, centros de extensión, etc. Todo lo cual puede fomentar, educar y direccionar las inquietudes emprendedoras de los individuos en formación, tanto en el pregrado como en el posgrado y en la formación continua (Vásquez, 2016).

Este rol de los claustros universitarios, a su vez, puede examinarse teniendo en consideración las funciones sustantivas que fundamentan su quehacer: extensión, investigación y docencia, y que tienen un solo fin: influir en el desarrollo digno de las sociedades y los sujetos. Estas funciones suelen desempeñarse desde los lineamientos de las unidades académicas, las facultades o los centros —como los centros de pensamiento—. En

principio, la docencia debe formar posibles emprendedores y empresarios –sociales y corporativos– capaces de detectar oportunidades y actuar en consecuencia. La investigación y la extensión, particularmente desde los centros de pensamiento y grupos de investigación, tienen la responsabilidad de generar conocimiento con altos estándares de calidad sobre temas de emprendimiento y sobre cómo educar para emprender y para impulsar nuevas empresas y proyectos por medio de la alianza de múltiples actores.

En cuanto a los programas de pregrado específicos en emprendimiento, las apuestas curriculares en general le apuntan a la formación de comportamientos emprendedores relacionados con las habilidades interpersonales –como la toma de iniciativa, establecer redes o asumir riesgos gestionados–; atributos emprendedores –resiliencia, determinación, autonomía, etc.–; competencias emprendedoras –toma de decisiones, pensamiento estratégico y de diseño, identificación de oportunidades, entre otras–, y competencias éticas y ciudadanas –empatía, solidaridad, respeto–. Asimismo, se busca que los egresados tengan la capacidad de desarrollar proyectos innovadores para solucionar problemas en el sector público o privado, y para ello contempla distintos tipos de emprendimiento como el digital, social o verde.

En la formación de estos perfiles de pregrado, pero también en otros niveles de formación y desde otras estrategias de acompañamiento y de fomento al emprendimiento, los centros de emprendimiento ocupan un espacio muy relevante: se han posicionado como espacios clave para impulsar la innovación y el ecosistema empresarial. Desde la academia, promueven la identificación de problemas y el desarrollo de soluciones creativas, aprovechando el entorno multidisciplinario y la posibilidad de aplicar nuevas tecnologías que brindan las instituciones de educación superior (Medina, 2021).

Algunas de ellas han hecho apuestas institucionales más sólidas. Por ejemplo, la Universidad del Rosario ha creado la primera Facultad de Emprendimiento del país, mientras que instituciones como la Universidad Javeriana, Eafit, Universidad de los Andes, Universidad EAN y la Universidad Nacional de Colombia han consolidado centros de emprendimiento con enfoques diversos: sostenibilidad, innovación, impacto social o integración con redes sectoriales. Estas experiencias han permitido acompañar a miles de emprendedores y generar conocimiento práctico y aplicado.

Sin embargo, como advierte Osorio (2021), existen tensiones éticas importantes. En muchos casos, los procesos de reclutamiento de estudiantes para programas de emprendimiento se hacen sin información suficiente o actualizada sobre los riesgos de la actividad emprendedora. Se omite hablar del fracaso o de la precariedad de muchas iniciativas, y se sobredimensionan las oportunidades. Esta omisión puede incidir en decisiones mal fundamentadas de jóvenes que buscan alternativas de movilidad social en contextos adversos.

Al mismo tiempo, la falta de estándares comunes para evaluar la efectividad de los programas de emprendimiento problematiza su valoración objetiva. Mientras algunos estudios evidencian impactos positivos en las intenciones emprendedoras a corto plazo (Ndofirepi, 2020), otros han reportado resultados nulos o incluso negativos (Franco *et al.*, 2021; Oosterbeek *et al.*, 2019). Esta disparidad sugiere que la percepción de los beneficios de la educación emprendedora es más ideológica que empírica.

Para evaluar esta formación se necesitan indicadores de logro estandarizados, pero hay una disparidad considerable en lo que los educadores buscan lograr con sus métodos pedagógicos. Por otro lado, el impacto del emprendimiento puede interpretarse de diversas maneras, desde cambios en las actitudes y habilidades de los discentes hasta resultados económicos tangibles como la creación de empresas y el crecimiento del empleo.

Incluso en economías con altos niveles educativos, como Estados Unidos, las tasas de emprendimiento no son necesariamente superiores. El GEM (2021; 2024) ha evidenciado que países con menor inversión en educación empresarial, pero con condiciones de necesidad estructural, como Perú o México, presentan mayores tasas de creación de empresas. Esto apunta a que al analizar el papel de la universidad debe considerarse el tipo de emprendimiento —por necesidad o por oportunidad—. En muchos casos, el emprendimiento universitario se promueve en abstracto, sin un análisis riguroso de las condiciones estructurales que determinan su viabilidad o impacto real. También el GEM (2021) encontró que la relación entre la formación empresarial y la actividad emprendedora varía según el desarrollo económico del país, siendo incluso negativa en economías impulsadas por la innovación. De lo anterior se puede deducir que, en algunas economías

avanzadas, la forma como está estructurado el sistema educativo podría desalentar a los jóvenes a desarrollar y ejecutar ideas empresariales.

No se trata solo de formar emprendedores, sino de asumir una responsabilidad ética con el tipo de formación que se ofrece, los valores que se promueven y los imaginarios que se construyen. La universidad no puede ser únicamente una incubadora de negocios: debe ser, ante todo, un espacio de pensamiento, cuestionamiento y construcción de futuros posibles.

Educación informal

La educación informal tiene por objeto ofrecer oportunidades para actualizar, renovar, profundizar, complementar o perfeccionar habilidades, conocimientos, prácticas o técnicas. Abarca el conocimiento libre y espontáneo que se adquiere y proviene de entidades, medios masivos, personas, medios impresos, costumbres o comportamientos sociales. Se estima con una duración inferior a las 160 horas, y su organización, oferta y ejecución no suelen requerir un registro de las secretarías de educación territoriales donde tengan lugar; de modo que toda promoción que se haga sobre este tipo de formación debe indicar que se trata de educación informal y que no implica título alguno o certificado de aptitud ocupacional.

Un elemento que sobresale acerca de estos espacios, que incluyen los espacios virtuales, es que, a diferencia de la educación formal ofrecida para fomentar el surgimiento de la intención emprendedora, estos escenarios informales se conciben para acompañar y fortalecer el proceso de creación de empresa que ya tiene en mente el emprendedor; es decir, los segundos suelen darse cuando ya hay una intención y una idea de negocio. Siendo este uno de los que precisamente se piensan como uno de los cuatro niveles de impacto de la educación en emprendimiento: la empleabilidad y consolidación de la creación de empresas (Ben Nasr y Boujelbene, 2014).

Desde los primeros años del siglo **xxi** se ha venido presentando en la educación un cambio sin precedentes en procesos de innovación disruptiva. Se trata de los nuevos modelos de *e-learning* y el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación [TIC], que han provocado un tránsito hacia una mayor transformación tecnológica en la educación y un cambio en las concepciones pedagógicas tradicionales.

Ahora bien, con respecto a la formación para el emprendimiento en estas plataformas existen varios formatos con apuestas desde escenarios generales como Platzi o específicos, como UnX. Platzi cumple una función formativa en temas de emprendimiento desde los modelos de *e-learning online*. Creada en 2013 es hoy una de las plataformas de educación virtual más importantes de América Latina. Nace con un primer curso de desarrollo web de seis sesiones impartidas en vivo por los fundadores. En 2015 contaba con cerca de 150 000 estudiantes y 54 cursos —desde el nivel principiante al más avanzado— relacionados con *marketing*, negocios *online*, diseño y programación; en 2018 ya registraba más de medio millón de estudiantes y una recepción en más de 26 países. En la actualidad, ofrece más de 1000 cursos en las áreas de desarrollo e ingeniería, diseño y ux, producción audiovisual, crecimiento profesional, *marketing* y negocios y emprendimiento, que se dictan con las metodologías abiertas y autónomas compuestas por rutas de aprendizaje, grupos de estudio, *meetups* digitales —o encuentros digitales— y tutoriales permanentes.

Un aspecto que les es propio a estas plataformas multilaterales, y que ya se mencionó, es el hecho de que la pertinencia de los contenidos educativos se defina *on demand*, esto es, que los mismos estudiantes/usuarios resuelven cómo articulan la oferta, cuándo acceden a ella y en qué momento la abandonan. En el campo educativo, no obstante, esto puede representar un problema, pues los procesos educativos y la inversión en ellos —estimados en tiempo, energía, dinero, etc.— muestran resultados que se perciben en el largo plazo —y se expresan en capital social y cultural, mejores ingresos económicos, estatus social, etc.— lo que pone en un dilema a los estudiantes, sobre qué contenidos comprar, y a las plataformas, sobre cómo programarlos (Rodríguez, 2019).

Por otro lado, si bien la formación impartida en este tipo de escenarios virtuales puede representar una ventaja particularmente relevante en la educación informal, pues los contenidos generalmente tratan sobre habilidades técnicas actuales —como los relacionados con el desarrollo web, la programación, el emprendimiento o el *marketing*—, también es cierto que tiene tasas de deserción mucho más altas que en la educación tradicional y presencial —solo uno de cada diez estudiantes registrados termina los cursos, y solo el 6 % logra obtener un certificado— (Simonite, 2013; Álvarez y López, 2017).

Si a esto se le suma que, en contextos como el colombiano, muchas de las personas que acceden a estas ofertas lo hacen motivados por la promesa de obtener conocimientos útiles para desarrollar proyectos de vida como los emprendimientos, y alentados por la imposibilidad de adquirir estos conocimientos en el ámbito formal —por las limitantes difíciles de superar—, lo que se advierte es un panorama con desafíos enormes para las plataformas *online* de educación que pueden tener implicaciones sociales de más largo aliento. Si lo que los estudiantes buscan es empleabilidad, conocimiento, formación profesionalizante o humana, surge la pregunta sobre si estos modelos disruptivos de educación tienen efectivamente la capacidad de conceder a los usuarios este valor agregado o no.

Las agencias de promoción

En el ecosistema de fomento al emprendimiento en Colombia, las agencias de promoción han desempeñado un papel determinante como articuladoras de políticas, recursos y servicios orientados a estimular la creación y consolidación de nuevos emprendimientos. Estas entidades de carácter público, privado o mixto han sido clave para traducir los lineamientos estratégicos en programas de apoyo directo a emprendedores y empresas de reciente creación, mediante mecanismos de financiamiento, formación, acompañamiento, articulación institucional y fortalecimiento de capacidades.

Los sistemas o programas de apoyo al emprendimiento constituyen estrategias que van desde el asesoramiento inicial en la concepción de la idea de negocio hasta la provisión de formación, capacitación y acceso a financiamiento. Algunos autores han subrayado que estos programas producen un efecto positivo en las tasas de supervivencia de las empresas y en el número de iniciativas emprendedoras, al tiempo que dinamizan mercados y promueven el desarrollo económico y social (Kantis y Federico, 2023).

Dentro de las iniciativas colombianas más destacadas se encuentran el Fondo Emprender del Sena, Innpulsa Colombia, las Cámaras de Comercio, así como incubadoras, aceleradoras y redes de inversionistas. El Fondo Emprender, creado en 2002 como respuesta a los altos índices de desempleo de finales de los años noventa, ha sido reconocido como uno de los fondos públicos de capital semilla más grandes de América Latina. Desde el

mandato del Sena ofrece capital semilla a emprendimientos de oportunidad presentados por aprendices y egresados de formación técnica y tecnológica (Sena, 2019; 2024).

Innpulsa Colombia, por su parte, se ha consolidado como una agencia de desarrollo empresarial orientada a ideas de negocio innovadoras y de alto impacto. Con programas como Aldea y CEmprende ha facilitado el acceso a mentorías, redes, inversionistas y convocatorias de financiación para *startups*, pymes y nuevas empresas en fase de escalamiento (Innpulsa, 2024). La articulación de Innpulsa con otras entidades del Gobierno nacional ha sido clave para la promoción del emprendimiento como estrategia de competitividad.

Las Cámaras de Comercio también han cumplido un rol relevante como actores territoriales, facilitando procesos de fortalecimiento empresarial, ruedas de negocios, aceleración de empresas y espacios de formación. Su cercanía con el sector productivo les ha permitido operar como nodos de identificación de necesidades reales del empresariado, aunque la calidad de sus servicios varía según el músculo institucional y financiero de cada región.

El ecosistema se complementa con incubadoras y aceleradoras como Wayra, HubBOG, Apps.co o Rockstart, que brindan acompañamiento estratégico, asesoría legal y financiera, espacios de *coworking* y acceso a inversionistas. Estas entidades, junto con fondos de capital de riesgo y redes de ángeles inversionistas, como BogalN o Colombia Tech, cumplen funciones de apalancamiento cruciales para el escalamiento de empresas emergentes (Wayra, 2024; HubBOG, 2024; Endeavor Colombia, 2024).

No obstante, a pesar de este entramado institucional, persisten retos estructurales. La fragmentación entre actores, la falta de articulación territorial, la escasa sostenibilidad financiera de los emprendimientos apoyados y el énfasis en indicadores de cobertura por encima de resultados efectivos limitan la profundidad de su impacto. Informes recientes del GEM (2024) y la OCDE (2022) insisten en la urgencia de avanzar hacia una cultura de resultados, donde los recursos se asignen acorde con criterios de impacto y sostenibilidad, y no solo de cumplimiento burocrático.

Por último, el enfoque predominantemente tecnocrático de las agencias de promoción tiende a invisibilizar emprendimientos sociales, culturales o comunitarios que no responden a lógicas de escalabilidad o rentabilidad

inmediata. Esta omisión perpetúa la exclusión de territorios y poblaciones diversas, reproduciendo desigualdades sistémicas. Un ecosistema emprendedor democrático y transformador exige no solo más recursos, sino una revisión crítica de los modelos de intervención que contemple principios éticos, inclusión territorial y justicia económica.

Evaluaciones de impacto

Los autores Casas y Rivera (2021) examinan, en ese sentido, el impacto de los programas de financiación de emprendimientos en países en vías de desarrollo como Colombia. Se destaca que estos programas pueden tener efectos mixtos, mostrando resultados positivos en exportaciones, ventas y productividad, pero con efectos menos significativos en la creación de empleo. Se resalta la importancia del periodo de estudio en la evaluación de estos programas, sugiriendo que los efectos pueden ser más notorios a largo plazo y en la población más joven. Además, se discute cómo las características de los beneficiarios y la implementación del programa pueden influir en sus resultados.

Uno de los aspectos que vale la pena considerar en cuanto al papel de estos sistemas de apoyo al emprendimiento es la ausencia casi generalizada de procesos de evaluación de impacto para medir si efectivamente estas estrategias en el mediano y largo plazos tienen consecuencias positivas, no solo en la tasa de creación de empresas, sino en la tasa de supervivencia y, todavía más, en la medición de compañías exitosas que surgen de estos procesos y que aportan al desarrollo económico.

La evaluación de impacto se refiere al proceso de examinar sistemáticamente los resultados y efectos de políticas y programas de distinta índole, con el fin de comprender su eficacia, eficiencia, y efectividad en abordar problemas sociales específicos. Es una herramienta esencial en el ámbito gubernamental y en organizaciones no gubernamentales, así como en los sectores académico y privado, que busca aprender de las experiencias pasadas para mejorar la toma de decisiones futuras. Su importancia radica en su capacidad para proporcionar aprendizajes sobre cómo abordar de manera más efectiva los desafíos sociales, garantizar el uso eficiente de los

recursos disponibles, fomentar la rendición de cuentas y mantener el buen funcionamiento de las instituciones públicas (Baltazar, 2008).

La aplicación de estrategias de evaluación de impacto en el emprendimiento puede tener implicaciones significativas. Por ejemplo, puede proporcionar información valiosa sobre la efectividad de los programas de apoyo al emprendimiento en términos de promover la supervivencia y el crecimiento de las empresas emergentes. También permite identificar áreas de mejora en estos programas, como la optimización de los recursos financieros y la adaptación de las estrategias de apoyo a las necesidades específicas de los emprendedores. Esto puede conducir a una mayor eficacia en la promoción del desarrollo económico y social gracias al fomento del emprendimiento, al tiempo que se asegura una utilización más eficiente de los recursos disponibles.

La evaluación de impacto de programas como el Fondo Empezar se ha hecho sobre todo desde el ámbito académico, lo que es llamativo al tratarse de una política con implicaciones sociales y económicas tan extensas. Uno de los pocos ejercicios que se pudo referenciar contratado por la misma entidad es el realizado por Econometría (2014) hace más de diez años. Este análisis incluyó la revisión de datos secundarios relacionados con la política de emprendimiento y estándares internacionales, así como la realización de encuestas a una muestra representativa de emprendedores beneficiados (964) y no beneficiados (952) con proyectos viables, además de la realización de 12 grupos focales con emprendedores.

Se hicieron encuestas a asesores de las Unidades de Empezamiento [UE] del Sena y externas (484 y 148 respectivamente), y se realizaron 15 estudios de caso con Unidades de Empezamiento del Sena y otras entidades (denominadas No-Sena). También se realizaron 18 entrevistas con los principales actores implicados en el funcionamiento del Fondo Empezar, así como con funcionarios de entidades relacionadas con la política de emprendimiento. El propósito de esa evaluación era establecer si se presentaban cambios en la población beneficiaria como consecuencia de haber desarrollado su proyecto de emprendimiento en el Fondo Empezar.

Este análisis se hizo utilizando el método de evaluación de impacto con control por variables observables o emparejamiento, basándose en datos primarios obtenidos por medio de encuestas a planes de negocio viables y

no viables, complementados con información secundaria sobre el proceso y datos cualitativos de grupos focales. Como resultado, se identificaron impactos en áreas como sostenibilidad, empleo, rentabilidad y calidad de vida. Los hallazgos más relevantes para cada una de estas dimensiones incluyen:

- Impacto en sostenibilidad: el Fondo Emprender aumenta en 46 puntos porcentuales la probabilidad de que actualmente exista la empresa planteada en el plan de negocios presentado, controlando variables del emprendedor, el proceso y otros factores. La probabilidad promedio de existencia para los planes no viables es del 5 %, por lo que para los viables es del 51 %. Además, aumenta en 42 puntos porcentuales la probabilidad de desarrollar las actividades del emprendimiento propuesta de manera continua, controlando las mismas variables. Para los no viables, esta probabilidad es del 3 %, por lo que para los viables sería del 45 %. El tiempo de funcionamiento del negocio aumenta en 10 meses gracias al Fondo. Para los no viables, el promedio es 4.1 meses, por lo que para los viables sería de 14 meses. El efecto es menor para los vulnerables (9 meses) que para los no vulnerables (11 meses).
- Impacto en ingresos: pertenecer al Fondo disminuye en 10 puntos porcentuales la probabilidad de tener ingresos mayores a tres salarios mínimos, controlando las variables relevantes. Sin embargo, en la percepción de tener un excedente para otros usos, hay diferencias: para los vulnerables el impacto es positivo, mientras que para los no vulnerables es negativo.
- Impacto en rentabilidad: en la rentabilidad de los emprendimientos no se encuentra un efecto significativo del Fondo en general. Pero para la población vulnerable, hay un efecto significativo de casi 6 000 000 de pesos, controlando las variables pertinentes.
- Impacto en empleabilidad: el Fondo tiene un efecto positivo en la movilidad laboral del empleado, controlando las variables clave. Esta movilidad se da principalmente en empleados que no son emprendedores, siendo mayor para la población en condición de vulnerabilidad. Genera en promedio 4 empleos, principalmente formales, sin diferencias importantes entre vulnerables y no vulnerables. La mayoría de los empleos se crea para personas no emprendedoras (3 de los 4).

También se hizo un análisis de costo-beneficio que permitió concluir que, usando la tasa social de descuento del Departamento Nacional de Planeación (12 %), por cada peso invertido en el Fondo Emprender, la sociedad colombiana se beneficia con 1.21 pesos. En este caso, el valor presente neto [VPN] asciende a 21 551 786 585 pesos y la tasa interna de retorno [TIR] supera la tasa social de descuento, siendo del 15 % contra el 12 %. Lo anterior muestra que la inversión del Fondo Emprender es aceptable en relación con los beneficios generados.

De esa manera, aunque hay aspectos positivos que en general llevan a considerar que el Fondo Emprender tiene un impacto considerado como aceptable y moderado en algunas dimensiones, también hay situaciones que llaman la atención y merecen análisis. En cuanto a los ingresos, uno de los hallazgos preocupantes es que pertenecer al Fondo Emprender disminuye en 10 puntos porcentuales la probabilidad de tener ingresos mayores a tres salarios mínimos legales vigentes. Esto sugiere que, si bien el Fondo puede facilitar el surgimiento de emprendimientos, inicialmente estos tienden a generar entradas relativamente bajas para sus fundadores. Esta situación podría obstaculizar el crecimiento y escalamiento de dichos negocios en el mediano y largo plazos, al no contar con los recursos suficientes para reinvertir y expandirse. Es posible que los emprendimientos apoyados enfrenten dificultades para transitar hacia modelos de negocio más ambiciosos y de mayor valor agregado.

Por otro lado, en la dimensión de rentabilidad de los negocios, la evaluación no encontró un efecto significativo del Fondo Emprender en el agregado. Si bien se observó un impacto positivo de casi seis millones de pesos para la población vulnerable, la falta de un efecto claro en la rentabilidad general podría indicar que muchos de los emprendimientos apoyados aún no logran alcanzar una verdadera viabilidad financiera y autosostenibilidad en el tiempo. Esto los hace potencialmente dependientes de financiamiento externo o estatal de manera prolongada, lo que podría llevar a dinámicas de asistencialismo contraproducentes para los intereses del Estado y de las mismas personas, en relación con el mejoramiento de su calidad de vida. De hecho, las dinámicas de asistencialismo propias de algunas políticas públicas han sido consideradas como acciones con daño que el Estado debería prever en el marco de sus funciones y deberes (Villa y Barrera, 2017)

Estos hallazgos negativos en ingresos y rentabilidad podrían estar relacionados entre sí, ya que unos ingresos inicialmente bajos limitan la capacidad de los emprendimientos para generar excedentes y reinvertir en su propio crecimiento (Alarcón y Andrade, 2020). Adicionalmente, podrían reflejar la necesidad de fortalecer los componentes del Fondo Emprender orientados al desarrollo de modelos de negocio sólidos, escalables y de alto valor, que permitan a los emprendimientos superar la etapa de subsistencia y consolidarse en el mercado.

En este sentido, sería conveniente que el Fondo revisara sus criterios de selección, los servicios de acompañamiento empresarial que ofrece, y los mecanismos de seguimiento y apoyo en etapas posteriores al inicio de operaciones, con el fin de asegurar que los emprendimientos apoyados cuenten con las herramientas y condiciones necesarias para alcanzar niveles de ingresos y rentabilidad sostenibles en el mediano y largo plazos.

Por otro lado, desde el ámbito académico, se conoce la evaluación de Casas y Rivera (2021). Este estudio empleó una metodología de panel para evaluar el impacto de este programa utilizando un enfoque que incluyó un emparejamiento de Kernel y un modelo generalizado de *boosting*. Los resultados sugieren que la capacidad del programa para explicar la supervivencia de las empresas disminuye con el tiempo, con coeficientes estimados que muestran una reducción en su magnitud entre 2014 y 2019, aunque estos resultados no son estadísticamente significativos debido a limitaciones en la validez externa del ejercicio.

Sin embargo, un método de robustez basado en aprendizaje automático encontró evidencia estadística (al 10 %) que respalda la afirmación de que el Fondo Emprender influye en la supervivencia de las empresas hasta 17 años después de su creación. El programa ha beneficiado a emprendedores en diversas regiones del país, especialmente a aquellos de estratos socioeconómicos bajos y con educación media y superior.

Sin embargo, aunque ha sido efectivo en mejorar la supervivencia de las empresas en el corto y mediano plazos, se observa un decrecimiento en su efectividad con el tiempo. Las principales razones del cese de actividades reportadas por los emprendedores fueron la falta de capital y problemas de mercado. El diseño actual del programa se centra en brindar asesoramiento y capital semilla en las etapas iniciales de los proyectos, aunque se

reconoce la necesidad de complementar estos esfuerzos para asegurar la supervivencia a largo plazo de las empresas.

Se sugiere que el Fondo podría beneficiarse de la inclusión de mecanismos adicionales que apoyen la maduración de las empresas, como la vinculación con el ecosistema emprendedor existente y el acceso a nuevos mercados. De modo que, mientras que el Fondo Emprender ha demostrado ser eficaz como un mecanismo de capital semilla en el corto plazo, se necesita una mayor atención e información para establecer su efecto a mediano y largo plazos.

Conclusiones

El fomento al emprendimiento en Colombia ha experimentado un desarrollo significativo en términos de institucionalidad, normativas, actores e instrumentos de apoyo. Entre las luces se destaca la consolidación de programas como el Fondo Emprender, la evolución de agencias como Innpulsa, y el creciente interés de universidades y entidades territoriales en fortalecer capacidades emprendedoras. La expansión del ecosistema, la articulación de actores y la disponibilidad de capital semilla han facilitado el surgimiento de miles de iniciativas a lo largo del país, y han posicionado al emprendimiento como una política transversal en los planes de desarrollo.

Sin embargo, estas luces conviven con sombras estructurales que no pueden ser ignoradas. En muchos casos, el emprendimiento se sigue promoviendo desde una lógica instrumental, reducida a metas de empleabilidad, crecimiento económico y productividad, sin una reflexión profunda sobre los costos sociales, los sesgos institucionales o las desigualdades que se reproducen. El acceso a los sistemas de apoyo sigue siendo inequitativo, favoreciendo a emprendimientos tecnológicos, urbanos o altamente formalizados, mientras que los de base territorial, comunitaria o cultural permanecen subrepresentados.

Las universidades, por su parte, han avanzado en el diseño de rutas de formación emprendedora, pero aún carecen de modelos pedagógicos transformadores que integren la investigación, el pensamiento crítico y los contextos locales. Si bien las agencias de promoción disponen de instrumentos potentes, deben transitar de una cultura de cobertura a una

cultura de impacto, que evalúe no solo cuántos emprenden, sino con qué condiciones, con qué resultados y con qué propósito colectivo.

En virtud de este panorama, se sugieren las siguientes líneas de acción para los diseñadores y ejecutores de políticas públicas:

1. Redefinir el propósito del fomento al emprendimiento

Se requiere una revisión crítica de los objetivos de la política pública de emprendimiento para pasar de una visión centrada en la creación de empresas como fin en sí mismo, hacia una que promueva el emprendimiento como vehículo de transformación social, desarrollo territorial y sostenibilidad económica. Esto implica incorporar enfoques de economía solidaria, emprendimiento social y negocios con propósito en las estrategias nacionales y locales.

2. Fortalecer la articulación interinstitucional y la gobernanza del ecosistema

La superposición de programas y la falta de integración efectiva entre actores públicos, privados y académicos reduce el impacto de las intervenciones. Se propone establecer mecanismos de coordinación territorial (como consejos locales de emprendimiento), indicadores compartidos de seguimiento y esquemas de interoperabilidad entre plataformas de información para mejorar la eficiencia y la trazabilidad del ecosistema.

3. Incorporar criterios diferenciales y de equidad en los instrumentos de apoyo

Muchos programas siguen operando según lógicas homogéneas, que excluyen o dificultan el acceso de poblaciones históricamente marginadas. Las políticas deben incorporar criterios diferenciales de género, ruralidad, edad, pertenencia étnica y condición de vulnerabilidad para asegurar una participación justa y equitativa en las oportunidades de emprendimiento.

4. Reformar los modelos de formación para el emprendimiento

La educación para el emprendimiento necesita superar el enfoque instrumental, centrado en planes de negocio, para transitar hacia un modelo de pensamiento crítico, sistémico y ético. Se recomienda promover metodologías activas de aprendizaje, como el aprendizaje

basado en retos, fomentar la interdisciplina y vincular las iniciativas de emprendimiento con proyectos reales en territorio.

5. Promover la evaluación basada en resultados e impacto

Es necesario implementar sistemas de monitoreo y evaluación que vayan más allá del número de beneficiarios o de empresas creadas. Se sugiere utilizar métricas de sostenibilidad, generación de valor, impacto en el empleo digno, retorno social de la inversión y contribución al desarrollo local. Esto permitiría retroalimentar las políticas de manera más efectiva y tomar decisiones basadas en evidencia.

6. Impulsar instrumentos financieros sostenibles y adaptados a las trayectorias emprendedoras

El acceso al capital sigue siendo una barrera crítica. Se recomienda ampliar la gama de instrumentos financieros disponibles, incluyendo microcréditos, fondos híbridos, incentivos por resultados, modelos de banca ética o esquemas de inversión basados en impacto. Igualmente, es clave fortalecer la educación financiera y la gestión de riesgos entre los emprendedores.

7. Apoyar la consolidación de redes y comunidades emprendedoras de base

Las redes informales y comunidades de práctica son clave para la sostenibilidad de los emprendimientos. Se deben fomentar iniciativas que fortalezcan el capital social entre emprendedores, como ferias, encuentros territoriales, plataformas colaborativas y mentorías comunitarias. Estas permiten compartir aprendizajes, superar el aislamiento emprendedor y consolidar modelos de negocio más resilientes.

8. Desarrollar políticas públicas con enfoque territorial y participativo

Finalmente, es indispensable que las estrategias de fomento al emprendimiento se diseñen e implementen con una mirada territorial, reconociendo las particularidades económicas, culturales y sociales de cada región. La participación efectiva de los actores locales en la formulación de políticas garantiza mayor pertinencia, apropiación y sostenibilidad de las acciones emprendidas.

Capítulo 5.

Explorando las posibilidades del emprendimiento

Después de haber recorrido en los capítulos anteriores una mirada crítica sobre el emprendimiento —desde su diversidad y clasificación (capítulo 1), las narrativas que lo idealizan (capítulo 2), los mitos que lo rodean (capítulo 3), y las responsabilidades éticas de quienes lo promueven (capítulo 4)—, este apartado busca completar el análisis mostrando las posibilidades que puede ofrecer el emprendimiento, siempre que se den las condiciones apropiadas.

Aunque se ha evidenciado que no todas las nuevas ideas de negocio generan valor ni todos los emprendedores acceden a las mismas oportunidades, también es cierto que en contextos bien soportados el emprendimiento puede ser una herramienta útil para el desarrollo económico, la inclusión social y la innovación (OCDE, 2023; UNDP, 2022). Para que esto sea posible, se requiere dejar de verlo como un esfuerzo individual aislado y empezar a entenderlo como parte de un sistema más amplio en el que interactúan capacidades individuales y condiciones estructurales (Banco Mundial, 2023).

Este capítulo se desarrolla a partir de tres dimensiones clave: la dimensión económica, que analiza casos de emprendimientos con capacidad para crecer, generar empleo de calidad y fortalecer sectores productivos (Bruton *et al.*, 2021); la dimensión social, que se centra en aquellas iniciativas con sentido colectivo, que nacen del compromiso con las comunidades y buscan transformar realidades desde lo local (Santos y Bandeira, 2023; GEM, 2022), y la dimensión institucional, que resalta el papel de políticas públicas, programas de apoyo y alianzas entre actores del ecosistema para crear entornos favorables (OCDE, 2023; Conpes 4069, 2021).

No se pretende entonces idealizar el emprendimiento, más bien mostrar que sí hay caminos posibles para potenciar su impacto, siempre que se ac-

túe con responsabilidad, estrategia y visión a largo plazo. Las experiencias positivas no ocurren por casualidad, sino como resultado de esfuerzos intencionados, decisiones políticas acertadas y acompañamiento oportuno (Kantis y Angelelli, 2020).

Así, el objetivo de esta sección es brindar ideas, aprendizajes y propuestas que ayuden a fortalecer aquellas formas de emprendimiento que realmente aportan al bienestar colectivo, sin desconocer las dificultades que todavía persisten. Lejos de cerrar con optimismo ingenuo, se pretende invitar a la acción informada, consciente y colaborativa.

Dimensión económica: emprendimientos de alto impacto

Como se ha visto a lo largo del libro, y con mayor profundidad en el capítulo tres, el surgimiento indiscriminado de empresas no garantiza por sí sola el crecimiento económico ni la generación sostenible de empleo. Tal como se argumentó en el capítulo uno, las empresas difieren ampliamente en sus características: sector, tamaño, antigüedad, motivación emprendedora y ambiciones de crecimiento. La mayoría de ellas crece lentamente o permanece estancada. De hecho, estudios recientes indican que solo una de cada siete empresas logra un crecimiento sostenido y rentable (GEM y FEM, 2023), y que un grupo reducido de compañías de rápido crecimiento genera una parte desproporcionada del empleo neto y del valor agregado en la economía (Banco Mundial, 2022).

Este fenómeno justifica el interés por el llamado emprendimiento de alto impacto [EAI], definido como el que presenta un crecimiento acelerado y sostenido en términos de ingresos y empleo, junto con altos estándares de calidad, innovación y competitividad. Estas empresas pueden surgir en cualquier sector —incluidos los tradicionales— y no se limitan al universo de *startups* tecnológicas. Se trata de emprendimientos que ofrecen productos o servicios innovadores y que también transforman mercados, generan avances productivos y expanden la frontera de posibilidades económicas (Bruton *et al.*, 2021).

El EAI se relaciona estrechamente con lo que este libro ha clasificado como emprendimientos por oportunidad y de alta calidad. Sus fundadores

tienden a planificar estratégicamente su ingreso al mercado y suelen tener experiencia previa en el sector, lo que incrementa sus probabilidades de éxito (Liñán *et al.*, 2013). En países desarrollados como Estados Unidos se considera que una empresa es de alto impacto si logra duplicar sus ventas en cuatro años y genera empleo de forma significativa (SBCS, 2023). No obstante, el alto crecimiento no es exclusivo de las economías avanzadas: investigaciones como las de Acs y Correa (2014) han demostrado que incluso en América Latina, sectores como el agrícola han dado lugar a casos de EAI altamente transformadores.

Más allá de su dimensión económica, este tipo de emprendimiento tiene un carácter estructuralmente innovador. Su impacto se extiende hacia lo social y comunitario cuando logra modificar condiciones locales de vida mediante la invención, la generación de empleo de calidad o el desarrollo de cadenas productivas regionales. Tal como se argumentó en capítulos anteriores, esta dimensión sistémica es clave para pensar en un emprendimiento que realmente incida en los procesos de desarrollo territorial.

Se propone aquí, además, que la importancia de enfocarse en este tipo de emprendimientos también puede entenderse desde un punto de vista macrohistórico. Autores como Blau (1987) y Shane (2009) han mostrado que, a medida que las economías avanzan desde la agricultura hacia la manufactura y finalmente hacia los servicios, las formas de autoempleo se transforman y tienden a disminuir. Este desplazamiento implica una transición en la generación de valor económico y exige nuevas competencias y modelos de negocio. De ahí que el EAI represente una oportunidad para impulsar el crecimiento y para diversificar las economías emergentes hacia sectores de mayor valor agregado.

El análisis de Blau (1987) sobre el emprendimiento en el contexto del desarrollo económico se basa en la observación de cambios sistemáticos en las economías de los países a medida que se enriquecen. En su trabajo, el autor argumenta que el proceso de desarrollo económico lleva a una evolución de la agricultura a la manufactura y finalmente a los servicios. Este cambio no solo altera la estructura económica, sino que impacta en las oportunidades y la prevalencia del trabajo por cuenta propia.

En economías predominantemente agrícolas, el trabajo autónomo es una práctica común debido a la naturaleza de la producción agrícola, que

a menudo involucra pequeñas explotaciones familiares y microempresas. Sin embargo, a medida que una economía se industrializa, la manufactura comienza a desempeñar un papel más importante. La manufactura tiende a estar dominada por grandes fábricas y empresas, en las que el trabajo asalariado es más frecuente y las oportunidades para el trabajo autónomo son más limitadas. Finalmente, en las economías avanzadas los servicios se convierten en el sector dominante. Aunque existen oportunidades para el trabajo por cuenta propia en el sector de servicios, como en la consultoría, las tecnologías de la información y otros servicios profesionales, la estructura del empleo tiende a favorecer aún más el trabajo asalariado, especialmente en grandes corporaciones y empresas establecidas.

Blau (1987) sostiene que este desplazamiento en la fuente del valor económico provoca una disminución en la proporción de personas que gestionan sus propios negocios. Este fenómeno puede ser atribuido a varios factores, entre ellos la mayor complejidad y los mayores requisitos de capital y habilidades necesarias para operar en sectores de manufactura y servicios en comparación con la agricultura. Además, otros estudios apoyan la idea del autor, indicando que el emprendimiento es más prevalente en las primeras etapas del desarrollo económico y tiende a disminuir a medida que las economías se desarrollan y se vuelven más complejas. En Estados Unidos, la disminución del papel de la agricultura en la economía general condujo a una reducción en las tasas de trabajo por cuenta propia no incorporada, pasando del 12 % en 1948 al 7.5 % en 2003 (Hippel, 2004). Patrones similares se observan en la mayoría de los demás miembros de la OCDE.

Por tanto, si se buscan países con altos niveles de emprendimiento, se debe mirar a África o América del Sur. Las economías avanzadas han alcanzado su estatus debido a un mayor dinamismo productivo en el pasado. Así, si evaluamos la creación de nuevas empresas y la evolución de la actividad a lo largo de un periodo suficientemente largo para observar diferencias reales entre países, se observa que aquellos con una expansión sostenida consistentemente más rápida (los países ricos) en realidad muestran tasas decrecientes de formación de nuevas empresas.

De modo que nuestra propuesta de una mirada macrohistórica sobre el fenómeno emprendedor puede llevar más fácilmente a desestimar toda actividad emprendedora como intrínsecamente valiosa para las sociedades y, más bien, a plantearse los caminos requeridos para trazar las rutas de

fomento a emprendimientos que pueden jalonar más rápido los cambios sociales y económicos necesarios, como los de alto impacto. En ese sentido, como se ha sostenido a lo largo de este trabajo, es mucho más favorecedor y efectivo para las economías en general, pero especialmente para las que están en desarrollo, tener un número pequeño de empresas emergentes de alto crecimiento que un gran número de empresas emergentes típicas (Shane, 2009; Dey y Mason, 2018).

Esto también puede aportar a un tránsito hacia modelos más sofisticados de crecimiento económico, lo que es un desafío pendiente para las economías en vías de desarrollo, como las latinoamericanas, que buscan mantener su competitividad global en el siglo xxi. Si bien estas propuestas no implican abandonar las ventajas comparativas en recursos naturales del modelo exportador del siglo xx, sí requiere incorporar ciencia y tecnología a los procesos productivos de los sectores primarios tradicionales, como los que se mencionaron. Generar conocimiento científico y desarrollar tecnologías orientadas a abordar los desafíos de estos sectores puede mejorar su competitividad y al mismo tiempo dar origen a nuevas actividades de alto valor agregado que fomenten la diversificación productiva y exportadora.

De manera que no se debe subestimar la importancia de la innovación en sectores tradicionales y bien establecidos como la agricultura, las industrias extractivas y la manufactura. De lo que se trata, más bien, es de impulsar estos sectores por medio de la alta tecnología y tecnificación con potencial de desarrollo en estos grupos de economías en países como los de dicha región. En un estudio realizado por Acs y Correa (2014) para el Banco Mundial, se encontró que tres de los nueve casos de emprendimiento de alto impacto analizados en ese momento en América Latina, pertenecían a estos sectores, particularmente al agrícola. De modo que se evidenció su importancia para las economías latinoamericanas, con la introducción al mercado de productos y tecnologías novedosas y ecológicas a gran escala para resolver problemas de sostenibilidad y de producción.

En esa misma línea de ideas, otros argumentos sobre este asunto señalan que la figura del emprendedor innovador que caracteriza los emprendimientos de alto impacto debe estar en el centro del debate en el tema del desarrollo económico y social en Latinoamérica, por varias razones. Primero, por la alta desigualdad y concentración económica de la mayoría de los países de la región, donde grandes empresas y conglomerados dominan sectores clave (Cepal,

2018) en un entorno institucional que mantiene el *statu quo*, el emprendimiento innovador y de alto impacto surge como una vía para democratizar la actividad empresarial y capturar nichos no cubiertos por estos grupos.

Estos emprendimientos pueden generar un gran efecto en riqueza y empleos de calidad y también por su potencial de introducir cambios profundos en la sociedad a través de innovaciones disruptivas. Dicho de otro modo, el emprendimiento de alto potencial, influenciado por el entorno social, económico y político, tiene a su vez el poder de modificarlo. No obstante, este proceso es altamente complejo, su resultado no se infiere directamente de las propiedades de sus partes, sino que es un producto colectivo emergente de las múltiples interacciones entre los componentes del sistema, evolucionando en el tiempo según las condiciones iniciales y la adaptación permanente al medio cambiante.

Para que estos emprendimientos de alto impacto puedan florecer, es necesario contar con ecosistemas emprendedores sólidos que proporcionen acceso a financiamiento, talento humano calificado, redes de apoyo, infraestructura adecuada y un entorno regulatorio favorable. Algunos de los elementos clave para considerar son políticas públicas enfocadas en la innovación; educación centrada en el pensamiento crítico y analítico, así como en la investigación, el desarrollo, la ciencia y la tecnología; programas de capacitación y mentoría para emprendedores que potencien ideas identificadas como viables; incentivos fiscales, disponibilidad de capital de riesgo, entre otros (Ghura *et al.*, 2017).

El financiamiento es fundamental para el éxito de la innovación y el emprendimiento. Por ejemplo, se ha encontrado que para América Latina este aspecto sigue siendo una barrera crítica para el desarrollo de empresas de alto impacto y las innovaciones que las sustentan. Aunque no es raro que las *startups* innovadoras se autofinancien, es notable la gran cantidad de empresas creadas con los propios recursos de los emprendedores (GEM y FEM, 2023). Entre estos casos encontramos una amplia gama de experiencias empresariales, desde el *bootstrapping* inicial hasta el emprendimiento en serie. Por lo demás, algunas compañías lograron obtener financiamiento mediante premios, mientras que, otras, la mayor visibilidad derivada de la expansión del mercado facilitó la obtención de préstamos bancarios y fondos de inversores.

Otras restricciones que la literatura señala como vinculantes y que afectan a las empresas de alto crecimiento incluyen fallos del mercado que limitan el libre flujo de conocimiento y nuevas ideas, la formación y mantenimiento de redes y capital social, así como el flujo de capital de riesgo hacia actividades de innovación. Entender estas limitaciones vinculantes es decisivo para diseñar políticas efectivas que las aborden y faciliten la aparición de empresas de alto crecimiento (Lederman *et al.*, 2018).

A nivel sistémico, algunos académicos destacan en ese sentido el papel de las instituciones efectivas (Fuentelsaz *et al.*, 2015), mientras que un grupo emergente de investigadores se enfoca en la noción más amplia de un “ecosistema emprendedor” (BID, 2020; Kantis y Federico, 2023) que comprende un conjunto interrelacionado de características externas a las empresas emergentes que crean un entorno favorable para su crecimiento. Sus componentes incluyen marcos regulatorios, capital humano y oportunidades educativas, acceso a financiamiento, redes sociales y potencialización de capital social y características culturales. Por otro lado, dentro de esta literatura hay un debate sobre la importancia de evaluar estos sistemas en el ámbito subnacional, nacional o internacional.

Ahora bien, este tipo de emprendimiento enfrenta retos importantes. Su surgimiento y consolidación dependen en gran medida del entorno: políticas públicas orientadas a la innovación, educación en pensamiento crítico, acceso a capital de riesgo, redes de apoyo y un sistema institucional efectivo (Kantis y Federico, 2023; Ghura *et al.*, 2017). Sin estos elementos, la capacidad transformadora del EAI se ve limitada, especialmente en ambientes inequitativos como los de América Latina, donde los ecosistemas emprendedores suelen estar poco desarrollados (Lederman *et al.*, 2018). En este contexto, el EAI se presenta como una vía para democratizar la actividad empresarial, permitiendo la entrada de nuevos actores con características de innovación disruptiva y generación de valor social.

Explorar las posibilidades del emprendimiento desde su dimensión económica implica superar la lógica de fomento indiscriminado y focalizar esfuerzos en aquellas iniciativas con verdadero con posibilidad de producir efectos sostenibles. El EAI no es una fórmula mágica ni una meta universal, pero sí representa una de las rutas más estratégicas para promover crecimiento económico con equidad, sofisticación productiva y sostenibilidad. Reconocer sus condiciones

de emergencia, sus retos y sus contribuciones es fundamental para avanzar hacia modelos de desarrollo más inclusivos e innovadores en la región.

Dimensión social y discursiva: emprendimiento sistémico

Tal como se ha venido argumentando a lo largo del libro, el emprendimiento no es solo una práctica económica, sino también un hecho social e ideológico, que se construye y circula en discursos, políticas públicas, narrativas institucionales y expectativas culturales. Analizar esta dimensión social y simbólica permite visibilizar cómo ciertos modelos de emprendimiento se naturalizan y legitiman, mientras otros se marginan o permanecen invisibilizados, reproduciendo estructuras sociales desiguales y encubriendo trayectorias divergentes (Adamovsky, 2019).

Identificar y medir los factores y los indicadores asociados con el éxito en la creación de empresas de alto impacto presenta desafíos significativos. Esto requiere un enfoque combinado que se base en la teoría económica de la empresa como actor colectivo y en la teoría del espíritu empresarial, centrada en el trabajo de un individuo o grupo de individuos (Schumpeter, 1947). También sugerimos en este punto como otra de las propuestas, la inclusión de teorías sociológicas y de filosofía política con lecturas de tipo estructural para explicar el éxito emprendedor que puedan enfrentar las narrativas individualizantes y meritocráticas ampliamente difundidas y que se desarrollaron en el capítulo tres. Desde la teoría schumpeteriana, el emprendimiento ha sido históricamente entendido como fuerza de destrucción creativa, capaz de romper equilibrios y generar nuevas combinaciones de recursos (Schumpeter, 1934). Esta fuerza transformadora solo puede realizarse plenamente cuando se reconoce el emprendimiento como un fenómeno contextual, relacional y cargado de implicaciones sociales. El reto es ampliar las condiciones para que más actores —no solo los económicamente privilegiados— puedan participar de esta vocación de cambio.

Una de las miradas que actualmente se contraponen a esta perspectiva —la del éxito como resultado del mérito y el esfuerzo individual— es la de Sandel (2020). El autor expone claramente las limitaciones del principio del mérito como criterio de valoración social. Su juicio se centra en cómo

este principio refuerza individual y colectivamente a los ganadores (quienes creen que se lo han merecido), mientras que provoca frustración en los perdedores (quienes piensan que han fracasado por su culpa), evidenciando así implícitamente la desigualdad y generando descontento. La prevalencia de este principio también lleva a las familias más acomodadas a invertir muchos recursos en preparar a sus descendientes para la competencia.

La retórica del mérito tiende a reforzar a quienes ya están en una mejor posición, proporcionando una justificación intelectual y moral para su éxito. En la sociedad meritocrática, estos triunfos son vistos como resultado del talento, la preparación y el esfuerzo individual, mientras que las consecuencias adversas se atribuyen a la falta de estos elementos. Sin embargo, Sandel (2020) señala acertadamente que el talento reconocido por la sociedad y el mercado es en parte una lotería (genética y familiar) y en gran parte un factor ligado al contexto histórico, económico y social. Por tanto, nadie puede realmente atribuir su éxito solo a su propio esfuerzo. El autor sostiene que el concepto de mérito tiene sentido en ciertos grupos sociales y que la meritocracia actual se ha convertido en una especie de “aristocracia hereditaria”.

Un modo de mitigar los efectos de estos discursos es promoviendo el principio de igualdad de oportunidades que implica evaluar las acciones no solo por sus resultados, sino reconociendo que estos dependen tanto de las decisiones autónomas de los individuos (comúnmente llamadas “esfuerzo”) como de las circunstancias externas (familia, dotación genética, condiciones socioeconómicas preexistentes, etc.). Las diferencias que surgen de decisiones autónomas son completamente aceptables, mientras que las resultantes de circunstancias externas deben ser compensadas. La idea de igualdad de oportunidades es atractiva y tiene importantes implicaciones para la acción pública, ya que se enfoca en nivelar las condiciones de partida.

Estos planteamientos tienen implicaciones relevantes: la aparición de nuevas empresas dinámicas no es un evento puntual, sino un proceso que se inicia mucho antes del establecimiento formal de la empresa y continúa en su evolución posterior. Diversos autores coinciden en que muchos de los factores que determinan el crecimiento de una nueva empresa están ligados a los antecedentes de los emprendedores, así como al camino recorrido durante el proceso emprendedor previo a su formalización (Davidsson et

al., 2007). Este asunto ha sido ampliamente abordado en la literatura como un punto clave para el análisis, ya que está influido por múltiples variables de carácter cultural, social y económico que inciden en cada una de sus etapas. En consecuencia, se requiere un enfoque conceptual que sea tanto ecléctico —capaz de integrar diversas perspectivas— (Bosma *et al.*, 2008), como sistémico —que contemple las interacciones complejas entre actores, estructuras y contextos— (Acs *et al.*, 2016; Kantis y Federico, 2023).

Desde el planteamiento sociológico estructural propuesto, el emprendimiento se comprende como una práctica profundamente condicionada por la estructura social. Esta perspectiva explica el surgimiento y las características de las empresas en función de las oportunidades realmente disponibles en las comunidades, más que como resultado exclusivo de cualidades individuales. Así, el emprendimiento suele emerger como respuesta al desempleo, sobre todo entre personas con bajos recursos económicos, quienes enfrentan mayores barreras para integrarse al mercado laboral formal. No se trata, por tanto, de una actividad que surja en el vacío ni que dependa solo de atributos como la perseverancia o la creatividad, sino que está mediada por factores estructurales como la clase social, el género, el territorio, el nivel educativo, y el acceso a redes y recursos. En estos contextos, el reducido tamaño del mercado y el limitado poder adquisitivo de los grupos poblacionales más vulnerables restringen significativamente el crecimiento y la expansión de sus negocios. Este fenómeno también se observa en comunidades afroamericanas y migrantes, donde condiciones históricas y estructurales similares han incidido en el desarrollo empresarial de manera comparable (Light y Gold, 2000; Granovetter, 1985; Aldrich y Cliff, 2003).

La teoría sugiere que la raza, el género, la clase social y la etnia son factores determinantes en el acceso a recursos para el crecimiento y éxito empresarial. En sociedades con alta desigualdad económica, las oportunidades tienden a concentrarse en un pequeño sector de la población, lo que limita aún más los recursos disponibles para la movilidad social de la mayoría. Así, esta perspectiva enfatiza cómo las condiciones estructurales y sociales influyen de manera evidente en las oportunidades empresariales y el potencial de crecimiento de las empresas en las distintas comunidades, sobre todo en las minoritarias (Corak, 2013).

Comprender la influencia de las condiciones estructurales sobre el emprendimiento resulta crucial, ya que factores como la desigualdad económica pueden neutralizar el impacto positivo de la formación educativa o de los recursos financieros individuales en el avance empresarial. En contextos marcados por altos niveles de desigualdad, las capacidades personales —por valiosas que sean— se ven limitadas por un entorno que restringe la posibilidad de emprender de manera efectiva y sostenible. Tal como advierte Piketty (2000), la contracción de la clase media y el incremento de las dificultades económicas reducen las oportunidades reales de emprendimiento, debilitando tres dimensiones clave: el poder adquisitivo en la economía, la disponibilidad de capital para invertir y la capacidad estatal de destinar recursos a bienes públicos fundamentales para el progreso empresarial.

En primer lugar, los emprendedores no actúan en el vacío, sino en un entorno que puede facilitar o restringir la creación de nuevas empresas (Cameron y Cabaniss, 2018). Para que emerjan y prosperen nuevos negocios, se requiere un mercado interno vigoroso, con una demanda capaz de sostener la oferta de bienes y servicios. Esto depende en gran medida de la existencia de una clase media amplia y con capacidad de consumo más allá de sus necesidades básicas. Sin embargo, el aumento de la concentración de ingresos tiende a erosionar dicha base de consumidores, limitando las oportunidades de mercado que incentivan el emprendimiento. En este contexto, la educación y los recursos financieros individuales, aunque necesarios, no son suficientes para movilizar el capital social y económico requerido si el entorno no ofrece oportunidades reales de inserción y sostenibilidad.

En segundo lugar, la desigualdad económica puede restringir el acceso al capital financiero, debilitando la capacidad de emprender incluso entre quienes cuentan con formación y redes básicas. Tal como señalan Stuart y Sorensen (2003), la disponibilidad de capital es un factor determinante en la decisión de emprender y en la viabilidad de los proyectos. Cuando el entorno financiero se contrae —como ocurre con la reducción de la clase media—, también lo hace la oferta de crédito, inversión y mecanismos de apalancamiento. La educación y los ingresos pierden eficacia como palancas de movilidad si no existen mecanismos sistémicos que permitan convertirlos en recursos disponibles para iniciar o escalar un emprendimiento (Matsuyama, 2002). La estructura de oportunidades, por tanto, modula el impacto de los atributos individuales.

En tercer lugar, el incremento sostenido de la desigualdad ha ampliado la brecha entre ricos y pobres, consolidando mecanismos de reproducción de privilegios que inciden directamente sobre el entorno institucional del emprendimiento (Cepal, 2018). Esta concentración de riqueza ha fortalecido la capacidad de los grupos más favorecidos para influir en las decisiones de política pública, incluyendo aquellas que afectan el diseño del sistema tributario, la asignación del gasto y la regulación de mercados (Jacobs y Dirlam, 2016; Seery y Caistor, 2014). De todos modos, las políticas fiscales regresivas y los marcos normativos diseñados a la medida de los grandes capitales tienden a socavar los mecanismos redistributivos necesarios para fortalecer el ecosistema emprendedor de base amplia. En consecuencia, la desigualdad no solo limita las oportunidades individuales, sino que debilita las condiciones de base que permiten que el emprendimiento sea una vía legítima y viable de desarrollo económico y social.

Ahora bien, aunque el impacto económico de los emprendimientos de alto crecimiento es innegable, es importante ir más allá de las métricas puramente financieras y considerar el aporte de emprendimientos desde una perspectiva social más amplia. En esa vía, es crucial valorar y promover los que además de crear beneficios económicos generan un impacto social o ambiental positivo. En consecuencia, algunas preguntas clave para considerar son: ¿qué tipo de empleos están fomentando los emprendimientos en la actualidad y cuál es su calidad? ¿Qué problemas sociales o ambientales están resolviendo? ¿Cuáles son las innovaciones reales que están aportando a la sociedad? Además del crecimiento económico, métricas como la creación de empleos dignos, la reducción de la desigualdad, el impacto social en comunidades locales, la mitigación del cambio climático, entre otras, deberían ser consideradas al evaluar el éxito de un emprendimiento y una política en este campo.

Por ejemplo, existe una perspectiva de reforma según la cual el emprendimiento puede ser una herramienta para modificar las estructuras económicas y políticas que perpetúan la pobreza. Los defensores de este punto de vista sostienen que el emprendimiento puede empoderar a personas en condición de bajos ingresos y ampliar su voz en la toma de decisiones, al fortalecer su agencia económica y social (Miles, 2024). La conclusión principal en este caso es que el emprendimiento puede ser una herramienta poderosa para el cambio social, pero solo si se abordan las estructuras subyacentes que

perpetúan la pobreza. Sutter *et al.* (2019) argumentan que el emprendimiento social puede abordar causas estructurales de la pobreza mediante cambios institucionales y de mercado, a la vez que empodera a poblaciones de bajos ingresos y amplía su voz en la toma de decisiones.

De este modo, explorar las posibilidades del emprendimiento desde su dimensión social y discursiva implica reconocer que no todas las formas de emprender tienen el mismo peso ni el mismo impacto ni las mismas condiciones de posibilidad. Las luces de esta dimensión radican en su capacidad para ampliar el significado del emprendimiento más allá de los resultados económicos, abriendo caminos hacia la inclusión social, la transformación institucional y la innovación cultural. Sin embargo, las sombras también son evidentes: la instrumentalización discursiva del emprendimiento puede servir como excusa para eludir responsabilidades estatales, desdibujar la precarización laboral y trasladar el peso del crecimiento al individuo sin ofrecerle garantías reales. Por tanto, comprender y fomentar el emprendimiento desde esta mirada holística exige una acción ética e intersectorial que reconozca su complejidad, asuma sus contradicciones y potencie su capacidad transformadora sin idealizarla ni trivializarla. La acción institucional, educativa y cultural debe orientarse a desmontar las barreras estructurales, visibilizar la diversidad de trayectorias y promover modelos que fortalezcan la justicia social. Solo de este modo será posible hablar de un emprendimiento verdaderamente sistémico, anclado en el territorio, sensible a las desigualdades y comprometido con el bien común.

De cara a estos riesgos, una de las contribuciones más potentes de este enfoque es su capacidad para ampliar la mirada del emprendimiento más allá de los resultados económicos, integrando dimensiones como la equidad, la inclusión y el reconocimiento de trayectorias diversas. Desde esta óptica, este puede ser un instrumento transformador, no solo para generar ingresos, sino para construir ciudadanía económica, fortalecer vínculos comunitarios y democratizar el acceso a las oportunidades productivas. Sin embargo, este potencial transformador no es automático ni garantizado: depende de condiciones materiales, institucionales y simbólicas que deben ser creadas o fortalecidas desde lo público, lo privado y lo social.

El enfoque estructural permite también comprender por qué ciertos grupos enfrentan obstáculos persistentes. Comunidades como las afrodes-

cendientes, migrantes o rurales enfrentan barreras económicas, estigmas culturales, exclusión institucional y falta de representación. Las trayectorias emprendedoras en estos contextos están atravesadas por historias de despojo, discriminación y desigualdad acumulada, lo que requiere estrategias específicas de acompañamiento, reconocimiento y reparación.

En este marco, una de las sombras más complejas de este enfoque radica en el riesgo de que la narrativa del emprendimiento —al estar desprovista de contexto— sea utilizada como coartada ideológica para eludir compromisos estatales, desdibujar la precarización laboral o desplazar hacia el individuo el peso de resolver problemas de base. La exaltación del emprendedor como agente autónomo y resiliente puede derivar, si no se matiza, en una naturalización de la exclusión y una delegación injusta de responsabilidades.

En cambio, si se asume con compromiso ético, el enfoque social y simbólico del emprendimiento permite construir modelos más justos, sensibles a las condiciones reales de vida de las personas, y promover políticas e intervenciones que reconozcan la complejidad del fenómeno. Esto implica dismantlar las barreras estructurales, visibilizar la diversidad de trayectorias, desarticular los discursos culpabilizantes y diseñar instrumentos de apoyo acordes con las necesidades y contextos de cada grupo.

Comprender y fomentar el emprendimiento desde esta mirada sistémica exige una acción intersectorial que asuma sus contradicciones y robustezca su capacidad transformadora sin idealizarla ni trivializarla. Las políticas, instituciones y marcos de fomento deben ser repensados a la luz de esta complejidad, como se abordará en el numeral siguiente, centrado en el enfoque institucional y normativo.

Dimensión institucional: posibilidades desde el ecosistema emprendedor

Si los emprendimientos que deberían fortalecerse y promoverse son, principalmente, aquellos surgidos por oportunidad —es decir, emprendimientos de alta calidad— o aquellos que representan un impacto favorable a escala social o ambiental, entonces surge de modo inevitable la pregunta por el papel que desempeñan los distintos actores del ecosistema emprendedor. En este sentido, los gobiernos cumplen un rol central tanto desde su función

regulatoria como desde su agencia promotora. Se espera que establezcan políticas públicas, marcos legales y esquemas normativos que faciliten el emprendimiento y que fomenten explícitamente la colaboración y el financiamiento de proyectos con ímpetu transformador. Mediante el establecimiento de entornos propicios para la innovación, los gobiernos pueden catalizar la emergencia y consolidación de iniciativas de alto impacto, proporcionando respaldo financiero, programas de acompañamiento técnico y mecanismos institucionales de asesoría.

Asimismo, el Estado debe facilitar puentes entre universidades, centros de investigación y empresas, con el fin de promover la transferencia de conocimiento y tecnología. La articulación de estos actores mediante alianzas estratégicas puede contribuir a la formulación y ejecución de proyectos conjuntos con valor agregado, dando origen a sinergias entre el saber académico, la fortaleza emprendedora y las demandas del entorno productivo.

Ahora bien, cuando se trata de impulsar emprendimientos de alto impacto, es indispensable revisar críticamente el enfoque tradicional. En lugar de continuar centrando los esfuerzos en mitigar las desventajas estructurales de las pequeñas empresas, como lo han hecho muchas políticas en el pasado, se plantea la necesidad de avanzar hacia un entorno económico más dinámico, que habilite condiciones reales para el surgimiento, crecimiento y consolidación de emprendimientos transformadores.

La clave, entonces, radica en identificar y diseñar un conjunto coherente de políticas públicas que permita a las personas iniciar nuevas empresas y desarrollarlas con proyección de largo plazo, facilitar su escalamiento y ampliar al máximo sus probabilidades de impacto. Se trata de pasar de una lógica asistencialista a una lógica de construcción de capacidades, donde el fortalecimiento del ecosistema institucional se convierta en el principal habilitador del emprendimiento con propósito.

Aunque el emprendedor es una figura esencial para el progreso económico, no constituye el único factor relevante dentro del engranaje del desarrollo. Los emprendedores exitosos dependen de un ecosistema compuesto por agentes complementarios como mano de obra calificada e industrializada, capital de riesgo, sistemas financieros dinámicos y mercados secundarios funcionales. Sin estas competencias, capacidades e insumos, el emprendimiento de alto impacto no solo sería improbable, sino inviable.

En este sentido, centrarse solo en el fortalecimiento del emprendimiento individual sin considerar las condiciones del entorno resulta insuficiente. Si bien es cierto que la ausencia de emprendedores limita el dinamismo económico, también lo es que su presencia, por sí sola, no puede compensar la falta de infraestructura, talento humano especializado o acceso efectivo a recursos financieros.

Este enfoque conlleva implicaciones relevantes para la formulación de políticas públicas. Persistir en la idea de que todo emprendimiento es deseable y diseñar políticas orientadas a incrementar el número de emprendedores promedio puede resultar ineficaz e incluso contraproducente. Los responsables de este tema deben asumir que solo un grupo relativamente reducido de emprendedores será capaz de crear empresas con verdadero potencial para reducir la pobreza, generar innovación, aumentar el empleo, dinamizar la competencia y contribuir al crecimiento económico sostenible.

Desde esta mirada, aunque pueda parecer una medida poco equitativa, se requiere un enfoque más selectivo y estratégico en la asignación de recursos públicos. Tal como sugiere Shane (2009), los diseñadores de política deberían pensar como los capitalistas de riesgo: identificar e invertir de manera decidida en aquellos emprendimientos excepcionales que muestren signos tempranos de alto rendimiento o potencial transformador, aunque esto implique dejar en segundo plano iniciativas menos prometedoras. Esta priorización permitiría enfocar esfuerzos en empresas emergentes que demuestren mayor productividad que las ya establecidas, contribuyendo así a un ecosistema más eficiente y orientado a resultados de alto impacto.

Para poner en marcha este enfoque, se propone reducir los incentivos destinados a emprendedores marginales, disminuyendo las transferencias, préstamos, subsidios, exenciones regulatorias y beneficios fiscales que fomentan la emersión indiscriminada de nuevas compañías. En razón a que la empresa promedio existente suele ser más productiva que la emergente promedio, la economía se beneficiaría de la eliminación de prácticas que incentivan la aparición de nuevas empresas en detrimento del empleo de las ya establecidas.

Se propone entonces, como alternativa a las estrategias que han predominado hasta ahora en la mayoría de los países que los responsables de política pública realicen una reasignación estratégica de recursos hacia programas que prioricen el respaldo a empresas y emprendimientos con

alto potencial de crecimiento. En lugar de dispersar apoyos de manera indiscriminada, la política debería enfocarse en fortalecer iniciativas que puedan escalar, innovar y generar transformaciones estructurales.

Una vía concreta para ello es la destinación de fondos específicos a programas de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) diseñados para pequeñas empresas con capacidades demostradas o potencial estratégico. Estos programas, adaptados a las necesidades y condiciones particulares de cada país, permitirían movilizar recursos hacia sectores productivos con capacidad de impacto real. La evidencia sugiere que los beneficiarios de estos fondos tienen una probabilidad significativamente mayor de contribuir al crecimiento económico sostenido y a la generación de empleo de calidad, en comparación con las empresas emergentes típicas.

Uno de los referentes destacados en esta línea es Francia, que ha logrado posicionarse como uno de los entornos más atractivos de Europa para la inversión en actividades de investigación y desarrollo (I+D), gracias a un esquema fiscal altamente incentivador. En particular, el sistema francés ofrece un crédito fiscal que permite deducir al menos el 30 % de las inversiones realizadas en I+D, con un límite hasta de 100 millones de euros. Para las inversiones que superan este umbral, se otorga un 5 % adicional, lo que convierte este modelo en un referente de política pública orientada estratégicamente al fortalecimiento del tejido empresarial innovador.

Francia lidera en Europa la lista de los 100 mayores innovadores mundiales, además de contar con 13 de las renombradas medallas Fields. Cualquier empresa que pague impuesto de sociedades, independientemente de su tamaño y sector, puede optar a beneficios fiscales para sus inversiones en I+D, investigación y desarrollo experimental, presentando una declaración al servicio de impuestos de empresas. Los recursos en gastos elegibles incluyen pagos de bienes utilizados para I+D, costos en personal —particularmente para jóvenes doctores con un efecto multiplicador—, patentes, gastos de funcionamiento y subcontratación a organismos o empresas en la Unión Europea.

En 2017, Francia invirtió más de 6000 millones de euros en esta estrategia, lo que refuerza su atractivo en el ámbito de la I+D, complementado por su excelente ecosistema privado, universitario y acceso a investigadores. Como prueba, este país tiene 9.4 investigadores por cada 1000 trabajadores

activos, superando a Alemania (9.3), Reino Unido (8.8) y Estados Unidos (8.7). Además, este país supera la media europea en inversión en I+D, con un 2.25 % de su PIB con respecto al 1.93 % de la U. E, 1.69 % del Reino Unido y 1.29 % de Italia (Banco Mundial, 2022).

Esto supone que las universidades y centros de pensamiento y de investigación cumplen un papel relevante, desde una visión complementaria de perspectiva empresarial, que permite una sinergia entre el aprovechamiento de capital humano, la identificación de necesidades sociales y económicas, y la respuesta de los sectores privado y estatal en función de un propósito en común. Todas estas medidas del ecosistema de emprendimiento francés benefician igualmente a los inversores extranjeros, de los cuales un 84 % considera que Francia promueve activamente la innovación. Estos inversionistas también resaltan la calidad del personal de I+D (82 %), el nivel de colaboración en investigación (84 %) y la proximidad a polos de innovación franceses (87 %) (CB Insights, 2022).

De esta forma, en términos de política pública, el principio general debería ser trasladar recursos de programas que apoyan esfuerzos empresariales genéricos a aquellos que respaldan emprendimientos de alto potencial. Argumentos en contra sostienen que no es posible centrarse simplemente en el pequeño número de empresas emergentes de gran éxito porque no se sabe cuáles se convertirán en negocios que crecen a buen ritmo y cuáles no.

A menudo se afirma que no es posible identificar con certeza los factores que determinan que una nueva empresa tenga mayores probabilidades de sobrevivir, generar utilidades, aumentar sus ventas o contratar personal. Sin embargo, salvo que las convicciones de los capitalistas de riesgo y los *business angels* sofisticados estuvieran completamente erradas —lo cual parece poco probable—, sí existen criterios conocidos sobre los cuales los tomadores de decisiones pueden y deben enfocar su atención (CB Insights, 2022). Aspectos como el capital humano del fundador, sus motivaciones, la industria en la que se funda la empresa, la solidez de su modelo de negocio, la estrategia adoptada, su forma jurídica y su estructura de capital constituyen variables ampliamente estudiadas que permiten inferir, con cierto grado de anticipación, quiénes tienen mayor probabilidad de consolidarse y quiénes podrían enfrentar mayores dificultades. En otras palabras, se cuenta con un conjunto representativo de información que puede emplearse de forma estratégica para identificar posibles ganadores

y evitar destinar recursos públicos a emprendimientos con bajo potencial de sostenibilidad o escalamiento.

De hecho, como refiere Shane (2009) la mayoría de la gente sabe cómo seleccionar las empresas en las que apostar. Como sugiere el autor, tomemos, por ejemplo, las siguientes dos empresas:

1. Un negocio de limpieza personal iniciado por un desempleado que abandonó la escuela secundaria, que busca clientes para otro negocio de limpieza personal, y se capitaliza con 10 000 dólares de los ahorros del fundador.
2. Una empresa de Internet fundada por un ex empleado de SAP con quince años de experiencia en la industria del *software*, un MBA y una maestría en informática, que busca la próxima generación de exploraciones en Internet y está capitalizada con 250 000 dólares en dinero del fundador y un grupo de *business angels*.

¿En cuál pondrías tus recursos? Es obvio que las posibilidades del segundo negocio de contribuir al crecimiento económico y crear empleos son mucho mejores que las del primero y que, en promedio, se estaría mejor si se destinaran los recursos a negocios como este. De hecho, los responsables de las políticas también saben cómo tomar esta decisión. Aunque los escépticos suelen pedir ejemplos de programas públicos en los que los responsables políticos eligen empresas para respaldarlas y terminan eligiendo a las ganadoras, pensando que no hay muestras, resulta que sí las hay. Un caso clave es el programa Small Business Investment Corporation de Estados Unidos, que ha utilizado dólares de los contribuyentes para apoyar empresas como America Online, Computadora Apple, Compaq, Inc., Costco, Investigación Cray, con enormes retornos económicos y sociales para el país.

No obstante, también es importante señalar que, tal como se ha sostenido a lo largo de la argumentación, los emprendimientos de alta calidad suelen surgir de entornos en donde no predomina la necesidad de subsistir, por lo que, en casos en los que las personas opten por la creación de empresas por falta de otras opciones laborales, también es clave considerar mejores estrategias para que tengan la oportunidad de formarse en la identificación de oportunidades de alto valor o de ser partícipes en algún sentido de estos emprendimientos de alto potencial.

Ahora bien, el papel del Estado en la promoción de emprendimientos de alta calidad también se ha abordado desde perspectivas institucionales que resaltan cómo las normas, estructuras legales y políticas públicas configuran el entorno para emprender (Hwang y Powell, 2005). En esta línea, investigaciones recientes destacan que las condiciones del entorno institucional —como la estabilidad normativa, la simplificación de trámites o los incentivos fiscales— impactan de manera determinante sobre la calidad y sostenibilidad de los nuevos negocios (Acs y Correa, 2014; Confecámaras, 2025). Tanto es así que en Colombia se ha observado que las sociedades tienen una tasa de supervivencia a cinco años del 44 %, comparado con el 30 % de las personas naturales, lo que evidencia cómo ciertas formas jurídicas —favorecidas por el diseño institucional— ofrecen mayores posibilidades de consolidación empresarial (Confecámaras, 2025). A su vez, el Índice Global de Emprendimiento GEM Colombia 2024 advierte que el entorno político y de apoyo institucional continúa siendo una de las dimensiones con mayores desafíos estructurales, especialmente en lo referente al acceso a financiamiento, infraestructura de apoyo y continuidad de políticas públicas orientadas al crecimiento empresarial.

La teoría neoinstitucional plantea que las instituciones crean los incentivos y oportunidades para emprender (North, 1990). Estos estímulos se relacionan con sociedades desarrolladas, donde el emprendimiento por oportunidad es una característica principal; no obstante, estudios internacionales evidencian que el surgimiento de emprendedores por oportunidad es menos frecuente en América Latina en comparación con regiones más desarrolladas del mundo (Fuentelsaz y González, 2015). En economías emergentes, se le ha otorgado al empresario un papel importante en la superación de las deficiencias del mercado. Los países en la etapa de competitividad impulsada por la eficiencia deben incrementar su capacidad empresarial mediante entornos institucionales y macroeconómicos estables (Acs *et al.*, 2008).

En un estudio de Saavedra y Taxis (2019) se examinó el impacto de las instituciones en la constitución de emprendimientos por oportunidad en América Latina durante el periodo 2005-2016. Para este análisis, se utilizaron los indicadores de gobernabilidad de Kaufmann *et al.* (2004) como variables *proxies* institucionales. Estos indicadores incluyeron la eficiencia de políticas y servidores públicos, el control de la violencia, la calidad re-

gulatoria, el Estado de derecho y el control de la corrupción. Los autores encontraron que estas variables institucionales producen un efecto directo y estadísticamente significativo en el surgimiento de emprendimientos por oportunidad en los países de América Latina y el Caribe.

Basándose en los resultados, este estudio destaca la contribución de cada indicador de gobernabilidad y subraya la importancia del Indicador de Efectividad del Gobierno [IEG] como elemento generador de emprendimiento por oportunidad, ya que incorpora la contribución conjunta de estos indicadores. En este contexto, el aspecto institucional es un factor clave para fomentar el emprendimiento por oportunidad en los países estudiados. Por tanto, si las naciones desean promover este tipo de actividad emprendedora, deben generar y mantener un entorno institucional transparente y eficiente, capaz de crear oportunidades que los emprendedores puedan aprovechar.

Además, se exploró la influencia de otras variables en la actividad emprendedora por oportunidad en América Latina, sobresaliendo el desempleo y la apertura comercial. Como era de esperar, el desempleo aporta negativamente al emprendimiento, ya que un alto nivel indica un entorno económico deprimido, vinculado con la falta de oportunidades y efectos adversos en las perspectivas de los emprendedores potenciales. En contraste, la apertura comercial mostró una relación directa con la actividad emprendedora por oportunidad, sugiriendo que el acceso a mercados externos aumenta la rentabilidad de los negocios que los emprendedores perciben como una oportunidad.

El rol de las instituciones en la actividad emprendedora por oportunidad es decisivo para establecer una base emprendedora con características que beneficien a cualquier economía. En los países de América Latina y el Caribe, donde las instituciones influyen en la estructura emprendedora, es esencial fortalecer y garantizar el cumplimiento de las normativas y leyes, para crear un entorno libre, justo y confiable que favorezca el aumento de empresas generadoras de empleo e innovación. Esto debe orientarse hacia el fortalecimiento de los mercados internos y externos, y hacia el aumento de la confianza de los inversionistas extranjeros en un ambiente seguro.

Además, del ecosistema emprendedor y sus diversos actores emergen factores complementarios que, aunque tangenciales, resultan importantes para la promoción de emprendimientos con potencial transformador, como los que aquí se enfatizan. Entre estos destaca la dimensión financiera, que

históricamente ha representado una de las principales barreras para el progreso y escalamiento de iniciativas empresariales, especialmente en contextos como el colombiano. En este sentido, una experiencia reciente que merece atención es la iniciativa de Mecanismos Innovadores de Financiación, liderada por la Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia (APC Colombia), con el apoyo del Gobierno de Canadá y la plataforma Innpackia. Esta propuesta está orientada a fortalecer las capacidades de los responsables de políticas públicas, organismos de cooperación, inversionistas, emprendedores y entidades sectoriales en torno a nuevas formas de financiamiento alineadas con el desarrollo sostenible. Su fin es ampliar el uso y conocimiento de instrumentos financieros alternativos, aportando análisis y recomendaciones para su implementación efectiva y escalable en el país (APC, 2024). Este tipo de iniciativas apunta a superar las limitaciones tradicionales del sistema financiero y a abrir nuevas oportunidades para que los emprendimientos de alto impacto accedan a recursos adecuados a sus necesidades, especialmente en etapas tempranas o en sectores con retornos no exclusivamente económicos.

La iniciativa se centra en la necesidad de desarrollar estrategias innovadoras para construir relaciones de cooperación más equitativas y transformadoras en respuesta a los múltiples retos globales, tales como crisis medioambientales, económicas, sanitarias, conflictos y desigualdades de género. Se enfatiza en la necesidad de revisar y adaptar los modelos de cooperación y diversificar las fuentes de financiamiento para el desarrollo. En un contexto de “policrisis” identificado por el Foro Económico Mundial, donde diversos riesgos se entrelazan y se exacerban mutuamente, como la pandemia de COVID-19, la guerra en Ucrania, el aumento de costos de energía y alimentos, la inflación y problemas en las cadenas de suministro, se destaca un déficit significativo de financiamiento necesario para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible [ODS], especialmente evidente en los países en desarrollo [PED], donde los recursos públicos y de cooperación internacional son insuficientes. Para abordar este desafío, se propone el uso de Mecanismos Innovadores de Financiamiento, apoyados por datos de la ONU, que estiman una brecha de financiamiento de 4 billones de dólares anuales en los PED para alcanzar los ODS. En el caso específico de Colombia, se calcula que solo el 43 % de las metas establecidas en los ODS serán cumplidas para 2030 al ritmo actual (APC, 2024).

De esa manera, la justificación de la iniciativa radica en la necesidad de fomentar un entorno institucional transparente y eficiente para crear oportunidades que los emprendedores puedan explotar. Se reconoce que para alcanzar los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo [PND] y avanzar en los ODS es crucial la concurrencia de saberes, conocimientos y recursos de diversas fuentes. La ONU subraya la importancia de priorizar y enfocar mejor la Ayuda Oficial al Desarrollo [AOD], cumplir con los compromisos financieros, centrarse en el impacto colectivo y mejorar la calidad de la AOD. Por otro lado, la banca multilateral de desarrollo debe ampliar los créditos para resolver los retos de desarrollo, y las finanzas mixtas y la cooperación sur-sur tienen el potencial de satisfacer la creciente demanda de apoyo en los PED (APC, 2024).

En Colombia, la cooperación financiera internacional se ha fortalecido e innovado por medio de la AOD, permitiendo avanzar en la estructuración de mecanismos innovadores de financiación, esenciales para impulsar agendas de desarrollo a locales e internacionales. La estrategia para la implementación de los ODS en Colombia y el PND 2022-2026 destaca la importancia de un enfoque integrado que involucre a todos los actores del desarrollo.

El objetivo de esta estrategia es construir relaciones de cooperación más equitativas y transformadoras. Para ello, se busca ejecutar estrategias innovadoras que contribuyan a enfrentar crisis globales interconectadas y adaptar los modelos de cooperación actuales a las nuevas realidades. En este contexto, es esencial revisar y diversificar las fuentes de financiamiento para el desarrollo, identificando y promoviendo alternativas que puedan cubrir la significativa brecha de recursos existente. Los Mecanismos Innovadores de Financiación son una pieza clave en esta estrategia, ya que abordan la necesidad de inversión en los países de bajos ingresos.

Un aspecto fundamental de la iniciativa es el fortalecimiento del entorno institucional, creando y manteniendo un sistema transparente y eficiente que facilite oportunidades para los emprendedores. Este entorno institucional robusto es crucial para el éxito de los proyectos y para el impulso de oportunidades económicas sostenibles. Además, la iniciativa tiene un fuerte enfoque en impulsar la puesta en marcha de los ODS en Colombia. Alinear los mecanismos innovadores de financiación con los ODS ayudará a medir el progreso nacional y contribuirá significativamente al avance global.

La colaboración multisectorial es otro propósito central. Se busca involucrar a una amplia gama de actores, incluidos gobiernos, sector privado, banca internacional, donantes y organizaciones no gubernamentales, al desarrollo de políticas y proyectos. Este enfoque colaborativo es esencial para diseñar e implementar soluciones efectivas y sostenibles. La propuesta también pone énfasis en mejorar la eficiencia del gasto social. Se pretende innovar en la política social mediante el uso de nuevas herramientas tecnológicas, jurídicas y financieras, beneficiando así a la población vulnerable con esquemas de pago por resultados. Por otra parte, la iniciativa se propone evaluar y analizar los mecanismos innovadores de financiación ya implementados en Colombia. Identificar mejores prácticas y áreas de mejora es primordial para hacer estos mecanismos más sostenibles y escalables. Con este análisis detallado y las recomendaciones resultantes los responsables de políticas de crecimiento y cooperación internacional, así como otros actores relevantes, podrán promover y ampliar el uso de estos mecanismos de manera efectiva.

Por último, el rol institucional en la educación representa un componente estratégico dentro del ecosistema emprendedor, especialmente en lo que respecta a la formación de capacidades orientadas al desarrollo de emprendimientos de alto impacto. En las últimas décadas, la educación para el emprendimiento ha ganado protagonismo, con las universidades emergiendo como actores clave. No obstante, es fundamental adoptar una mirada crítica que supere los modelos centrados exclusivamente en la figura del emprendedor individual. La evidencia sugiere que el éxito emprendedor está muy condicionado por factores estructurales, por lo cual las estrategias formativas deben contemplar no solo habilidades técnicas y de gestión, sino también competencias críticas, éticas y sociales que preparen a los estudiantes para enfrentar contextos reales de complejidad y desigualdad.

Desde esta perspectiva ampliada, las universidades aportan un entorno privilegiado para la incubación de ideas innovadoras y sostenibles, gracias a su infraestructura de investigación y desarrollo, sus centros de innovación y sus programas de prototipado. Como señalan Sanabria *et al.* (2015), estos espacios articulan conocimiento científico y tecnológico con desafíos sociales, habilitando el surgimiento de nuevos modelos de negocio que responden a problemas estructurales. A su vez, el ecosistema universitario, entendido como un nodo de conocimiento, posibilita la conexión entre discentes, académicos, investigadores y profesionales de diversas disciplinas. Esta red

interdisciplinaria, como destacan García y Benavidez (2019), es vital para generar sinergias que potencien la innovación colaborativa y el desarrollo de emprendimientos con propósito transformador.

No obstante, la formación emprendedora no puede reducirse al fomento de competencias funcionales ni a la exaltación de un espíritu empresarial descontextualizado. Las universidades deben promover una formación integral que incorpore la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad social como ejes transversales del currículo. Esto implica preparar a los futuros emprendedores para crear empresas rentables y para impulsar iniciativas que generen valor social y ambiental en sintonía con los ODS.

En este proceso, la articulación con el entorno productivo y la comunidad se vuelve indispensable. Gracias a los convenios y alianzas con empresas, ONG y entidades gubernamentales, las universidades validan los proyectos en escenarios reales, promueven la transferencia de conocimiento y tecnología, y aseguran que los emprendimientos generen impactos concretos en la sociedad. Esta vinculación estratégica contribuye a cerrar brechas entre el saber académico y las necesidades del territorio, consolidando una visión de emprendimiento anclada en la realidad y comprometida con el bienestar colectivo.

El acceso a recursos y financiamiento es a menudo un obstáculo significativo para los emprendedores. En este sentido, las universidades pueden actuar como facilitadores, proporcionando acceso a capital inicial por medio de incubadoras, aceleradoras de empresas, fondos de inversión universitarios y programas de financiación. Al mismo tiempo, el apoyo en forma de mentoría, infraestructura tecnológica y recursos técnicos puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un emprendimiento en sus etapas iniciales. Aun así es vital que este apoyo vaya acompañado de una sólida formación en responsabilidad social y sostenibilidad.

Las universidades tienen el potencial de fomentar una cultura de emprendimiento que amén de centrarse en el éxito individual, impacten de forma positiva la sociedad y el medioambiente. Los programas de servicio comunitario y proyectos de impacto social integrados en el currículo pueden ser fundamentales para cultivar una generación de emprendedores comprometidos con los cambios y necesidades a las que se enfrentan los distintos países. Existen ya numerosos ejemplos de academias que están

liderando el camino en el apoyo a emprendimientos sostenibles y de alto impacto. El Instituto Tecnológico de Massachusetts [MIT, por sus siglas en inglés], Stanford y la Universidad de Cambridge han desarrollado programas de incubación y aceleración que han producido *startups* exitosas con un fuerte componente de innovación y sostenibilidad. Estos casos de éxito evidencian que a pesar de las críticas al modelo actual de educación superior las universidades desempeñan un importante papel en la promoción de un emprendimiento que realmente contribuya al crecimiento económico y al bienestar social. El desafío entonces radica en desarrollar programas educativos que equipen a los estudiantes con habilidades técnicas y empresariales y los sensibilicen sobre las realidades socioeconómicas y ambientales del mundo en el que operarán.

Un aspecto frecuentemente subestimado en los discursos sobre emprendimiento es el papel de las condiciones estructurales —particularmente las infraestructuras físicas y de servicios— como facilitadores u obstáculos del proceso emprendedor. Al limitar la capacidad del Estado para recaudar recursos las políticas fiscales regresivas también restringen su posibilidad de invertir en estas infraestructuras esenciales, perpetuando entornos poco propicios para nuevas empresas. Tal como lo documentó Weber hace un siglo, el desarrollo de la empresa capitalista requiere del soporte estatal para el despliegue de infraestructura básica, desde carreteras hasta redes eléctricas. Esto cobra particular relevancia en contextos donde las desigualdades de fondo ya limitan las posibilidades de los individuos para traducir su formación educativa y recursos financieros en iniciativas empresariales sostenibles. En este sentido, estudios como los de Stuart y Sorensen (2003) y Auguste (2019) subrayan que, más allá de las cualidades personales del emprendedor, el entorno —infraestructural y de oportunidades— determina en gran medida la viabilidad y proyección de los emprendimientos.

De igual forma, la acción gubernamental influye de manera directa e indirecta en la promoción de un entorno que facilite el surgimiento y sostenibilidad de nuevos negocios. El marco regulatorio de un país —que incluye la simplificación de trámites, los costos asociados a la constitución de empresas, los regímenes fiscales y otras normativas operativas— representa un factor clave en la activación o inhibición del dinamismo emprendedor (Fuentelsaz y González, 2015). La comparación internacional, además, revela marcadas diferencias entre países desarrollados y emergentes en cuanto a

las condiciones legales y administrativas para emprender (Urbano y Álvarez, 2021; GEM, 2023). En muchos casos, los altos niveles de burocracia y los vacíos en las garantías jurídicas erosionan la confianza de los emprendedores y dificultan la consolidación de proyectos, especialmente aquellos con potencial de alto impacto.

Pero, la influencia estatal no se limita al campo normativo. En las últimas dos décadas, las políticas públicas de fomento al emprendimiento se han posicionado como herramientas estratégicas para configurar ecosistemas emprendedores más robustos y sistémicos (Kantis y Federico, 2023). Estas políticas van desde programas de financiación y acompañamiento técnico hasta el diseño de plataformas para la articulación entre actores del ecosistema, como universidades, centros de innovación y sectores productivos. En este marco, resulta prioritario avanzar hacia mecanismos efectivos de evaluación de resultados, que permitan monitorear el alcance real de estas intervenciones y ajustar las estrategias según las necesidades del territorio. Tales mediciones ayudan a mejorar el diseño de políticas y constituyen una práctica deseable desde el punto de vista de la transparencia y la eficacia institucional.

Determinantes estructurales del emprendimiento sistémico: capacidades, oportunidades y límites institucionales

El desarrollo institucional y de las infraestructuras físicas son aspectos cruciales del entorno favorable a la iniciativa empresarial, que condicionan la medida en que las características personales de un individuo influyen en sus esfuerzos empresariales. Además, la infraestructura institucional y física y el desarrollo de estructuras, como el Estado de derecho, la electricidad o las carreteras, suelen ser responsabilidad del Estado. Así, las políticas que dificultan la capacidad de recaudar los ingresos necesarios para financiar estos proyectos socavan la medida en que las características individuales pueden promover al proceso empresarial. Esto es importante porque en las sociedades capitalistas modernas no se espera que los empresarios construyan este tipo de bases materiales para la producción y circulación de bienes y servicios. Como demostró Weber (1923, 1961), se espera que el Estado se encargue de obras públicas a gran escala necesarias para la

empresa capitalista. No obstante, cuando la desigualdad económica aumenta el poder de los ricos para influir en las políticas fiscales regresivas, la capacidad de los Estados para financiar inversiones estructurales puede verse disminuida, lo que contrarrestaría la actividad empresarial.

Ahora bien, Kantis *et al.* (2020) plantean, en esa línea de ideas, un modelo conceptual que incluye factores orgánicos específicos que afectan particularmente a los países menos desarrollados y limitan la aparición y el crecimiento de empresas jóvenes tanto como la existencia de un capital humano emprendedor robusto (es decir, de emprendedores), así como el surgimiento de propuestas de valor y oportunidades escalables (o sea, condiciones sociales, la plataforma de ciencia, tecnología e innovación, dotaciones de capital social y organización empresarial).

Desde esta perspectiva, las variables que influyen en la aparición y avance de nuevas empresas dinámicas, desde una visión sistémica, se pueden agrupar en tres categorías: 1) capital humano emprendedor y sus determinantes; 2) factores que afectan el espacio de oportunidades para nuevas empresas dinámicas, y 3) factores que pueden fomentar o inhibir la creación y crecimiento de empresas dinámicas de alta calidad. A continuación, se detallan cada una de estas categorías.

1. El capital humano empresarial y sus determinantes

El capital humano emprendedor es crítico: se requiere una dotación suficiente de personas con talento emprendedor, capacidades de gestión y competencias para iniciar y escalar nuevas empresas (Audretsch *et al.*, 2022). Diversos estudios han mostrado cómo la motivación y las cualidades individuales influyen en la intención de convertirse en emprendedor (Carsrud y Braannback, 2011).

En particular, debido al papel crucial del dinamismo empresarial para la comprensión de la iniciativa empresarial de alta calidad, se subraya la importancia de tener emprendedores con ambiciones de crecimiento, una actitud proactiva hacia la identificación de oportunidades, una inclinación hacia la innovación, y un conocimiento amplio en temas que van desde los modelos de negocio hasta el pensamiento analítico y complejo, elementos todos que se agrupan en el concepto de orientación empresarial (Covin y Lumpkin, 2011).

Este stock de capital humano empresarial se forma y se moldea mediante varios factores y contextos de aprendizaje. En primer lugar, el contexto familiar influye en los valores y actitudes desde una edad temprana. En sociedades con una alta proporción de familias de clase media, hay más personas con los valores y habilidades adecuadas para crear empresas (Ozturk, 2016). Como ya se mencionó, en los contextos de menor progreso relativo, caracterizados por estructuras sociales desiguales y fragmentadas, las condiciones sociales de los hogares donde crecen los emprendedores influyen en la creación de emprendimientos por oportunidad. Los bajos niveles de ingreso limitan la evolución del capital humano empresarial al restringir el acceso a la educación y la capacidad para generar ahorros personales, que son la principal fuente de financiamiento de las nuevas empresas (Edmiston, 2008). Además, las estructuras sociales desiguales crean barreras para afianzar contactos entre personas de diferentes segmentos sociales, bloqueando el acceso al capital social y la construcción de redes informales, ambos vitales para el nacimiento y crecimiento de nuevas empresas (Kantis *et al.*, 2012).

La cultura influye en la propensión emprendedora y, por tanto, el capital humano emprendedor (Kleinhempel *et al.*, 2023). La valoración social de la innovación y del papel de los emprendedores, las actitudes hacia el riesgo y la disposición para interactuar y compartir experiencias con otros influyen en la percepción de la creación de una compañía como algo deseable y alcanzable (Shapero y Sokol, 1982).

El sistema educativo es otro aspecto clave para la formación del capital humano orientado a las nuevas ideas de negocio, por ejemplo, con el desarrollo de capacidades y habilidades emprendedoras en contextos formales. Los niveles relativamente altos de educación de quienes emprenden se asocian con una mayor capacidad para evaluar el potencial y el riesgo de nuevas empresas basados en conocimientos específicos del comportamiento de los sectores, así como para desarrollar redes personales que sirvan de apoyo durante el proceso de creación empresarial (Kantis *et al.*, 2023).

Se ha escrito mucho sobre la influencia de la educación empresarial, especialmente a nivel universitario, ya que desarrolla competencias clave para la innovación y la adaptación a mercados disruptivos (Nabi *et al.*, 2023). Sin embargo, en sociedades con menores niveles de desarrollo, esta influencia debe considerarse en relación con el nivel general de acceso de

la población a la educación universitaria. Asimismo, la experiencia laboral de los individuos enriquece el conjunto de competencias y capacidades empresariales. Por tanto, las empresas existentes donde los individuos suelen trabajar influyen de forma indirecta en la formación del capital humano empresarial que puede ser determinante.

Como se explicó en el primer capítulo, el intraemprendimiento se centra en las iniciativas independientes o por cuenta propia de los empleados dentro de una organización. Se refiere al proceso que los anima a iniciar, liderar y poner en práctica nuevas ideas o mejoras radicales en donde trabajan. Por otro lado, el emprendimiento corporativo es un concepto más amplio que abarca las iniciativas de los empleados y los procesos y estrategias utilizados por la empresa para fomentar actividades de innovación. Puede incluir la emersión de nuevas compañías, la innovación resultante de procesos de consultoría, e incluso emprendimientos con carácter social (Prada *et al.*, 2016).

De manera que ambos conceptos se refieren a la capacidad instalada de las empresas para promover ideas de emprendimiento innovadoras, que tendrían un impacto positivo en la cultura organizacional, el desempeño empresarial y la capacidad de adaptación a entornos cambiantes; también, un impacto significativo en el empleado que ha ejecutado tales ideas, que se pueden expresar en aspectos como el refinamiento de sus habilidades empresariales o en los efectos psicológicos positivos de contar con un respaldo más amplio a la hora de enfrentarse a los riesgos. Ambas cuestiones, el conocimiento derivado de la experiencia de emprender y la ganancia psicológica de hacerlo en un entorno de apoyo, podrían suponer factores para fortalecer enormemente a muchos emprendedores que pueden tener habilidades notables para identificar oportunidades de valor, así como fortalecer la economía de países emergentes como Colombia.

De este modo, es factible considerar tanto al intraemprendimiento como al emprendimiento corporativo como estrategias sistémicas que tienen la capacidad de aprovechar el recurso humano y su propia infraestructura en un esfuerzo mutuo, con resultados positivos para todas las partes. Comprender qué variables podrían promover estas iniciativas en los distintos países, dado su potencial práctico y simbólico, debería ser un objetivo de los ecosistemas de emprendimiento. Por ejemplo, se ha evidenciado que, debido a diferencias contextuales como la cultura, los factores organizacionales varían entre las economías avanzadas y las emergentes (Vizitiu *et al.*, 2018).

El fenómeno del intraemprendimiento en Colombia es relativamente nuevo. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2023) menos del 2 % de los trabajadores ha participado en actividades emprendedoras dentro de sus organizaciones en el país.

2. Factores que afectan al espacio de oportunidades para nuevas empresas dinámicas

Este enfoque sistémico y estructural considera como segundo eje conceptual las variables que influyen en las oportunidades emprendedoras, las cuales dependen parcialmente de las condiciones de la demanda, definidas por factores como la capacidad, el perfil y el dinamismo de las demandas de las familias, los gobiernos y las empresas que están positivamente relacionadas con el tamaño y el crecimiento de la economía (Wennekers, 2016). En las economías emergentes, los bajos niveles de ingreso determinan una demanda baja y poco sofisticada, lo que afecta al tipo de empresa que puede crearse. También influye el perfil de la estructura empresarial. Las compañías existentes pueden favorecer la aparición de nuevas oportunidades valiosas para los emprendedores. La estructura del mercado, el perfil industrial local, el nivel de concentración regional, las barreras de entrada y salida, y las estrategias de las grandes firmas son algunos de los efectos directos de la estructura empresarial que la literatura ha analizado como posibles determinantes de nuevas oportunidades empresariales (Kantis y Federico, 2023).

La estructura corporativa es otro factor tangencial con características específicas en economías emergentes que a menudo se caracterizan por un alto nivel de concentración del mercado y una fragmentación entre una élite de grandes empresas y una base considerable de microempresas y pymes con bajos niveles de productividad y capacidad innovativa (Lederman *et al.*, 2018). El perfil de los emprendedores y los nuevos negocios tiende a caracterizarse por una fuerte inercia estructural, lo que limita la base para el impulso a una innovación dinámica. Otro factor relevante que explica gran parte del perfil de oportunidades para la aparición de empresas por oportunidad es la plataforma de ciencia, tecnología e innovación [CTI] que puede generar procesos de innovación y, en particular, instituciones de ciencia y tecnología que establecen vínculos con los empresarios (Agung, 2018). Los emprendedores pueden desempeñar un papel clave al llevar

el conocimiento innovador al mercado mediante el nacimiento de nuevas compañías, por lo que el potencial para generar oportunidades y la demanda de emprendedores es mayor en regiones con altos niveles de producción de conocimiento (Hülsbeck y Pickavé, 2015).

En las economías en desarrollo, los esfuerzos de las compañías en I+D son limitados, al igual que los de las pocas instituciones científicas con potencial para producir conocimientos de talla mundial y actuar como fuentes de innovaciones comercializables y de nuevas empresas de base tecnológica.

3. Factores que pueden fomentar o inhibir el desarrollo de empresas dinámicas

El último componente de este enfoque sistémico se refiere a las variables que afectan la conversión de proyectos en nuevas empresas y su posterior auge. Primero, los emprendedores deben tener acceso a fuentes de financiamiento adecuadas para crear y ampliar sus empresas (Gartner *et al.*, 2017). En las últimas dos décadas, académicos y políticos han prestado atención al capital de riesgo como una fuente principal de financiamiento para nuevas empresas. Estos estudios coinciden en que la disponibilidad de estas fuentes de capital y el acceso al capital de riesgo son críticos para la creación y fortalecimiento de proyectos innovadores y dinámicos (Bamford y McDougall, 2019). Aunque en la mayoría de los países emergentes, los mercados financieros y, en particular, las industrias de capital riesgo son todavía incipientes y se centran en proyectos más tradicionales que innovadores.

El proceso emprendedor también puede verse favorecido o inhibido por el nivel de desarrollo del capital social, expresado en cuestiones como la confianza interpersonal en una sociedad, que facilita o impide la formación de redes sociales (Bourdieu, 2000). Existe una amplia evidencia en la literatura sobre la contribución positiva de las redes a la creación y desarrollo inicial de empresas (Hormiga *et al.*, 2021). La literatura emergente sobre ecosistemas empresariales destaca el papel clave de las redes, la confianza y el capital social en el progreso de nuevas empresas dinámicas (Isenberg, 2011). Empero, en los países menos desarrollados, las estructuras sociales fragmentadas y polarizadas y los altos niveles de distancia de poder, generan barreras para la conexión entre individuos de diferentes segmentos socia-

les o categorías ocupacionales, limitando el acceso a recursos específicos y apoyo durante el proceso emprendedor, tal como sucede en Colombia.

La comprensión del emprendimiento desde una perspectiva estructural y sistémica permite superar enfoques individualizantes y avanzar hacia políticas más efectivas. La evidencia presentada en este apartado deja claro que el surgimiento y consolidación de empresas dinámicas no es solo cuestión de motivación o capacidades personales, sino que depende profundamente de la calidad del capital humano, la existencia de oportunidades reales en el entorno económico y las condiciones institucionales que facilitan —o restringen— su consolidación.

Con base en este enfoque, se recomienda fortalecer las estrategias que articulen formación, innovación y acceso al capital, especialmente para emprendedores con alto potencial en regiones con menor progreso relativo. Asimismo, fomentar el intraemprendimiento desde políticas empresariales y educativas podría generar una masa crítica de individuos con experiencia previa en innovación, capaces de liderar transformaciones económicas desde dentro y fuera de las organizaciones. Finalmente, avanzar en el diseño de marcos institucionales que reduzcan las barreras estructurales —como la desigualdad en el acceso a redes, financiamiento y conocimiento— es esencial para ampliar el espacio real de oportunidades emprendedoras en Colombia y América Latina. En el contexto colombiano, donde las brechas sociales, educativas, tecnológicas y financieras persisten, se vuelve indispensable articular acciones desde el Estado, las universidades, el sector productivo y las organizaciones sociales para construir condiciones que activen todo el potencial del ecosistema emprendedor. Solo así será posible que el emprendimiento deje de ser una promesa abstracta y se convierta en una vía concreta para la transformación productiva y social.

Conclusiones

Este capítulo ha buscado analizar tanto la visión desalentadora como el entusiasmo desprevenido ante el emprendimiento, proponiendo una mirada más equilibrada, contextualizada y propositiva. A lo largo del análisis se ha mostrado que, si bien el emprendimiento no es una solución mágica ni universal, tampoco debe ser descartado como un camino sin potencial.

Por el contrario, cuando se entiende y se apoya como parte de un sistema complejo, puede convertirse en un vehículo poderoso para el desarrollo económico, la inclusión social y la innovación sostenible.

Desde la dimensión económica, se reconoce que existen iniciativas capaces de generar empleo de calidad, diversificar las economías locales y dinamizar sectores productivos. Pero, también se evidencia que muchas de estas posibilidades quedan truncadas por la informalidad, la falta de financiación o el aislamiento del tejido empresarial. Las políticas que fomenten encadenamientos productivos, el acceso a mercados y la sofisticación empresarial son claves para convertir emprendimientos frágiles en motores de cambio.

En cuanto a la dimensión social, el capítulo ha resaltado que los emprendimientos con sentido comunitario y arraigo territorial pueden ser herramientas eficaces para afrontar desigualdades, fortalecer el capital social y crear alternativas de vida digna en entornos vulnerables. Al mismo tiempo se ha advertido que sin acompañamiento ni reconocimiento institucional estas iniciativas corren el riesgo de agotarse por sobrecarga emocional, escasez de recursos o ausencia de legitimidad.

La dimensión institucional, por su parte, deja ver que las políticas públicas y los programas de fomento al emprendimiento pueden marcar una diferencia significativa. Cuando estas políticas son coherentes, participativas, articuladas y evaluadas con rigor, tienen el poder de construir ecosistemas vibrantes y resilientes. No obstante, el capítulo también muestra cómo marcos normativos inadecuados, acciones desarticuladas o intervenciones de corto plazo pueden reforzar brechas preexistentes o producir resultados contrarios a los esperados.

El emprendimiento no debe ser romantizado ni despreciado, sino comprendido en su complejidad y orientado estratégicamente. Las experiencias positivas que se han documentado en distintos contextos no son fruto de la casualidad ni del heroísmo individual, sino de condiciones habilitantes construidas colectivamente. Esto implica repensar los instrumentos de política pública para que sean más inclusivos, integrales y sostenibles, incorporando dimensiones como la equidad territorial, el enfoque de género, la sostenibilidad ambiental y la articulación con sistemas de ciencia, tecnología e innovación.

Por tanto, se invita a los tomadores de decisión, instituciones educativas, líderes comunitarios y actores del sector productivo a apostar por formas de emprendimiento que dialoguen con las realidades sociales, que reconozcan las capacidades existentes y que proyecten transformaciones de largo aliento. De este modo será posible explorar, de manera crítica, pero esperanzada, todo el potencial que el emprendimiento puede ofrecer al bienestar colectivo y al desarrollo económico.

Bibliografía

- Acs, Z. J. (2006). How is Entrepreneurship Good for Economic Growth? *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(1), 97-107. <https://doi.org/10.1162/itgg.2006.1.1.97>
- Acs, Z. y Correa, P. (2014). Identifying The Obstacles to High-Impact Entrepreneurship in Latin America and The Caribbean. GMU School of Public Policy Research Paper, 5. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2534412>.
- Acs, Z., Audretsch, D. y Lehmann, E. (2016). National Systems of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 46(3), 527-535. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9705-1>
- Acs, Z., Desai, S. y Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, Economic Development and Institutions. *Small Business Economics*, 31(3), 219-234. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9135-9>
- Adamovsky, G. (2019). Del homo economicus a la economía comportamental: un análisis epistemológico del cambio de paradigma. *Revista de Ciencias Empresariales y Sociales*, 6(2), 50-63.
- Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia [APC Colombia]. (2024). Mecanismos innovadores de financiación al desarrollo en Colombia: un estudio de cara al futuro. <https://www.apccolombia.gov.co/comunicaciones/publicaciones/finanzas-innovadoras/mecanismos-innovadores-de-financiacion-al>
- Agung, A., Mukhadis, A., Sutadji, E. y Purnomo, H. (2018). *Embedding Entrepreneurs in Improving the Skills of Entrepreneurs of Technology-Based Vocational School in Indonesia*. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 336, 012043, 43-68. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/336/1/012043>
- Akcigit, U., Aghion, P., Bergeaud, A., Blundell, R. y Hemous, D. (2021). *The Economics of Creative Destruction*. Harvard University Press.
- Aldrich, H., y Ruef, M. (2017). Unicorns, Gazelles, and Other Distractions on the Way to Understanding Real Entrepreneurship in America. *Academy of Management Perspectives*, 32(4), 458-472. <https://doi.org/10.5465/amp.2017.0123>
- Álvarez, L. y Cortés, M. (2023). Narrativas del emprendimiento en contextos de precariedad: análisis crítico de discursos multinivel. *Revista Latinoamericana de Estudios Críticos del Desarrollo*, 9(1), 45-63.
- Audretsch, D. y Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship Capital and Economic Performance. *Regional Studies*, 38(8), 949-959. <https://doi.org/10.1080/0034340042000280956>

- Auguste, D. (2019). Who Becomes a Business Owner in High-Inequality Regimes? The Conditioning Effect of Economic Inequality on the Impact of Individual Educational and Financial Endowment on Entrepreneurship. *Social Currents*, 7(2), 131-154. <https://doi.org/10.1177/2329496519889037>
- Bae, B. y Choi, S. (2024). The Effect of Collaborative Governance in Social Start-ups on Social Performance: The Mediating Effect of Economic Performance. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3), 100370. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100370>
- Baker, T. (2023). *Moral Hazard in Insurance and Financial Markets: New Perspectives on Risk and Responsibility*. Oxford University Press.
- Bamford, C., Dean, T. y McDougall, P. (2019). An Examination of The Impact of Initial Founding Conditions and Decisions Upon the Performance of New Bank Start-Ups. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 253-277. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00011-1](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00011-1)
- Bancóldex. (2021). Fondo Mujer Emprende: Transformamos a Colombia a través del emprendimiento y el empoderamiento de la mujer. <https://fiducoldex.com.co/seccion/fondo-mujer-emprende>
- Banco Mundial [BM]. (2022). Informe sobre el desarrollo mundial: Finanzas al servicio de la recuperación equitativa—Panorama general. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento.
- Banco Mundial [BM]. (2022). Gasto en investigación y desarrollo en Francia. *Instituto de Estadística de la Unesco*, 16-22.
- Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive, And Destructive. *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921. <https://doi.org/10.1086/261712>
- Bedoya, C., Castro, M., y Hoyos, A. (2020). El emprendimiento rural en la construcción de paz: Análisis de la (des)articulación en el Valle del Cauca, Colombia. *Ópera*, 26, 16-34.
- Ben Nasr, B. (2014). Assessing The Impact of Entrepreneurship Education. 2nd World Conference on Business, Economics and Management - WCBEM2013. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 109, 712-715. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.534>
- Ben Nasr, K. y Boujelbene, Y. (2014). Assessing The Impact of Entrepreneurship Education. *Procedia: Social and Behavioral Sciences*, 109, 712-715. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.534>
- Bernasconi, O. y Espinosa, J. (2019). No Politics, No Society: Questioning the Justification of Entrepreneurship in Chilean Public Policies. *Revista de Administração de Empresas*, 60(2), 131-143. <https://doi.org/10.1590/s0034-759020200206>
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A. y Venkatraman, N. (2013). Digital Business Strategy: Toward A Next Generation of Insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2013/37:2.3>

- Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. (2020). Los ecosistemas de emprendimiento de América Latina y el Caribe frente al COVID-19: impactos, necesidades y recomendaciones. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. (2022, 18 de octubre). BID Lab aprueba inversión para impulsar emprendimientos deeptech en América Latina. *Noticias BID*. <https://www.iadb.org/es/noticias/bid-lab-aprueba-inversion-para-impulsar-emprendimientos-deeptech-en-america-latina>
- Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. (2020). La economía plateada en América Latina y el Caribe: el envejecimiento como oportunidad para la innovación, el emprendimiento y la inclusión. BID.
- Banco Interamericano de Desarrollo [BID]. Lab. (2020). El Programa de Emprendimiento Juvenil en América Latina y el Caribe: Informe de impacto. BID Lab & YBI.
- Blanchflower, D. G. (2004). Self-Employment: More May Not Be Better (NBER Working Paper N.º 10286). National Bureau of Economic Research.
- Blau, D. (1987). A Time Series Analysis of Self-Employment in The United States. *Journal of Political Economy*, 95(3), 445-465. <https://doi.org/10.1086/261466>
- Bogers, M., Chesbrough, H., y Moedas, C. (2018). Open Innovation: Research, Practices, And Policies. *California Management Review*, 60(2), 5-16. <https://doi.org/10.1177/0008125617745086>
- Bögenhold, D. (2019). Between Self-Employment and Entrepreneurship: Shifting Policy Discourses and Classifications. *International Review of Entrepreneurship*, 17(3), 329-346.
- Bögenhold, D. (2020). Solo Self-Employment, Precariousness and Policy Responses: A Review. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, 9(1), 48-60.
- Bögenhold, D. (2020). Self-Employment And Entrepreneurship: Productive, Unproductive or Destructive? En A. Örtenblad (Ed.), *Against Entrepreneurship: A Critical Examination* (pp. 19-36). Palgrave Macmillan.
- Bourdieu, P. (2000). *Poder, derecho y clases sociales*. Desclée de Brouwer.
- Bosma, N., Van, S. y Suddle, K. (2008). The Geography of New Firm Formation: Evidence from Independent Start-Ups and New Subsidiaries in The Netherlands. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(2), 129-146. <https://doi.org/10.1007/s11365-007-0058-8>
- Bosma, N., Wennekers, S., y Amorós, J. E. (2012). Entrepreneurship and Economic Development: An International Comparison Using GEM Data. *Small Business Economics*, 39(3), 429-447.
- Boudreaux, C. J. (2019). Entrepreneurship, Institutions, and Economic Growth: Does the Level of Development Matter? *Journal of Business Venturing*, 34(3), 469-487.
- Braudel, F. (1984). *Civilización material, economía y capitalismo, siglos xv-xviii*. Alianza Editorial.

- CB Insights. (2022). *The Complete List of Unicorn Companies*. <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies>
- Centro de Estudios Económicos de Colombia [ANIF]. (2021). *Retos y oportunidades de las PYMES*. Centro de Estudios Económicos ANIF.
- Chacón Orduz, M. (2022, 10 de septiembre). El Sena hará un vuelco a la economía campesina: Jorge Eduardo Londoño. *El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/el-sena-hara-un-vuelco-a-la-economia-campesina-jorge-eduardo-londono-701337>
- Chaves, P. y Ramírez, A. (2020). Políticas públicas basadas en evidencia: una revisión del concepto y sus características. *ABRA. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales*, 40(60), e5602. <http://dx.doi.org/10.15359/abra.40-60.2>
- Chen, M. y Yang, Y. (2009). Typology and Performance of New Ventures in Taiwan. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 15(5), 398-414. <https://doi.org/10.1108/13552550910982997>
- Ciešlik, K. y D'Aoust, O. (2018). Risky Business? Rural Entrepreneurship in Subsistence Markets: Evidence from Burundi. *European Journal of Development Research*, 30(4), 693-717. <https://doi.org/10.1057/s41287-017-0100-9>
- Clarke, J. y Holt, R. (2020). *Cultural entrepreneurship: New societal trends*. Cambridge University Press.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [Cepal]. (2018). *Herramientas para el análisis de las desigualdades y del efecto redistributivo de las políticas públicas*. Naciones Unidas.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [Cepal]. (2020). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Naciones Unidas.
- Confecámaras. (2022). *La supervivencia empresarial en Colombia: estudio de los factores clave que impulsan la permanencia de las empresas en el mercado*. Red de Cámaras de Comercio.
- Confecámaras. (2025). *Dinámica de creación de empresas en Colombia 2025*. <https://www.confecamaras.org.co>
- Coraggio, J. (2020). *Economía social y economía popular: Conceptos básicos*. Inaes.
- Costa, P. L., Ferreira, J. J. y Torres de Oliveira, R. (2023). From Entrepreneurial Failure to Re-Entry. *Journal of Business Research*, 158, 113699. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113699>
- Covin, J. G. y Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial Orientation Theory and Research: Reflections on a Needed Construct. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 855-872. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00482.x>
- Dartsch, G. (2016). Los mitos y su función en la cultura. *ABRA. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales*, 36(52), 1-10. <https://doi.org/10.15359/abra.36-52.3>
- Davidsson, P., Achtenhagen, L., y Naldi, L. (2007). What Do We Know About Small Firm Growth? En *The Life Cycle of Entrepreneurial Ventures* (pp. 361-398). Springer.

- De Fina, A. y Georgakopoulou, A. (2019). *The Handbook of Narrative Analysis* (2.^a ed.). Wiley.
- De la Barra, J., Olavarría, M., Rieutord, A. y Rivera, J. (2022). Pandemia de la precariedad: jóvenes emprendiendo por necesidad en Chile. *Última Década*, 30(59), 173-213. <https://doi.org/10.4067/S0718-22362022000200173>
- Dembe, A. y Boden, L. (2000). Moral Hazard: A Question of Morality? *New Solutions*, 10(3), 257-279. <https://doi.org/10.2190/1GU8-EQN8-02J6-2RXK>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [Dane]. (2020). *Brechas de género en el mercado laboral*. Dane.
- Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2022). Colombia, Potencia Mundial de la Vida: Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026. DNP.
- Dey, P. y Mason, C. (2018). Overcoming Constraints of Collective Imagination: An Inquiry into Activist Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 33(1), 84-99. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.11.002>
- Dini, M. y Rueda, M. (2020). Avances y desafíos de las políticas de fomento de las mipymes. En M. Dini y G. Stumpo (Eds.), *Mipymes en América Latina* (pp. 415-477). Cepal.
- Dini, M. y Stumpo, G. (2020). *Mipymes en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. Cepal. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45664>
- Doepke, M. y Zilibotti, F. (2005). Social Class and the Spirit of Capitalism. *Journal of the European Economic Association*, 3(2-3), 516-524. <https://doi.org/10.1162/1542476054473215>
- Echeverry, I. y Reyes, S. (2018). The Endowment Effect on Entrepreneurs: A Risky Attachment. *Estudios de Economía*, 45(2), 231-249. <https://doi.org/10.4067/S0718-52862018000200231>
- Econometría. (2014). Evaluación del Fondo Emprender - Resumen Ejecutivo. https://www.sena.edu.co/es-co/transparencia/pe/evalua_fondo_empren.pdf
- Edmiston, K. (2008). Entrepreneurship in Low- And Moderate-Income Communities. En *Entrepreneurship in Emerging Domestic Markets* (pp. 1-8). Springer.
- Edmondson, V. C., Zebal, M. A., Jackson, F. H., Bhuiyan, M. A. y Crumbly, J. (2023). The Promise of Entrepreneurship Ecosystems: A Conceptual Model for Black American Entrepreneurs. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* 26(2), 388-414. <https://doi.org/10.1108/JRME-06-2022-0081>
- El-Zubi, A. (2025). The Entrepreneurship Myth: Why it's not the Silver Bullet for Unemployment and Economic Growth. *LinkedIn Articles*. <https://www.linkedin.com/pulse/entrepreneurship-myth>
- Escorcía, J., Schmutzler, J., López, M., Pereira, F., Osorio, F., Martínez, A., Soler, J., Gómez, L. y Parra, L. (2024). *Dinámica de la actividad empresarial en Colombia 2023-2024: enfrentando desafíos*. Ediciones de la U.

- Eurostat. (2022). Business Demography by Survival Rate. Comisión Europea.
- Etzkowitz, H. y Leydesdorff, L. (2000). The Dynamics of Innovation: From National Systems And “Mode 2” To A Triple Helix of University–Industry–Government Relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123. [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4)
- Fields, G. S. (2019). Self-Employment and Poverty in Developing Countries. *IZA World of Labor*, 465, 1-11. <https://doi.org/10.15185/izawol.60.v2>
- Franco, M., Haase, H. y Lautenschläger, A. (2021). The Effectiveness of Entrepreneurship Education in European Universities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(5), 623-648.
- Fritsch, M. y Falck, O. (2007). New Business Formation by Industry Over Space and Time: A Multidimensional Analysis. *Regional Studies*, 41(2), 157-172. <https://doi.org/10.1080/00343400600928301>
- Fuentelsaz, L. y González, C. (2015). El fracaso emprendedor a través de las instituciones y la calidad del emprendimiento. *Universia Business Review*, 46, 64-81.
- Fuentelsaz, L., González, C. y Maícas, J. (2015). ¿Ayudan las instituciones a entender el emprendimiento? *Economía Industrial*, 395, 113-123.
- Fundación Corona. (2007). Entre la inclusión y la exclusión laboral: Reporte anual. Fundación Corona.
- Gálvez, E. y García, D. (2011). Impacto de la cultura intraemprendedora en el rendimiento de las MiPymes del sector turístico colombiano: un estudio empírico. *Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*, (52), 27-36. <https://doi.org/10.33064/iycuaa2011524593>
- García Martín, L. y Amigot Leache, P. (2024). La universidad empresarial y el trabajo académico. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 42(2), 239-252. <https://doi.org/10.5209/crla.99163>
- Gartner, W., Frid, C. y Alexander, J. (2017). Financing the Emerging Firm. *Small Business Economics*, 39(4), 745-761. <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9359-y>
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019: Global report*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM] y FEM. (2023). *Adapting to a “new normal”*. Global Entrepreneurship Research Association; London Business School.
- Gielnik, M. M., Bledow, R. y Stark, M. S. (2021). A Dynamic Account of Self-Efficacy in Entrepreneurship. *Journal of Applied Psychology*, 106(1), 136-150. <https://doi.org/10.1037/apl0000489>
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2021). *Global report 2020-2021*. <https://www.gemconsortium.org>
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2021). *Executive Report*. Babson College; London Business School.

- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2023). *Actividad empresarial en Colombia 2022-2023*. GEM Colombia; Universidad Icesi.
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2023). *Global Report 2022-2023*. Global Entrepreneurship Research Association. <https://www.gemconsortium.org>
- Global Entrepreneurship Monitor [GEM]. (2024). *Global Report 2024-2025: Entrepreneurship reality check*. <https://www.gemconsortium.org>
- González, S. y Vieira, M. (2020). La formación en emprendimiento en educación primaria y secundaria: una revisión sistemática. *Revista Complutense de Educación*, 32(1), 99-111. <https://doi.org/10.5209/rced.68073>
- Green, M. C. y Appel, M. (2024). Narrative Transportation: How Stories Shape How we See Ourselves and The World. *Advances in Experimental Social Psychology*, 70, 1-82. <https://doi.org/10.1016/bs.aesp.2024.03.002>
- Ghura, H., Li, C. y Harraf, A. (2017). Moderating Relationship of Institutions for Opportunity Entrepreneurship: Proposed Conceptual Framework. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 350-374. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-06-2017-0031>
- Han, B.-C. (2022). *La sociedad del cansancio* (12.^a ed.). Herder.
- Hidalgo, L. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. *Revistas Alternativas UCSG*, 15(1), 46-50.
- Hitt, M., Ireland, R., Sirmon, D. y Trahms, C. (2011). Strategic Entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 25(2), 57-75. <https://doi.org/10.5465/AMP.2011.61020802>
- Hormiga, E., Batista-Canino, R. y Sánchez, A. (2021). The Impact of Relational Capital on the Success of New Business Start-Ups. *Journal of Small Business Management*, 59(4), 617-638. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2011.00339.x>
- Hosono, K., Takizawa, M. y Yamanouchi, K. (2020). Firm Age, Productivity, and Intangible Capital. *RIETI Discussion Paper Series*, 20-E-001.
- Hülsbeck, M. y Pickavé, E. (2015). Regional Knowledge Production as Determinant of High-Technology Entrepreneurship: Empirical Evidence for Germany. *Entrepreneurship and Management*, 1, 1-18.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía [Inegi]. (2023). *Censos económicos de México*. <https://www.inegi.org.mx>
- Inpulsa Colombia. (2024). Informe nacional de ecosistemas emprendedores 2024.
- Isenberg, D. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Development: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.
- Itzhaki-Braun, Y. y Malovicki-Yaffe, N. (2024). Determination of Stigma Among Individuals who Deviate from the Norms and Among Community Mem-

- bers: The Price Paid by All. *Social and personality psychology compass*, 18(10), e12917. <https://doi.org/10.1111/spc3.70002>
- Johnson, P. (2004). Differences in Regional Firm Formation Rates: A Decomposition Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(5), 431-445. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2004.00056.x>
- Kantis, H., y Angelelli, P. (2020). *Emprendimientos de base científico-tecnológica en América Latina: importancia, desafíos y recomendaciones para el futuro*. BID.
- Kantis, H. y Federico, J. (2023). *Aportes para el desarrollo de los ecosistemas de emprendimiento dinámico de América Latina*. GEIAL; Prodem.
- Kantis, H., Angelelli, P. y Moori, V. (2004). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. BID.
- Kantis, H., Caicedo, V. e Ibarra, S. (2023). *Unicornios y ecosistema en América Latina: ¿Del boom al final de la fiesta?* Prodem. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100872>
- Kantis, H., Federico, J. e Ibarra, S. (2020). Entrepreneurship Policy and Systemic Conditions: Evidence-Based Implications and Recommendations for Emerging Countries. *Socio-Economic Planning Sciences*, 72, 100951. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100872>
- Kantis, H., Federico, J. y Trajtenberg, L. (2012). *Entrepreneurship, Economic Mobility and Entrepreneurial Propensity: A Regional View*. (pp. 315-332) Inter-American Development Bank.
- Keim, T., Pardo, C. y Turunen, S. (2024). Entrepreneurship As Heroism: Narratives Of the Entrepreneurial Self in Public Policy. *Journal of Business Venturing Insights*, 21, e00312. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00440>
- Kleinhempel, J., Klasing, M. J. y Beugelsdijk, S. (2023). Cultural Roots of Entrepreneurship: Evidence from Second-Generation Immigrants. *Organization Science*, 34(5), 1651-1996. <https://doi.org/10.1287/orsc.2022.1645>
- Kuratko, D. (2005). The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00099.x>
- Kwon, D. y Sorenson, O. (2021). The Silicon Valley Syndrome. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(1), 14-26.
- Lackéus, M. (2020). *Entrepreneurship in Education: What, why, When, how*. OCDE.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S. y Rigolini, J. (2018). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación*. Banco Mundial.
- Liñán, F., Fernández, J. y Romero, I. (2013). Necessity and Opportunity Entrepreneurship: The Mediating Effect of Culture. *Revista de Economía Mundial*, 33, 21-47.
- Lippmann, S., Davis, A. y Aldrich, H. (2005). Entrepreneurship and Inequality. En L. Keister (Ed.), *Entrepreneurship* (pp. 3-31). Elsevier.
- Lucas, D. S., Fuller, C. C. y Packard, M. D. (2022). Breaking Entrepreneurial Action: A Theory of Rule-Breaking in Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 37(6), 106250. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106250>

- Mancera, D. y Saldaña, D. (2014). Los MOOC y su papel en la creación de comunidades de aprendizaje y participación. *RIED*, 17(1), 13-34. <https://doi.org/10.5944/ried.17.1.11570>
- Marttila, T. (2013). *The Culture of Enterprise in Neoliberalism: Specters of Entrepreneurship*. Routledge.
- Mazzucato, M. (2023). *El valor de las cosas: quién produce y quién gana en la economía global*. Taurus.
- Mazzucato, M. (2024). Unpacking the Myth of the Entrepreneurial State. *Journal of Industrial and Corporate Change*, 33(1), 15-28.
- McCallum, E., McMullan, L., Weicht, R. y Kluzer, S. (2022). *Entrecomp Europe: Pocket Guide for Aspiring Entrepreneurs*. Publications Office of the European Union.
- McIntyre, J. y Roche, M. (1999). *University Education for Entrepreneurs in the United States: A Critical and Retrospective Analysis of Trends in the 1990's*. Georgia Institute of Technology.
- Medina, L. (2021). El giro de la investigación universitaria hacia la acción pública: el debate sobre los centros de pensamiento en Colombia. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 12(35), 150-168. <https://doi.org/10.22201/issue.20072872e.2021.35.1087>
- Ministerio de Educación Nacional [MEN]. (2008). *Educación técnica y tecnológica para la competitividad*. Ministerio de Educación Nacional.
- Miles, L. (2024). Social Entrepreneurship, Empowerment of Women, and Community Development: Evidence of Increased Control Over Decision-Making. *Journal of Social Entrepreneurship*, 15(2), 1-20.
- Ministerio de Educación Nacional [MEN]. (2014). *La cultura del emprendimiento en los establecimientos educativos: orientaciones generales (Guía 39)*. Ministerio de Educación Nacional.
- Muñoz, P., Kibler, E. y Neville, B. (2021). Entrepreneurship for Social Change: Reflecting on the Moral Questions. *Journal of Business Ethics*, 169(3), 403-410.
- Murtola, A. M. (2020). Entrepreneurship, Neoliberalism and the Freedom Fantasy. En *The Routledge Companion to Philosophy in Organization Studies* (pp. 1-15). Routledge.
- Murtola, A. M. (2020). Entrepreneurship ad Absurdum. En A. Örténblad (Ed.), *Against Entrepreneurship: A Critical Examination* (pp. 93-110). Palgrave Macmillan.
- Nabi, G., Walmsley, A. y Akhtar, I. (2023). Entrepreneurship Education in Universities: A systematic Review of Impact Studies. *Journal of Small Business Management*, 61(2), 45-67.
- Ndofirepi, T. (2020). Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Goal Intentions: Psychological Traits as Mediators. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 1-20. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0115-x>

- Ndofirepi, T. (2020). The Impact of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Mindset: The Mediating Effect of Attitude and Intention. *Education & Training*, 62(4), 386-406.
- North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2020, 15 de septiembre). *Agenda 2030 para el desarrollo sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2019). *Rural Entrepreneurship and Supporting Institutions: An Analytical Approach* (pp. 94-134). FAO.
- Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2021). *Panorama laboral 2021: América Latina y el Caribe*. OIT.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2023). *Entrepreneurship at a glance 2023*. OCDE Publishing.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2024). *SME and entrepreneurship outlook 2024: Mexico and Latin America*. <https://www.oecd.org>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2023). *Self-Employment And Entrepreneurship: Insights From the OCDE Job Creation and Enterprise Dynamics Database*. OCDE Publishing.
- Oosterbeek, H., van Praag, M. y Ijsselstein, A. (2019). The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation. *European Economic Review*, 54(3), 442-454. <https://doi.org/10.1016/j.euroecor-econom.2009.08.002>
- Osorio, J. (2021). *Efectos adversos y riesgo moral en la promoción del emprendimiento*. Instituto Tecnológico Metropolitano.
- Osorio, J. (2021). *Representaciones sociales sobre emprendimiento en estudiantes universitarios colombianos*. Editorial Académica Española.
- Ozturk, A. (2016). Examining The Economic Growth and the Middle-Income Trap from the Perspective of the Middle Class. *International Business Review*, 25(3), 726-738. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2015.03.008>
- Parker, S. C. (2009). *The Economics of Entrepreneurship*. Cambridge University Press.
- Pérez-Morón, J. M., García Alonso, R. y Thoene, U. (2024). Looking Back to Move Forward: Shedding Light on the Dark Side of Entrepreneurship. *New England Journal of Entrepreneurship*, 27(2), 152-172. <https://doi.org/10.1108/NEJE-10-2023-0088>
- Persson, H. (2004). The Survival and Growth of New Establishments in Sweden, 1987-1995. *Small Business Economics*, 23(5), 423-440. <https://doi.org/10.1007/s11187-004-3992-7>

- Piketty, T. (2000). Theories of Persistent Inequality and Intergenerational Mobility. En A. Atkinson y F. Bourguignon (Eds.), *Handbook of Income Distribution* (pp. 429-476). Elsevier.
- Piaget, J. (1991). *Seis estudios de psicología*. Labor.
- Pineda, L. C. (2022). *Factores organizacionales que promueven el comportamiento intraemprendedor de los empleados en empresas colombianas* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Colombia].
- Pittaway, L., y Cope, J. (2007). Entrepreneurship Education: A Systematic Review of the Evidence. *International Small Business Journal*, 25(5), 479-510. <https://doi.org/10.1177/0266242607080656>
- Plazas, C. (2023). Emprendimiento y política pública en Colombia: camino hacia la inclusión. *Revista Nova et Vetera*, 6(2), 48-52.
- Powell, B. y Rodet, C. (2012). Praise and Profits: Cultural and Institutional Determinants of Entrepreneurship. *Private Enterprise*, 31(2), 19-42.
- Prada, R., Acosta, J. y Garzón, M. (2016). Intraemprendimiento y emprendimiento corporativo: estrategias de renovación empresarial en Colombia. *Revista Espacios*, 37(34), 10-26.
- Rațiu, A., Maniu, I. y Pop, E.-L. (2023). Entrecomp Framework: A Bibliometric Review and Research Trends. *Sustainability*, 15(2), 1-24. <https://doi.org/10.3390/su15021285>
- Restrepo, M. J., Insuasty, R. A. y Palacios, L. J. M. (2020). *Círculos solidarios: una metodología de economía alternativa en Medellín*. Universidad de Antioquia.
- Reynolds, P., Bygrave, W., Autio, E., Cox, L. y Hay, M. (2003). *Global Entrepreneurship Monitor 2002: Executive Report*. Babson College.
- Rico, A. y Cárdenas, A. (2021). El emprendimiento en la educación media en Bogotá: una mirada crítica de los docentes. *Voces y Silencios*, 12(1), 109-129. <https://doi.org/10.18175/VyS12.1.2021.5>
- Rincón Moreno, C. C. y Hernández García, E. A. (2022). *Tendencias en innovación organizacional y desarrollo*. RILCO.
- Rosa, H. (2021). *Resonancia: una sociología de la relación con el mundo*. Herder.
- Rosero, H. y León, A. (2011). Educación superior y emprendimiento en Colombia: tendencias y retos. *Revista de Ciencias Sociales*, 17(3), 391-406.
- Rousseau, J. (1832). *El contrato social o principios del derecho político*. NoBooks.
- Saavedra, R. y Taxis, M. (2019). El factor institucional en el emprendimiento por oportunidad de América Latina y el Caribe. *Emprendimiento y Gestión Empresarial*, 4(1), 50-68. <https://doi.org/10.15446/innovar.v29n73.78025>
- Sandel, M. J. (2020). *La tiranía del mérito: ¿Qué ha sido del bien común?* Debate.
- SBCS. (2023). 2023 Report on Employer Firms: Findings from the 2022 Small Business Credit Survey. Federal Reserve Banks.
- Schumpeter, J. (1947). The Creative Response in Economic History. *The Journal of Economic History*, 7(2), 149-159. <https://doi.org/10.1017/S0022050700054279>

- SEBRAE. (2024). *Boletim estatístico das micro e pequenas empresas*. <https://www.sebrae.com.br>
- Servicio Nacional de Aprendizaje [Sena]. (2008). *Programa de integración con la educación media*. Servicio Nacional de Aprendizaje.
- Servicio Nacional de Aprendizaje [Sena]. (2022). *Fondo Emprender: 20 años cumpliendo los sueños de emprendedores colombianos*. Servicio Nacional de Aprendizaje.
- Servicio Nacional de Aprendizaje [Sena]. (2022). *Sena Emprende Rural: Folleto informativo*. Servicio Nacional de Aprendizaje.
- Shane, S. (2009). Why Encouraging More People to Become Entrepreneurs is Bad Public Policy. *Small Business Economics*, 33(2), 141-149. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9215-5>
- Shapero, A. y Sokol, L. (1982). Some Social Dimensions of Entrepreneurship. En C. Kent (Ed.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice Hall.
- Singh, A. y Ashraf, S. (2020). Association of Entrepreneurship Ecosystem with Economic Growth in Selected Countries: An Empirical Exploration. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 8(2), 36-92.
- SMCS. (2023). Report on Nonemployer Firms: Findings from the 2022 Small Business Credit Survey. Federal Reserve Banks.
- SMCS. (2023). Informe sobre microempresas y emprendimiento en América Latina. Small and Micro Company Statistics.
- Soldevilla, L. (2021). *Los emprendedores después de la COVID-19*. Universitat de Barcelona; OBS Business School.
- Stezano, F. (2020). Diagnóstico de micro, pequeñas y medianas empresas: políticas e instituciones de fomento en México. En M. Dini y G. Stumpo (Eds.), *Mipymes en América Latina* (pp. 285-336). Cepal.
- Sutter, C., Bruton, G. D. y Chen, J. (2019). Entrepreneurship as a Solution to Extreme Poverty: A Review and Future Research Directions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 197-214. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.06.003>
- Tabares, A., Londoño, A., Cano, A. y Gómez, R. (2022). Rural Entrepreneurship: An Analysis of Current and Emerging Economies. *Economies*, 10(6), 142-166. <https://doi.org/10.3390/economies10060142>
- Tahull, J. (2019). ¿Emprender es la solución al desempleo en España? Riesgos y limitaciones. *Campos en Ciencias Sociales*, 7(1), 161-193. <https://doi.org/10.15332/25006681.4543>
- Timarán, A., Ortega, R. y Ascuntar, M. (2022). El emprendimiento cultural y su relación con los nuevos escenarios económicos y sociales. *Tendencias*, 23(2), 220-245. <https://doi.org/10.22267/rtend.222302.207>
- Turiel, E. (2017). Continuities and Discontinuities in the Development of Moral Judgments. *Human Development*, 60(5), 279-341.

- Universidad Nacional de Colombia [Unal]. (2024). *Unidad de Emprendimiento e Innovación*. <https://fce.unal.edu.co/estructura-y-directorio/unidades-de-apoyo/unidad-de-emprendimiento-e-innovacion>
- Universidad EAN. (2024). *Centro de emprendimiento*. <https://universidadean.edu.co/node/1490>
- Urbano, D. y Aparicio, C. (2021). Institutional Dimensions and Entrepreneurial Activity: An International Study. *Small Business Economics*, 56(2), 703-716.
- U.S. Census Bureau. (2023). *Business Dynamics Statistics: Survival and Employment Growth*.
- van Stel, A., Caree, M. y Thurik, R. (2005). The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311-321. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1996-6>
- Vicepresidencia. (2022). *Fondo Mujer Emprende: ¿Quiénes somos?* <https://ml.vicepresidencia.gov.co/Fondo/Somos.html>
- Villagómez, F. (2019). *Economías de la esperanza*. Clacso.
- Villa, J., Barrera, D., Arroyave, L. y Montoya, Y. (2017). Acción con daño: del asistencialismo a la construcción social de la víctima. *Universitas Psychologica*, 16(3), 24-48. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy16-3.adac>
- Vizitiu, C., Agapie, A., Paiușan, R., Hadad, S. y Năstase, M. (2018). Adapting Corporate Entrepreneurship Assessment Instrument for Romania. *South African Journal of Business Management*, 49(1), a8. <https://doi.org/10.4102/sajbm.v49i1.8>
- Wagner, J. (1994). The Post-Entry Performance of New Small Firms in Germany. *Small Business Economics*, 6(6), 463-474.
- WE-FI. (2021). *Las mujeres emprendedoras como agentes de cambio*. Banco Mundial.
- Wennekers, A. (2016). *Entrepreneurship at Country Level: Economic and Non-Economic Determinants*. Rotterdam.
- Wennekers, S. y Thurik, R. (2002). *Institutions, Entrepreneurship and Economic Performance*. EIM Small Business Research and Consultancy.
- Zapata, G., Fernández, S. y Neira, I. (2018). El emprendimiento tecnológico en Suramérica: una aproximación a sus determinantes individuales. *Perfiles Latinoamericanos*, 26(52), 26-52. <https://doi.org/10.18504/pl2652-003-2018>



Autores

Oscar Fernando Castellanos Domínguez

Ingeniero químico por la Universidad Tecnológica de Moscú, magíster en Ciencias Técnicas y en Administración por la Universidad Nacional de Colombia [Unal], doctor en Química y posdoctor en Biotecnología por la Universidad Estatal de Moscú. Ha sido investigador científico en BioChemMack (Federación Rusa) y BioRad, además de investigador invitado en la Universidad de Leipzig, Alemania. Es autor de más de 250 artículos y ponencias en eventos nacionales e internacionales, así como de treinta libros. Fue presidente de la Asociación Latino Iberoamericana de Gestión Tecnológica e Innovación (Altec). Actualmente es profesor titular de la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Colombia, codirector del Grupo de Investigación en Gestión, Productividad y Competitividad (BioGestión), miembro del Comité Editorial de la Revista Colombiana de Biotecnología y gerente del convenio Sena-Unal para la operación del Fondo Emprender, 2020-2025. Correo: ofcastellanosd@unal.edu.co | Orcid ID: 0000-0001-6604-6368

Karen Forero Niño

Psicóloga por la Universidad Nacional de Colombia, magíster en Psicología con énfasis en investigación por la misma institución. Profesora de Psicología de la Universidad del Rosario. Cuenta con experiencia en investigación psicosocial, docencia y dirección de prácticas académicas. Su campo de estudio se centra en la violencia armada, el desplazamiento forzado y los conflictos sociales asociados a dinámicas económicas, como la minería y el emprendimiento. Asimismo, se interesa por comprender las consecuencias en el desarrollo psicológico derivadas de la exposición a la violencia, la desigualdad socioeconómica y el crecimiento en contextos adversos, marcados por la ausencia del Estado o la ilegalidad. Es miembro de los grupos de investigación Desarrollo Social, Comunidad y Salud y Gidest – Dinámicas Económicas, Socioculturales y Territoriales en la Construcción de Hábitat. Correo: kdforeron@unal.edu.co | Orcid ID: 00009-0003-3860-4184

Nelsy Edith Cely Acevedo

Ingeniera Química con posgrado en Gerencia de Tecnología y maestría en administración con énfasis en gerencia de proyectos. Cuenta con más de 20 años de experiencia como líder y estratega en la gestión de proyectos empresariales orientados a la competitividad, productividad, innovación y emprendimiento.

Se ha desempeñado como directora de proyectos, liderando la estructuración y ejecución de iniciativas empresariales que integran la academia y el sector productivo. Además, ha sido mentora y asesora estratégica en programas de emprendimiento.

Ha desarrollado e implementado talleres de experiencia y espacios de exhibición centrados en la innovación, la sostenibilidad y la economía circular. Ha promovido la colaboración entre academia y empresas en diversos proyectos de I+D+i, aplicando metodologías ágiles y *design thinking* en formato de colaboración e innovación abierta, para mejorar procesos, fomentar la innovación y resolver retos empresariales. Es docente en la Unal y en la Pontificia Universidad Javeriana.

Correo: ncelya@unal.edu.co | Orcid ID: 0009-0007-1044-478x

Índice temático

A

Acceso a financiamiento, 14, 15, 16, 18, 19, 34, 36, 37, 38, 40, 54, 90, 95, 126, 139, 154, 155, 168

Acción sin daño, 11, 112, 117, 119

Aceleradoras de empresas, 173

Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación, 45

Adopción tecnológica, 28, 118

Agencias de promoción, 8, 110, 117, 139, 141, 147

Análisis empírico, 9

Argumentación interpretativa, 9

Autoempleo, 51, 75, 77, 87, 88, 97, 104, 105, 106, 116, 132, 151

Autoexplotación, 10, 71

Autogestión comunitaria, 39

Autonomía, 10, 31, 32, 40, 47, 70, 81, 105, 110, 135

B

Beneficios

concentración de, 110

Bienestar, 20, 21, 74, 79, 81, 82, 105, 106, 110, 111, 112, 114, colectivo, 107, 150, 173, 183

común, 20

condiciones de

financiero, 56

relacional, 70

sistemas de

social y económico, 21, 41, 53, 116, 174

Big data, 29

Biotecnología, 24, 27, 28, 199

Blockchain, 28

Brechas, 25, 35, 51, 52, 54, 64, 181, 182

cerrar, 173

de capital humano, 102

de formalización, 51, 54

de género, 37

educativas, 181

financieras, 181

sociales y económicas, 105, 106

tecnológicas, 181

C

Capacitación, 15, 36, 37, 64, 126, 131, 132, 139, 154

Calidad de vida, 48, 64, 69, 116, 129, 143, 144

Capital, 16, 37, 54, 58, 93, 96

acceso al, 33, 148, 181

cultural, 75

de inversión 36,

de riesgo, 97, 140, 154, 155, 163, 180

disponibilidad de, 66, 159

falta de, 146

familiar, 33

financiero, 93, 97, 159

flujo de capital, 48

fondos de, 18

fuentes de, 180

humano, 13, 30, 43, 45, 88, 98, 102,
128, 155, 166, 176, 177, 178, 181

crítico, 98

empresarial

intensidad de, 24

inicial, 132, 173

inversión, 96

pérdida de, 77

propio, 61, 96, 97

requisitos de, 152

retorno de, 116

semilla, 16, 18, 140, 146

simbólico, 58

social, 94, 138, 182, 148, 154, 155,
159, 176, 177, 180

Ciencia,

tecnología e innovación, 37, 121, 179,
183

y tecnología, 180

Clases de emprendimiento(s)

científico-tecnológico, 10

cultural, 10

corporativo (véase también

Intraemprendimiento), 7, 10, 14,
44, 45, 46, 47, 54, 178

de alto impacto, 8, 36, 51, 93, 140,
150, 151, 153, 154, 156, 163, 170,
172, 174

destructivos, 14, 21, 23, 54

familiar, 33, 34, 35, 54

femenino, 10, 35, 36, 37, 38, 54, 118

flexibles, 14

improductivos 14, 21, 23, 54, 90

inclusivo, 39, 75

multinivel, 10, 55, 177

por actividad, 7, 14, 23, 25

por necesidad, 10, 22, 23, 33, 52, 83,
86, 88, 89, 90, 91, 93, 97, 98, 99,
100, 115, 123, 136

por objetivo, 7, 14, 23, 38, 40, 43, 44

por oportunidad, 10, 22, 23, 33, 86, 88,
89, 93, 97, 98, 99, 100, 102, 136,
150, 162, 168, 169, 177, 179

por origen, 7, 23, 33

por subsistencia, 83, 86, 90, 106, 119,
120

proactivos, 23

productivos, 21, 23, 54, 90

restringidos, 23

rural, 10, 29, 30, 31, 54, 99

sistémico, 8, 156, 171, 175

social, 23, 39, 49, 147, 161

tecnológico, 26, 29

Competencias, 18, 27, 46, 69, 121, 123,
126, 128, 129, 131, 133, 134, 151,
163, 176, 177, 178

críticas, éticas y sociales, 172

emprendedoras, 135

enfoque por, 127

éticas y ciudadanas, 135

formación en, 118, 127, 132

funcionales, 173

gerenciales, 110

laborales, 128, 130, 134

para el emprendimiento y la innovación,
129, 133

simbólicas, 75

Competitividad, 15, 45, 129, 140, 150,
153, 168

Económica, 45

empresarial/organizacional, 14,
17, 47

local y global, 27

Concentración

de ingresos, 159
 de oportunidades, 33
 del mercado, 179
 de riqueza, 160
 económica, 153
 regional, 179
 sectorial, 119
 temática, 121
 Conocimiento(s), 25, 27, 28, 34, 80, 124, 125, 131, 137, 139, 171, 177, 180
 actitudinales, 125
 lógicos, 125
 procedimentales, 125
 técnicos, 128
 transferencia de, 163, 173
 Creación, 68, 71, 105, 125, 126, 139, 145,
 de empleo/de puestos de trabajo, 22, 33, 46, 49, 65, 71, 75, 103, 104, 127, 141, 160
 de empresas, 13, 15, 35, 48, 53, 56, 60, 67, 82, 83, 87, 91, 93, 102, 112, 118, 120, 124, 126, 127, 129, 136, 137, 141, 147, 152, 156, 167, 176, 177
 de guías y protocolos, 128
 de redes, 45
 de valor económico
 Crecimiento sostenible, 15
 Crédito(s), 18, 74, 96, 159
 acceso a, 18, 51, 106
 bancario, 97
 fiscal, 165
 público, 121
 Cultura, 18, 56, 84, 91, 177, 179
 acceso a la, 33
 de cobertura, 147
 de emprendimiento, 173
 de impacto, 147
 de resultados, 140

empresarial, 54, 75, 126
 intraempresarial, 47
 organizacional, 24, 45, 46, 178

D

Depresión, 77, 78, 80,
 Desarrollo, 11, 12, 14, 16, 18, 19, 20, 151, 153, 154, 156, 158, 163, 165, 170, 171, 172, 173, 175, 177, 180,
 económico y social, 9, 14, 15, 21, 151, 152, 153, 160, 182, 183
 financiamiento para el, 171
 países en, 170
 psicológico, 199
 sostenible, 170
 territorial, 12
 Derechos de propiedad, 29, 92
 Desigualdad, 93, 94, 98, 105, 106, 153, 158
 Dinamismo emprendedor, 16, 174

E

Ecosistema emprendedor, 8, 13, 18, 25, 38, 54, 82, 117, 119, 141, 146, 155, 160, 162, 169, 172, 181
 Educación, 18, 19, 20, 25, 27, 36, 39, 44, 54, 56, 64, 98, 102, 113, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 145, 147, 148, 154, 155, 159, 172, 174, 177, 178
e-learning, 137, 138
 Emprendedor(es)
 como héroe, 51, 55, 104
 del futuro, 121
 perfil del, 22

resilientes, 123
 visionarios, 125, 126
 Equidad de género, 35, 36, 42
 Emprendimiento(s)
 calidad del, 52, 91, 92
 mitos del, 10, 83
 políticas de fomento al, 50, 116
 Encadenamientos productivos, 15, 182
 Endeudamiento, 10, 64, 81, 97, 133
 Estado, 71, 81, 110, 111, 114, 118,
 119, 120, 144, 145, 163, 168, 169,
 174, 175, 176, 181, 199
Ethos, 10, 59, 111
 Ética, 11, 68, 89, 109, 110, 111, 112,
 114, 119, 122, 123, 137, 161, 173
 del fomento al emprendimiento,
 109
 de mínimos, 112
 Éxito, 10, 16, 24, 27, 29, 31, 39, 43, 50,
 52, 53, 54, 55, 58, 59, 60, 61, 65,
 67, 68, 70, 72, 73, 74, 75, 78, 79,
 80, 81, 85, 86, 89, 90, 91, 92, 93,
 95, 96, 97, 99, 106, 109, 110, 113,
 116, 117, 124, 126, 136, 151, 154,
 156, 157, 158, 160, 166, 171, 172,
 173, 174

F

Fondo Mujer Emprende, 38
 Fondo(s), 75, 165, 173,
 de capital emprendedor, 18
 de capital de riesgo, 140
 híbridos, 148
 provisión de, 16
 Empezar, 120, 139, 142, 143, 144,
 145, 146,
 Formación
 de competencias empresariales, 118

técnica, 30, 36, 128, 129, 140,
 Fortalecimiento, 10, 39
 de capacidades, 102, 118, 139
 de competencias, 110, 129
 de emprendimientos femeninos, 37
 de habilidades, 39
 de la economía, 116
 de redes de apoyo, 34
 del ecosistema institucional, 163
 del emprendimiento individual, 164
 del entorno institucional, 171
 de los mercados internos y externos,
 169
 empresarial, 140
 institucional, 118
 Fracaso(s), 27, 51, 52, 53, 55, 70, 73,
 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 85, 86,
 89, 91, 92, 99, 100, 114, 115, 136,
 173
 emprendedor, 59, 76, 78, 89, 93, 110,
 123
 empresarial, 14, 50, 74, 85, 115
 estructurales, 119
 del emprendimiento, 52
 individual, 53
 tasas de, 122
 Frustración, 10, 68, 77, 79, 106, 157,
 Fuentes alternativas de financiamiento,
 119

G

Generación de valor, 45, 52, 148
 agregado, 33
 colectivo, 12
 económico, 151
 social, 43 155
 Gestión del riesgo, 17, 116

I

- Ideas creativas, 18
- Impacto, 11, 13, 14, 15, 20, 25, 28, 38, 39, 43, 48, 49, 50, 52, 53, 54, 68, 69, 79, 88, 93, 103, 106, 111, 116, 119, 120, 124, 126, 137, 140, 144, 145, 147, 148, 149, 150, 151, 153, 154, 156, 161, 162, 163, 164, 165, 168, 170, 173, 174, 175, 178
 - comunitario/colectivo, 30, 171
- cultura de, 147
- económico, 48, 95, 99, 160
- económico y social, 34, 125
- en empleabilidad, 143
- en ingresos, 143
- en rentabilidad, 143
- en sostenibilidad, 143
- evaluación(es) de, 77, 117, 121, 141, 142, 143
- innovador, 47
- medición del, 23
- positivo, 21, 83, 88, 92, 124, 144, 159, 178
- social, 24, 44, 98, 123, 124, 136, 160, 173
- social y ambiental, 43
- Inclusión, 15, 120, 146, 157, 187
- estrategias de, 143
- digital, 40
- laboral, 49
- procesos de, 15
- social, 161
- Incubadoras, 140
- Indicadores
 - de cobertura, 141
 - de exportación, 90
 - de gobernabilidad, 169
 - de productos, 74
 - del fracaso emprendedor, 78
 - de salud mental, 79
- desempeño, 47
- éxito, 43
- Índice Subnacional de Emprendimiento, 87
- Inequidad(es), 43, 50, 54
- Infraestructura, 44, 45, 47, 142
- digital, 45
- tecnológica, 44, 47
- Ingresos, 18, 71, 133, 144, 145, 146, 160
 - concentración de, 160
- generar/generación, 71, 133
- impacto en, 144
- niveles de, 145
- nuevos, 18
- residuales, 71
- Iniciativa(s), 75, 104, 116, 117, 120, 132, 136, 139, 146, 148, 149, 155, 164, 165, 170, 173, 178, 182
- de alto impacto, 163
- de calidad, 92
- de emprendimiento, 75, 87, 148
- de subsistencia, 119
- educativas, 127
- emprendedoras, 86, 102, 139
- empresariales, 96, 102, 170, 174
- con bajo potencial, 71, 119
- Financiamiento para Mujeres
 - Emprendedoras, 140
 - individuales, 93
- Formativas, 122
- independientes, 178
- innovadoras, 18, 60
- legislativas, 119
- nuevas, 91
- productivas, 119
- Innovación, 18, 44, 45, 47

- ecosistema de, 142
- empresarial, 71
- social, 140
 - y emprendimiento, 87
- Innpulsa, 87
- Inseguridad laboral, 116
- Intraemprendimiento, 47, 169
- Inversionistas, 67, 69, 96, 140, 170
- ángeles, 97
- Informales, 97

L

- Ley(es)
 - de Fomento al Emprendimiento, 118
 - de insolvencia, 76
 - de quiebra, 76
- Liderazgo, 78, 110
- Lógica, 45
 - Asistencialista, 140
 - de construcción de capacidades

M

- Marcos
 - Institucionales, 15, 22, 54, 90, 91
 - reguladores específicos, 118
- Marketing*, 138
- Multinivel, 61, 69, 70, 71
- Mecanismos innovadores de financiación, 170, 171, 172
- Microfinanciación, 119
- MiPymes, 48, 50, 51
- Monitor Global de Emprendimiento (GEM), 15, 19, 23, 33, 34, 35, 39, 45, 46, 47, 48, 49, 52, 53, 54, 86, 88, 97, 98, 99, 123, 125, 136, 140, 149, 150, 154, 168, 175, 179,

N

- Narrativa(s)
 - aspiracional, 10
 - culturales, 55
 - de éxito, 106
 - de mérito y esfuerzo, 59
 - del emprendimiento, 162
 - hegemónicas, 81
 - individualizantes, 156
 - institucionales, 156
 - legitimadas, 83
 - locales, 7, 69
 - socioculturales, 7, 56
- Negocio(s)
 - modelos de, 17, 28, 32, 36, 38, 40, 61, 62, 63, 64, 69, 76, 124, 131, 144, 145, 148, 151, 172, 176
 - online, 138
 - planes de, 143, 147

O

- Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), 39, 52, 68, 170
- Oportunidades de negocio, 17, 18, 21

P

- Pobreza, 9, 16, 39, 48, 70, 83, 94, 98, 102, 104, 118, 119, 120, 122, 131, 160, 131, 164
 - causas estructurales, 161
- Política Nacional de Emprendimiento, 17, 118
- Políticas públicas, 8, 9, 11, 12, 13, 16, 19, 24, 40, 44, 52, 54, 55, 68, 74, 77, 86, 92, 106, 118, 120, 145,

147, 148, 149, 154, 155, 156, 163,
164, 168, 170, 175, 182
Precariedad, 10, 33, 81, 84, 106, 136
del autoempleo, 77
económica, 102, 105
estructural, 55
laboral/del trabajo, 54, 69, 85, 102
Productividad, 15, 27, 48, 51, 52, 83,
86, 87, 95, 120, 121, 124, 141,
146, 164, 169, 199
Proyectos pedagógicos productivos
Pymes

R

Redes, 51, 56, 70, 135, 140, 148, 180
acceso a, 36, 155, 181
básicas, 159
comunitarias, 96
conectar con, 37
creación de, 45
de apoyo, 18, 19, 33, 34, 40, 54, 95, 99,
105, 122, 154, 155
de comercialización, 118
de distribución, 71
de financiamiento, 94
de innovación, 15
de inversionistas, 139
de mentores, 18
de protección, 11
eléctricas, 154
informales, 148, 177
mantenimiento de, 155
personales, 177
sectoriales, 136
sociales, 51, 75, 98, 155, 180
Resiliencia, 13, 15, 34, 36, 44, 55,
80, 135

Responsabilidad(es), 8, 27, 34, 38,
49, 53, 62, 69, 70, 71, 81, 110,
111, 113, 114, 116, 117, 119, 126,
135, 150, 162
de cuidado, 42
del Estado/estatales, 118, 161, 175
de las instituciones/pública, 109, 117
ética(s), 11, 114, 119, 123, 137, 149,
familiares, 36
individual/personal, 59, 70, 71, 82
social(es), 111, 127, 173
y colectivas, 55
Riesgo moral, 112, 113, 114, 115,
117, 122

S

Seguridad social, 13, 42, 62, 116, 130,
Sesgo(s), 72
Cognitivos, 10, 72, 76
de costos hundidos, 78
institucionales, 146
optimista, 55, 73, 74, 75
Simplificación
contable para microempresas, 119
de trámites, 18, 168, 174
Sistema de Formación para el Trabajo,
130
Soft skills, 134
Spin-Off, 26, 45
Sostenibilidad, 12, 13, 15, 17, 27, 31,
36, 40, 44, 48, 104, 105, 122, 136,
140, 143, 148, 153, 155, 159, 168,
173, 174, 200
a largo plazo, 39
ambiental, 16, 22, 54, 90, 183
baja, 133
bajo potencial de, 167

de los emprendimientos/nuevos
negocios, 19, 24, 34, 148, 174
económica, 31, 147
empresarial, 97
financiera, 32, 44, 140
impacto y, 54
innovación y, 54
social, 22, 31, 90
Startups, 15, 24, 65, 66, 67, 69, 74, 103,
140, 150, 154, 174

T

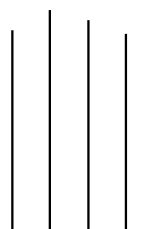
Tasa de Actividad Emprendedora
Temprana (TAE), 35
Tecnología, 18, 24, 37, 54, 91, 119,
132, 133, 163, 173
alta, 153
avanzada, 29
ciencia y, 20, 26, 27, 153, 154
e innovación, 18
transferencia de, 25, 27
Trampas psicológicas, 10
Transformación, 12, 40, 42, 43, 57
de ideas, 13
generar, 81
institucional, 161
potencial de, 24
productiva, 19, 130, 133, 181
social, 50, 133, 147, 181
tecnológica, 25, 138
Transición digital, 16, 54
Triangulación retórica, 10

U

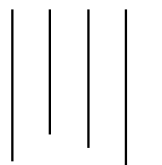
Unicornios, 7, 10, 55, 65, 66, 67, 68,
72, 81
Universidades, 11, 26, 27, 67, 109, 112,
114, 115, 117, 123, 133, 146, 163,
166, 172, 173, 174, 175, 181
empresariales, 94

V

Valor, 38, 45, 47, 49, 66, 69, 72, 89,
131
agregado, 17, 30, 33, 50, 51, 54, 133,
139, 144, 150, 151, 153, 163
alto, 145, 167
ambiental, 173
artístico, 32
bursátil, 65
cadena de, 39
colectivo, 12
crear/creación, 22, 28, 30, 89
del emprendimiento, 107
económico, 10, 13, 25, 26, 43, 51, 151,
152
generar/generación de, 14, 24, 38, 52,
148, 149
neto positivo, 68
objetivo, 66
oportunidades de, 178
presente neto, 144
productivo, 68
propuestas de, 176
simbólico, 32, 33
social, 13, 19, 20, 25, 32, 43, 51,
155, 173



Luces y sombras del emprendimiento



Este libro forma parte
de la Colección **Techné**.

Se editó y diagramó
en la Editorial Universidad Nacional de Colombia.

En su composición se utilizaron caracteres
Ancízar Sans y Tomorrow, en formato de 16.5 x 24
centímetros. La cubierta va en Propalcote
de 240 gramos y las páginas interiores
en papel Bond blanco de 75 gramos.

Se imprimieron 50 ejemplares en agosto de 2026
en Multi-impresos S. A. S.,
Bogotá, D. C., Colombia.



Otros títulos de la colección:

Gestión de calidad en servicios de consultoría

Oscar Castellanos, Norly Barrera y Bertha Ruales (autores)

Subestaciones eléctricas: altos y extra altos voltajes, configuración, maniobrabilidad y protecciones pasivas

Eliseo Gómez Moreno (autor)

Fundamentos y perspectivas del emprendimiento

Oscar Castellanos (editor académico)

techné



Este libro se atreve a cuestionar el entusiasmo acrítico en torno al emprendimiento, desmontando mitos y revelando sus luces y sombras. A través de un enfoque riguroso y multidimensional, examina el fenómeno en toda su complejidad, abordando no solo sus potenciales beneficios, sino también sus limitaciones, contradicciones y efectos colaterales. Analiza cómo el emprendimiento se ha convertido en un discurso global que, si bien promete empleo y desarrollo, a menudo oculta realidades de precariedad y desigualdad.

Luces y sombras del emprendimiento invita a reflexionar sobre este como un proceso profundamente político, económico, social y cultural, explorando tanto sus aportes como los retos que enfrenta en distintos contextos. Dirigido a académicos, diseñadores de políticas públicas, emprendedores y a quienes buscan un análisis profundo y matizado del fenómeno, el libro plantea la necesidad de construir estrategias de fomento basadas en evidencia, sensibilidad social y una comprensión más clara de las realidades locales y globales.

