



Set de "Misión Impacto", por Canal RCN: <https://www.canalrcn.com/programas/sites/default/files/m1.jpg>

## LA TELEVISIÓN Y SU PODER PARA CAMBIAR LAS PERCEPCIONES SOBRE EL EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA

*Un estudio experimental para evaluar los efectos de contenidos sobre emprendimiento transmitidos a través de un programa de televisión (entretenimiento educacional o 'edutainment') sobre las percepciones de los colombianos.*

### Lecciones de política

- Las herramientas audiovisuales de entretenimiento educacional pareciera que tienen el potencial de modificar las percepciones. A pesar que los resultados son tenues, el efecto que emerge con mayor consistencia es el de mejoras en la valoración del emprendimiento como actividad que genera valor en la sociedad.
- La identificación de los televidentes con los personajes de la serie es fundamental para aumentar la efectividad de estas iniciativas. En particular, las características socioeconómicas de los emprendedores fueron un elemento clave para la interiorización de los contenidos por parte de los televidentes.
- Es recomendable que este tipo de estrategias de comunicación masiva se conciban para afectar percepciones y no con el objetivo de propiciar emprendimientos. Intervenciones con este objetivo deberían focalizarse en poblaciones con habilidades y características determinantes para el nacimiento de emprendimientos sostenibles y de alto potencial.

### MOTIVACIÓN

El crecimiento económico de un país puede estar directamente relacionado con sus niveles de emprendimiento. De acuerdo con el Índice Global de Emprendimiento (2018), la promoción de ecosistemas de emprendedores pareciera ser un elemento dinamizador de cambios para los individuos, los gobiernos y los mercados globales.

A pesar que estudios recientes evidencian una evolución importante de Colombia en materia de emprendimiento, también destacan una deuda pendiente en lo que respecta a la percepción de los colombianos del emprendimiento como una opción deseable de carrera.

El entretenimiento educacional podría ser una herramienta útil para incidir sobre las percepciones de los colombianos en torno al emprendimiento. Esta herramienta (conocida en inglés como *edutainment*) ha demostrado un alto potencial para el fortalecimiento y la efectividad de las políticas públicas en la medida que se utilizan para entretener y educar a la audiencia sobre diversas temáticas, modificar las percepciones o, inclusive, incidir en determinados comportamientos.

# Rp

## RESUMEN DE POLÍTICAS PÚBLICAS

DESARROLLO PRODUCTIVO  
Agosto - 2017

*Misión Impacto pretende convertirse en una plataforma de visualización para potenciales emprendedores colombianos que buscan asesoría y recursos para el crecimiento y/o la puesta en marcha de su negocio.*

### TRABAJO DE CAMPO

Se hizo un primer contacto telefónico para determinar el interés de las personas en participar en el estudio y confirmar algunas de sus características sociodemográficas. El operador luego pasaba a describir brevemente las fases del trabajo de campo (encuestas y visualización del video), así como el esquema de premios por participar en el estudio. Por último, el operador solicitaba un correo electrónico para enviar el correo de “enganche” que resaltaba los incentivos por participar, así como lo sencillo y el poco tiempo que tomaba hacerlo.

Tras el primer contacto telefónico, se iniciaba el trabajo de campo conformado por dos fases:

**Fase 1:** completar la encuesta de línea de base, visualizar el video de tratamiento o placebo y aplicar una encuesta inmediatamente después de terminar el video con preguntas de verificación del contenido y de identificación con los personajes de cada programa.

**Fase 2:** veintiún (21) días después de la visualización del video, se envió un segundo correo electrónico al encuestado en la fase 1 con un enlace a la encuesta de salida diseñada para medir las variables de resultados.

Se realizó un seguimiento constante de todos los participantes a través de mensajes de texto, correos electrónicos y llamadas telefónicas.

### LA INTERVENCIÓN

En 2006, iNNpulsa Colombia en conjunto con RCN y Sin Límites INC, decidieron lanzar un programa de televisión llamado Misión Impacto, transmitido por RCN. El programa se basó en un concurso orientado a identificar y apoyar a emprendedores colombianos cuyos emprendimientos tengan un impacto positivo para la sociedad y/o con el potencial de convertirse en iniciativas exitosas dentro del espectro empresarial del país. La razón que motivó el desarrollo de esta iniciativa fue mejorar las percepciones de los colombianos en concebir al emprendimiento como una actividad productiva de valor agregado para la sociedad, así como proporcionar información relevante sobre aspectos que suelen estar presentes en el desarrollo empresarial.

El programa está conformado por 10 episodios. En cada uno se presentan cuatro emprendimientos en los que los emprendedores deben convencer a los jurados sobre cómo su iniciativa involucra elementos de innovación e impacto social, y que es financieramente sostenible y tiene el potencial de adentrarse en nuevos mercados.

El ejercicio de evaluación estuvo orientado en medir los efectos de Misión Impacto sobre la percepción respecto al emprendimiento y su contribución a la sociedad, la intención de emprender un negocio propio en el corto plazo y el nivel de conocimiento sobre algunos de los requerimientos necesarios para iniciar un negocio.

Para ello, se empleó una metodología experimental, en la que las personas fueron aleatoriamente inducidas a visualizar un compilado de varios capítulos del programa a través de una plataforma virtual diseñada en el marco del estudio. Un segundo grupo –grupo de control– fue invitado a visualizar un programa placebo con algunas similitudes al video de tratamiento en términos de duración, horario de programación y público objetivo, pero con contenidos que no tuvieran ninguna relación con elementos inherentes al emprendimiento. El programa utilizado como placebo fue un capítulo del programa Soldados 1.0, también transmitido por RCN.

# Rp

## RESUMEN DE POLÍTICAS PÚBLICAS

DESARROLLO PRODUCTIVO  
Agosto - 2017

**CAF** BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA

*Otro resultado deseable es que las intenciones a emprender no cambian en los desempleados; es decir, Misión Impacto no está incentivando a los desempleados a convertirse en emprendedores, lo cual podría ser positivo ante la posibilidad de que una fracción importante de estos emprendimientos sea de subsistencia.*

*Un resultado interesante es que los efectos en valoración, en dificultades y en intención de emprender se concentran en personas mayores a 33 años. Estos efectos podrían estar explicados por los mayores niveles de aversión al riesgo que suelen estar presentes en las personas mayores (dado que tienen más responsabilidades, mayor aversión a las pérdidas, entre otros.)*

*No emergen patrones claros que permitan detectar efectos diferenciados por género y entre ciudades grandes y pequeñas.*

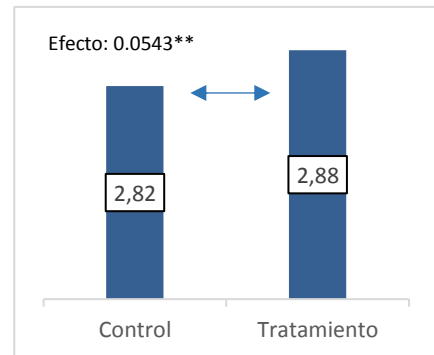
En el estrato alto, además de que no hay efectos en valoración, incrementan las percepciones en torno a las dificultades para iniciar un negocio. Una posible interpretación es que las personas de estrato alto subestimaban las dificultades de iniciar un negocio y la exposición a Misión Impacto pudo haber alterado estas percepciones. En otras palabras, perciben que emprender no es tan sencillo como pensaban antes de ver Misión Impacto. Un resultado importante es que ninguno de estos efectos genera cambios en la intención a emprender. Es decir, el aumento en valoración en el estrato bajo no incide positivamente en la intención a emprender, lo cual es un resultado deseable para minimizar la proliferación de emprendimientos de subsistencia. Por su parte, el incremento de las dificultades tampoco desincentiva las intenciones de emprender en el estrato alto.

Otro resultado importante es que los efectos sobre valoración y las dificultades de emprender se exacerbaban en las personas empleadas. Ambos resultados podrían ser reflejo de que visualizar el programa Misión Impacto dimensiona las dificultades de iniciar un negocio (por la calidad de los emprendimientos presentados), con lo cual tanto la valoración del emprendimiento como la percepción sobre sus dificultades aumentan, en especial para los empleados debido a que, quizás, perciben mejor los sacrificios que implicarían cambiar su empleo por convertirse en emprendedor.

En general, pareciera que todos estos efectos se magnifican cuando se analizan sobre las personas que efectivamente vieron los videos (cumplidores).

## RESULTADOS

El primer efecto que emerge con claridad es un cambio positivo en la valoración del emprendimiento como actividad que agrega valor a la sociedad. En los participantes seleccionados para ver Misión Impacto, estas percepciones cambiaron en aproximadamente 2% (0,09 de una desviación estándar) en comparación con el grupo de control.



Uno de los resultados más interesantes es que los efectos en valoración se concentran en las personas de nivel socioeconómico bajo y, en una de las especificaciones, también aparecen con fuerza para los de nivel socioeconómico medio. Este resultado podría estar explicado por el hecho de que el 50% de las personas de estrato bajo se identificaron con un emprendimiento de enorme potencial liderado por un campesino de orígenes humildes.