

ADVERTIMENT. L'accés als continguts d'aquesta tesi queda condicionat a l'acceptació de les condicions d'ús establertes per la següent llicència Creative Commons:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=ca>

ADVERTENCIA. El acceso a los contenidos de esta tesis queda condicionado a la aceptación de las condiciones de uso establecidas por la siguiente licencia Creative Commons:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=es>

WARNING. The access to the contents of this doctoral thesis it is limited to the acceptance of the use conditions set by the following Creative Commons license:  <https://creativecommons.org/licenses/?lang=en>



Universitat Autònoma de Barcelona

TESIS DOCTORAL



*Tres ensayos sobre las aspiraciones de crecimiento del
emprendedor: Antecedentes, moderadores y consecuencias*

AUTOR: MARIA CECILIA A. HENRIQUEZ DAZA

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DOCTORADO EN CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE GESTIÓN

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA
FACULTAD DE ECONOMIA Y EMPRESA
DOCTORADO EN CREACION Y GESTION DE EMPRESAS

Cali 2023



Universitat Autònoma de Barcelona



TESIS DOCTORAL

*Tres ensayos sobre las aspiraciones de crecimiento del
emprendedor: Antecedentes, moderadores y consecuencias*

AUTOR: MARIA CECILIA A. HENRIQUEZ DAZA

Presentado a la Pontificia Universidad Javeriana Cali y a la Universitat Autònoma de Barcelona,
en cumplimiento de los requisitos para optar al título de Doctorado

Autor:

A handwritten signature in black ink that reads 'MARIA CECILIA HENRIQUEZ DAZA'.

Maria Cecilia Henriquez Daza

Directores:

Joan-Lluís Capelleras PhD.

Universitat Autònoma de Barcelona

Fabián Osorio-Tinoco PhD.

Pontificia Universidad Javeriana Cali

Cali 2023

AGRADECIMIENTOS

Al terminar este proceso son muchas las personas que vienen a la mente y a las que quiero agradecer. En primer lugar, a mi familia. Juan Pablo, por el apoyo y por cubrir mis ausencias de casa. A Valentina y Pablo Andrés por dar alegría a mi vida, por su compañía y motivarme siempre con su inmenso amor. Ya saben que pueden realizar sus sueños.

A mis tutores Joan-Lluís Capelleras y Fabian Fernando Osorio. Su sabiduría y orientación despejaron el camino. Para Joan-Lluís gracias por la claridad, las palabras de aliento y por el apoyo durante los meses de la estancia en la Universidad Autónoma de Barcelona. A Fabian por la exigencia y por la confianza. Su apoyo desde la Javeriana hizo posible sacar adelante este objetivo.

A Lorena y Manuel por acogerme en Barcelona, brindarme un espacio familiar en su hogar durante los meses de la estancia. Fueron un refugio donde encontré la tranquilidad necesaria para terminar este proceso.

A la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, especialmente al Dr. Alberto Arias y a la Dra. Ana Milena Yoshioka por las gestiones para contar con el doctorado en Cali y por el apoyo financiero y de tiempo que me otorgó la Universidad. A Viviana Andrea Gutiérrez, directora del Departamento de Gestión de Organizaciones por permitir la flexibilidad laboral para realizar la estancia de doctorado, sin afectar mis actividades docentes. Gracias por tu comprensión, tu apoyo y voz de aliento en esta última etapa.

Tabla de contenido

1	INTRODUCCION GENERAL	8
1.1	Planteamiento del problema	8
1.2	Objetivos y preguntas de investigación	13
1.2.1	<i>Objetivo General</i>	13
1.2.2	<i>Objetivos específicos</i>	13
1.3	Marco teórico y conceptual	14
1.3.1	<i>Aspiraciones de crecimiento</i>	14
1.3.2	<i>Teoría del crecimiento de la empresa</i>	17
1.3.3	<i>Teoría Social Cognitiva</i>	18
1.3.4	<i>Dimensiones culturales</i>	20
1.3.5	<i>Contexto económico</i>	21
1.4	Contexto general de la investigación y estructura de la tesis	22
1.4.1	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>	22
1.4.2	<i>Contexto e hilos conductores de los artículos</i>	23
2	NIVEL DE INVOLUCRAMIENTO DEL EMPRENDEDOR Y ASPIRACIONES DE CRECIMIENTO. EL ROL MODERADOR DE LA PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES..	34
2.1	Introducción.....	35
2.2	Teoría e hipótesis.....	39
2.2.1	<i>Teoría del crecimiento de la empresa</i>	39
2.2.2	<i>Nivel de involucramiento y aspiraciones de crecimiento</i>	41
2.2.3	<i>El rol moderador de la percepción de oportunidades</i>	45
2.3	Metodología.....	49
2.3.1	<i>Datos</i>	49
2.3.2	<i>Variables y medidas</i>	50
2.3.3	<i>Enfoque metodológico</i>	53
2.4	Resultados.....	55
2.4.1	<i>Análisis descriptivo</i>	55
2.4.2	<i>Resultados del modelo</i>	56
2.5	Discusión	61
2.6	Implicaciones y futuras investigaciones	64
	Referencias.....	67

3	¿EL TEMOR AL FRACASO AFECTA LAS ASPIRACIONES DE CRECIMIENTO? EL ROL MODERADOR DEL COLECTIVISMO INSTITUCIONAL EN PAÍSES EMERGENTES Y DESARROLLADOS	70
3.1	Introducción.....	71
3.2	Teoría e hipótesis.....	74
3.2.1	<i>Teoría Social Cognitiva</i>	74
3.2.2	<i>Temor al fracaso y aspiraciones de crecimiento</i>	76
3.2.3	<i>Moderación del colectivismo institucional</i>	80
3.3	Metodología.....	83
3.3.1	<i>Datos</i>	83
3.3.2	<i>Variables y medidas</i>	85
3.3.3	<i>Enfoque metodológico</i>	87
3.4	Resultados.....	90
3.4.1	<i>Descripción de la muestra</i>	90
3.4.2	<i>Resultados del modelo</i>	92
3.5	Discusión	98
3.6	Implicaciones.....	103
3.7	Limitaciones y futuras investigaciones	104
3.8	Conclusiones.....	105
	Referencias.....	106
4	EFFECTO DE LAS ASPIRACIONES DE CRECIMIENTO EN LA INNOVACION: MODERACION DE LA EVITACIÓN DE LA INCERTIDUMBRE EN PAÍSES EMERGENTES Y DESARROLLADOS	110
4.1	Introducción.....	111
4.2	Teoría e hipótesis.....	115
4.2.1	<i>Teoría social cognitiva</i>	115
4.2.2	<i>Aspiraciones de crecimiento e innovación</i>	117
4.2.3	<i>Moderación de la evitación de la incertidumbre</i>	124
4.3	Metodología.....	130
4.3.1	<i>Datos</i>	130
4.3.2	<i>Variables</i>	131
4.3.3	<i>Enfoque metodológico</i>	133
4.4	Resultados.....	135
4.4.1	<i>Descripción de la muestra</i>	135
4.4.2	<i>Resultados del modelo</i>	138

4.5	Discusión	145
4.6	Implicaciones.....	151
4.7	Limitaciones y futuras investigaciones	152
4.8	Conclusiones.....	153
	Referencias.....	154
5	CONCLUSIONES E IMPLICACIONES.....	160
5.1	Conclusiones.....	161
5.2	Implicaciones para la investigación	164
5.3	Implicaciones prácticas	165
5.4	Limitaciones del estudio y futuras investigaciones	167
	Referencias.....	169
	<i>Anexo #1: Descriptivos por país - segundo artículo</i>	<i>170</i>
	<i>Anexo #2: Descriptivos por país tercer artículo.....</i>	<i>171</i>

INDICE DE FIGURAS

Capítulo 1

Figura #1: Modelo conceptual completo 27

Capítulo 2:

Figura # 2 Modelo conceptual e hipótesis 49

Figura # 3 :Efecto moderador de la percepción de oportunidades en las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores nacientes 60

Figura # 4: Efecto moderador de la percepción de oportunidades en las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores establecidos 60

Capítulo 3

Figura # 5 Modelo conceptual 83

Figura # 6: Efecto moderador del colectivismo institucional en la relación entre el temor al fracaso y las aspiraciones de crecimiento en países emergentes 97

Figura # 7: Efecto marginal promedio del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento en diferentes niveles de colectivismo institucional 98

Capítulo 4

Figura # 8 Modelo conceptual 130

Figura # 9: Efecto moderador de la evitación de la incertidumbre en países emergentes 143

Figura # 10: Efecto moderador de la evitación de la incertidumbre en países desarrollados 143

Figura # 11: Efecto marginal promedio de las aspiraciones de crecimiento en la innovación en diferentes niveles de evitación de la incertidumbre en países emergentes 144

Figura # 12: Efecto marginal promedio de las aspiraciones de crecimiento en la innovación en diferentes niveles de evitación de la incertidumbre en países desarrollados. 145

INDICE DE TABLAS

Capítulo 1

Tabla #1: Estructura general del trabajo	28
------------------------------------------------	----

Capítulo 2

Tabla #2 Descripción de variables	53
-----------------------------------------	----

Tabla #3: Medias, desviaciones standard y correlaciones bivariadas (N=6.492)	58
------------------------------------------------------------------------------------	----

Tabla #4: Empleos actuales y futuros según nivel de involucramiento	58
---------------------------------------------------------------------------	----

Tabla #5: Resultados de la regresión	59
--------------------------------------------	----

Capítulo 3

Tabla #6 : Estadística descriptiva por grupos de países.....	91
--------------------------------------------------------------	----

Tabla #7 : Matriz de correlaciones.....	95
-----------------------------------------	----

Tabla #8 : Resultado del modelo de regresión multinivel	96
---------------------------------------------------------------	----

Capítulo 4

Tabla #9: Estadística descriptiva por grupos de países.....	137
-------------------------------------------------------------	-----

Tabla #10 : Matriz de correlaciones.....	141
------------------------------------------	-----

Tabla #11 : Resultados de la regresión multinivel.....	142
--------------------------------------------------------	-----

1 INTRODUCCION GENERAL

1.1 Planteamiento del problema

La investigación académica ha prestado mucha atención a comprender por qué unas empresas de reciente creación crecen y otras no lo hacen (Davidsson *et al.*, 2006; Gundry y Welsch, 2001; Kolvereid e Isaksen, 2017; McKelvie *et al.*, 2017; Stam y Wennberg, 2009). Ello es debido a que el crecimiento de las nuevas empresas juega un importante papel en la creación de nuevos puestos de trabajo, en el desarrollo regional y en el crecimiento económico de los países (Abdesselam *et al.*, 2018; Aparicio *et al.*, 2016; Bruton *et al.*, 2013; Colombelli *et al.*, 2016; Pisá-Bó *et al.*, 2021; Stam *et al.*, 2012). Varios estudios han mostrado que dicho crecimiento depende en gran parte de las aspiraciones de crecimiento del emprendedor (Baum *et al.*, 2001; Delmar y Wiklund, 2008; Hermans *et al.*, 2015; Kolvereid e Isaksen, 2017; Levie y Autio, 2013; Wiklund y Shepherd, 2003). Esto es así porque si el emprendedor no tiene aspiraciones de crecer es probable que la empresa no crezca, ya que la aspiración de crecer en sí misma es una condición necesaria para el crecimiento (Levie y Autio, 2013; Stam *et al.*, 2012; Stam y Wennberg, 2009).

De ahí que exista un creciente interés en la literatura por identificar los antecedentes y los efectos de las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores. Los estudios previos han mostrado que las aspiraciones son el resultado de características demográficas del emprendedor (Autio y Pathak, 2010; Puente *et al.*, 2017; Van der Zwan *et al.*, 2012), de sus motivaciones y percepciones (Delmar y Wiklund, 2008; Dutta y Thornhill, 2008; Hessels *et al.*, 2008b, 2008a; Tominc y Rebernik, 2007; Verheul y Van Mil, 2011) y de su capital humano y social (Capelleras *et al.*, 2019; Edelman *et al.*, 2010; Gruenhagen *et al.*, 2018; Lajqi y Krasniqi, 2017), entre otros.

Igualmente, la investigación previa ha concluido que el contexto afecta la formación de las aspiraciones de crecimiento. El pluralismo étnico, los derechos de propiedad, el entorno competitivo, el nivel de desempleo y la seguridad social del país, el nivel de confianza institucional, entre otros, han sido vinculadas para explicar las aspiraciones de crecimiento (Capelleras *et al.*, 2016; Dutta y Thornhill, 2008; Efendic *et al.*, 2015, Estrin *et al.*, 2013; Levie y Autio, 2013; Troilo, 2011); asimismo, se ha estudiado la forma en que algunos factores culturales tales como la aceptación social del emprendimiento, el rechazo social al fracaso y la presencia de modelos de roles a nivel regional afectan las aspiraciones de crecimiento (Autio y Pathak, 2010; Capelleras *et al.*, 2019).

En cuanto a los efectos de las aspiraciones de crecimiento, investigaciones anteriores han demostrado una relación positiva entre las aspiraciones y el crecimiento real de la empresa (Baum *et al.*, 2001; Wiklund y Shepherd, 2003). El crecimiento real se ha relacionado con la probabilidad de la primera venta (Brush *et al.*, 2008), con el crecimiento de ventas y con el número de nuevos empleos (Delmar y Wiklund, 2008), con la expansión a nuevos mercados y con la incorporación de desarrollos tecnológicos (Gundry y Welsch, 2001), entre otros. En general se concluye que existe una relación positiva entre las aspiraciones de crecimiento del emprendedor y las estrategias de crecimiento aplicadas en la empresas (Eide *et al.*, 2021; Hanifzadeh *et al.*, 2018).

Sin embargo, existen algunos vacíos tanto en las causas como en los efectos de las aspiraciones de crecimiento. Desconocemos si las aspiraciones de crecimiento cambian con el tiempo y si son diferentes entre aquellos que acaban de crear la empresa y los que llevan más tiempo como emprendedores. La investigación previa ha encontrado que existen diferencias importantes en los desafíos que deben enfrentar los emprendedores nacientes, nuevos y establecidos, las cuales deben ser consideradas cuando se estudian sus aspiraciones de crecimiento (Davidsson, 1991; Martínez y

Bryant, 2016; Reynolds *et al.*, 2005). Asimismo, el temor al fracaso, tan asociado al emprendimiento, ha tenido una limitada vinculación con las aspiraciones de crecimiento. El temor al fracaso es una de las reacciones socio cognitivas que puede amenazar el logro de metas (Bandura, 1986; Wood y Bandura, 1989); ante situaciones de incertidumbre, es probable que el temor al fracaso influya en las decisiones del emprendedor asociadas con el crecimiento. La forma en que los emprendedores enfrentan el temor al fracaso y su impacto en las aspiraciones sigue sin explorarse (Hunter *et al.*, 2021). En cuanto a los efectos de las aspiraciones de crecimiento, su relación con la innovación ha sido poco estudiada. Aunque las empresas pueden crecer de muchas maneras, la innovación es una estrategia gerencial que tiene cada vez más importancia para el crecimiento (Azari *et al.*, 2017; D'Este *et al.*, 2016; Eide *et al.*, 2021; Kyläheiko *et al.*, 2011). Innovar permite a la empresa diferenciar sus ofertas de los competidores (Azari *et al.*, 2017), mejorar su posición competitiva en el mercado, y a futuro un mayor crecimiento del negocio (Love y Roper, 2015). A pesar de la importancia que tiene la innovación para el crecimiento de la empresa, la investigación previa no ha vinculado las aspiraciones de crecimiento como antecedente de la innovación.

En todas estas relaciones, hay unas condiciones culturales y económicas del país que influyen en las acciones y decisiones de los emprendedores. La investigación previa ha resaltado importancia de las influencias culturales en el emprendimiento (Autio *et al.*, 2013; Dheer, 2017; Strauß *et al.*, 2021; Wennberg *et al.*, 2013). Los valores compartidos de una sociedad y la forma como se percibe el riesgo y la incertidumbre influye en el comportamiento del individuo, en sus necesidades, preferencias, motivaciones y actitudes (Dheer, 2017; Strauß *et al.*, 2021; Wennberg *et al.*, 2013). Al respecto, Hofstede (1983) define la cultura colectivista como aquellas estructuras, instituciones y tradiciones que brindan un tejido social a las personas que necesitan apoyo para asumir

actividades que implican riesgos. En cuanto a la cultura de evitación de la incertidumbre, se refiere a la medida en que las sociedades toleran la ambigüedad. Una cultura se caracteriza por una alta evitación de la incertidumbre cuando sus miembros se sienten amenazados por situaciones inciertas o desconocidas (Hofstede, 1983).

El apoyo cultural puede ser determinante de las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores en los países emergentes y en algunos casos, puede compensar las falencias de los entornos institucionales (Tominc y Rebernik, 2007). No obstante, los estudios previos sobre aspiraciones de crecimiento han sido realizados en un solo país o en grupos de países, principalmente desarrollados, con características culturales, económicas y sociales similares. Esto es sorprendente ya que la investigación reconoce la importancia del contexto en la formación de aspiraciones; sin embargo, conocemos poco sobre dichas aspiraciones en diferentes contextos culturales y en países emergentes. Este contexto ofrece dinámicas diferentes al emprendimiento que son más desafiantes para el crecimiento de las nuevas empresas. Las señales de inestabilidad e incertidumbre, característico de países emergentes, desestiman el crecimiento y pueden afectar las aspiraciones de crecimiento (Conroy *et al.*, 2010).

Bajo las anteriores consideraciones, un primer tema a abordar es la relación entre el nivel de involucramiento del emprendedor y sus aspiraciones de crecimiento. En nivel de involucramiento se asocia a las diferentes etapas que va superando el emprendedor, al pasar de ser un emprendedor naciente a ser nuevo o establecido (Grilo y Thurik, 2008). El emprendedor enfrenta los mayores desafíos para consolidar su idea de negocio y crear las bases del crecimiento futuro. El crecimiento no necesariamente es uniforme y los riesgos de fracaso son mayores; pero también lo son los desafíos que debe asumir el emprendedor para lograr el crecimiento. Aquellos emprendedores que se encuentran en las etapas más avanzadas del nivel de involucramiento probablemente cuenten

con una mayor experiencia para percibir oportunidades y tengan aspiraciones de crecimiento diferentes a los que se encuentran en las primeras etapas. Percibir oportunidades ha sido un factor clave en los estudios sobre nuevas empresas (Kirzner, 1979; Shane y Venkataraman, 2000), pero desconocemos la influencia que las oportunidades del entorno ejercen sobre el emprendedor naciente, nuevo y establecido y su efecto en las aspiraciones de crecimiento.

Un segundo tema es el temor a fracasar y su influencia en las aspiraciones de crecimiento, no como un rasgo estático de personalidad sino como reacción socio cognitiva y emocional del individuo a la influencia del contexto. La forma en que el emprendedor asume el temor al fracaso y su efecto en las aspiraciones está aún por explorarse (Hunter *et al.*, 2021). En este caso, argumentamos que la influencia moderadora del colectivismo institucional, como variable cultural, podría atenuar el posible efecto negativo del temor al fracaso en las aspiraciones del emprendedor (Dheer, 2017; Wennberg *et al.*, 2013).

Un tercer tema se relaciona con el efecto de las aspiraciones en la innovación. Recientemente se ha encontrado que las actividades innovadoras median en la relación entre la orientación al crecimiento del emprendedor y el crecimiento de la empresa; esta disposición a innovar se hace evidente en el desarrollo de nuevos productos y servicios (McKelvie *et al.*, 2017). De Jong (2013) plantea que la orientación de un emprendedor al crecimiento, sin actividades innovadoras, seguirá siendo solo eso: una orientación. El contexto cultural bajo el cual se desarrollan estas actividades innovadoras tiene igualmente influencia en sus resultados. Una cultura que evite la incertidumbre puede mediar la relación entre aspiraciones de crecimiento e innovación (Espig *et al.*, 2021; Tekic y Tekic, 2021). Por lo tanto argumentamos que las aspiraciones de crecimiento impulsan la innovación y que esa relación está moderada por la cultura de evitación de la incertidumbre.

Teniendo en cuenta la importancia del contexto económico en estas relaciones, el segundo y tercer tema lo contextualizamos en países desarrollados y emergentes.

1.2 Objetivos y preguntas de investigación

A la luz de los vacíos detectados, los objetivos de la presente investigación son los siguientes:

1.2.1 Objetivo General

Determinar los antecedentes y las consecuencias de las aspiraciones de crecimiento del emprendedor, así como la influencia moderadora del contexto en países desarrollados y emergentes.

1.2.2 Objetivos específicos

- Examinar los cambios en las aspiraciones de crecimiento en cada etapa del proceso de involucramiento emprendedor, e investigar el rol moderador de la percepción de oportunidades en esta relación.
- Analizar el efecto directo del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento, así como el efecto moderador del colectivismo institucional, y las diferencias en los resultados entre países emergentes y desarrollados.
- Determinar el efecto de las aspiraciones de crecimiento en la innovación, bajo contexto cultural de evitación de la incertidumbre, así como evaluar los impactos en países emergentes y desarrollados.

Para dar cumplimiento a estos objetivos se desarrollaron tres artículos que buscaron responder a las siguientes preguntas de investigación:

Para determinar la relación nivel de involucramiento – aspiraciones de crecimiento:

- ¿Cómo cambian las aspiraciones de crecimiento entre los emprendedores nacientes, nuevos y establecidos?
- ¿Cuál es el efecto moderador de la percepción de oportunidades en las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores nacientes, jóvenes y establecidos?

Para determinar la relación entre el temor al fracaso y las aspiraciones de crecimiento, la moderación del colectivismo y la diferencia según nivel de desarrollo:

- ¿El temor al fracaso afecta negativamente las aspiraciones de crecimiento?
- ¿El colectivismo institucional modera el efecto del miedo al fracaso en las aspiraciones de crecimiento?
- ¿Son estas relaciones diferentes en los países desarrollados y emergentes?

Para establecer la relación entre aspiraciones de crecimiento y la innovación, la moderación de la evitación de la incertidumbre y la diferencia según nivel de desarrollo:

- ¿Las aspiraciones de crecimiento del emprendedor afectan positivamente la innovación?
- ¿La cultura de evitación de la incertidumbre modera el efecto de las aspiraciones de crecimiento en la innovación?
- ¿Hay diferencias en estas relaciones entre países desarrollados y emergentes?

1.3 Marco teórico y conceptual

1.3.1 Aspiraciones de crecimiento

El concepto de aspiraciones de crecimiento del emprendedor en los estudios del crecimiento de las empresas fue analizado por Kolvereid (1992), basado en que si la decisión de crear una empresa es una elección del fundador, también lo es la decisión de hacer crecer el negocio. Kolvereid (1992) se basa en los hallazgos de Davidsson (1989), en cuanto a que uno de los determinantes del

crecimiento de las empresas son las motivaciones del emprendedor. A partir de estos resultados se aborda el estudio del crecimiento de las empresas considerando al emprendedor como el principal protagonista. Kolvereid (1992) cuestiona las teorías macroeconómicas que asumen que el crecimiento es un fenómeno natural ajeno a las prioridades del emprendedor. Ambos, Kolvereid (1992) y Davidsson (1991), concluyen que es probable que haya influencias situacionales que afectan la intención de crecimiento (Gundry y Welsch, 2001) y que estas se asocian tanto a la empresa, como al contexto y al emprendedor.

A partir de este punto la investigación se enfoca en explicar aquellos factores que caracterizan lo que Gundry y Welsch (2001) llamaron el emprendimiento ambicioso. El concepto de emprendimiento ambicioso puede unificar la investigación sobre un conjunto fragmentado de conceptos relacionados; estos son las expectativas, las intenciones y las aspiraciones de crecimiento. Esta heterogeneidad del constructo se basa en el hecho de que las contribuciones identificadas no se originan en una fuente conceptual común (Hermans *et al.*, 2015) y plantea la necesidad de crear un marco compartido para explicar el emprendimiento ambicioso.

Al respecto, Hermans *et al.* (2015) en su revisión de literatura intentan dar claridad sobre los diferentes términos asociados al emprendimiento ambicioso. Primero, identifican el concepto expectativas de crecimiento, el cual se ha enfocado en emprendedores en etapa inicial en lugar de emprendedores establecidos. Los emprendedores con altas expectativas son personas que se encuentran creando la empresa y que muestran grandes ambiciones en términos de nuevos empleos esperados, como resultado de las oportunidades y limitaciones que percibe. Segundo, definen las intenciones de crecimiento como aquello que el emprendedor espera lograr, combinado con los esfuerzos que pretende llevar a cabo. Es la disposición del emprendedor para adoptar un comportamiento de búsqueda de crecimiento. La intención de crecimiento combina lo que parece

deseable para el emprendedor (normas y actitudes subjetivas) con lo que él cree que es factible (control conductual sobre oportunidades y limitaciones). Tercero, las aspiraciones de crecimiento las define como aquello que el emprendedor pretende lograr en un periodo de tiempo determinado. Para algunos autores la aspiración de crecimiento se relaciona con la diferencia entre el tamaño actual y el tamaño ideal esperado de la empresa en los próximos cinco años (Davidsson, 1991; Delmar y Wiklund, 2008; Wiklund y Shepherd, 2003). Esta última definición, aspiraciones de crecimiento, propuesta por Hermans *et al.* (2015) es la que se adopta como concepto clave de esta tesis.

El indicador que se ha utilizado en la mayoría de las investigaciones sobre expectativas, intenciones y aspiraciones de crecimiento es el número de empleos que espera crear en los próximos 5 años. A partir de esta precisión, Estrin *et al.* (2013) plantean que no es suficiente con conocer los empleos esperados en 5 años para medir las aspiraciones de crecimiento y propone comparar este indicador con el número de empleos actuales. La razón es que probablemente el número de empleos en 5 años puede ser igual al número de empleos actuales, o menor, lo cual no permite medir aspiraciones de crecimiento. El crecimiento del empleo indica que se ha producido un cambio en la composición organizativa o estrategia de la empresa (Hanks *et al.*, 1993), lo que justifica un aumento en el número de personas que trabajan allí. Este cambio a menudo se debe a la expansión en el alcance de las operaciones de la empresa o a un aumento en las actividades del negocio. Alineados con ese planteamiento, en esta investigación adoptamos la medición de aspiraciones de crecimiento propuestas por Estrin *et al.* (2013), básicamente porque de esa forma es posible medir los cambios que reflejan un crecimiento de las actividades de la empresa.

1.3.2 Teoría del crecimiento de la empresa

El análisis del primer artículo lo basamos en la Teoría del crecimiento de la empresa. Según Penrose (1959) el crecimiento de la empresa está en función de un conjunto de recursos que se combinan y acumulan en el tiempo. Las capacidades y experiencia del emprendedor, combinada con los recursos de la empresa, interactúan con oportunidades externas para lograr el crecimiento. Penrose resalta que un emprendedor con mayor experiencia gerencial puede reconocer mejor aquellas oportunidades para generar mayor crecimiento, independientemente de los cambios en el entorno. La experiencia aporta conocimiento específico sobre las oportunidades productivas que son únicas para esta empresa (Penrose, 1959). Dentro de los planteamientos de Penrose, las influencias externas pueden ser el factor decisivo para el crecimiento. Si hay oportunidades rentables, se convierten en un incentivo externo para expandirse. Pero el crecimiento solo será posible si la empresa cuenta con los recursos internos que le dan una ventaja sobre aquellas empresas menos calificadas.

Penrose (1959) se refiere a la empresa como una predisposición psicológica por parte del individuo para arriesgarse con la esperanza de obtener ganancias (Efendic *et al.*, 2015). Tanto la existencia de metas y aspiraciones de crecimiento como los aprendizajes y experiencia del emprendedor son relevantes para el crecimiento posterior de la empresa (Davidsson, 1989; Hessels *et al.*, 2008; Renko *et al.*, 2012; Wiklund y Delmar, 2003). La experiencia que adquiere el emprendedor con el tiempo, fortalece su capacidad para identificar las oportunidades e influye en la búsqueda de nuevos objetivos de crecimiento (Efendic *et al.*, 2015; Messersmith y Wales, 2013; Unger *et al.*, 2011). La experiencia, el conocimiento y las habilidades derivadas del ejercicio emprendedor son consideradas un recurso crítico cuando se analizan las aspiraciones de una empresa y brindan a

quien lo tiene un mejor conocimiento de clientes, proveedores, productos y servicios dentro de su negocio (Unger *et al.*, 2011).

En línea con los anteriores planteamientos, algunos autores han definido el emprendimiento como un camino de vida, en donde se van acumulando experiencias y aprendizajes. Es un proceso dinámico que incorpora elementos individuales, organizacionales y de contexto que se reflejan en las acciones y decisiones del emprendedor para que la empresa crezca (Chandler *et al.*, 2011; Martínez 2016; Sarasvathy, 2009; Ucbasaran *et al.*, 2009).

1.3.3 Teoría Social Cognitiva

El segundo y tercer artículo lo analizamos bajo la Teoría social cognitiva - TSC-, la cual explica el comportamiento humano como resultado de la relación recíproca entre los factores cognitivos, otros factores personales y los eventos ambientales. El individuo y su entorno se influyen mutua y bidireccionalmente; debido a esto, los individuos son tanto productos como productores de su entorno (Bandura, 1986; Wood y Bandura, 1989). La esencia de la TSC es que el comportamiento humano está moldeado y determinado tanto por las características del individuo como por el contexto (Bandura, 1999). Desde la perspectiva de la teoría socio cognitiva, el funcionamiento psicosocial se aborda en términos de causalidad recíproca triádica. En esta estructura causal, el comportamiento, los factores cognitivos y otros factores personales y los eventos ambientales operan como determinantes interactuantes que se influyen mutuamente (Bandura, 1988; Wood y Bandura, 1989).

La TSC aporta tres aspectos especialmente relevantes para el análisis de las organizaciones: primero el desarrollo de las competencias cognitivas, sociales y conductuales de las personas a través modelos. Segundo, las creencias de las personas en sus capacidades para que usen sus

talentos efectivamente. Tercero, la mejora de la motivación de las personas a través de sistemas de objetivos (Bandura, 1988; Wood y Bandura, 1989).

Desde la TSC los contextos amenazantes juegan un papel central en las decisiones del individuo. Algunos pueden ejercer control y enfrentan la amenaza mientras que otros por el contrario se detienen en sus deficiencias y ven muchos aspectos de su entorno como amenazantes (Ozer y Bandura, 1990). Las formas diversas en que un individuo asume amenazas del entorno puede ser un fuerte predictor del comportamiento humano (Bandura, 1986; Wood y Bandura, 1989). Al respecto, Dutta y Thornhill (2008) concluyeron que las percepciones y reacciones del emprendedor a las condiciones competitivas del entorno cambian con el tiempo y modifican sus intenciones de crecimiento.

Algunos de los postulados de la TSC se han vinculado a estudios que explican el comportamiento emprendedor (Arenius y Minniti, 2005; Boudreaux *et al.*, 2019; Cacciotti y Hayton, 2015; Dutta y Sobel, 2020; Morgan y Sisak, 2016). Por un lado, experimentar el miedo al fracaso frente a los obstáculos puede servir como una señal de advertencia y brinda información adicional que indica si una oportunidad de negocio debe llevarse adelante o no (Kollmann *et al.*, 2017). Cuando las personas creen que un resultado es difícil de obtener y la probabilidad de fracaso es alta, es posible que el temor a fracasar afecte su comportamiento futuro (Wood y Bandura, 1989).

Por otra parte, bajo el marco de la TSC se considera que la innovación en una empresa está determinada por la relación entre las personas y los equipos de trabajo, con las variables del entorno (Chakrabarty, 2020), las cuales puede moderar el efecto de la innovación en el desempeño de la empresa (Kafetzopoulos *et al.*, 2019; Tsai y Yang, 2013; Wang y Lin, 2012). La influencia del contexto cultural y económico puede facilitar la innovación ya que proporciona seguridad,

reducen el riesgo e incertidumbre y pueden influir en la relación entre las motivaciones cognitivas de los emprendedores y en su capacidad de innovación (Arabiyat *et al.*, 2019).

1.3.4 Dimensiones culturales

La cultura se ha definido como la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de una sociedad o de una categoría de personas de otra (Hofstede, 1983). Los individuos a pesar de tener percepciones similares del contexto, pueden comportarse de manera diferente según la cultura en que se encuentran inmersos, de acuerdo con sus atributos personales (Wennberg *et al.*, 2013). Stenholm *et al.* (2013) se refieren a la cultura como las concepciones compartidas que constituyen la naturaleza de la realidad social y los marcos a través de los cuales los individuos interpretan la información. En ese sentido, incluye valores, supuestos, creencias, prácticas, símbolos, normas, sistemas de creación de significado y marcos interpretativos que unen a los miembros de una sociedad entre sí y los distinguen de los de otras sociedades (Hofstede 2001). A nivel micro, la cultura influye en las cogniciones y los sistemas interpretativos de las personas y da forma a sus necesidades, preferencias, motivaciones, comportamientos, experiencias y actitudes (Dheer, 2017).

Los valores culturales de la sociedad influyen en la decisión individual de emprender. Y no todas las sociedades fomentan la actividad emprendedora y la innovación con la misma eficacia (Bruton *et al.*, 2010). El entorno sociocultural afecta la explotación de las oportunidades para emprender al influir en la intención, los riesgos percibidos y los beneficios de las actividades empresariales (Shane, 2003). Los valores compartidos de una sociedad y la forma como la cultura percibe el riesgo y la incertidumbre influye en el comportamiento emprendedor y se relaciona directa o indirectamente con el grado en que se generan empresas dispuestas a asumir riesgos (Gaganis *et al.*, 2019).

Las dimensiones culturales han sido ampliamente utilizadas para explicar las diferencias en las tasas de actividad emprendedora entre las naciones (De Clercq *et al.*, 2010; Dheer, 2017; Liñán y Fernandez-Serrano, 2014; Tekic y Tekic, 2021; Urbano y Alvarez, 2014). Al ser un constructo colectivo, la cultura de un país influye en las decisiones de los individuos (Autio *et al.*, 2013, 2014; Hofstede, 1983) y puede explicar las diferencias en el comportamiento emprendedor entre países.

1.3.5 Contexto económico

La presente investigación tiene en cuenta el contexto económico de los países vinculados al estudio. La importancia de analizar estos comportamientos teniendo en cuenta el nivel de desarrollo económico del país se basa en que la actividad emprendedora no puede explicarse sin vincular las características individuales y el entorno en el que operan los empresarios (Shane y Venkataraman, 2000), especialmente cuando los análisis se centran en mezclas heterogéneas de países desarrollados y países emergentes. Las economías emergentes desafían las teorías desarrolladas para explicar los fenómenos en las economías maduras, que son relativamente estables y eficientes. Las empresas en economías emergentes tienen diferencias únicas. Este contexto ofrece dinámicas diferentes al emprendimiento que son más desafiantes para el crecimiento de las nuevas empresas. Una economía emergente se ha definido como un país de bajos ingresos y de rápido crecimiento que utiliza la liberalización económica como su principal motor de crecimiento (Hoskisson *et al.*, 2000). En estos países la creación y crecimiento de empresas promueve el crecimiento económico y el desarrollo, crean nuevos conocimientos e incrementan el empleo y la productividad (Dileo y García Pereiro, 2018). El marco económico de una nación determina las acciones estratégicas de las empresas y eso es particularmente diverso en las economías emergentes. Las señales de inestabilidad e incertidumbre, característico de países

emergentes, desestimulan el crecimiento y pueden afectar las aspiraciones de crecimiento (Conroy *et al.*, 2010). La combinación única instituciones formales e informales, la dotación de recursos naturales, altas existencias de capital humano, bajas existencias de capital financiero a menudo crean entornos particulares en los que las estrategias de crecimiento de las empresas probablemente sean diferentes a las de economías desarrolladas (Manev y Manolova, 2010).

La investigación sobre aspiraciones de crecimiento y cultura se ha concentrado en países desarrollados. Los conocimientos recopilados para economías desarrolladas pueden no ser apropiados para economías emergentes (Bruton *et al.*, 2013). Por lo tanto, es necesario evaluar si las perspectivas teóricas utilizadas en contextos de mercados desarrollados son válidas en mercados emergentes. Los importantes cambios económicos y políticos que han ocurrido en muchas economías emergentes brindan escenarios distintivos y dinámicos únicos para analizar el proceso emprendedor en estos países (Kiss *et al.*, 2012).

1.4 Contexto general de la investigación y estructura de la tesis

1.4.1 Global Entrepreneurship Monitor

La presente investigación utiliza las bases de datos del Global Entrepreneurship Monitor en sus 3 artículos. GEM lleva a cabo investigaciones basadas en encuestas sobre emprendimiento y ecosistemas de emprendimiento en todo el mundo. GEM comenzó en 1999 como un proyecto de investigación conjunto entre Babson College (EE. UU.) y London Business School (Reino Unido). El consorcio se ha convertido en la fuente más rica de información fiable sobre el estado del emprendimiento y los ecosistemas empresariales en todo el mundo, publicando no solo el Informe global GEM anualmente, sino también una variedad de informes nacionales y de temas especiales cada año. El primer estudio anual de GEM abarcó 10 países; desde entonces, unos 120 países de todos los rincones del mundo han participado en la investigación (GEM, 2022). Los datos se han

reunido para facilitar las comparaciones entre países en el nivel de actividad empresarial nacional, estimar el papel de la actividad empresarial en el crecimiento económico nacional, determinar los factores que explican las diferencias nacionales en el nivel de actividad empresarial y facilitar las políticas que pueden ser efecto en la mejora del espíritu empresarial (Reynolds *et al.*, 2005).

Una característica importante del GEM es que centra el análisis desde la perspectiva del individuo, es decir, no solo estudia el resultado del emprendimiento desde la actividad, sino también desde las intenciones, percepciones y creencias de la población adulta de un país hacia el emprendimiento (GEM-Colombia, 2022). Las nuevas empresas son, en la mayoría de los casos, iniciadas por individuos. Por lo tanto, se comprende a la actividad emprendedora como un proceso en el cual una persona transita por cuatro posibles fases o etapas. El criterio utilizado por GEM para esta clasificación es el tiempo de pago de salario a alguna persona incluido el propietario. De esa forma, se clasifican los emprendedores en 4 grupos: potencial (intención), naciente (0-3 meses), nuevo (entre 3 y 42 meses), establecido (más de 42 meses) (Reynolds *et al.*, 2005).

1.4.2 Contexto e hilos conductores de los artículos

Esta disertación tiene varias características alineadas con los objetivos, y que son su hilo conductor. Primero, analizamos las aspiraciones de crecimiento teniendo en cuenta a emprendedores que ya tienen una empresa constituida y que se clasifican como nacientes, nuevos y establecidos. Adoptamos esta clasificación del Global Entrepreneurship Monitor de emprendedores nacientes, nuevos y establecidos precisadas en el punto anterior. Estas etapas encajan en lo que Grilo y Thurik (2008) y Hessels *et al.* (2011) denominaron el nivel de involucramiento o el *entrepreneurial engagement*; esto incluye diferentes pasos en el proceso emprendedor, desde el grado inicial de involucramiento (emprendedor potencial) hasta el nivel más alto (emprendedor establecido).

Segundo, considera las diferencias entre los países emergentes y desarrollados. El primer artículo se contextualiza en Colombia, un país emergente que se encuentra en etapa posconflicto y en donde el emprendimiento ha jugado un papel clave para la generación de empleo y el crecimiento económico. Los otros dos artículos se basan en información de 27 países desarrollados y 15 emergentes. El contexto económico se define a partir de la clasificación del Índice de desarrollo humano -IDH- del Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo- PNUD-. Este programa considera, para el IDH, el índice de esperanza de vida, índice de nivel de educación y el ingreso nacional bruto per cápita, componentes importantes del nivel de bienestar de las personas en un país (Escandon-Barbosa *et al.*, 2019). El crecimiento económico del país proporcionan el marco institucional para el desarrollo de oportunidades de crecimiento de las empresas y, por lo tanto, se asume que las aspiraciones del emprendedor están relacionadas con los factores económicos del país (Thurik *et al.*, 2008). En países desarrollados los recursos, el conocimiento y la tecnología están más disponibles que en las regiones menos desarrolladas, lo que probablemente ofrecerá oportunidades de crecimiento para emprendedores individuales (Hessels *et al.*, 2008a)

Tercero, vincula la moderación de variables a nivel país con relaciones a nivel individuos; esto aporta a mayor comprensión de cómo variables de contexto afectan las decisiones de los habitantes de cada país. En el primer artículo se vincula la moderación de la percepción de oportunidades, en el segundo el colectivismo institucional y en el tercero la cultura de evitación de la incertidumbre.

Cuarto, se abordan las aspiraciones de crecimiento no solo como efecto (primer y segundo artículo) sino como impulsoras de decisiones estratégicas en la empresa (tercer artículo). Aunque algunos trabajos han abordado el efecto de las aspiraciones de crecimiento en el crecimiento real, las actividades innovadoras como decisión estratégica de un emprendedor no se han vinculado como efecto de las aspiraciones de crecimiento.

Siguiendo estos hilos conductores, se desarrollaron tres artículos, presentados en los capítulos 2, 3 y 4 de este documento. El primer artículo denominado *Nivel de involucramiento del emprendedor y sus aspiraciones de crecimiento: Rol moderador de la percepción de oportunidades*. Para este primer artículo tomamos información de Colombia, país que ofrece interesantes desafíos para realizar estudios sobre emprendimiento. Colombia es un país en etapa postconflicto, en donde las diferentes formas de emprendimiento planteadas por Baumol (1990) están presentes. Por un lado, el narcotráfico y sus actividades conexas (destructiva), un entorno de incertidumbre e inestabilidad que no da garantía a nuevas inversiones (improductivo), y al mismo tiempo una diversidad de la economía y el crecimiento de sectores como el de los servicios (productivo). Esta configuración diversa es un escenario único para examinar la relación entre nivel de involucramiento del emprendedor y sus aspiraciones de crecimiento; igualmente planteamos que esta relación puede ser moderada por la percepción de oportunidades que ofrece este contexto.

Para analizar estas relaciones utilizamos los datos del Global Entrepreneurship Monitor - GEM- para Colombia entre los años 2012 y 2016. El nivel de involucramiento y las aspiraciones de crecimiento se toman de las bases de datos individuales, compuesta por un total de 6.492 registros y la percepción de oportunidades de la base de datos armonizada a nivel nacional. Se incluyen solamente aquellos emprendedores que manifiestan tener una empresa y que GEM clasifica como nacientes (0 a 3 meses), nuevos (entre 3 y 36 meses) y establecidos (más de 36 meses). Este primer artículo titulado *Entrepreneurial Engagement and Growth Aspirations: The moderating role of opportunity perception* fue publicado en *International Review of Entrepreneurship* Vol 17 Issue 2 2019 pg. 189-212.

Para el segundo artículo denominado *¿El temor al fracaso afecta las aspiraciones de crecimiento? El rol moderador del colectivismo institucional en países emergentes y desarrollados*, analizamos la relación entre el temor al fracaso y las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores y la moderación del colectivismo institucional. Con esto damos cumplimiento al segundo objetivo específico del trabajo. Presentamos evidencia sobre la relación negativa del temor al fracaso y las aspiraciones de crecimiento, y demostramos que el colectivismo institucional mitiga ese efecto negativo. Los resultados de la moderación muestran diferencias significativas entre los países desarrollados y emergentes, lo cual es un importante aporte de nuestro trabajo que amplía los límites de la investigación sobre aspiraciones de crecimiento.

En el tercero, *Innovación impulsada por las aspiraciones de crecimiento. Moderación de la evitación de la incertidumbre en países emergentes y desarrollados*, analizamos las aspiraciones de crecimiento como antecedente de la innovación y vinculamos la variable cultural evitación de la incertidumbre como moderadora de esta relación. Este artículo responde al tercer objetivo específico propuesto en este trabajo. Aportamos evidencia del impacto positivo de las aspiraciones de crecimiento en la innovación. Un resultado interesante es el efecto moderador de la evitación de la incertidumbre entre países emergentes y desarrollados, confirmando que la innovación tiene dinámicas diferentes en los países emergentes que deben ser vinculadas a la investigación futura.

En los artículos 2 y 3 ampliamos nuestras bases de datos del GEM con la información entre 2014 y 2019 para 42 países, los cuales se clasificaron como países desarrollados (27) y emergentes (15). Esta agrupación según nivel de desarrollo se hace teniendo en cuenta la clasificación del Índice de Desarrollo Humano del PNUD. La muestra final para el segundo artículo fue de 136.427 y para el tercero de 134.439 emprendedores que manifiestan tener una empresa creada. Igualmente vinculamos las variables culturales del Global Leadership and Organizational Behavior

Effectiveness - GLOBE-, el cual estudia los comportamientos culturales que diferencian los países. GLOBE conceptualizó y desarrolló medidas de nueve dimensiones de cultura entre las cuales se encuentran el colectivismo institucional (segundo artículo) y la evitación de la incertidumbre (tercer artículo).

Finalmente, en el capítulo 5 integramos las conclusiones generales, contribuciones y futuras investigaciones. El modelo conceptual presentado en la Figura #1 se muestra las variables y relaciones planteadas para cada uno de los artículos de la tesis.

Como se observa, integramos tanto los antecedentes de las aspiraciones de crecimiento en el primer y segundo artículo – nivel de involucramiento y temor al fracaso-, así como sus efectos en el tercer artículo – innovación-. Igualmente se pueden observar gráficamente los dos niveles de análisis al vincular variables moderadoras a nivel de país con las variables del individuo para cada artículo.

Figura #1: Modelo conceptual completo

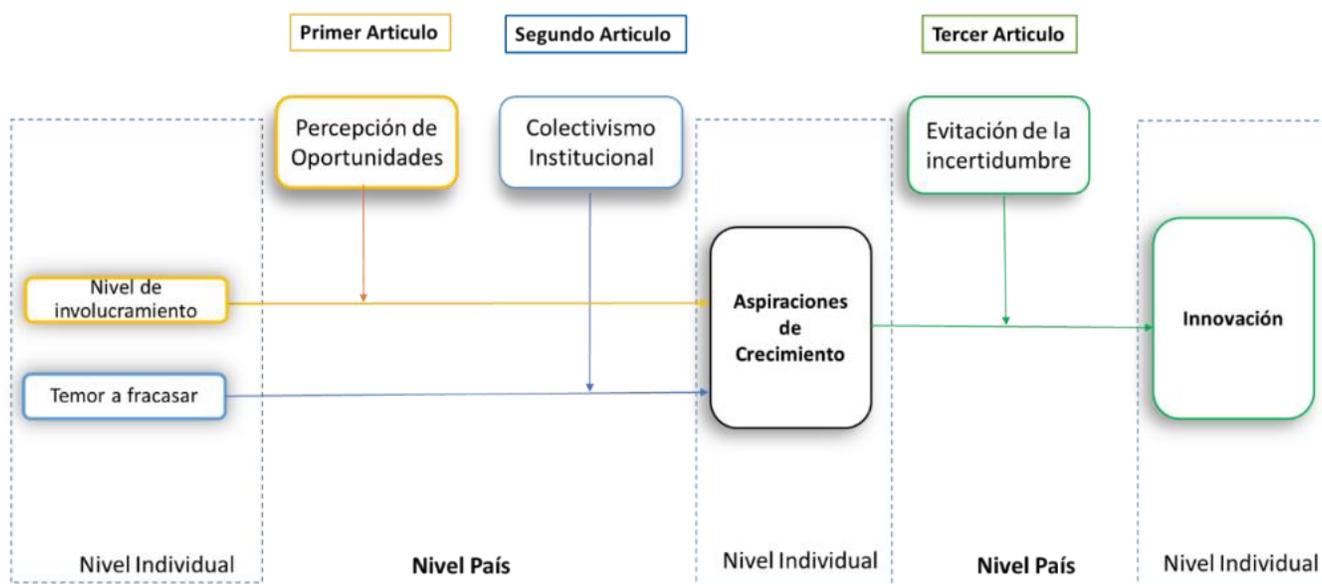


Tabla # 1: Estructura general del trabajo

	PRIMER ARTICULO	SEGUNDO ARTICULO	TERCER ARTICULO
Título	El nivel de involucramiento y las aspiraciones de crecimiento. El rol moderador de la percepción de oportunidades	¿El temor al fracaso afecta las aspiraciones de crecimiento? El rol moderador del colectivismo institucional en países emergentes y desarrollados.	Innovación impulsada por las aspiraciones de crecimiento. Moderación de la evitación de la incertidumbre en países emergentes y desarrollados.
Preguntas de investigación	¿Cómo cambian las aspiraciones de crecimiento entre los emprendedores nacientes, nuevos y establecidos? •Cuál es el efecto moderador de la percepción de oportunidades en las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores nacientes, jóvenes y establecidos?	¿El temor al fracaso afecta negativamente las aspiraciones de crecimiento? ¿El colectivismo institucional modera el efecto del miedo al fracaso en las aspiraciones de crecimiento? ¿Son estas relaciones diferentes en los países desarrollados y emergentes?	¿Las aspiraciones de crecimiento del emprendedor afectan positivamente la innovación? ¿La cultura de evitación de la incertidumbre modera el efecto de las aspiraciones de crecimiento en la innovación? ¿Hay diferencias en estas relaciones entre países desarrollados y emergentes?
Marco teórico	Teoría del crecimiento de la empresa (Penrose, 1959)	Teoría Socio- cognitiva (Bandura, 1986)	Teoría Socio- cognitiva (Bandura, 1986)
Bases de datos y muestra	GEM individual Colombia 2012 a 2016. 6.492 registros	GEM Individual 2014 a 2019. 42 países. 27 desarrollados y 15 Emergentes. GLOBE, IDH del PNUD, Doing Business del Banco Mundial. 136.427 registros	GEM Individual 2014 a 2019. 42 países. 27 desarrollados y 15 Emergentes. GLOBE, IDH del PNUD, Doing Business del Banco Mundial 134.439 registros
Variable dependiente	Aspiraciones de crecimiento	Aspiraciones de crecimiento	Innovación
Variable independiente	Nivel de involucramiento de emprendedor	Temor al fracaso	Aspiraciones de crecimiento
Variable moderadora	Percepción de oportunidades	Colectivismo Institucional	Evitación de la incertidumbre
Modelo de análisis	Regresión Lineal Múltiple	Regresión Multinivel	Regresión Multinivel
Principales resultados	Las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores nacientes son más altas que las de nuevos y establecidos. Este resultado se invierte con la moderación de la percepción de oportunidades, cuyo efecto aumenta las aspiraciones de crecimiento de los establecidos y reduce las aspiraciones de los nacientes y los nuevos.	El temor al fracaso impacta negativamente en las aspiraciones de crecimiento y el efecto negativo es mayor en países desarrollados. La moderación del colectivismo institucional muestra un resultado positivo y significativo solamente en países emergentes.	Las aspiraciones de crecimiento tienen un resultado positivo y significativo en la innovación, tanto en países emergentes como desarrollados. La moderación de la evitación de la incertidumbre muestra un efecto negativo en países desarrollados y un efecto positivo en países emergentes, ambos significativos.

Referencias

Referencias

- Abdesselam, R., Bonnet, J., Renou-Maissant, P., & Aubry, M. (2018). Entrepreneurship, economic development, and institutional environment: evidence from OECD countries. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(4), 504–546.
- Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, 102, 45–61.
- Arabiyat, T. S., Mdanat, M., Haffar, M., Ghoneim, A., & Arabiyat, O. (2019). The influence of institutional and conductive aspects on entrepreneurial innovation: Evidence from GEM data. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(3), 366–389.
- Arenius, P. and Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), p 233-247.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy*, 43(7), 1097–1108. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.01.015>
- Autio, E., & Pathak, S. (2010). Entrepreneur's exit experience and growth aspirations. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 30(5), 1–15.
- Autio, E., Pathak, S., & Wennberg, K. (2013). Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors. *Journal of International Business Studies*, 1–29.
- Azari, M. J., Madsen, T. K., & Moen, Ø. (2017). Antecedent and outcomes of innovation-based growth strategies for exporting SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(4), 733–752.
- Bandura, A. (1986). The Explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 4(3), 359–373.
- Bandura, A. (1988). Organisational applications of social cognitive theory. *Australian Journal of Management*, 13(2), 275–302.
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory: An agentic Albert Bandura. *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 21–41.
- Baum, J. Locke, E. and Smith, K. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), p 292-303.
- Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11, 3–22.
- Boudreaux, C. J., Nikolaev, B. N., & Klein, P. (2019). Socio-cognitive traits and entrepreneurship: The moderating role of economic institutions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 178–196.
- Brush, C. G., Edelman, L. F., & Manolova, T. S. (2008). The effects of initial location, aspirations, and resources on likelihood of first sale in nascent firms. *Journal of Small Business Management*, 46(2), 159–182.
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(3), 421–440.
- Bruton, G., Filatotchev, I., Si, S., & Mike, W. (2013). Entrepreneurship and strategy in emerging economies. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7, 169–180.
- Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Allen, D. G. (2020). Entrepreneurial fear of failure: Scale development and validation. *Journal of Business Venturing*, 35(5), 106041.
- Capelleras, J.-L., Contin-Pilart, I., Larraza-Kintana, M., & Martin-Sanchez, V. (2019). Entrepreneurs' human capital and growth aspirations: the moderating role of regional entrepreneurial culture. *Small Business Economics*, 52(1), 3–25.
- Chakrabarty, S. (2020). Sociocognitive Relationships for Innovation under Institutional Constraints. *Journal of Management Inquiry*.

- Chandler, G. N., DeTienne, D. R., McKelvie, A., & Mumford, T. V. (2011). Causation and effectuation processes: A validation study. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 375–390.
- Colombelli, A., Krafft, J., & Vivarelli, M. (2016). To be born is not enough: the key role of innovative start-ups. *Small Business Economics*, 47(2), 277–291.
- Conroy, D. E., Willow, J. P., & Jonathan, N. (2010). Multidimensional Fear of Failure Measurement : The Performance Failure Appraisal Inventory. *Journal of Applied Sport Psychology*, 14(2), 76–90.
- D’Este, P., Amara, N., & Olmos-Peñuela, J. (2016). Fostering novelty while reducing failure: Balancing the twin challenges of product innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 113, 280–292.
- Davidsson, P. (1989). Entrepreneurship — And after? A study of growth willingness in small firms. *Journal of Business Venturing*, 4(3), p 211-226.
- Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6(6), p 405-429.
- Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (2006). Entrepreneurship as growth; growth as entrepreneurship. In *Entrepreneurship and the growth of firms* (pp. 21–38).
- De Clercq, D., Danis, W. M., & Dakhli, M. (2010). The moderating effect of institutional context on the relationship between associational activity and new business activity in emerging economies. *International Business Review*, 19(1), 85–101.
- De Jong, J. P. J. (2013). The decision to exploit opportunities for innovation: A study of high-tech small-business owners. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37(2), 281–301.
- Delmar, F., & Wiklund, J. (2008). The effect of small business managers’ growth motivation on firm growth: A longitudinal study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, May, 437–457.
- Dheer, R. (2017). Cross-national differences in entrepreneurial activity: role of culture and institutional factors. *Small Business Economics*, 48(4), 813–842.
- Dileo, I., & García Pereiro, T. (2018). Assessing the impact of individual and context factors on the entrepreneurial process. A cross-country multilevel approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1–49.
- Dutta, D., & Thornhill, S. (2008). The evolution of growth intentions: toward a cognition-based model. *Journal of Business Venturing*, 23(3), p 307-332.
- Dutta, N., & Sobel, R. S. (2020). Entrepreneurship, fear of failure, and economic policy. *European Journal of Political Economy*, 66(August 2020), 101954.
- Edelman, L. F., Brush, C. G., Manolova, T. S., & Greene, P. G. (2010). Start-up motivations and growth intentions of minority nascent entrepreneurs. *Journal of Small Business Management*, 48(2), 174–196.
- Efendic, A., Mickiewicz, T., & Rebmann, A. (2015). Growth aspirations and social capital: Young firms in a post-conflict environment. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(5), 537–561.
- Eide, A. E., Moen, Ø., Madsen, T. K., & Azari, M. J. (2021). Growth aspirations in SMEs: managerial determinants and organizational outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 640–665.
- Espig, A., Mazzini, I. T., Zimmermann, C., & Castro de Carvalho, L. (2021). National culture and innovation : a multidimensional analysis. *Innovation and Management Review*, Junio, 2–17.
- Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2013). Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations? *Journal of Business Venturing*, 28(4), p 564-580.
- Gaganis, C., Hasan, I., Papadimitri, P., & Tasiou, M. (2019). National culture and risk-taking: Evidence from the insurance industry. *Journal of Business Research*, 97(April 2018), 104–116.
- GEM-Colombia. (2022). *Nuestro reto: impactar la dinámica emprendedora colombiana GEM Colombia 2021-2022* (Vol. 7, Issue 2).
- Grilo, I., & Thurik, R. (2008). Determinants of entrepreneurial engagement levels in Europe and the US. *Industrial and Corporate Change*, 17(6), 1113–1145.
- Gruenhagen, J. H., Sawang, S., Gordon, S. R., & Davidsson, P. (2018). International experience, growth aspirations, and the internationalisation of new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(3), 421–440.

- Gundry, L. K., & Welsch, H. P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 453–470.
- Hanifzadeh, F., Talebi, K., & Sajadi, S. M. (2018). The analysis of effect of aspiration to growth of managers for SMEs growth case study. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 10(2), 277–301.
- Hanks, S., Watson, C., Jansen, E., & Chandler, G. (1993). Tightening the life-cycle construct : A taxonomic study of growth stage configurations in high-technology organizations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, p 5-29.
- Hermans, J., Vanderstraeten, J., Van Witteloostuijn, A., Dejardin, M., Ramdani, D., & Stam, E. (2015). Ambitious entrepreneurship: A review of growth aspirations, intentions, and expectations. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 17(August), 127–160.
- Hessels, J., Grilo, I., Thurik, R., & van der Zwan, P. (2011). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3), p 447-471.
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008a). Drivers of entrepreneurial aspirations at the country level: The role of start-up motivations and social security. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), 401–417.
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008b). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323–339.
- Hofstede, G. (1983). National cultures in four dimensions: A research based theory of cultural differences among nations. *International Studies of Management & Organization*, 13(1/2), 46–74.
- Hoskisson, R., Eden, L., Lau, C., & Wright, M. (2000). Strategy in emerging economies. *Academy of Management Journal*, 43(3), 249–267.
- Hunter, E., Jenkins, A., & Mark-Herbert, C. (2021). When fear of failure leads to intentions to act entrepreneurially: Insights from threat appraisals and coping efficacy. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 39(5), 407–423.
- Kafetzopoulos, D., Psomas, E., & Skalkos, D. (2019). Innovation dimensions and business performance under environmental uncertainty. *European Journal of Innovation Management*, 23(5), 856–876.
- Kao, C., & Hung, H.-T. (2008). Efficiency analysis of university departments: An empirical study. *Omega*, 36(4), 653–664.
- Kirzner, I. (1979). *Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Kiss, A. N., Danis, W. M., & Cavusgil, S. T. (2012). International entrepreneurship research in emerging economies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Venturing*, 27(2), 266–290.
- Kollmann, T., Stöckmann, C., & Kensbock, J. M. (2017). Fear of failure as a mediator of the relationship between obstacles and nascent entrepreneurial activity - An experimental approach. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 280–301.
- Kolvereid, L. (1992). Growth aspirations among Norwegian entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 7(3), 209–222.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. J. (2017). Expectations and achievements in new firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(3), 649–668.
- Krasniqi, B. A., & Mustafa, M. (2016). Small firm growth in a post-conflict environment: the role of human capital, institutional quality, and managerial capacities. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1165–1207.
- Kyläheiko, K., Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S., & Tuppur, A. (2011). Innovation and internationalization as growth strategies: The role of technological capabilities and appropriability. *International Business Review*, 20(5), 508–520.
- Lajqi, S., & Krasniqi, B. A. (2017). Entrepreneurial growth aspirations in challenging environment: The role of institutional quality, human and social capital. *Strategic Change*, 26(4), 385–401.
- Levie, J., & Autio, E. (2013). Growth and growth intentions: A meta-analysis of existing evidence. *Enterprise Research Centre*, 1, p 1-44.
- Liñán, F., & Fernandez-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: Different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42(4), 685–701.

- Love, J. H., & Roper, S. (2015). SME innovation, exporting and growth: A review of existing evidence. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(1), 28–48.
- Manev, I. M., & Manolova, T. S. (2010). Entrepreneurship in transitional economies: Review and integration of two decades of research. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(1), 69–99.
- Martinez, C., & Bryant, P. (2016). Experiencing value over time : An integrative theory of entrepreneurial engagement and disengagement. *Presented at AOM 2016*.
- McKelvie, A., Brattström, A., & Wennberg, K. (2017). How young firms achieve growth: reconciling the roles of growth motivation and innovative activities. *Small Business Economics*, 1–21.
- Messersmith, J., & Wales, W. (2011). Entrepreneurial orientation and performance in young firms: The role of human resource management. *International Small Business Journal*, 31(2), p 115-136.
- Morgan, J., & Sisak, D. (2016). Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. *Journal of Business Venturing*, 31(1), 1–21.
- Ozer, E. M., & Bandura, A. (1990). Mechanisms governing empowerment effects: A self-efficacy analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(3), 472–486.
- Penrose, E. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Oxford University Press.
- Pisá-Bó, M., López-Muñoz, J. F., & Novejarque-Civera, J. (2021). The ever-changing socioeconomic conditions for entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(3), 1335–1355.
- Puente, R., Cervilla, M. A., Gonzalez, C. G., & Auletta, N. (2017). Determinants of the growth aspiration: a quantitative study of Venezuelan entrepreneurs. *Small Business Economics*, 48(3), p 699-726.
- Renko, M., Kroeck, K., & Bullough, A. (2012). Expectancy theory and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(3), p 667-684.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), p 205-231.
- Sarasvathy, S. D. (2009). *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. Edward Elgar Publishing, Inc.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *The Academy of Management Review*, 25(1), p 217-226.
- Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., Jong, J. de, Bogaert, S., Edwards, N., & Jaspers, F. (2012). Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy. In *Ambitious Entrepreneurship* (Issue January, pp. 2–162). Report for the Advisory Council for Science and Technology Policy (AWT) and the Flemish Council for Science and Innovation (VRWI).
- Stam, E., & Wennberg, K. (2009). The roles of R&D in new firm growth. *Small Business Economics*, 33(1), 77–89.
- Stenholm, P., Acs, Z. J., & Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 28(1), 176–193.
- Strauß, P., Greven, A., & Brettel, M. (2021). Determining the influence of national culture: insights into entrepreneurs' collective identity and effectuation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(2), 981–1006.
- Tekic, A., & Tekic, Z. (2021). Culture as antecedent of national innovation performance: Evidence from neo-configurational perspective. *Journal of Business Research*, 125(December 2020), 385–396.
- Thurik, A. R., Carree, M. A., van Stel, A., & Audretsch, D. B. (2008). Does self-employment reduce unemployment? *Journal of Business Venturing*, 23(6), 673–686.
- Tominc, P., & Rebernik, M. (2007). Growth aspirations and cultural support for entrepreneurship: A comparison of post-socialist countries. *Small Business Economics*, 28(2–3), 239–255.
- Troilo, M. (2011). Legal institutions and high-growth aspiration entrepreneurship. *Economic Systems*, 35(2), 158–175.
- Tsai, K. H., & Yang, S. Y. (2013). Firm innovativeness and business performance: The joint moderating effects of market turbulence and competition. *Industrial Marketing Management*, 42(8), 1279–1294.
- Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2009). The extent and nature of opportunity identification by

- experienced entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 24(2), 99–115.
- Unger, J., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: a meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), p 341-358.
- Urbano, D., & Alvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: An international study. *Small Business Economics*, 42(4), 703–716.
- Verheul, I., & Van Mil, L. (2011). What determines the growth ambition of Dutch early-stage entrepreneurs? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), p 183-207.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. Wiley.
- Wang, R. T., & Lin, C. P. (2012). Understanding innovation performance and its antecedents: A socio-cognitive model. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 29(2), 210–225.
- Wennberg, K., Pathak, S., & Autio, E. (2013). How culture moulds the effects of self-efficacy and fear of failure on entrepreneurship. In *Entrepreneurship and Regional Development* (Vol. 25, Issues 9–10, pp. 756–780). Taylor & Francis.
- Wiklund, J., Davidsson, P., & Delmar, F. (2003). What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 27(3), p 247-270.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), p 1919-1941.
- Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *The Academy of Management Review*, 14(3), 361–384.
- Zwan, P. Van Der, Verheul, I., & Thurik, A. R. (2012). The entrepreneurial ladder , gender , and regional development. *Small Business Economics*, 39, 627–643.

2 NIVEL DE INVOLUCRAMIENTO DEL EMPRENDEDOR Y ASPIRACIONES DE CRECIMIENTO. EL ROL MODERADOR DE LA PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES

Resumen

Existe un interés creciente en los antecedentes de las aspiraciones de crecimiento, ya que se ha demostrado que son importantes para el crecimiento de las empresas. Este documento examina el impacto directo del nivel de involucramiento del emprendedor, *entrepreneurial engagement*, en las aspiraciones de crecimiento y el rol moderador de la percepción de oportunidades. Argumentamos que las aspiraciones de crecimiento serán menores para aquellos emprendedores con un nivel avanzado de involucramiento, pero también sugerimos que su percepción de buenas oportunidades en el entorno inmediato moderará positivamente esta relación. Utilizando datos del proyecto GEM de Colombia durante el período 2012-2016, encontramos respaldo para nuestras predicciones. Se discuten las implicaciones de los hallazgos¹.

Palabras clave: Aspiraciones de crecimiento, nivel de involucramiento, percepción de oportunidades, GEM.

¹ Este primer artículo titulado *Entrepreneurial Engagement and Growth Aspirations: The moderating role of opportunity perception* fué publicado en *International Review of Entrepreneurship* Vol 17 Issue 2 2019 pg. 189-212.

Abstract

There is an increasing interest in the antecedents of entrepreneurial growth aspirations, since they have been shown to be important for firm growth. This paper examines the direct impact of entrepreneurial engagement on growth aspirations and the moderating role of opportunity perception. We argue that growth aspirations will be lower for those entrepreneurs in an advanced level of engagement but we also suggest that their perception of good opportunities in the immediate environment will positively moderate this relationship. Using data from the Colombian GEM project over the period 2012-2016, we find support for our predictions. Implications from the findings are discussed.

Keywords: Entrepreneurial growth aspirations, entrepreneurial engagement, opportunity perception, GEM.

2.1 Introducción

El crecimiento de nuevas empresas ha sido un tema central en la literatura sobre emprendimiento, especialmente porque las nuevas empresas orientadas al crecimiento son una fuente de empleo y generación de ingresos (Davidsson *et al.*, 2010; Gilbert *et al.*, 2006). Uno de los principales determinantes del crecimiento de nuevas empresas es la aspiración de crecimiento del emprendedor, que se refiere a sus creencias sobre el potencial de crecimiento de su empresa (Levie y Autio, 2013). Investigaciones anteriores han demostrado una relación positiva entre tales aspiraciones y el crecimiento real de la empresa (Baum *et al.*, 2001; Wiklund y Shepherd, 2003). Como resultado, hay un creciente interés en los determinantes de las aspiraciones de crecimiento emprendedor. Estos estudios han demostrado que tanto los factores individuales como los

contextuales son importantes para explicar las aspiraciones (Autio y Acs, 2010; Capelleras *et al.*, 2016; 2019; Efendic *et al.*, 2015; Estrin *et al.*, 2013; Puente *et al.*, 2017).

Sin embargo, no se sabe mucho sobre la relación entre el nivel de involucramiento del emprendedor y las aspiraciones de crecimiento. El nivel de involucramiento incluye diferentes pasos en el proceso emprendedor, desde el grado inicial de involucramiento (emprendedor potencial) hasta el nivel más alto (emprendedor establecido) (Grilo y Thurik, 2008; Hessels *et al.*, 2011). Estudios previos han investigado cuáles individuos es probable que participen en el proceso emprendedor y por qué pasan de un nivel al siguiente (Grilo y Thurik, 2008; Van der Zwan *et al.*, 2016). Sin embargo, se necesitan más estudios para una mejor comprensión de cómo los diferentes niveles de involucramiento afectan las aspiraciones de los emprendedores y generan crecimiento del negocio. De hecho, la distinción habitual entre emprendedores nacientes, nuevos y establecidos (Reynolds *et al.*, 2005) generalmente no se ha utilizado para revelar diferencias en sus aspiraciones de crecimiento (Verheul y Van Mil, 2011).

Es importante destacar que la relación entre el nivel de involucramiento y las aspiraciones de crecimiento puede verse afectada por la percepción de los emprendedores de las oportunidades potenciales en el entorno (Kirzner, 1979; Shane y Venkataraman, 2000). De hecho, los emprendedores altamente ambiciosos se han definido como aquellos que participan en el proceso emprendedor con el objetivo de crear valor mediante la identificación y explotación de nuevas oportunidades (Hermans *et al.*, 2015). No obstante, mientras que estudios previos han demostrado que la percepción de oportunidades estimula las aspiraciones de los emprendedores (Verheul y Van Mil, 2011), hasta donde sabemos, ningún estudio ha examinado los cambios en las aspiraciones de crecimiento cuando hay interacción entre la percepción de oportunidades y el nivel de involucramiento.

Por lo tanto, aún existe la necesidad de comprender mejor los vínculos entre el nivel de involucramiento del emprendedor, la percepción de las oportunidades y las aspiraciones de crecimiento. En consecuencia, los objetivos de este artículo son examinar cómo cambian las aspiraciones de crecimiento en cada etapa del proceso de involucramiento e investigar el rol moderador de la percepción de oportunidades en esta relación. Desarrollamos dos hipótesis tomando el trabajo de Penrose (1959) como punto de partida. Utilizamos los conocimientos de las corrientes de investigación sobre el involucramiento emprendedor y la percepción de oportunidades.

El artículo hace varias contribuciones. Primero, el estudio enriquece nuestra comprensión de los cambios en las aspiraciones a medida que los emprendedores se involucran cada vez más en la creación y desarrollo de sus empresas. Mostramos que las aspiraciones más altas están asociadas con niveles bajos de involucramiento en el proceso emprendedor, lo que confirma la escasa evidencia sobre este tema. En segundo lugar, la investigación muestra cómo la interacción entre las percepciones de los emprendedores sobre oportunidades potenciales y su nivel de involucramiento afectan las aspiraciones de crecimiento. Específicamente, la percepción sobre las oportunidades modera positivamente el vínculo involucramiento-aspiraciones. Nuestra idea aquí es sugerir que las personas en diferentes etapas del proceso tienden a ajustar sus aspiraciones de crecimiento según su percepción de la oportunidad.

En tercer lugar, el documento ofrece evidencia de Colombia, un país en posconflicto que puede considerarse un entorno desafiante para el emprendimiento. En este contexto coexisten diferentes formas de emprendimiento (Baumol, 1990), a saber, destructiva en forma de narcotráfico y actividades concomitantes; improductivo, reflejado en la resistencia a nuevas inversiones en innovación por temor a la inestabilidad e incertidumbre; y productiva, reflejada en la

diversificación de la economía colombiana y el crecimiento de sectores como el de servicios (Desai *et al.*, 2013; Rettberg *et al.*, 2011). Estas tres formas de emprendimiento se dan en un contexto en el que el sector privado, en general, y los emprendedores, en particular, han sido objeto de secuestros, extorsiones y otros ataques (Miklian y Rettberg, 2017). Esta configuración diversa es un escenario único para examinar las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores.

El análisis empírico se basa en una muestra de 6.495 emprendedores en Colombia, incluidos en el estudio realizado anualmente por el *Global Entrepreneurship Monitor GEM*, entre los años 2012 a 2016. Dado que estamos interesados en el vínculo entre el involucramiento y las aspiraciones, consideramos tres niveles de involucramiento: emprendedor naciente (propietario de un negocio entre 0 y 3 meses de creación), nuevo (entre 3 y 42 meses de creación) y establecido (de más de 42 meses) (Hessels *et al.*, 2011)². Los resultados son consistentes con nuestras predicciones en cuanto a las diferencias entre las aspiraciones de crecimiento en cada nivel de involucramiento; se presenta evidencia de mayores aspiraciones de crecimiento en la etapa de emprendimiento naciente en comparación con aquellos en niveles más avanzados. También encontramos un cambio importante en esta tendencia cuando se considera la moderación de la percepción de oportunidades.

El documento está organizado de la siguiente manera. En la sección 2 presentamos los antecedentes teóricos y desarrollamos dos hipótesis comprobables. Los datos, las variables y el modelo empírico se describen en la sección 3. Los resultados se muestran en la sección 4. La sección 5 presenta la discusión y la sección 6 las implicaciones y la investigación futura.

² Excluimos a los empresarios potenciales porque tienen la intención de iniciar un negocio en los próximos años, pero no participan activamente en la creación del negocio.

2.2 Teoría e hipótesis

2.2.1 Teoría del crecimiento de la empresa

Penrose (1959) en su Teoría del crecimiento de la empresa propone vínculos causales entre los recursos de la empresa y la percepción de oportunidades productivas para el crecimiento y la innovación. En la etapa inicial de la actividad de una empresa es en donde el dinamismo del crecimiento se ve particularmente limitado por las competencias gerenciales. Por lo tanto, la competencia gerencial que desarrolla el emprendedor es en gran medida una función de la calidad de los recursos disponibles. Uno de ellos, a lo que Penrose denomina versatilidad emprendedora, vincula la competencia gerencial y la competencia emprendedora. Se refiere a la experiencia adquirida por el emprendedor, manifestada en creatividad, imaginación, recursividad y capacidad de ejecución. Esta se va fortaleciendo e incrementando al ejercer la actividad emprendedora en el tiempo y de esa forma se va ganando sabiduría, seguridad de movimientos y confianza en la gestión. Esta experiencia se traduce en una mejor calidad y rendimientos en la empresa, y en un mejor conocimiento de las opciones en las que la empresa podría actuar y crecer (Unger *et al.*, 2011).

Las variaciones en esta experiencia de los gerentes emprendedores están inseparablemente relacionadas con la expansión y operación de la empresa y es lo que explica que pueda reconocer oportunidades, independientemente de los cambios en el medio ambiente. De esa forma es posible “individualizar” las oportunidades para la empresa y adecuar sus recursos para aprovecharlas. La experiencia aporta conocimiento específico sobre las oportunidades productivas que son únicas para esta empresa (Penrose, 1959). Estas capacidades desarrolladas por el emprendedor se captan mejor en aquellas empresas que están alerta a las oportunidades y aspiran a crecer, en contraste con aquellas que siguen satisfechas con su tamaño original alcanzado durante el período inicial. Penrose

(1959) enfatiza que, en tal decisión, no son las limitaciones de recursos, sino la predisposición gerencial, el factor limitante y se refiere a la empresa como una predisposición psicológica por parte del individuo para arriesgarse con la esperanza de obtener ganancias (Efendic *et al.*, 2015). En este sentido la existencia de metas claras y el mantenimiento de la motivación gerencial a lo largo del tiempo, operacionalizada en aspiraciones de crecimiento, así como los aprendizajes y las experiencias adquiridas en el proceso, tiene especial relevancia en el crecimiento posterior de la empresa (Davidsson,1989; Hessels *et al.*, 2008; Renko *et al.*, 2012; Wiklund y Delmar,2003). Las experiencias de valor resultantes en cada nivel de involucramiento, retroalimentan e influyen en la búsqueda posterior de los nuevos objetivos en las etapas siguientes (Efendic *et al.*, 2015; Messersmith y Wales, 2013; Unger *et al.*, 2011). La experiencia, el conocimiento y las habilidades derivadas del ejercicio emprendedor son consideradas un recurso crítico cuando se analizan las aspiraciones de una empresa y brindan a quien lo tiene un mejor conocimiento de clientes, proveedores, productos y servicios dentro de su negocio (Unger *et al.*, 2011).

Diversos autores han discutido sobre la importancia de este aprendizaje del emprendedor como dinamizador de las aspiraciones de crecimiento, especialmente porque lo preparan para descubrir y tomar decisiones para aprovechar oportunidades específicas que otros no ven (Shane, 2000; Unger *et al.*, 2011; Venkataraman, 1997). Lo preparan también para asumir riesgos y planear la estrategia que impactará positivamente en el éxito (Baum *et al.*, 2001), y para acceder a recursos físicos y capital financiero, que para algunas empresas es una gran limitante (Unger *et al.*, 2011). Esta dinámica generada por el aprovechamiento de las oportunidades y la asunción de riesgos hace que el proceso emprendedor se vuelva más desafiante y la fuerza del involucramiento del emprendedor será fundamental para conseguir los resultados a los que aspira una empresa (Martinez y Bryant, 2016). Ahí es donde la versatilidad emprendedor es la clave para dinamizar el

crecimiento, ya que las decisiones y la experiencia gerencial adquirida juegan un papel especial en esta fase del proceso emprendedor, cuando se ha superado la etapa inicial (nacientes) y se enfrenta a la decisión de crecer o no y con qué rapidez expandirse (Efendic *et al.*, 2015; Messersmith y Wales, 2013). Los nuevos emprendedores, que aspiran a crecer, deben desarrollar una multiplicidad de tareas que implican acciones inmediatas y deben responder a situaciones para las cuales no están aún preparados. Realizar esas tareas cotidianas del negocio, plantea desafíos cognitivos para los propietarios de empresas jóvenes (Unger *et al.*, 2011). Los anteriores planteamientos sugieren que las empresas con dinámicas y potencial de crecimiento, especialmente aquellas que se encuentran en las primeras etapas de su desarrollo, son el terreno más propicio para que las capacidades gerenciales desarrolladas por el emprendedor se evidencien y aprovechen. Estas son más evidentes en la identificación de oportunidades que guía hacia una eficiente combinación de sus recursos; el éxito en esta combinación de recursos, se reflejara en la aspiración de crecimiento de la empresa.

Bajo el planteamiento de Penrose (1959) que resalta la importancia de experiencia adquirida y la versatilidad emprendedora, analizamos como van cambiando las aspiraciones de crecimiento del emprendedor en el tiempo, al superar cada etapa del nivel de involucramiento. Se reconoce, igualmente, el importante rol que la teoría del crecimiento atribuye a la percepción de oportunidades, como factor determinante de las aspiraciones de crecimiento que se reflejaran en un crecimiento real.

2.2.2 *Nivel de involucramiento y aspiraciones de crecimiento*

Las aspiraciones de crecimiento de la empresa son un reflejo de las motivaciones del emprendedor para administrar el negocio y también reflejan su capital humano, social y financiero (Levie y Autio, 2013). En ese sentido, Penrose (1959) destaca que, en la decisión de hacer crecer una

empresa, los recursos no son los factores limitantes, sino las aspiraciones del individuo que toma la decisión de crecer. En lugar de pensar en el crecimiento con un enfoque productivo, la atención se centra en las actitudes, las decisiones y las estrategias adoptadas para crecer (Efendic *et al.*, 2015). Nuestra sugerencia es que las aspiraciones de crecimiento serán diferentes según el nivel de involucramiento del emprendedor.

El nivel de involucramiento de un individuo en un proceso emprendedor se entiende como su participación en el descubrimiento, evaluación y explotación de las oportunidades, y depende de factores individuales y ambientales (Shane, 2000). Este nivel involucramiento suele estar asociado a las etapas de desarrollo de un emprendedor: potencial, naciente, nuevo y establecido. El orden de estos niveles también se conoce como la escalera emprendedora o el camino emprendedor (Grilo y Thurik, 2008; Van der Zwan y Thurik, 2017). En primer lugar, el descubrimiento de oportunidades se refiere a la etapa de reconocimiento e interpretación de la oportunidad, no solo para tomar la decisión de emprender, sino también como detonante del crecimiento de un negocio que ya está en funcionamiento. La segunda etapa es un proceso centrado en el futuro a través del cual los emprendedores evalúan el atractivo de una oportunidad en términos de sus beneficios potenciales. En esta etapa, la oportunidad específica adopta una perspectiva en primera persona (es decir, una oportunidad para mí) en lugar de una visión más general en tercera persona (Haynie *et al.*, 2009; Lim *et al.*, 2016). A partir de aquí se toman decisiones ya sea para la creación de un nuevo negocio (naciente), o para aprovechar esta oportunidad de negocio, continuando con el proceso de desarrollo (nuevo), y consolidación de la firma (establecido). En este camino se enfrentan múltiples desafíos, como la falta de recursos, presiones financieras y de mercado, y barreras de entrada. La persistencia del individuo y la pasión por el logro de metas, así como el

compromiso con el proyecto de la empresa, pueden explicar por qué el involucramiento se mantiene y se fortalece en el tiempo (Martinez y Bryant, 2016).

Es probable que las diferencias en cada etapa del proceso se reflejen en las diferentes aspiraciones de los emprendedores. Sin embargo, la investigación existente se ha centrado en los determinantes del nivel de involucramiento, es decir, qué hace que un individuo pase de ser un emprendedor potencial, supere los primeros años y se convierta en un emprendedor establecido (Grilo y Thurik, 2008; Hessels *et al.*, 2011; Lim *et al.*, 2016; Van der Zwan *et al.*, 2013, 2016). Estudios previos que han investigado las características de cada nivel de involucramiento, concluyen que existen diferencias importantes entre los emprendedores nacientes, nuevos y establecidos que deben ser consideradas al estudiar sus aspiraciones de crecimiento (Davidsson, 1991; Reynolds *et al.*, 2005).

Por lo tanto, argumentamos que los emprendedores nacientes tendrán mayores aspiraciones de crecimiento que aquellos en etapas más avanzadas del involucramiento por varias razones. En primer lugar, estas diferencias podrían surgir debido a un sesgo de supervivencia, donde el emprendedor naciente suele tener una visión menos realista del futuro (Bager y Schøtt, 2004; Dutta y Thornhill, 2008). Los emprendedores sin experiencia parecen tener grandes esperanzas y aspiraciones de crecimiento para sus negocios, pero podrían ser muy soñadores, ya que el crecimiento real no solo depende del entusiasmo y los sueños sino también de otros factores (Verheul y Van Mil, 2011). Esto podría reflejar un gran número de emprendedores demasiado optimistas e ingenuos en una etapa incipiente, que abandonan el proceso o reducen sus ambiciones de crecimiento una vez iniciado el camino emprendedor (Levie y Autio, 2013).

En segundo lugar, los emprendedores nacientes también tienen más probabilidades de tener dificultades para estimar el tamaño futuro de sus empresas, principalmente debido a los mayores niveles de incertidumbre y complejidad que enfrentan en comparación con los establecidos (Bager

y Schøtt, 2004). El emprendedor requiere un intenso esfuerzo por un largo tiempo para completar múltiples tareas desafiantes y lidiar con la incertidumbre y los contratiempos de esta etapa. Así, deben estar dispuestos a trabajar intensamente y ser persistentes a pesar de la gran incertidumbre y los obstáculos (Hopp y Sonderegger, 2015). Esta fase está particularmente plagada de incertidumbre, ambigüedad y desafíos. Por ejemplo, los emprendedores nacientes generalmente enfrentan limitaciones de recursos. Ser nuevos en el mercado también significa que tienen poca legitimidad ante potenciales clientes y proveedores (Delmar y Shane, 2003). Aquellos que llevan más tiempo en los negocios podrían haber desarrollado la versatilidad empresarial postulada por Penrose (1959) y así tener aspiraciones de crecimiento más precisas.

Tercero, la voluntad es importante para explicar las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores nacientes, pero no es el único motor de crecimiento para aquellos que ya tienen experiencia (Verheul y Van Mil, 2011). Gradualmente, para ellos se vuelve más claro cuáles oportunidades de mercado están disponibles y qué productos deberían producir sus empresas. Este proceso de aprendizaje basado en la experiencia puede aumentar o disminuir sus ambiciones y expectativas, pero quizás la primera opción sea menos frecuente que la última, lo que se traduce en una reducción general de las aspiraciones de crecimiento en las etapas avanzadas de la empresa (Bager y Schøtt, 2004). En efecto, es probable que aquellos con niveles más altos de involucramiento tengan la oportunidad de aprender de los errores y evitarlos en proyectos futuros (Farmer *et al.*, 2011). En este sentido, los emprendedores establecidos tienen información de primera mano sobre las dificultades que implica hacer crecer un negocio e incluso sobrevivir. Por lo tanto, estos emprendedores pueden ser más conscientes que los nacientes sobre las acciones necesarias para crecer y tienen una visión más realista del proceso de crecimiento de la empresa.

En general, uno esperaría que los emprendedores establecidos tuvieran menos aspiraciones para hacer crecer sus empresas. Por lo tanto, nuestra primera hipótesis es:

H1: El nivel de involucramiento del emprendedor esta negativamente relacionado con las aspiraciones de crecimiento del emprendedor

2.2.3 *El rol moderador de la percepción de oportunidades*

Hasta ahora hemos sugerido que las aspiraciones de crecimiento difieren en cada etapa del proceso emprendedor. Sin embargo, es probable que percibir oportunidades en el entorno tenga un efecto moderador en esa relación. Los argumentos en los que basamos esta propuesta son los siguientes:

En la literatura existente se resalta la importancia de percibir esas situaciones del contexto que pueden ser oportunidades para crear y crecer en un emprendimiento, en la medida en que los emprendedores tienen el margen de maniobra para influir sus probabilidades de éxito a través de sus propias acciones (Arenius y Clercq, 2005; Arenius y Minniti, 2005; Davidsson, 1991; Gnyawali y Fogel, 1994; Kirzner, 1979; Wiklund y Shepherd, 2003).

En primer lugar, la existencia de oportunidades da una idea del contexto favorable o desfavorable en el que se desarrolla el emprendimiento. Por tanto, tener la capacidad de percibir contextos favorables o la percepción de oportunidades contribuye al crecimiento de la empresa y al desarrollo del negocio (Arenius y De Clercq, 2005; Arenius y Minniti, 2005; Davidsson, 1991; Gnyawali y Fogel, 1994; Kirzner, 1979; Wiklund y Shepherd, 2003). La importancia de la percepción de las oportunidades en el crecimiento de una empresa fue analizada por Baum *et al.* (2001), quien plantea que, además de los factores de capital humano y social, hay dos competencias emprendedoras que

tradicionalmente se han asociado con el crecimiento: estado de alerta , definido como un monitoreo continuo de nuevas oportunidades, y la tolerancia al riesgo.

Penrose (1959) define las oportunidades para una empresa como todas las posibilidades productivas que el emprendedor ve y aprovecha. La explotación de esas posibilidades energiza a la empresa y la ayuda a crecer. En este sentido, las oportunidades guían las actividades de la empresa. Penrose enfatiza que la oportunidad productiva de una empresa se reducirá en la medida en que su gerente no vea oportunidades de expansión, no quiera explotarlas o sea incapaz de responder a ellas, y destaca la importancia de experiencia y conocimiento que acumula el emprendedor -gerente (Penrose, 1959).

Verheul y Van Mil (2011) llaman la atención sobre la importancia de las oportunidades percibidas en los próximos 5 años para explicar el crecimiento de los emprendedores nuevos, más que el crecimiento de los emprendedores nacientes. Estos últimos ya han iniciado un negocio como resultado de la oportunidad percibida, mientras que los nuevos y establecidos buscan nuevas oportunidades para explotar en su negocio actual o para crear uno nuevo (Verheul y Van Mil, 2011).

En segundo lugar, los emprendedores con más conocimiento y experiencia saben qué oportunidades se deben aprovechar y cuáles no. Algunos son más capaces de identificar oportunidades que otros; el hecho de que el emprendedor esté “alerta” es fundamental para aprovechar rápidamente las oportunidades de negocio emergentes y traducirlas en crecimiento del negocio (Kirzner, 1979; Lecuna *et al.*, 2016). Argumentamos que, debido a que los emprendedores más experimentados pueden detectar mejor las oportunidades "correctas" (más prometedoras), pueden traducir mejor las oportunidades en aspiraciones de crecimiento y crecimiento real.

Los emprendedores desarrollan diferentes capacidades para identificar oportunidades, asociadas a su experiencia y conocimiento del negocio. La capacidad de un emprendedor para estar alerta es crucial para explotar rápidamente las oportunidades comerciales emergentes (Kirzner, 1979; Lecuna *et al.*, 2016). Esta experiencia y conocimiento del negocio que adquiere un emprendedor a lo largo del tiempo, afectan las decisiones estratégicas e influyen en su capacidad para descubrir y explotar estas nuevas oportunidades de crecimiento (Wiklund y Shepherd, 2003). La experiencia en gestión es uno de los recursos que se adquieren a medida que se avanza en el camino del emprendedor (Penrose, 1959).

Por tanto, el solo hecho de que existan oportunidades no implica que la empresa crezca. Los cambios en el entorno presentan oportunidades, pero las oportunidades no están ahí como entidades abiertas a los ojos de todas las personas. Requiere un emprendedor que tenga el conocimiento, la experiencia y la capacidad para explotarlos (Shane, 2000). Esto requiere un estado de alerta no solo de aquellos que tienen la intención de comenzar, sino también de aquellos que han iniciado el camino a través de la escala emprendedora y se encuentran en etapas más avanzadas en su nivel de involucramiento (Van der Zwan *et al.*, 2013).

En tercer lugar, la experiencia y los conocimientos necesarios para aprovechar las oportunidades se adquieren en el proceso emprendedor, a medida que el emprendedor se involucra. Ardichvili *et al.* (2003) propone que el conocimiento previo del mercado, las necesidades y problemas de los clientes, así como conocer la mejor manera de atender esos mercados, aumentan la probabilidad de reconocimiento exitoso de oportunidades, ya que son elementos críticos de alerta ante la identificación de oportunidades. El emprendedor realiza estas evaluaciones varias veces, en diferentes etapas del desarrollo de la empresa (naciente, nueva y establecida), reconociendo la existencia de oportunidades adicionales o haciendo ajustes a la visión inicial (Ardichvili *et al.*,

2003). Este conocimiento se adquiere con el tiempo a medida que el emprendedor madura y acumula experiencia en la gestión de la empresa.

El trabajo desarrollado por Sarasvathy (2001) sobre la toma de decisiones efectiva sugiere que existe una relación mutua entre los cambios en la experiencia, el conocimiento y los recursos de un emprendedor y los cambios en su evaluación de las oportunidades (Wiklund y Shepherd, 2003; Shepherd *et al.*, 2015). Por lo tanto, podemos inferir que las evaluaciones y decisiones relacionadas con las percepciones de oportunidades de los emprendedores nacientes difieren de los emprendedores establecidos y estas diferencias tienen un efecto en sus aspiraciones de crecimiento.

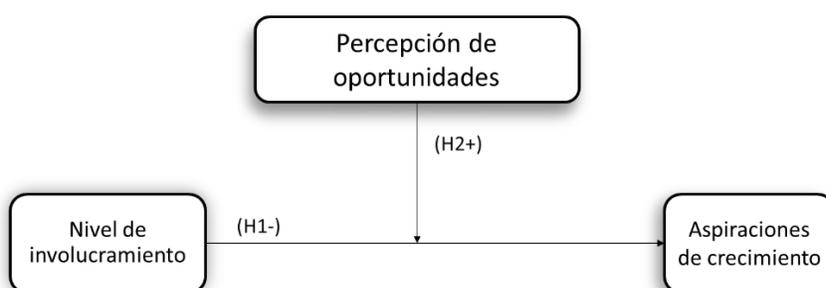
Por lo tanto, se esperaría que los emprendedores establecidos, con mayor experiencia acumulada, sean más efectivos en la detección de oportunidades y la toma de decisiones encaminadas al crecimiento de la empresa, porque conocen mucho más sus mercados y clientes, y son más conscientes de sus propios recursos y capacidades. En cambio, para quienes se encuentran en las etapas iniciales del proceso de negocio, sus percepciones de oportunidades en el entorno parecen ser más importantes para la velocidad de creación de negocios que para sus aspiraciones de crecimiento (Capelleras y Greene, 2008). Por lo tanto, es probable que un emprendedor naciente, con menos experiencia debido al tiempo que lleva al frente de la empresa, aún no haya desarrollado plenamente la capacidad para identificar de manera efectiva aquellas oportunidades que más contribuyen a su crecimiento.

Con base en las consideraciones anteriores, proponemos que la percepción de oportunidades por parte del emprendedor jugará un rol moderador en el vínculo entre el nivel de involucramiento y las aspiraciones de crecimiento. Por lo tanto, planteamos la siguiente hipótesis:

H2: La percepción de oportunidades modera positivamente la relación entre el nivel de involucramiento y las aspiraciones de crecimiento del emprendedor.

En general, el modelo conceptual del estudio sugiere que las aspiraciones de crecimiento son una función del nivel de involucramiento, representado por tres variables que reflejan la etapa actual del emprendedor (hipótesis 1) (naciente, nuevo o establecido). Se supone que la percepción de oportunidades modera la relación entre cada uno de los tres niveles de involucramiento y las aspiraciones de crecimiento (hipótesis 2). La Figura 2 muestra gráficamente estas relaciones.

Figura # 2 Modelo conceptual e hipótesis



2.3 Metodología

2.3.1 Datos

Los datos provienen de la Encuesta de Población Adulta (APS) del GEM Colombia entre 2012 y 2016. El Proyecto GEM es probablemente el mayor estudio realizado para investigar la relación entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico. GEM se realiza desde 1999 y desde entonces ha sido una fuente mundial de datos que permite comparar la actividad emprendedora en los países participantes. En 2016 participaron 60 países en GEM. Para América Latina participan 11 países; en Colombia el estudio se realiza desde 2006. GEM proporciona datos armonizados y comparables internacionalmente (Amoros y Cristi, 2008; Reynolds *et al.*, 2005). El GEM recolecta anualmente información de una muestra representativa de adultos entre 18 y 64 años. De un total

de 19.317 registros de datos en la base de datos inicial de los años mencionados, 7.000 eran emprendedores nacientes, nuevos y establecidos. Debido a la falta de observaciones para algunas de las variables, los modelos de regresión incluyeron 6.492 registros de datos.

2.3.2 Variables y medidas

Las aspiraciones de crecimiento se define como la expectativa de crear nuevos puestos de trabajo y ha sido considerada por varios autores como una decisión racional dirigida a maximizar las ganancias y el crecimiento (Autio y Acs, 2010). El uso del empleo para medir las aspiraciones de crecimiento ha sido utilizado en esta área de investigación (Estrin *et al.*, 2013).

El crecimiento del empleo indica que se ha producido un cambio en la composición organizativa o estrategia de la empresa (Hanks *et al.*, 1994), lo que justifica un aumento en el número de personas que trabajan para ella. Este cambio a menudo se debe a la expansión en el alcance de las operaciones de la empresa o un aumento inmediato en el negocio. Con el crecimiento del empleo, una organización está equipada con nuevo capital humano a través del cual se pueden ejecutar sus objetivos. La empresa también está mejor capacitada para evaluar el entorno externo para garantizar que pueda competir de la manera más efectiva (Gilbert *et al.*, 2006).

Las aspiraciones de crecimiento se obtienen de las respuestas a las siguientes preguntas del bloque 2 del cuestionario APS, orientado a emprendedores nacientes, y del bloque 3, orientado a emprendedores nuevos y consolidados: “¿En estos momentos, ¿cuántas personas, sin contar a los propietarios, están trabajando en este negocio?” y “¿Cuántas personas, incluyendo empleados actuales y futuros, piensa que trabajarán en este negocio/ empresa dentro de cinco años a partir de

ahora?”. La variable se mide como la diferencia de los logaritmos de los empleos futuros y actuales³, que se responden en estas dos preguntas (Capelleras *et al.*, 2019; Estrin *et al.*, 2013).

En los casos en los que se dan respuestas múltiples, es decir, que un emprendedor es nuevo (3-42 meses) y/o establecido (más de 42 meses), y también está iniciando un negocio naciente (0-3 meses), se elige el más alto nivel de involucramiento declarado por el encuestado (Hessels *et al.*, 2011), y se asigna la totalidad del número de empleos reportados, tanto los actuales como los esperados en 5 años.

El nivel de involucramiento se mide de la siguiente forma: El emprendimiento naciente se mide como una variable binaria que equivale a 1 si el encuestado está de acuerdo con el siguiente ítem: ¿Está, solo o con otros, actualmente tratando de iniciar un nuevo negocio, incluido cualquier trabajo por cuenta propia o vendiendo bienes o servicios a otros? Para definir a los emprendedores nuevos y establecidos, el consorcio GEM proporciona dos variables en función de la fecha de creación de la empresa: si la empresa tiene entre 3 y 42 meses, se considera un emprendedor nuevo; si tiene más de 42 meses, se considera emprendedor establecido.

Con respecto a la medida original de nivel de involucramiento sugerida por Grilo y Thurik (2008), hicimos un ajuste debido a la forma en que se define la aspiración de crecimiento (empleos actuales vs. nuevos empleos en 5 años). No incluimos el nivel que considera la intención emprendedora, porque la empresa aún no se ha creado y, por lo tanto, las preguntas relacionadas con los puestos de trabajos actuales y esperados en 5 años no han sido respondidas por personas en esta situación.

La percepción de oportunidades se mide en el GEM como una variable binaria que toma valor 1 si el encuestado responde afirmativamente a la siguiente pregunta: ¿En los próximos seis meses habrá

³ Siguiendo un trabajo previo (Estrin *et al.*, 2013), agregamos el propietario-gerente a los empleos esperados y actuales para calcular la variable dependiente y permitir la transformación logarítmica de las observaciones con valores cero.

buenas oportunidades para emprender en la zona donde vive? (Arenius y Minniti, 2005; Reynolds *et al.*, 2005) y se pregunta a la totalidad de la muestra que responde al cuestionario. El resultado corresponde al porcentaje de personas que responden afirmativamente a esta pregunta y se toma de la base de datos nacional para Colombia. En nuestro modelo, la percepción de oportunidades se incluye como una variable moderadora en la relación entre cada uno de los tres niveles de involucramiento (es decir, naciente, nuevo y establecido) y las aspiraciones de crecimiento.

Las variables de control utilizadas en la regresión las tomamos de la APS de GEM; del primer bloque dirigido a la totalidad de la población, tomamos las variables de control temor al fracaso, la cual indaga si el miedo a fracasar sería impedimento para emprender; la autopercepción de habilidades, en donde se pregunta si cuenta con los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio; y el conocimiento de otros empresarios (Modelo de roles), la cual busca establecer si el encuestado conoce personalmente a alguien que haya puesto en marcha un negocio en los últimos 2 años. Se completa el grupo de variables de control con la edad, el género, el nivel educativo y la ocupación, las cuales se toman del bloque de datos demográficos generados en la misma encuesta. Todas estas variables han sido ampliamente vinculadas en investigaciones previas sobre la actividad emprendedora (Arenius y Clercq, 2005; Arenius y Minniti, 2005; Lim *et al.*, 2016; Shane, 2000; Thurik *et al.*, 2010; Van der Zwan *et al.*, 2016). Además, también tenemos en cuenta el número actual de puestos de trabajo, ya que a menudo se descubre que las empresas más grandes crecen más lentamente que las más pequeñas (Gilbert *et al.*, 2006; Zhou *et al.*, 2018). La definición de cada variable y la forma como se mide se presenta en la Tabla # 2.

2.3.3 Enfoque metodológico

Se utilizó un análisis de regresión múltiple, calculándose inicialmente el modelo cero (base) en el que solo se incluyen las variables de control (Modelo 0 en la Tabla # 5). Para efectos de estimación, se calculan seis modelos. El primer, segundo y tercer modelo calculan los efectos principales para cada etapa del nivel de involucramiento: naciente, nuevo y establecido. El cuarto, quinto y sexto modelo calcula el efecto moderador de la percepción de oportunidades para cada una de las etapas del nivel de involucramiento. La regresión múltiple se estimó por el método de los Mínimos Cuadrados Ordinarios (OLS).

La herramienta gráfica Q-Q Plots nos permitió revisar la distribución normal de la variable correspondiente al número de empleos esperados en 5 años, ya que se encontraron algunos valores atípicos que podrían afectar la estructura de los datos y los resultados del modelo. Aunque en nuestro caso el tamaño de la muestra es suficientemente grande, tras el análisis de normalidad hubo 44 registros de datos (*outliers*) que fueron eliminados de la base de datos.

Para controlar cualquier posible problema de multicolinealidad, se calcularon los factores de inflación de la varianza (VIF) para cada variable independiente. Los valores de VIF oscilaron entre 1,01 y 2,62, con una media global de 1,58, muy por debajo de los valores críticos. Asimismo, se calculó la matriz de correlaciones entre las variables independientes y de control. La heteroscedasticidad se controló utilizando errores estándar robustos de White.

Tabla # 2 Descripción de variables

Variables	Definición	Media	Desv. St.
Dependiente: Aspiración de Crecimiento-	Diferencia de los logaritmos de los empleos futuros (a 5 años) y empleos actuales	1,1	1,27
Involucramiento del Emprendedor	Naciente: ¿Está usted actualmente, ya sea solo o con otras personas tratando de poner en marcha un nuevo negocio incluyendo alguna forma de autoempleo o venta de bienes o servicios a otros? Si=1 No=0 Nuevo: ¿Gestiona y es propietario de un negocio que tiene entre 3 y 42 meses? Si=1 No=0 Establecido: ¿Gestiona y es propietario de un negocio de más de 42 meses? Si=1 No=0	0,62	0,48
Moderación	Percepción de oportunidades. % de individuos que responden afirmativamente ¿En los próximos 6 meses, ¿habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde usted vive? Si=1 No=0	0,64	0,47
	Autopercepción de habilidades ¿Tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio? Si=1 No=0	0,77	0,41
	Temor al fracaso ¿Sería en su caso, el miedo al fracaso un obstáculo para poner en marcha un negocio? Si=1 No=0	0,37	0,48
Control	Genero ¿Cuál es su género? 1=Hombre 0=Mujer	0,55	0,49
	Edad ¿Cuál es su edad en número de años?	38	12
	Nivel educativo ¿Cuál es el nivel educativo/estudios más alto que ha completado usted? 1= Universitaria de primer o segundo nivel 0= Otro nivel de educación	0,25	0,43
	Modelo de Roles: Conocimiento de otros emprendedores. ¿Conoce personalmente a alguien que haya puesto en marcha un negocio en los 2 últimos años? Si=1 No=0	0,43	0,49
	Ocupación ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su situación laboral actual? 1=Trabaja tiempo completo o medio tiempo 0= No trabaja/otro	0,89	0,3

Fuente: Global Entrepreneurship Monitor

2.4 Resultados

2.4.1 Análisis descriptivo

La Tabla #3 presenta la media y la desviación estándar de cada variable y las correlaciones bivariadas. Hay algunas correlaciones significativas pero bajas entre las variables independientes y de control. La distribución de las observaciones es como sigue: 62% emprendedores nacientes, 21% emprendedores nuevos y 17% establecidos. La edad promedio es de 38 años. El 55 % de los emprendedores de nuestra muestra son hombres y el 45 % son mujeres. El 37 % considera que el miedo al fracaso sería un obstáculo para emprender. Solo el 25 % de los encuestados tiene educación previa de primer o segundo nivel. Sin embargo, el 77 % de los encuestados consideró que tiene habilidades para crear un negocio. Además, el 43 % conoce personas de su zona que han sido emprendedores en los últimos 2 años. Con respecto a la ocupación actual de los encuestados, el 89 % de ellos declara trabajar a tiempo parcial o a tiempo completo. El 64 % de los individuos perciben que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para emprender en su región, lo que podría reflejar el fortalecimiento de la economía en Colombia entre los años 2012 y 2016. En nuestro análisis empírico, esta variable actúa como moderadora en la relación entre el nivel de involucramiento y la aspiración de crecimiento.

La comparación entre el número de empleos actuales y los esperados a 5 años por cada nivel de involucramiento se presentan en la Tabla #4. Esto muestra que los emprendedores nacientes tienen en promedio una mayor expectativa de creación de empleos que los nuevos y los establecidos, mientras que para los nacientes la diferencia entre los empleos esperados y los actuales es de 11,97 empleos en 5 años, para los nuevos emprendedores es de 1,42 y para los establecidos es de 3,99. Estos resultados descriptivos proporcionan un apoyo preliminar a nuestra primera hipótesis.

2.4.2 Resultados del modelo

La Tabla #5 presenta los resultados de los modelos de regresión. Los seis modelos muestran una prueba F estadísticamente significativa. Los resultados del modelo de efectos principales indican que ser un emprendedor naciente (es decir, aquellos en el primer nivel de involucramiento) aumenta significativamente las aspiraciones de crecimiento ($\beta = 0,47305$, $p < 0,001$). Por el contrario, los resultados tanto para los emprendedores nuevos ($\beta = -0,22023$, $p < 0,001$) como para los establecidos ($\beta = -0,52479$, $p < 0,001$) muestran un efecto negativo y significativo en las aspiraciones de crecimiento. Cabe señalar que los emprendedores establecidos muestran las aspiraciones de crecimiento más bajas, mientras que los nacientes tienen las más altas. En general, estos resultados brindan apoyo a H1.

Los modelos 4, 5 y 6 presentan el efecto moderador de la percepción de oportunidad en la relación entre las aspiraciones de crecimiento y cada uno de los niveles de involucramiento. Primero, encontramos que la variable de percepción de oportunidad es significativamente positiva en cada uno de los tres modelos (nacientes: $\beta = 0,10125$, $p < 0,001$; nuevos: $\beta = 0,10377$, $p < 0,001$ y establecidos $\beta = 0,08440$, $p < 0,01$). Sin embargo, para los emprendedores nacientes este efecto positivo se invierte debido al coeficiente de interacción negativo ($\beta = -0,166$, $p < 0,01$) mientras que para los emprendedores establecidos este efecto positivo es reforzado por el término de interacción ($\beta = 0,192$, $p < 0,01$). Este resultado se muestra gráficamente en la Figura #3 y Figura #4. Por lo tanto, para los emprendedores establecidos el efecto total de percepción de oportunidad es positivo ($\beta = 0,084 + 0,192 = 0,276$, $p < 0,01$). Para los nuevos emprendedores el término de interacción no es significativo ($\beta = 0,058$, $p < 0,1$) por lo que el efecto de percepción de oportunidad es igual a la relación lineal. En general, estos resultados sugieren que la percepción de oportunidades no contribuye a las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores nacientes,

mientras que sí lo hace para los emprendedores nuevos y establecidos, con un impacto positivo aún mayor para los emprendedores establecidos ($\beta = 0,276, p < 0,01$). La hipótesis 2 está respaldada.

Los resultados positivos y significativos que destacamos en las variables de control son la ocupación y el nivel educativo, confirmando conclusiones de investigaciones previas sobre la importancia que tiene el capital humano del emprendedor en sus aspiraciones de crecimiento.

Asimismo, observamos que las variables modelos de roles y autopercepción de habilidades también presentan coeficientes positivos. El signo negativo para el número actual de puestos de trabajo también está de acuerdo con las expectativas.

Tabla # 3: Medias, desviaciones standard y correlaciones bivariadas (N=6.492)

VARIABLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 Aspiraciones de crecimiento	1,000											
2 Autoperc. de habilidades	0,1164	1,000										
3 Temor al fracaso	0,000	-0,1535	1,000									
4 Genero	0,0906	0,0706	-0,0302	1,000								
5 Edad	-0,1334	0,0523	0,06	-0,006	1,000							
6 Ocupacion	0,0865	0,1035	-0,0072	0,1472	-0,0087	1,000						
7 Nivel educativo	0,1004	0,0562	0,0295	0,0772	0,0236	0,0669	1,000					
8 Modelo de roles	0,1111	0,1111	-0,1378	0,0573	-0,0643	0,0493	0,1228	1,000				
9 Nacientes	0,1575	-0,1064	0,0163	-0,079	-0,0991	-0,19	-0,0788	-0,089	1,000			
10 Nuevos	-0,047	0,0879	0,0079	0,0294	-0,0584	0,1283	0,0564	0,0835	-0,675	1,000		
11 Establecidos	-0,1559	0,0429	-0,0304	0,0718	0,1961	0,1086	0,0415	0,0256	-0,5711	-0,219	1,000	
12 Percepción de oportunidades	0,0648	0,0986	-0,146	0,0278	-0,0212	0,0131	-0,0148	0,1117	-0,0092	0,0306	-0,0218	1,000

Correlación en negrilla es significativa al 5 %

Tabla #4: Empleos actuales y futuros según nivel de involucramiento

Variables	N	%	Empleos actuales		Empleos futuros		Diferencia
			Media	Desv. St.	Media	Desv. St.	
Nacientes	4.417	62,5 %	0,009	0,19	11,98	51,30	11,97
Nuevos	1.460	21,3 %	2,34	28,41	3,76	24,35	1,42
Establecidos	1.123	16,2 %	3,12	8,66	7,11	25,28	3,99

Tabla # 5: Resultados de la regresión

Dependiente: Aspiraciones de crecimiento	Modelo 0	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6
Constante	0,9326*** -0,07633	0,67305*** -0,07728	0,89299*** -0,07646	0,74530 *** -0,07702	,69040*** -0,07989	0,91207*** -0,07906	0,76882*** -0,07963
<i>Controles</i>							
Autopercep, de habilidades	0,31490*** -0,03763	0,35084*** -0,03714	0,33064*** -0,03764	0,31668*** -0,03721	0,33355*** (0 ,03822)	0,31506*** -0,03872	0,30096*** -0,03831
Temor al fracaso	-0,03325 -0,03524	-0,04351 -0,03471	-0,03174 -0,03516	-0,04963 -0,03488	-0,03544 -0,0357	-0,02524 -0,03618	-0,04208 -0,03589
Genero	0,16756*** -0,03124	0,18688*** -0,0308	0,16715*** -0,03117	0,18955*** -0,03095	0,18280*** -0,03167	0,16321*** -0,03207	0,18502*** -0,03184
Edad	- 0,01411 *** -0,00125	- 0,01227*** -0,00124	- 0,01456*** -0,00125	- 0,01098*** -0,00126	- 0,01224*** -0,00127	- 0,01461 *** -0,00128	- 0,01104*** -0,0013
Ocupación	0,28555*** -0,05176	0,41029*** -0,05169	0,31838*** -0,05195	0,34589*** -0,05142	0,39946*** -0,05373	0,30693*** -0,05403	0,03336*** -0,05349
Nivel educativo	0,23704*** -0,0354	0,26107*** -0,0349	0,24428*** -0,03533	0,24584*** -0,03501	0,26029*** -0,03569	0,24180*** -0,03615	0,24431*** -0,03582
Modelo de roles	0,19714*** -0,03177	0,22686*** -0,03135	0,20921*** -0,03176	0,20142*** -0,03141	0,22107*** -0,03222	0,20265*** -0,03264	0,19819*** -0,0323
2013	- 0,11484** -0,0482	-0,07681 -0,04753	- 0,99374** -0,04816	- 0,10982** -0,04766	-0,05319 -0,04996	-0,06867 -0,05066	- 0,08838** -0,05006
2014	0,10837** -0,04499	0,10512** -0,04431	0,11162** -0,04488	0,09597** -0,0445	0,10284** -0,04621	0,11087** -0,04683	0,09291** (0,046420
2015	0,12536*** -0,04347	0,10944** -0,04281	0,12535*** -0,04336	0,10691** -0,043	0,12433*** -0,04461	0,14406*** -0,0452	0,12255*** -0,04482
2016	0,12513*** (0 ,05296)	- 0,18231*** -0,05233	- 0,22993*** -0,0529	- 0,21363*** -0,05243	- 0,16542*** -0,05367	- 0,21553*** -0,05427	- 0,20414*** -0,05377
Empleos actuales	- 0,00708*** -0,00104	- 0,0047*** -0,00104	- 0,00638*** -0,00105	- 0,00617*** -0,00103	- 0,00488*** -0,00104	- 0,00640*** -0,00105	- 0,00626*** -0,00104
<i>Predictores</i>							
Naciente		0,47305*** -0,03289			0,47733*** -0,03374		
Nuevo			- 0,22023*** -0,03858			- 0,23027*** -0,03969	
Establecido				- 0,52479*** -0,04304			- 0,51505*** -0,0441
<i>Moderadora</i>							
Percepción de Oportunidad					0,1012*** -0,0341	0,10377*** -0,03456	0,08440** -0,03426
Oport x Naciente					- 0,16625** -0,06736		
Oport x Nuevo						0,058872 -0,08215	
Oport x Establecido							0,1922** -0,0881
R ²	0,074	0,103	0,079	0,095	0,104	0,079	0,095
Δ R ²		0,029	0,005	0,021	0,03	0,005	0,02
Adj R ²	0,072	0,101	0,077	0,093	0,102	0,077	0,092
Δ Adj R ²		0,029	0,005	0,021	0,03	0,005	0,02
F	43,39	57,28	42,76	52,4	47,47	35,39	43,21
# obs	6.492	6.492	6.492	6.492	6.203	6.203	6.203

Significativo a nivel de $p < 0,1$; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$ y *** $p < 0,001$

Figura # 3 : Efecto moderador de la percepción de oportunidades en las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores nacientes

4

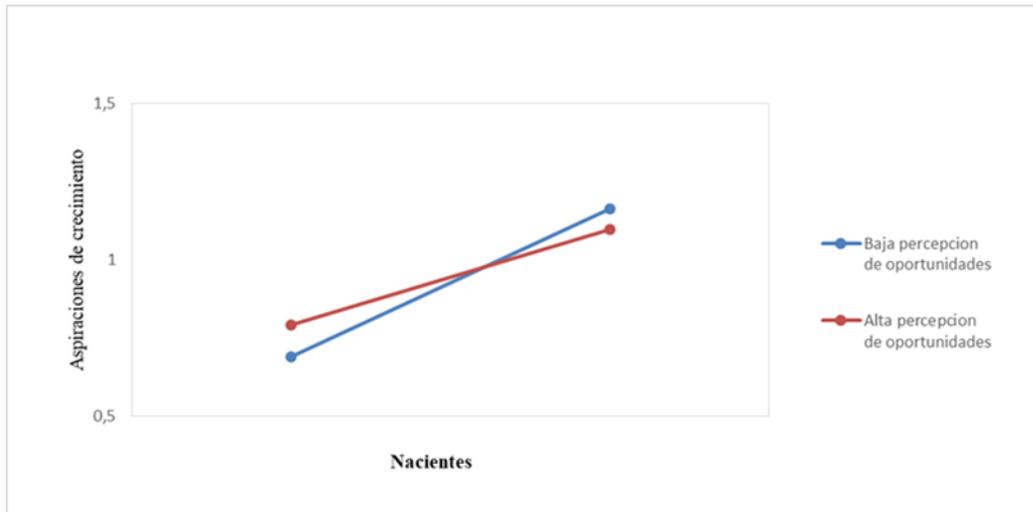
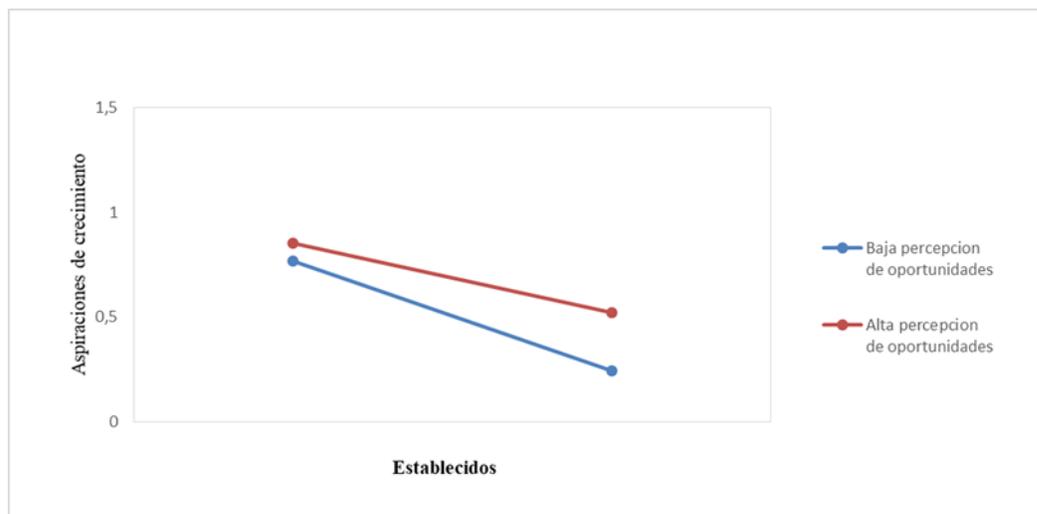


Figura # 4: Efecto moderador de la percepción de oportunidades en las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores establecidos



⁴ Las Figuras #3 y #4 no fueron incluidas en el artículo publicado

2.5 Discusión

Este estudio ha investigado cómo el nivel de involucramiento de los emprendedores afecta sus aspiraciones de crecimiento y cómo esta relación cambia según la percepción de oportunidades. El primer hallazgo principal es que las mayores aspiraciones de crecimiento corresponden a aquellos que se encuentran en el primer nivel de involucramiento. Esto es consistente con la visión de que los emprendedores nacies son más ambiciosos que aquellos en etapas más avanzadas del proceso emprendedor (Davidsson, 1991; Gilbert *et al.*, 2006). Una razón probable es el hecho de que estos emprendedores son generalmente inexpertos y menos realistas (Ciešlik *et al.*, 2018). El desconocimiento de la vida empresarial podría generar aspiraciones basadas más en el entusiasmo que en las realidades del mercado. Esto puede provocar que muchos se retiren del proceso en esta etapa temprana y quienes continúen tiendan a reducir sus aspiraciones de crecimiento a medida que maduran como emprendedores.

De hecho, encontramos una disminución en el número de emprendedores al comparar su número en cada etapa del nivel de involucramiento y muchos de ellos no superan ese primer nivel. Adicionalmente, y enmarcado en los postulados de Penrose (1959), un emprendedor naciente no tiene la versatilidad emprendedora para realizar proyecciones basadas en las realidades y en la propia experiencia y conocimiento del negocio. Considerando la visión del emprendimiento como un proceso de involucramiento, un emprendedor en una etapa temprana no tiene un referente de una etapa anterior que pueda moldear o ajustar sus aspiraciones de crecimiento, como lo hacen los nuevos o establecidos. Es posible que sus aspiraciones sean basadas más en ilusión y sueños que en datos reales y experiencias previas.

Probablemente sus referentes son otros emprendedores que han tenido éxito y han crecido, pero esta percepción selectiva, fruto de la inexperiencia y el desconocimiento, le impide ver todas las dificultades

y problemas que son inherentes al ejercicio de dirigir una empresa. Está observando solo los resultados positivos de los emprendedores que tiene como referentes. Al no tener referencias de etapas anteriores los emprendedores nacientes tienen una menor comprensión de los costos relacionados con sus actividades y cómo cambian en el tiempo (Davidsson *et al.*, 2006; Moreno y Casillas, 2007). Igualmente, nuestros resultados son congruentes con lo planteado por Gilbert *et al.* (2006) en relación con la necesidad que tienen los nuevos emprendimientos de alcanzar mayor crecimiento frente a las empresas que ya están establecidas. Esto determina sus aspiraciones, especialmente por las presiones para lograr la supervivencia y viabilidad que les facilite el paso a los niveles más avanzados de involucramiento. En contraste, para los emprendedores establecidos que, a pesar de haber alcanzado un nivel más estable quieren seguir creciendo, las aspiraciones de crecimiento están determinadas por factores asociados a la consolidación en el mercado.

El segundo hallazgo principal de la investigación se refiere al rol moderador de la percepción de oportunidades en la relación entre los niveles de involucramiento y las aspiraciones de crecimiento. Encontramos que las aspiraciones de crecimiento son mayores para aquellos en un nivel avanzado de involucramiento cuando perciben buenas oportunidades en el entorno. Una posible explicación para este resultado es que un emprendedor establecido tiende a ser más realista y es probable que perciba aquellas oportunidades que contribuyan más al crecimiento en los próximos años. Esto puede sugerir que, a medida que los emprendedores se involucran más en el proceso empresarial, desarrollan la capacidad de vincular las oportunidades del entorno, que están disponibles para todos, con sus aspiraciones específicas de crecimiento. Los emprendedores nacientes están expuestos a las mismas oportunidades, pero el efecto de percibir oportunidades en esta etapa temprana de compromiso no se traduce en mayores aspiraciones de crecimiento. Posiblemente se traducirían en una mayor velocidad de creación de empresas (Capelleras y Greene, 2008).

Desde la mirada integradora que proponen Grilo y Thurik (2008) con el nivel de involucramiento, vemos diferencias importantes para cada etapa del proceso. Un emprendedor establecido frente a uno naciente basa sus aspiraciones posiblemente en análisis más realistas, es más maduro y toma decisiones más prudentes, mientras que un emprendedor naciente se basa en el entusiasmo de la primera etapa. Los resultados están en línea con lo planteado por Dutta y Thornhill (2008), con respecto a que las percepciones de los emprendedores sobre las condiciones competitivas en el entorno externo cambian con el tiempo, y los cambios en la percepción los llevan a modificar sus intenciones de crecimiento. Aunque los emprendimientos exhiben tasas iniciales de crecimiento más altas en comparación con las empresas establecidas estas trayectorias de crecimiento no son constantes.

Los emprendedores en una etapa madura deciden de manera más realista guiados por conocimientos previos sobre los mercados, las formas de servir los mercados y los problemas de los clientes (Shane, 2000). Aprovechan al máximo sus recursos en aquellas oportunidades que son más efectivas para sus aspiraciones de crecimiento. De igual forma, se observa cómo, para cada etapa, las valoraciones relacionadas con las oportunidades varían según la experiencia y el conocimiento del negocio. Como sugiere Sarasvathy (2001), la toma de decisiones efectiva es evidente porque encontramos un emprendedor que identifica oportunidades a partir de sus propios conocimientos, recursos y experiencias y, a medida que estos cambian, la evaluación de oportunidades también cambia.

El grado de incertidumbre o turbulencia del entorno externo le impone desafíos a las nuevas empresas a medida que diseñan y ejecutan sus estrategias competitivas. En ese punto es donde la experiencia del emprendedor establecido juega un rol clave. Las personas con altos niveles de experiencia en la industria tienden a comprender la naturaleza competitiva del entorno, incluidas las oportunidades y amenazas, las reglamentaciones específicas y cómo establecer relaciones con clientes y proveedores clave. Ante la aparición de oportunidades los empresarios más experimentados probablemente mostrarán una mayor

tolerancia a la incertidumbre de la decisión, han mejorado su capacidad de actuar en contextos de falta de información o falta de retroalimentación. El emprendedor establecido cuenta con información del negocio y del mercado que no tiene el naciente, lo que le facilita reconocer oportunidades de crecimiento

En particular, debido a que los empresarios más experimentados pueden detectar mejor las oportunidades "correctas" (más prometedoras), pueden traducir mejor las oportunidades en aspiraciones de crecimiento y contribuir al crecimiento real.

2.6 Implicaciones y futuras investigaciones

Para los emprendedores, los resultados de nuestro estudio apuntan a la importancia de reconocer las limitaciones y desafíos que enfrentan en cada etapa del proceso emprendedor y brindar sus recursos y capacidades para superarlos. Una consideración importante, especialmente para los emprendedores nacientes, es ser más realistas para definir sus aspiraciones de crecimiento, de acuerdo con la incertidumbre y los riesgos de esta etapa. Para los emprendedores nacientes y nuevos, contar con acompañamiento en la formación empresarial, así como pertenecer a redes de apoyo, puede ayudar a superar desafíos y avanzar hacia un mayor nivel de involucramiento. Esta formación y experiencia adquirida a lo largo del tiempo, junto con un estado de alerta permanente ante nuevas oportunidades, puede redundar en mayores aspiraciones de crecimiento. Igualmente, en futuras investigaciones se sugiere profundizar en la influencia de los rasgos de personalidad en las aspiraciones de crecimiento del emprendedor (emprendedor ambicioso, visionario, conservador) y en características de liderazgo innovador que pueden influir en sus decisiones orientadas al crecimiento de la empresa

Para la política pública, los resultados implican reconocer las diferencias en las etapas de desarrollo de los emprendedores y las distintas necesidades de apoyo para cada etapa, de tal forma que se diseñen regulaciones y apoyos especiales para que las nuevas empresas puedan crecer y consolidarse. En este

sentido, es importante reconocer que aquellos empresarios, que tienen menos experiencia, difieren en su capacidad de percibir oportunidades y, por lo tanto, la política debe orientarse a aumentar su capacidad de gestión para reconocer oportunidades prometedoras y lograr el máximo beneficio de estas oportunidades del entorno que todos los emprendedores persiguen.

Para los investigadores en emprendimiento, los hallazgos aumentan nuestro conocimiento sobre los factores asociados con las aspiraciones de crecimiento de las empresas de reciente creación en un contexto de incertidumbre y riesgo, ya que hasta ahora la investigación sobre emprendimiento de alto crecimiento en países en conflicto ha sido muy limitada. Consideramos importante profundizar en los estudios sobre el comportamiento de las diferentes variables relacionadas con el emprendimiento en un contexto de alta incertidumbre y riesgo, ya que el emprendimiento en países en conflicto puede jugar un papel clave en la reconstrucción del marco social y económico, y convertirse en una opción para generar ingresos familiares y sobrevivir en medio de las dificultades.

El presente estudio tiene algunas limitaciones que deberían ser abordadas en futuras investigaciones. Primero, el documento está limitado por la naturaleza transversal de los datos GEM, especialmente porque el estudio emplea una perspectiva de proceso. Si bien hemos utilizado datos de cinco años diferentes, sería necesario contar con información longitudinal de las diferentes variables relacionadas con el involucramiento emprendedor y las aspiraciones de crecimiento. Una nueva e interesante pregunta de investigación sería examinar cómo cambian las aspiraciones a lo largo del proceso emprendedor, desde el inicio de la empresa hasta que se considera un negocio establecido; este análisis podría hacerse mediante el uso de conjuntos de datos de panel, estudios longitudinales y series de tiempo que contienen información sobre las aspiraciones de crecimiento de los mismos individuos en varios años.

En segundo lugar, el carácter binario de las variables independientes y moderadoras, claves en el estudio también puede considerarse una limitación. Las variables dicotómicas en cuestionarios grandes como los utilizados en el cuestionario GEM se incluyen para simplificar el proceso de recopilación de datos y la posterior codificación. Sin embargo, la investigación futura debería buscar medidas más detalladas, especialmente para la percepción de oportunidades.

En tercer lugar, sería interesante considerar otras posibles variables moderadoras. Por ejemplo, para explorar si las relaciones con otros emprendedores (modelos a seguir) afectan de manera diferente las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores nacientes, nuevos y establecidos. Asimismo, comprender la influencia del acceso a los recursos financieros en cada etapa del proceso de participación brindaría información valiosa. De hecho, la investigación sobre emprendimiento ha señalado durante mucho tiempo que tanto los modelos a seguir como el acceso a la financiación, son de gran importancia para comprender las decisiones del emprendedor (Capelleras *et al.*, 2011), pero no se sabe mucho sobre su rol moderador al explicar la relación entre los niveles de involucramiento y las aspiraciones de crecimiento.

Por último, el estudio se basa en datos de un solo país en situación de posconflicto. Una extensión interesante sería probar nuestro modelo con datos de otros países, particularmente del contexto latinoamericano, y extender el enfoque e incluir variables a nivel de país. Tal enfoque también permitiría investigar en qué medida los resultados del presente estudio pueden generalizarse a países sin conflicto.

Referencias

- Amoros, J., & Cristi, O. (2008). Longitudinal analysis of entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4, p 381-399.
- Ardichvili, A. Cardozo, R. and Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18, p 105-123.
- Arenius, P. and De Clercq, D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small Business Economics*, 24(3), p 249-265.
- Arenius, P. and Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), p 233-247.
- Autio, E. and Acs, Z. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspirations. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4, p 234-251.
- Bager, T., & Schøtt, T. (2004). Growth expectations by entrepreneurs in nascent firms, baby businesses and mature firms: Analysis of the Global Entrepreneurship Monitor surveys in Denmark 2000-2003. *Paper to First GEM Research Conference: "Entrepreneurship, Government Policies and Economic Growth," April*, p 1-12.
- Baum, J. Locke, E. and Smith, K. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), p 292-303.
- Baumol, W. (1990). Entrepreneurship: productive, unproductive, and destructive. *The Journal of Political Economy*, 98(5), p 893-921.
- Capelleras, J.-L., Contin-Pilart, I., Larraza-Kintana, M., & Martin-Sanchez, V. (2011). Publicly funded pre-start support for new firms: who demands it and how it affects their employment growth. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 29, p 821-847.
- Capelleras, J.-L., Contin-Pilart, I., Larraza-Kintana, M., & Martin-Sanchez, V. (2016). Unemployment and growth aspirations: The moderating role of education. *Strategic Change*, 25, p 171-185.
- Capelleras, J.-L., Contin-Pilart, I., Larraza-Kintana, M., & Martin-Sanchez, V. (2019). Entrepreneurs' human capital and growth aspirations: the moderating role of regional entrepreneurial culture. *Small Business Economics*, 52(1), 3-25.
- Capelleras, J.-L., & Greene, F. (2008). The determinants and growth implications of venture creation speed. *Entrepreneurship and Regional Development*, 20(4), p 317-343.
- Cieślak, J., Kaciak, E., & van Stel, A. (2018). Country-level determinants and consequences of overconfidence in the ambitious entrepreneurship segment. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(5), 473-499.
- Davidsson, P. (1989). Entrepreneurship — And after? A study of growth willingness in small firms. *Journal of Business Venturing*, 4(3), p 211-226.
- Davidsson, P. (1991). Continued entrepreneurship: Ability, need, and opportunity as determinants of small firm growth. *Journal of Business Venturing*, 6(6), p 405-429.
- Davidsson, P., Achtenhagen, L., & Naldi, L. (2010). Small firm growth. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6(2), p 69-166.
- Davidsson, P., Delmar, F., & Wiklund, J. (2006). Entrepreneurship as growth; growth as entrepreneurship. In *Entrepreneurship and the growth of firms* (p. p 21-38). Edward Elgar Publishing, Inc.
- Delmar, F., & Shane, S. (2003). Does Business planning facilitate the development of new ventures? *Strategic Management Journal*, 24(12), p 1165-1185.
- Desai, S., Acs, Z., & Weitzel, U. (2013). A model of destructive entrepreneurship: insight for conflict and postconflict recovery. *Journal of Conflict Resolution*, 57(1), p 20-40.
- Dutta, D., & Thornhill, S. (2008). The evolution of growth intentions: toward a cognition-based model. *Journal of Business Venturing*, 23(3), p 307-332.
- Efendic, A., Mickiewicz, T., & Rebmann, A. (2015). Growth aspirations and social capital: Young firms in a post-conflict environment. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(5), 537-561.
- Eggers, F., Kraus, S., Hughes, M., Laraway, S., & Snyckerski, S. (2013). Implications of customer and entrepreneurial orientations for SME growth. *Management Decision*, 51(3), p 524-546.

- Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2013). Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations? *Journal of Business Venturing*, 28(4), p 564-580.
- Farmer, S., Yao, X., & Kung-Mcintyre, K. (2011). The behavioral impact of entrepreneur identity aspiration and prior entrepreneurial experience. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(2), p 245-273.
- Gilbert, B., McDougall, P., & Audretsch, D. (2006a). New venture growth : a review and extension. *Journal of Management*, 32(6), 926–950.
- Gilbert, B., McDougall, P., & Audretsch, D. (2006b). New venture growth: A review and extension. *Journal of Management*, 32(6), p 926-950.
- Gnyawali, D., & Fogel, D. (1994). Environment for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), p 43-62.
- Grilo, I., & Thurik, R. (2004). Determinants of Entrepreneurship In Europe. In *Report Series Research in Management ERIM* (Issue Dec).
- Grilo, I., & Thurik, R. (2008a). Determinants of entrepreneurial engagement levels in Europe and the US. *Industrial and Corporate Change*, 17(6), p 1113-1145.
- Hanks, S., Watson, C., Jansen, E., & Chandler, G. (1993). Tightening the life-cycle construct : A taxonomic study of growth stage configurations in high-technology organizations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Winter, p 5-29.
- Haynie, J. M., Shepherd, D. A. and McMullen, J. S. (2009). An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions. *Journal of Management Studies*, 46, 337–361.
- Hermans, J., Vanderstraeten, J., Van Witteloostuijn, A., Dejardin, M., Ramdani, D., & Stam, E. (2015). Ambitious entrepreneurship: A review of growth aspirations, intentions, and expectations. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 17(August), 127–160.
- Hessels, J., Grilo, I., Thurik, R., & van der Zwan, P. (2011). Entrepreneurial exit and entrepreneurial engagement. *Journal of Evolutionary Economics*, 21(3), p 447-471.
- Hessels, J., & Van der Zwan, P. (2011). Entrepreneurial exit, ability and engagement across countries in different stages of development. *Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs*, 31(4), p 2-21.
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323–339.
- Hopp, C., & Sonderegger, R. (2015). Understanding the dynamics of nascent entrepreneurship-prestart-up experience, intentions, and entrepreneurial success. *Journal of Small Business Management*, 53(4), p 1076-1096.
- Kirzner, I. (1979). *Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Lecuna, A., Cohen, B., & Chavez, R. (2016). Characteristics of high-growth entrepreneurs in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), p 141-159.
- Levie, J., & Autio, E. (2013). Growth and growth intentions: A meta-analysis of existing evidence. *Enterprise Research Centre*, 1, p 1-44.
- Lim, D., Hoon Oh, C., & De Clercq, D. (2016). Engagement in entrepreneurship in emerging economies: Interactive effects of individual-level factors and institutional conditions. *International Business Review*, 25(4), p 933-945.
- Martinez, C., & Bryant, P. (2016). Experiencing value over time : An integrative theory of entrepreneurial engagement and disengagement. *Presented at AOM 2016*.
- Messersmith, J., & Wales, W. (2011). Entrepreneurial orientation and performance in young firms: The role of human resource management. *International Small Business Journal*, 31(2), p 115-136.
- Miklian, J., & Rettberg, A. (2017). From war-torn to peace-torn? Mapping business strategies in transition from conflict to peace in Colombia. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2925244>, Febrero, p 1-25.
- Moreno, A. M., & Casillas, J. C. (2007). High-growth SMEs versus non-high-growth SMEs: a discriminant analysis. *Entrepreneurship & Regional Development*, 19(1), p 69-88.
- Penrose, E. (1959). *The theory of the growth of the firm*. Oxford University Press.
- Puente, R., Cervilla, M. A., Gonzalez, C. G., & Auletta, N. (2017). Determinants of the growth aspiration: a

- quantitative study of Venezuelan entrepreneurs. *Small Business Economics*, 48(3), p 699-726.
- Renko, M., Kroeck, K., & Bullough, A. (2012). Expectancy theory and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(3), p 667-684.
- Rettberg, A., Leiteritz, R., & Nasi, C. (2011). Entrepreneurial activity in the context of violent conflict: business and organized violence in Colombia. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 24(2), p 179-196.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), p 205-231.
- Sarasvathy, S. (2001). Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *The Academy of Management Review*, 26(2), p 243-263.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4), p 448-469.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *The Academy of Management Review*, 25(1), p 217-226.
- Shepherd, D. A., Williams, T. A., & Patzelt, H. (2015). Thinking about entrepreneurial decision making: review and research agenda. *Journal of Management*, 41(1), p 11-46.
- Storey, D. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. Routledge.
- Thurik, R., Zwan, P., & Grillo, I. (2010). The entrepreneurial ladder and its determinants. *Applied Economics*, 42(17), p 2183-2191.
- Unger, J., Rauch, A., Frese, M., & Rosenbusch, N. (2011). Human capital and entrepreneurial success: a meta-analytical review. *Journal of Business Venturing*, 26(3), p 341-358.
- Van der Zwan, P., & Thurik, R. (2017). Entrepreneurship as a process: Empirical evidence for entrepreneurial engagement levels. In T. Ahmetoglu, G., Chamorro-Premuzic, T., Klinger, B., & Karcisky (Ed.), *The Wiley Handbook of Entrepreneurship* (First Edit, p. p 25-35). John Wiley & Sons Ltd.
- Van der Zwan, P., Verheul, I., Thurik, R., & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6, p 273-295.
- Venkataraman, S. (1997). The distinctive domain of entrepreneurship research. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 3(October), p 119-138.
- Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J., & van der Zwan, P. (2010). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *EIM Research Reports*, 1-24.
- Verheul, I., & Van Mil, L. (2011). What determines the growth ambition of Dutch early-stage entrepreneurs? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), p 183-207.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*,. Wiley.
- Wang, L., Zhao, W., Wei, Z., & Zhou, C. (2020). Does entrepreneurial experience always promote novelty-centered business model design in new venture? *Chinese Management Studies*, 15(1), 117-136.
- Wiklund, J., Davidsson, P., & Delmar, F. (2003). What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 27(3), p 247-270.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), p 1919-1941.
- Zhou, H. B., Huang, L., & Kuo, T.-K. (2018). Determinants of small firm growth: An exhaustive analysis using conceptual and statistical approaches. *International Review of Entrepreneurship*, 16(4), 525-564.

3 ¿EL TEMOR AL FRACASO AFECTA LAS ASPIRACIONES DE CRECIMIENTO? EL ROL MODERADOR DEL COLECTIVISMO INSTITUCIONAL EN PAÍSES EMERGENTES Y DESARROLLADOS

Resumen

Este artículo analiza el impacto del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento del emprendedor, el rol moderador de la cultura colectivista institucional y las diferencias entre países emergentes y desarrollados. Basados en la Teoría social cognitiva, proponemos que el temor al fracaso tiene un impacto negativo en las aspiraciones de crecimiento del emprendedor y que ese impacto difiere entre países desarrollados y países emergentes. Proponemos igualmente que el colectivismo institucional modera positivamente esa relación, y que ese efecto moderador es mayor en países desarrollados que en emergentes. Utilizando las bases de datos del Global Entrepreneurship Monitor para 42 países, y Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness (GLOBE), aplicamos un modelo multinivel con variables a nivel individuo y nivel país. Los resultados aportan a estudios que analizan el temor al fracaso como un rasgo socio cognitivo del individuo en respuesta a factores del contexto, en este caso la cultura colectivista. Igualmente confirma las diferencias entre las aspiraciones de crecimiento entre los países emergentes y desarrollados. Se discuten las implicaciones de los hallazgos.

Palabras clave: Emprendimiento, aspiraciones de crecimiento, temor al fracaso, colectivismo

Artículo titulado: Does fear of failure affect entrepreneurial growth aspirations? The moderating role of institutional collectivism in emerging and developed countries ha sido aceptado para publicación por el Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies DOI: 10.1108/JEEE-08-2022-0232 Marzo 2023

Abstract

This paper analyzes the impact of fear of failure on entrepreneurs' growth aspirations, the moderating role of collectivist institutional culture, and the differences between emerging and developed countries. Based on Social Cognitive Theory, we propose that fear of failure has a negative impact on growth aspirations and that impact differs between developed and emerging countries. We also propose that institutional collectivism has a positive moderating effect on this relationship, mitigating the negative effect of fear of failure and that this mitigation is greater in developed countries than in emerging ones. Using the Global Entrepreneurship Monitor databases for 42 countries, and Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness (GLOBE), we apply a multilevel model with individual-level and country-level variables. The results contribute to studies that analyze fear of failure as a socio-cognitive trait of the individual in response to contextual factors, in this case the collectivist culture. It also confirms the differences in growth aspirations between emerging and developed countries. The implications of the findings are also discussed.

Keywords: Entrepreneurship, Growth aspirations, Fear of failure, Collectivism

3.1 Introducción

Las aspiraciones de crecimiento del emprendedor juegan un papel importante en la explicación del crecimiento de las nuevas empresas (Baum *et al.*, 2001; Dutta, 2008; Kolvereid e Isaksen, 2017; Wiklund y Shepherd, 2003). Esto ha motivado un creciente interés sobre sus antecedentes. Trabajos previos han encontrado que tanto los factores individuales como contextuales pueden afectar las aspiraciones de crecimiento (Autio y Acs, 2010; Capelleras *et al.*, 2019; Efendic *et al.*, 2015; Estrin *et*

al., 2013, 2020; Hermans *et al.*, 2015; Kolvereid e Isaksen, 2017; Krasniqi y Desai, 2016; Lajqi y Krasniqi, 2017).

El temor al fracaso ha sido considerado como un factor individual que inhibe la intención de emprender (Arenius y Minniti, 2005; Morgan y Sisak, 2016; Ucbasaran *et al.*, 2013) ya que es una de las reacciones socio cognitivas ante situaciones que pueden amenazar el logro de metas (Bandura, 1986; Wood y Bandura, 1989). Sin embargo, Hunter *et al.* (2021) sugieren recientemente que la forma en que los emprendedores enfrentan el miedo al fracaso y su impacto en las aspiraciones sigue sin explorarse. De hecho, el temor al fracaso ha sido considerado como un rasgo estático de personalidad en los estudios previos que han examinado su relación con las aspiraciones de crecimiento (Puente *et al.*, 2017; Verheul y Van Mil, 2011), ignorando que es una respuesta emocional y cognitiva del individuo a las amenazas del entorno (Cacciotti y Hayton, 2015; Kollmann *et al.*, 2017).

En este estudio investigamos cómo el miedo al fracaso afecta las aspiraciones de crecimiento del emprendedor. Dado que el nexo individuo-entorno es fundamental para comprender cómo el miedo al fracaso influye en el comportamiento humano (Cacciotti y Hayton, 2015), lo que sugerimos es que esta relación será moderada por el colectivismo institucional de la sociedad. En las sociedades individualistas, los lazos entre los individuos son débiles, mientras que en las sociedades colectivistas, los individuos tienden a estar más integrados en grupos cohesivos (Hofstede, 1980). Por lo tanto, el colectivismo como una manifestación cultural de una nación puede influir en la relación entre el temor al fracaso y las aspiraciones de crecimiento (Dheer, 2017; Wennberg *et al.*, 2013), porque en culturas colectivistas puede tolerarse mejor la incertidumbre (Wennberg *et al.*, 2013), y hay fuerte cohesión grupal y apoyo colectivo al emprender (Li *et al.*, 2013).

Adicionalmente, consideramos el nivel de desarrollo del país al explorar las relaciones entre el miedo al fracaso, el colectivismo institucional y las aspiraciones de crecimiento. Quizás sorprendentemente, la mayoría de los estudios previos en esta área se restringen a un solo país o han ignorado las diferencias en el nivel económico de los países (Autio y Pathak, 2010; Puente *et al.*, 2017). La razón aquí es que mayores niveles de incertidumbre e inestabilidad, que son característicos de las economías emergentes, podrían afectar tales relaciones (Efendic *et al.*, 2015; Lajqi y Krasniqi, 2017; Tominc y Rebernik, 2007). Por lo tanto, planteamos las siguientes preguntas de investigación: ¿El colectivismo modera el efecto del miedo al fracaso en las aspiraciones de crecimiento? ¿Son estas relaciones diferentes en los países desarrollados y emergentes?

El estudio hace una serie de contribuciones a la literatura. Con base en consideraciones socio cognitivas, primero argumentamos que el miedo al fracaso reduce las aspiraciones de crecimiento empresarial. Así, mostramos que existe una relación directa negativa entre estos dos constructos, independientemente del nivel de desarrollo del país. En segundo lugar, demostramos que el colectivismo institucional puede mitigar dicho efecto negativo del miedo al fracaso sobre las aspiraciones de crecimiento. Curiosamente, encontramos que esto es particularmente cierto en los países emergentes. Por lo tanto, introducimos una condición de frontera para nuestras predicciones, mostrando diferencias entre economías desarrolladas y emergentes. Finalmente, empleamos un enfoque multinivel mediante el uso de un conjunto de datos de múltiples fuentes sobre 136.427 emprendedores en 42 países para el período 2014-2019, que nos permite contribuir a una mejor comprensión de la influencia de los factores sociocognitivos en las aspiraciones de crecimiento, así como la importancia de analizar esta relación bajo diferentes contextos.

La importancia del enfoque multinivel en el análisis es que proporciona una visión adicional de las fuentes de varianza (a nivel individual y de grupo) que los diseños de un solo nivel no pueden proporcionar y explica cómo esto puede impactar en las interpretaciones del vínculo del contexto y el

individuo. Un diseño multinivel nos permite combinar consideraciones a nivel con consideraciones de contexto (representadas en términos de normas grupales y el efecto de prácticas culturales (Autio *et al.*, 2013).

El artículo está organizado de la siguiente manera. Primero, proporcionamos una revisión teórica y desarrollamos algunas hipótesis comprobables. A esto le sigue la descripción de los datos, las variables y el enfoque empírico. Luego presentamos nuestros resultados. Finalmente, se proporciona la discusión y las implicaciones del estudio.

3.2 Teoría e hipótesis

3.2.1 Teoría Social Cognitiva

La Teoría Social Cognitiva – TSC - (Bandura, 1988, 1999; Wood y Bandura, 1989) plantea que la conducta humana debe ser descrita en términos de la interacción recíproca entre determinantes cognoscitivos o personales, conductuales y ambientales. Los procesos cognitivos son los primeros mediadores del comportamiento (Baron, 2004). Las personas utilizan sus sistemas sensoriales, motores y cerebrales para orientar sus decisiones hacia el logro de sus metas (Bandura, 1999). La interacción entre factores personales y eventos ambientales permite a las personas construir escenarios cognitivos reflejando sus motivaciones y aspiraciones, los cuales sirven de referencia para encauzar sus decisiones (Wood y Bandura, 1989).

La esencia de la TSC es que el comportamiento humano está moldeado y determinado tanto por las características del individuo como por el contexto (Bandura, 1999). Bandura (1999) explica el funcionamiento psicosocial en términos de un modelo de causalidad recíproca tríadica en donde factores personales, en forma de rasgos cognitivos, afectivos y biológicos, patrones de comportamiento, y

eventos ambientales operan como determinantes interactivos que se influyen mutuamente de manera bidireccional.

La TSC sugiere que los entornos sociales juegan un papel fundamental en la configuración de la cognición y, en última instancia, el comportamiento de los individuos. Debido a la bidireccionalidad de la influencia, las personas son tanto productos como productores de su entorno (Wood y Bandura, 1989).

Dentro del marco conceptual de la teoría social cognitiva, se asocia el temor a fracasar como una señal de ineficacia para hacer frente a situaciones. Las personas que se juzgan a sí mismas como eficaces en el manejo de amenazas potenciales ni las temen ni las rehúyen (Bandura, 1986). Cuando las personas creen que un resultado es difícil de obtener y la probabilidad de fracaso es alta, es posible que el temor a fracasar afecte su comportamiento futuro (Wood y Bandura, 1989).

Los eventos potencialmente amenazantes juegan un papel central en la aparición del temor al no poderlos enfrentar, y por lo tanto fracasar. Algunas personas creen que pueden ejercer control sobre la amenaza, las enfrentan y no se sienten temerosos de afrontarla; otras por el contrario se detienen en sus deficiencias y ven muchos aspectos de su entorno como amenazantes (Ozer y Bandura, 1990). Además, al evaluar situaciones del contexto, las personas que están seguras de su eficacia se centran en las oportunidades que vale la pena perseguir en lugar de detenerse en los riesgos a los que se enfrenta. Por lo tanto las creencias sobre la capacidad de asumir situaciones desafiantes y enfrentarlas sin temor a fracasar puede ser predictor del comportamiento humano (Bandura, 1986; Wood y Bandura, 1989).

La TSC es especialmente adecuada para explicar las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores puesto que nos permite comprender las diferencias en sus procesos cognitivos en respuesta influencia de factores de contexto. Bajo este marco de análisis se puede explicar las diferencias en las aspiraciones

de crecimiento entre países emergentes y desarrollados, resultantes de la interacción de un contexto cultural colectivista con el temor al fracaso.

Aunque la TSC se ha utilizado para explicar las tasas de creación de empresas (Boudreaux *et al.*, 2019; Dutta y Sobel, 2020), su vinculación con las aspiraciones de crecimiento ha sido más limitada. Al respecto, Dutta y Thornhill (2008) concluyeron que las percepciones y reacciones del emprendedor a las condiciones competitivas del entorno cambian con el tiempo y modifican sus intenciones de crecimiento.

Vincular la TSC al análisis de las aspiraciones de crecimiento aporta a una mayor comprensión del temor al fracaso, como reacción socio cognitiva, ante situaciones del contexto que podrían ser un obstáculo para las aspiraciones de crecimiento. En línea con lo planteado por Kollmann *et al.* (2017), experimentar el miedo al fracaso frente a los obstáculos puede servir como una señal de advertencia importante para los emprendedores, ya que el miedo al fracaso puede brindar información adicional que indique si una oportunidad de negocio debe llevarse adelante o no.

Bajo los anteriores planteamientos de la TSC abordamos el análisis de las relaciones en el modelo teórico propuesto en esta investigación.

3.2.2 *Temor al fracaso y aspiraciones de crecimiento*

El temor al fracaso puede tener un efecto profundo en las decisiones de los individuos asociadas con el crecimiento. Aunque se percibe como un obstáculo a superar, se reconoce el poder motivador del miedo al fracaso, destacándolo como una clave para el logro de objetivos (Cacciotti y Hayton, 2015; Morgan y Sisak, 2016). En línea con lo planteado por Arenius y Minniti (2005) y Wennberg *et al.* (2013) es probable que el temor al fracaso influya en la evaluación de riesgos involucrados en el emprendimiento e inhiba sus intenciones tanto de crear empresa como de gestionar su crecimiento. Recientes

investigaciones sugieren que el miedo al fracaso puede ser un mecanismo que evita que los individuos actúen según sus aspiraciones, ya que amortigua las intenciones emprendedoras de las personas, así estas tengan altos grados de autoeficacia empresarial (Ng y Jenkins, 2018). Asimismo, la percepción de miedo al fracaso de un grupo puede ser un predictor de las aspiraciones de crecimiento de individuos dentro de ese grupo (Autio y Pathak, 2010).

El miedo al fracaso se ha considerado durante mucho tiempo como una influencia importante que explica comportamientos orientados a reducir la probabilidad de fracasar (Conroy y Elliot, 2004). Aunque estudios más recientes proponen una mirada diferente del efecto del temor al fracaso, hasta ahora se ha evaluado como una barrera para el comportamiento emprendedor (Cacciotti *et al.*, 2016). La investigación previa lo ha identificado en gran medida como una barrera psicológica para el emprendimiento (Arenius y Minniti, 2005) y que limita las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores (Verheul y Van Mil, 2011).

Por lo tanto, es probable que el temor al fracaso inhiba las aspiraciones de crecimiento por varias razones. Primero, el crecimiento de las empresas está íntimamente relacionado con la incertidumbre y la asunción de riesgos, lo cual puede ser un detonante para que el emprendedor, ante la posibilidad de fracaso, sea cauteloso en sus aspiraciones de crecimiento. Cuando los individuos se enfrentan a la posibilidad de fracasar en situaciones de logro, se activa su motivo para evitar el fracaso y el comportamiento posterior es impulsado por ese miedo al fracaso (Kollmann *et al.*, 2017).

Segundo, el temor a fracasar se ha analizado a partir de consecuencias asociadas al fracaso, entre las cuales están experimentar vergüenza, devaluar la autoestima, tener un futuro incierto, perder el interés de alguien importante o molestar a otras personas (Conroy, 2001). Cuando se activa el miedo al fracaso, las personas muestran un mayor enfoque cognitivo en las consecuencias de fracasar, experimentan

sentimientos dolorosos de vergüenza y tristeza y sienten el deseo de escapar de la situación (Kollmann *et al.*, 2017), debido a que el fracaso en una empresa es uno de los resultados más estigmatizados (Shepherd y Haynie, 2011).

Tercero, desde la teoría social cognitiva se plantea que las personas construyen escenarios cognitivos anticipatorios y futuros visualizados, y los utilizan para guiar sus acciones. Quienes temen menos a fracasar visualizan escenarios de éxito que brindan guías positivas para el desempeño, mientras que aquellos que dudan, visualizan escenarios menos optimistas que afectan el desempeño (Bandura, 1999).

Teniendo en cuenta estas consideraciones se plantea la siguiente hipótesis:

H1a: El temor al fracaso está negativamente relacionado con las aspiraciones de crecimiento del emprendedor.

En la investigación del emprendimiento el rol del temor al fracaso ha evolucionado desde un enfoque concebido como un obstáculo para emprender, a ser una experiencia subjetiva con una dimensión temporal y su efecto puede cambiar a medida que se avanza en las diferentes etapas del proceso emprendedor (Hunter *et al.*, 2021). Estudios previos sobre el temor al fracaso lo vinculan como variable de percepción, que puede ser tanto un aliado como un enemigo (Cacciotti *et al.*, 2016; Mitchell y Shepherd, 2011; Morgan y Sisak, 2016) y su efecto depende de contextos inciertos y desafiantes (Cacciotti *et al.*, 2016). La incertidumbre del ambiente activa el temor a fracasar y a sus consecuencias (decepcionarse a sí mismos o a otras personas, sentimiento de vergüenza y tristeza, estigma social) (Kollmann *et al.*, 2017). Esto refleja la falta de confianza del individuo en su capacidad para hacer frente a la incertidumbre endógena o exógena (Autio y Pathak, 2010).

Estos condicionamientos externos pueden estar asociados al nivel de desarrollo económico el cual determina mayor incertidumbre y un entorno más hostil (Efendic *et al.*, 2015; Lajqi y Krasniqi, 2017;

Levie y Autio, 2013; Puente *et al.*, 2017; Tominc y Rebernik, 2007). La prevalencia del emprendimiento ambicioso se ha asociado positivamente con el nivel de desarrollo económico (Hermans *et al.*, 2015; Hessels *et al.*, 2008b).

La influencia del nivel de desarrollo en el efecto del temor al fracaso se sustenta en varios puntos. Primero, en países con mayor libertad económica se ofrecen alternativas si se fracasa y la posibilidad de recuperar lo perdido disminuye el riesgo de emprender (Dutta y Sobel, 2020). Si el contexto da señales de inestabilidad e incertidumbre, característico de países emergentes, el nivel de riesgo para crecer es mayor, afectando las aspiraciones de crecimiento (Conroy *et al.*, 2010). Segundo, los altos niveles de desempleo asociado a economías emergentes, motivan el emprendimiento por necesidad. En estos casos la expectativa de crecer se limita a obtener los ingresos necesarios para cubrir necesidades básicas en medio de la incertidumbre del contexto (Pisá-Bó *et al.*, 2021). En países emergentes un emprendedor con menos temor a fracasar tiene más probabilidades de tener éxito para hacer frente a la incertidumbre que uno con mayor temor a fracasar (Teoh y Foo, 1997). Tercero, el respaldo para crear empresas, las garantías y apoyo a la actividad emprendedora, la estabilidad económica y política propia de países desarrollados determina el nivel incertidumbre institucional y puede afectar el crecimiento de las empresas. En estos contextos más estables, es probable que el impacto del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento sea menor que en los países con entornos económicos más inciertos e inestables y con menores garantías para la actividad emprendedora, propio de países emergentes. Por eso, para este análisis agrupamos los países acuerdo con su nivel de desarrollo y planteamos la siguiente hipótesis:

H1b: El impacto negativo del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento es menor en los países desarrollados que en los países emergentes.

3.2.3 Moderación del colectivismo institucional

Dutta (2008) plantea que las intenciones de crecimiento evolucionan en función del estilo cognitivo y las condiciones competitivas percibidas, reforzando la importancia de incorporar los factores contextuales y las características de los emprendedores en el estudio de la creación, el crecimiento y el sustento de nuevas empresas. Las decisiones del emprendedor de asignar recursos sociocognitivos para lograr el crecimiento dependerá de grado en que el contexto respalde o restrinja tales actividades (Boudreaux *et al.*, 2019). Esta interacción de contexto con emprendedores contribuye a explicar las diferencias en la actividad emprendedora entre los países (Acs *et al.*, 2008; Dheer, 2017; Liñán y Fernandez-Serrano, 2014).

Bajo esa óptica, el individualismo / colectivismo han sido dimensiones culturales vinculadas a la investigación para explicar comportamientos emprendedores (Wennberg *et al.*, 2013). Se asume que la decisión de crecimiento de la empresa es tomada por individuos inmersos en un contexto sociocultural más amplio y que la cultura es fundamentalmente un constructo de nivel colectivo. Las prácticas culturales del colectivismo institucional pueden influir en la decisión individual de crear empresa y en su crecimiento posterior; sin embargo, se desconoce el efecto que podría tener el vínculo entre una cultura colectivista o individualista y las aspiraciones de crecimiento de los individuos (Autio *et al.*, 2013; Wennberg *et al.*, 2013).

Hofstede (1983) definió una sociedad colectivista como aquella en donde los individuos se integran con mayor frecuencia en grupos cohesivos que los protegen a cambio de la lealtad del grupo. El colectivismo institucional se describe en las sociedades como estructuras, instituciones y tradiciones que sirven para mitigar el individualismo exuberante, y también proporciona un tejido social para apoyar a las personas que se considera que necesitan apoyo (Hofstede, 1983; Wennberg *et al.*, 2016). Autio *et al.* (2013) concluyen que el colectivismo institucional se asocia positivamente con el crecimiento empresarial.

Aunque estos resultados son diversos, se espera que el colectivismo institucional proporcione un marco que contribuya a tolerar la incertidumbre y puede ser un aliciente para el crecimiento.

Por lo tanto, es probable que en las culturas colectivistas se atenúe el efecto negativo del temor al fracaso, debido a varias razones. Primero, en las sociedades colectivistas los individuos se integran con mayor frecuencia en grupos cohesivos que los protegen a cambio de la lealtad del grupo y podría reducirse el nivel de riesgo de fracasar asociado al emprendimiento (Dheer, 2017). Asimismo, el apoyo colectivo, el sentimiento de inclusión social, y las redes sociales que prevalece en las sociedades colectivistas hace que los efectos negativos del miedo al fracaso sean menores (Wennberg *et al.*, 2013). Segundo, en sociedades con alto colectivismo institucional se dispone de subsidios gubernamentales para la innovación y crecimiento, lo cual aumenta la viabilidad de asumir riesgos asociados al crecimiento de la empresa (Autio *et al.*, 2013). Tercero, en sociedades que exhiben fuertes prácticas de colectivismo institucional, la alineación entre el éxito de la empresa y el beneficio de la sociedad en general motivan a los emprendedores a trabajar más para hacer crecer sus empresas (Autio *et al.*, 2013), a pesar de la existencia del temor a fracasar.

A partir de los anteriores planteamientos asumimos que en sociedades con alto colectivismo institucional se atenúa el efecto negativo del temor al fracaso y puede influir positivamente en las aspiraciones de crecimiento. Por lo tanto, proponemos la siguiente hipótesis:

H2a: El colectivismo institucional tiene un efecto moderador positivo en la relación entre el temor al fracaso y aspiraciones de crecimiento de los individuos.

En los países emergentes las nuevas empresas y su crecimiento desempeñan un papel fundamental (Aldairany *et al.*, 2018; Brück *et al.*, 2011), y el emprendedor enfrenta mayores desafíos para el crecimiento. La inestabilidad política, económica y social genera incertidumbre y puede afectar las

oportunidades para crecimiento de las empresas (Baker *et al.*, 2005; De Clercq *et al.*, 2010; Lau y Busenitz, 2001). Se plantea que la influencia del entorno sobre los individuos puede ser más fuerte que los lazos culturales entre ellos. Mientras que factores económicos afectan más a países desarrollados, el entorno cultural afecta más a países emergentes (Morales-Alonso *et al.*, 2020).

El enfoque en el individualismo, el colectivismo se basa en que se considera el impulsor más significativo de las diferencias culturales entre países y tiene consecuencias críticas en el nivel de desarrollo económico y actividades comerciales en las naciones (Dheer, 2017).

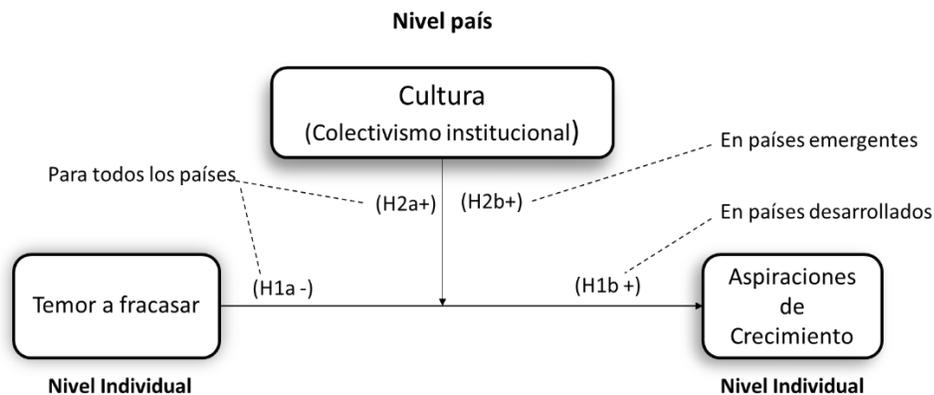
El temor al fracaso puede ser una reacción del individuo a un contexto cultural y económico, que vincula cognición, afecto y acción para enfrentar los desafíos del entorno. Se asume como un proceso psicológico interactivo, dinámico, situado socialmente y sensible a un contexto, conectando a los individuos con sus entornos y entornos con los individuos (Cacciotti y Hayton, 2015; Conroy, 2001; Mitchell *et al.*, 2002). Su impacto dependerá de la fuerza con se anticipan las consecuencias adversas ante un mayor riesgo de fracasar (Cacciotti *et al.*, 2016; Conroy, 2001).

Es probable el efecto moderador del colectivismo institucional sea diferente entre países emergentes y desarrollados por varias razones: primero, los altos niveles de libertad económica y garantías al emprendimiento en países desarrollados ofrecen alternativas para los emprendedores fracasados, y, por lo tanto, el costo del fracaso puede ser menor (Dutta y Sobel, 2020). Segundo, las estructuras, instituciones y tradiciones de las sociedades colectivistas, puede impulsar la capacidad del emprendedor para tolerar las incertidumbres de entornos hostiles, propios de los países menos desarrollados (Dheer, 2017; House *et al.*, 2004). Tercero, aquellas culturas en donde los costos sociales del fracaso son altos, el emprendedor tendrá creencias más fuertes de que puede construir negocios exitosos que en países donde estos costos son bajos. Por lo tanto, probablemente estarán más orientados hacia mayores

aspiraciones de crecimiento (Lee *et al.*, 2020). En países emergentes particularmente, el apoyo cultural es uno de los determinantes de las intenciones de crecimiento de los emprendedores en etapa inicial (Tominc y Rebernik, 2007). Efendic (2015) señaló que los determinantes socioculturales de un país pueden afectar las aspiraciones de crecimiento del emprendedor, en la medida en que la sociedad valora positiva o negativamente la opción de asumir riesgos y de trabajar por cuenta propia. Por lo tanto, planteamos que hay diferencias el efecto moderador del colectivismo institucional según el nivel de desarrollo y proponemos la siguiente hipótesis:

H2b: El efecto moderador positivo del colectivismo institucional en la relación entre el temor al fracaso y las aspiraciones de crecimiento es mayor en países emergentes que en países desarrollados.

Figura # 5 Modelo conceptual



3.3 Metodología

3.3.1 Datos

Los datos del estudio son tomados de varias bases de datos en dos niveles. A nivel individual tomamos los resultados del Global Entrepreneurship Monitor -GEM-. El proyecto GEM es quizá el estudio más amplio que se realiza para investigar la relación entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico (Reynolds *et al.*, 2005). Se utilizan en este estudio las bases de datos individuales y globales

para los años 2014 a 2019. La muestra final de 136.427 individuos se compone de 70 % nacientes, 20% nuevos, 30 % establecido, incluyendo un 20 % que manifiesta ser propietario de más de una empresa. La muestra corresponde a emprendedores de los 42 países incluidos en el estudio.

El criterio para escoger países incluidos en este estudio es que cuenten con información en al menos tres de estos años. Con este criterio, de un total de 95 países analizados entre 2014 y 2019 por el GEM, se seleccionan las bases de datos de 42 países, cuyos datos ya se encuentran armonizados y permiten realizar análisis comparativos entre ellos. Con el fin de determinar las diferencias entre los países desarrollados y emergentes tomamos la clasificación del Índice de Desarrollo Humano –IDH- del PNUD; el índice de esperanza de vida, el índice de nivel de educación y el ingreso nacional bruto per cápita, que son componentes importantes del nivel de bienestar de las personas en un país (Escandon-Barbosa *et al.*, 2019). De acuerdo con este índice se seleccionaron 27 países clasificados como de alto desarrollo y 15 países clasificados como países emergentes.

Para la variable correspondiente a la cultura utilizamos la base de datos del proyecto GLOBE (Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness) realizado en 2014. GLOBE es un proyecto de múltiples fases y métodos que examina las interrelaciones entre la cultura social, la cultura organizacional, el liderazgo y los logros sociales. El proyecto GLOBE conceptualizó y desarrolló medidas de nueve dimensiones de cultura y seis dimensiones de liderazgo y se ha aplicado en 62 países en los últimos años (GLOBE, 2005). GLOBE define la cultura como motivos, valores, creencias, identidades e interpretaciones o significados compartidos de eventos importantes que resultan de experiencias comunes de miembros de colectivos y se transmiten a través de generaciones (House *et al.*, 2004; Javidan y Dastmalchian, 2009). Las medidas de GLOBE de los atributos culturales nacionales, se basan en una encuesta aplicada a más de 17.000 mandos intermedios de 951 organizaciones en 99 países o regiones culturales.

3.3.2 Variables y medidas

La variable dependiente aspiraciones de crecimiento, se define siguiendo estudios previos en los cuales se ha utilizado el empleo para medir las aspiraciones de crecimiento (Estrin *et al.*, 2013). La expectativa de crear nuevos puestos de trabajo ha sido considerada por varios autores como una decisión racional dirigida a maximizar las ganancias y el crecimiento (Autio y Acs, 2010). En el modelo esta variable se define como la diferencia de logaritmos de los empleos futuros y los empleos actuales. Por lo tanto, calculamos las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores a partir de las siguientes preguntas tomadas de la Encuesta de Población Adulta (APS) del GEM: “¿En estos momentos, ¿cuántas personas, sin contar a los propietarios, están trabajando en este negocio?” y “¿Cuántas personas, incluyendo empleados actuales y futuros, piensa que trabajarán en este negocio/empresa dentro de cinco años a partir de ahora?”

La variable predictora se toma igualmente de la APS. El temor al fracaso se mide de acuerdo con la respuesta a la siguiente pregunta: “¿Sería en su caso, el miedo al fracaso un obstáculo para poner en marcha un negocio?” Este constructo propuesto por el GEM ha sido utilizado en múltiples investigaciones para medir el temor al fracaso (Arenius y Minniti, 2005; Biswas, 2016; Dutta y Sobel, 2020; Puente *et al.*, 2017). Su relación con las aspiraciones de crecimiento nos permite medir las hipótesis 1a y 1b.

La variable moderadora a nivel país es el colectivismo institucional. Su interacción con el temor al fracaso permite probar las hipótesis 2a y 2b. La cultura a nivel país se toma de las bases de datos de GLOBE en la dimensión denominada Colectivismo institucional (House *et al.*, 2004; Wennberg *et al.*, 2013). En GLOBE, las prácticas de colectivismo institucional de la sociedad se refieren al grado en que: a) líderes de la sociedad fomentan la lealtad de grupo, incluso si los objetivos individuales se ven afectados, b) el sistema económico en la sociedad está diseñado para maximizar los intereses

individuales contra los colectivos (ítem invertido), c) Ser aceptado por otros miembros del grupo, d) la cohesión del grupo se valora más que el individualismo (House *et al.*, 2004). Los atributos culturales se midieron con escalas tipo Likert de 7 puntos.

Siguiendo los estudios previos en este tema, las variables de control a nivel individual son el género, la edad, el nivel educativo, el modelo de roles, la autopercepción de habilidades, la ocupación y la antigüedad de la empresa (nacientes, nuevos y establecidos). Las variables se toman de la misma encuesta APS del GEM y han sido ampliamente utilizadas en estudios previos sobre la actividad emprendedora (Arenius y De Clercq, 2005; Arenius y Minniti, 2005; Lim *et al.*, 2016; Van der Zwan *et al.*, 2016). Las preguntas utilizadas para cada una y su medición se especifican en la Tabla # 6.

Las variables de control a nivel país son: percepción de oportunidades, el crecimiento del PIB, el porcentaje de crecimiento de la población y la facilidad para acceder a créditos. La percepción de oportunidades ha sido asociada en múltiples investigaciones sobre emprendimiento y se considera un fuerte impulso para crear y hacer crecer las empresas (Adomako *et al.*, 2018; Davidsson, 2015; Eckhardt y Shane, 2003; Kirzner, 1979; Mitchell *et al.*, 2008; Patel, 2019). Esta variable se toma de las bases de datos nacionales del GEM. El porcentaje de crecimiento del PIB y el porcentaje de crecimiento de la población se toman para los años incluidos en este estudio de las bases de datos del Banco Mundial. Un mayor acceso al crédito puede repercutir positivamente en la creación de nuevas empresas y la expansión de las existentes. Los países determinan políticas de apoyo y créditos de fomento el emprendimiento que puede contribuir con el crecimiento de la empresa (Aparicio *et al.*, 2016; Escandón-Barbosa *et al.*, 2019; Urbano y Alvarez, 2014). Este último índice se toma del Doing Business del Banco Mundial.

3.3.3 Enfoque metodológico

Para estimar el efecto del temor a fracasar sobre las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores, así como el efecto moderador del colectivismo institucional en el país de cada individuo, se utiliza un modelo de regresión lineal jerárquico de dos niveles con efectos aleatorios.

Para cada modelo se estima la razón de verosimilitud (LR) con el objetivo de verificar si estimar un modelo multinivel se ajusta mejor a los datos que un modelo lineal. De esta manera, se realiza una prueba Chi-Cuadrado cuya hipótesis nula es que no existe efecto país, la cual se rechaza, por lo que se interpreta que un modelo multinivel es más adecuado al tener en cuenta los efectos del segundo nivel.

Una condición previa para el análisis multinivel es que exista una varianza significativa entre grupos para la variable dependiente. Para cuantificar el porcentaje de varianza explicada por los efectos a nivel país, se analiza a partir de descomponerla en: la varianza del error a nivel individual y la varianza del error a nivel país. De esta manera, se evidencia que la varianza entre países desarrollados es de $\vartheta_{u0}^2 = 0,027$ y para países en desarrollo de $\vartheta_{u0}^2 = 0,058$. Mientras que la varianza entre emprendedores de países desarrollados es de $\vartheta_e^2 = 0,906$ y entre emprendedores de países en desarrollo es de $\vartheta_e^2 = 0,667$.

A partir de lo anterior, se calcula el coeficiente de correlación interclase o coeficiente de partición de varianza - CPV-. Se obtiene que el 8 % y el 3 % de la variación en las aspiraciones de crecimiento se debe a diferencias entre países emergentes y desarrollados, respectivamente. Este resultado está en línea con estudios previos que han utilizado el multinivel como modelo de análisis (Autio y Pathak, 2010; Gruenhagen *et al.*, 2018). El comportamiento del coeficiente muestra que a medida que se incluyen variables explicativas a nivel individual o a nivel de países el CPV disminuye dependiendo del aporte que haga cada variable a la explicación de la varianza total en las aspiraciones de crecimiento. En el modelo donde se incluyen todas las variables, los cambios de la variable dependiente asociados exclusivamente a los países es del 4,9 % en emergentes y del 1,9 % en países desarrollados.

En ese mismo sentido, la prueba de Wald nos proporciona una prueba de significancia simultánea de los coeficientes incluidos en los modelos estimados. Se puede observar, como una señal de robustez, que en el modelo nulo y a medida que incluimos variables predictoras en los modelos, la hipótesis nula de la prueba de Wald se rechaza consistentemente, lo que evidencia que una correcta especificación de los modelos ya que la inclusión de las variables da como resultado una mejora estadísticamente significativa en el ajuste del modelo.

La utilización del multinivel como modelo de análisis propuesto se sustenta en que el análisis de la actividad emprendedora, en especial el desarrollado por GEM, implica la relación de variables en varios niveles; en nuestro estudio se abordan dos: nivel individuos y nivel país. La aspiración de crecimiento es una decisión individual, pero se basa en las interacciones de variables en varios niveles: algunas son las características personales y otras corresponden a un contexto diferente, por ejemplo, cultura del país. Teniendo en cuenta que las aspiraciones de crecimiento individual año-país cuando se agregan, pueden afectar algunas de las variables macro y presentar cierta endogeneidad potencial, se rezagan las variables macroeconómicas por un año y las que corresponden al contexto institucional de país por tres años, siguiendo a Estrin *et al.* (2013). Esta metodología permite a los coeficientes de la regresión y al intercepto variar entre los diferentes países. Además, tiene la ventaja de modelar correctamente la interacción entre los dos niveles en cuestión. El modelo que se utiliza para estimar tanto los efectos individuales toman la siguiente forma:

Componente a nivel individual

$$\begin{aligned}
 \text{Aspiraciones de Crecimiento}_{ijt} & \\
 &= \beta_{0j} + \beta_{1j}\{\text{predictores a nivel individual}_t\} \\
 &+ \beta_{2j}\{\text{predictores a nivel individual}_t\} + \beta_{3j}\{\text{controles a nivel individual}_t\} \\
 &+ \Gamma_{ij}
 \end{aligned}$$

Componente a nivel de país.

$$\beta_{0j} = \gamma_{00} + \gamma_{01}\{\text{predictores a nivel país}_t\} + \gamma_{02}\{\text{controles a nivel país}_t\} + \mu_{0j}$$

$$\beta_{2j} = \gamma_{10} + \gamma_{11}\{\text{predictores a nivel país}_t\} + \mu_{1j}$$

La variable dependiente es la aspiración de crecimiento de cada individuo i en el país j en año t medida como se define en la Tabla 6. En el lado derecho, β_{0j} es el coeficiente para el efecto de cada individuo, anidado jerárquicamente en un país específico, sobre las aspiraciones de crecimiento. Los coeficientes asociados a las variables a nivel individual son β_{1j} , β_{2j} y β_{3j} . El término γ_{00} es el promedio de todos los interceptos entre países y γ_{10} es el promedio de todas las pendientes entre países. Por su parte, γ_{01} y γ_{02} son los coeficientes asociados al efecto de las variables a nivel de país sobre las aspiraciones de crecimiento. De igual forma, γ_{11} es el coeficiente de la interacción de las variables en los dos niveles. Los residuales a nivel individual y a nivel de país se presentan de la siguiente forma: Γ_{ij} muestra los residuales a nivel individual, mientras que μ_{0j} y μ_{1j} corresponde a los residuales a nivel de país.

Finalmente, confirmamos la robustez del modelo con una prueba de remuestreo. El *bootstrap* fue propuesto por Efron (1979) y es un procedimiento estadístico que vuelve a muestrear un conjunto de datos original con reemplazo para crear muchas muestras simuladas; implica reutilizar su único conjunto de datos muchas veces. Puede calcular una estadística de interés, en nuestro caso el modelo de regresión multinivel, en cada una de las muestras de arranque y utilizar estas estimaciones para aproximar la distribución de la estadística. Este proceso, validado como una prueba de robustez, implica extraer muestras aleatorias del conjunto de datos original. La idea básica de bootstrap es que la inferencia sobre una población a partir de datos de muestra, (muestra \rightarrow población), puede ser modelada mediante un nuevo muestreo de los datos y se puede medir la calidad de los resultados de la muestra original a partir de datos Re muestreados (Efron, 1979). El bootstrap como prueba de robustez ha sido utilizado en estudios previos sobre la cultura, innovación y emprendimiento (Akgün *et al.*, 2007; Dheer, 2017; Galindo-Martín *et al.*, 2019; Lee *et al.*, 2019).

3.4 Resultados

3.4.1 Descripción de la muestra

En la Tabla # 6 se presentan las estadísticas descriptivas de los diferentes grupos de variables para ambos tipos de países. A nivel individual se observa que el promedio de edad de los emprendedores en países desarrollados es 42 años, y en países emergentes 37. El 59 % de emprendedores en países desarrollados y el 54 % en países emergentes son hombres. Una diferencia notable entre los emprendedores de ambos grupos de países es el nivel educativo: mientras que en los países desarrollados el 26 % tiene un nivel educativo universitario, en países emergentes es del 13%. La ocupación actual muestra un comportamiento similar tanto en países desarrollados como en países emergentes. Los emprendedores nacientes son mayoría tanto en países desarrollados como emergentes con un 67% y 73% respectivamente. Este porcentaje va disminuyendo al aumentar la edad de la empresa llegando a 33 % de establecidos en países desarrollados y 26,8 % en países emergentes. Un 57 % aproximadamente en ambos grupos de países manifiesta conocer personas que han emprendido en los últimos dos años. Se destaca que el 78 % en países desarrollados y el 75 % en emergentes creen que cuenta con los conocimientos y habilidades requeridos para emprender.

Con respecto a las variables a nivel de país el colectivismo institucional muestra un promedio de 4,1 en una escala de 1 a 7. Una mayor proporción de emprendedores, el 47 %, percibe la existencia de oportunidades para emprender en los países emergentes frente al 44 % en países desarrollados. En cuanto a la variable predictora, se observa que el 35 % de los emprendedores en estos países considera el temor a fracasar como un obstáculo para emprender mientras que en países desarrollados este valor es 31%.

Los descriptivos por países se presentan en el Anexo #1. Se resalta que el mayor temor al fracaso se presenta en Grecia (58 %), Tailandia (52 %) y Vietnam (49 %), mientras que Suiza (20,2 %), Alemania y Finlandia (22 %) presentan los menores resultados. En cuanto a la cultura, Suecia es el país con más

colectivismo institucional con un índice de 5,2 mientras que Grecia es el que presenta menos colectivismo institucional con 3,2.

En la Tabla #7 muestra la correlación entre las diferentes variables. Para controlar cualquier problema potencial de multicolinealidad, se calcularon los factores de inflación de la varianza (VIF) para cada variable independiente. Los valores de VIF variaron entre 1,02 y 2,14, con una media general de 1,29, muy por debajo de los valores críticos.

Tabla # 6 : Estadística descriptiva por grupos de países

Variables	Definición	Todos los países		Países desarrollados		Países emergentes	
		Media	Des.St.	Media	Des.St.	Media	Des.St.
<i>Variable dependiente</i>							
Aspiración de crecimiento	Diferencia (en logaritmo natural) entre la expectativa del emprendedor del número de empleados dentro de 5 años y el número actual de empleados.	0,5369	0,9663	0,587	1,024	0,477	0,891
<i>Controles a nivel individual</i>							
Edad	¿Cuál es su edad en años?	40,33	13,10	42	1,39	37	1,29
Género	1 = hombre, 0 = en los demás casos	0,570	0,494	0,59	0,49	0,54	0,497
Nivel educativo	¿Estudios universitarios de primer o segundo nivel? 1 = Si 0 = en los demás casos	0,199	0,399	0,26	0,43	0,13	0,33
Ocupación	¿Trabaja tiempo completo, tiempo parcial o autoempleo? 1 = Si 0 = en los demás casos.	0,847	0,359	0,870	0,335	0,824	0,380
Nacientes	Emprendedores activos entre 0 y 3 meses de funcionamiento	0,703	0,456	0,670	0,470	0,739	0,438
Nuevos	Emprendedores activos entre 3 y 42 meses de funcionamiento	0,201	0,401	0,192	0,394	0,212	0,409
Establecidos	Emprendedores activos de más de 42 meses de funcionamiento	0,301	0,458	0,331	0,470	0,268	0,443
Modelo de roles	¿Conoce personalmente a alguien que haya puesto en marcha un negocio en los 2 últimos años? 1 = Si 0 = en los demás casos	0,587	0,492	0,586	0,492	0,589	0,491

Autopercepción de habilidades	¿Tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio? 1= Si 0 = en los demás casos	0,773	0,418	0,788	0,408	0,755	0,429
<i>Controles a nivel país</i>							
Percepción de oportunidades	% de personas que consideran que en los próximos 6 meses habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde vive	46,16	13,51	44,80	15,34	47,6	10,83
% Crecimiento PIB Años 2014-2019	% de crecimiento del PIB entre los años 2014 y 2019	2,86	2,75	2,55	2,19	3,23	3,24
% Crecimiento Población	% de crecimiento de la población entre 2014 y 2019	0,932	0,608	0,72	0,67	1,17	0,402
Facilidad para obtener crédito	Puntaje para obtener economías de referencia crediticia con respecto a las mejores prácticas regulatorias sobre un conjunto de indicadores. La puntuación se indica en una escala de 0 a 100, donde 0 representa el peor desempeño regulatorio y 100 el mejor desempeño regulatorio	62,85	15,27	63,29	14,22	62,40	16,44
<i>Predictores a nivel individual</i>							
Temor a fracasar	¿Sería en su caso, el miedo al fracaso sería un obstáculo para poner en marcha un negocio? 1= Si 0 = en los demás casos	0,333	0,471	0,315	0,464	0,354	0,478
<i>Moderadora a nivel país</i>							
Colectivismo institucional	Grado en que las prácticas institucionales, sociales y organizacionales fomentan y recompensan la distribución colectiva de los recursos. 1= menos colectivismo institucional 7= más colectivismo institucional	4,13	0,330	4,16	0,340	4,10	0,315

Fuentes: Global Entrepreneurship Monitor- GEM. Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness – GLOBE. Índice de Desarrollo Humano del PNUD. Doing Business. Bases de datos del Banco Mundial

3.4.2 Resultados del modelo

La estimación del modelo jerárquico descrito se muestra en la Tabla #8. Cada resultado se presenta para la totalidad de los países, para los países desarrollados y para países emergentes. En las columnas 1 y 2 se estima el modelo nulo con el fin de evaluar la pertinencia del modelo multinivel. El modelo 1 de las columnas 3 y 4 muestra los resultados para las variables de control a nivel individual y a nivel de países desarrollados y emergentes. El modelo 2 presenta los resultados para los 42 países en la columna 5 y 6,

donde se muestra el efecto directo del temor al fracaso sobre las aspiraciones de crecimiento individuales, así como el efecto moderador del colectivismo institucional. En el modelo 3 de las columnas 7 y 8 se presenta el efecto directo del temor al fracaso sobre las aspiraciones de crecimiento individual en cada grupo de países, desarrollados – PD- y emergentes – PE -. Por último, en el modelo 4, en las columnas 9 y 10 se presenta el efecto directo y efecto moderador del colectivismo institucional con temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento para cada grupo de países. La estimación del modelo nulo permite medir las aspiraciones de crecimiento promedio globales en los diferentes países. Se observa que las aspiraciones de crecimiento son ligeramente mayores en los países desarrollados que en los países emergentes. El modelo nulo permite contrarrestar la hipótesis nula que plantea que no hay diferencias significativas entre un modelo lineal y uno que tenga en cuenta la estructura jerárquica con efectos aleatorios. El resultado de la prueba nos indica que se rechaza esta hipótesis, por lo que el modelo multinivel es que el mejor se ajusta a la estructura de los datos.

Los cálculos se hicieron para la totalidad de países (42) y para cada grupo de países desarrollados (27) y países emergentes (15). En el modelo 2 muestra los efectos directos de temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento de todos los países. Los resultados del efecto directo son negativos y significativos ($\beta = -0,0805$, $p < 0,001$), lo cual nos permite confirmar H1a. El efecto de la moderación evidencia la importancia del colectivismo institucional en las aspiraciones de crecimiento. Los resultados para la totalidad de países presentados en el modelo 2 muestran un efecto positivo y significativo ($\beta = 0,0306$, $p < 0,1$) lo cual da soporte a H2a.

Al analizar el efecto directo por cada grupo de países, encontramos diferencias importantes entre los países desarrollados y emergentes, pero el efecto negativo del temor al fracaso es mayor en los países desarrollados ($\beta = -0,1072$, $p < 0,001$) que en los emergentes ($\beta = -0,0564$, $p < 0,001$), lo cual no da soporte a H1b.

Los resultados de la moderación son diferentes para cada grupo de países, presentados en el modelo 4, el cual muestra un resultado positivo y significativo solamente en países emergentes ($\beta=0,0737$, $p < 0,001$), lo cual permite confirmar H2b. Para países desarrollados los resultados de la moderación del colectivismo institucional no son significativos. En la figura #6 se presenta gráficamente estos resultados.

En cuanto a las variables de control a nivel país, la percepción de oportunidades para emprender, el porcentaje de crecimiento del PIB y la facilidad de acceso a crédito muestran resultados positivos y significativos en ambos grupos de países. En cuanto al porcentaje de crecimiento de la población, los resultados son significativos para ambos grupos de países.

Confirmamos la robustez del modelo a partir de los 136.302 datos de la muestra original. El proceso de remuestreo se desarrolla con 20, 50, 100 y 500 simulaciones, obteniendo el mismo número de distribuciones bootstrap del modelo multinivel, utilizando muestras con reemplazo tomadas de este conjunto de datos. Se sigue el proceso original de la regresión multinivel, calculando el efecto directo del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento y la moderación del colectivismo institucional para la totalidad de países incluidos en el estudio (42), y para cada grupo de países de acuerdo con el nivel de desarrollo. Este proceso se repite para el cálculo de 20, 50, 100 y 500 muestras. Los resultados de la prueba de robustez confirman la tendencia en cada uno de los resultados de la regresión y el nivel de significancia, tanto para el efecto directo y moderador en la totalidad de países y para países desarrollados y emergentes, brindando robustez a los resultados originales.

Tabla 7 : Matriz de correlaciones

Variable	-1	-2	-3	-4	-5	-6	-7	-8	-9	-10	-11	-12	-13	-14	-15	-16
(1) Aspiración de crecimiento (LN)	1,0000															
(2) Temor al fracaso	-0,0638**	1,000														
(3) Colec,institucional	-0,0160**	-0,0088*	1,000													
(4) Edad	-0,0813**	-0,0224**	0,0220**	1,000												
(5) Género	-0,0572**	-0,0621**	0,0044	0,0176**	1,000											
(6) Educación	0,0538**	-0,0430**	0,0062*	0,0461**	0,0209**	1,000										
(7) Ocupación	0,0237**	-0,0159**	0,0254**	0,0514**	0,1228**	0,0560**	1,000									
(8) Nacientes	0,2289**	0,0179**	0,1082**	-0,2281**	-0,0149**	-0,0874**	-0,1837**	1,000								
(9) Nuevos	-0,0211**	-0,0296**	0,0070*	-0,0716**	-0,0005	0,0349**	0,1383**	-0,1121**	1,000							
(10) Establecidos	-0,2223**	-0,0216**	-0,0547**	0,2534**	0,0558**	0,0562**	0,1904**	-0,6058**	-0,3034**	1,000						
(11) Modelo Roles	0,1077**	-0,0322**	0,1132**	-0,0728**	0,0415**	0,0410**	0,0838**	0,1070**	0,1071**	-0,0724**	1,000					
(12) Autoperc habilid,	0,0874**	-0,1308**	-0,0455**	0,0168**	0,0526**	0,0701**	0,0406**	0,0083*	0,0403**	0,0147**	0,1205**	1,000				
(13) Percep, Oportun,	0,1107**	-0,0116**	0,3522**	-0,0290**	-0,0221**	-0,0690**	-0,0023	0,1814**	0,0035	-0,1248**	0,0361**	0,0035	1,000			
(14) %Crecimiento PIB	-0,0385**	0,0174**	0,3526**	-0,0350**	0,0073*	0,0310**	0,0095**	0,0294**	0,0088*	-0,0028	0,0388**	-0,0434**	-0,0126**	1,000		
(15) % Cmto Población	0,0876**	-0,0281**	0,1410**	-0,0871**	-0,0200**	-0,0626**	-0,0382**	0,2011**	0,0112**	-0,1573**	0,0359**	0,0304**	0,4375**	-0,0177**	1,000	
(16) Facilidad crédito	0,0908**	-0,0595**	0,1279**	0,0281**	-0,0044**	0,0203**	0,0213**	0,0719**	-0,0071*	-0,0522**	0,0259**	0,0288**	0,2384**	0,1643**	0,0516**	1,000

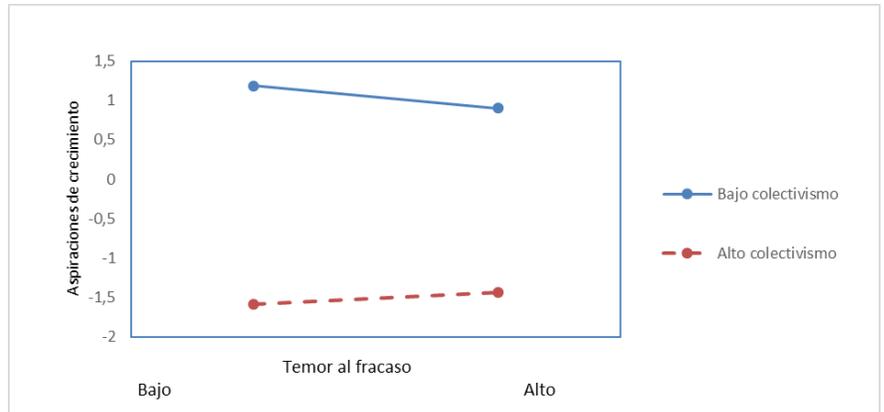
*p < 0,05, **p < 0,001

Tabla 8 : Resultado del modelo de regresión multinivel

VARIABLES	(1) Modelo nulo		(3) Modelo 1		(5) Modelo 2		(7) Modelo 3		(9) Modelo 4	
	PD	PE	PD	PE	Todos los países		PD	PE	PD	PE
Temor al fracaso					-0,0805*** (0,0052)	-0,2073*** (0,0656)	-0,1072*** (0,0076)	-0,0564*** (0,0071)	-0,0931 (0,0931)	-0,3597*** (0,0915)
Colectivismo Institucional						-0,1270* (0,0734)			0,0227 (0,0756)	-0,4632*** (0,1443)
Moderación Colectivismo x Temor al fracaso						0,0306* (0,0158)			-0,0033 (0,0223)	0,0737*** (0,0221)
<i>Control individuos</i>										
Edad			-0,0038*** (0,0002)	-0,022*** (0,0002)	-0,0033*** (0,0001)	-0,0033*** (0,0001)	-0,0038*** (0,0002)	-0,0022*** (0,0002)	-0,0038*** (0,0002)	-0,0022*** (0,0002)
Género			0,1419*** (0,0071)	0,0777*** (0,0068)	0,1078*** (0,0049)	0,1076*** (0,0049)	0,1336*** (0,0071)	0,0749*** (0,0068)	0,1368*** (0,0071)	0,0744*** (0,0068)
Nivel educativo			0,1308*** (0,0082)	0,1688*** (0,0102)	0,1272*** (0,0063)	0,1272*** (0,0063)	0,1274*** (0,0082)	0,1616*** (0,0102)	0,1274*** (0,0082)	0,1614*** (0,0102)
Ocupación			0,1839*** (0,0109)	0,1630*** (0,0094)	0,1790*** (0,0072)	0,1789*** (0,0072)	0,1849*** (0,0108)	0,1634*** (0,0094)	0,1849*** (0,0108)	0,1631*** (0,0094)
Nacientes			0,2229*** (0,0112)	0,1122*** (0,0104)	0,1888*** (0,0077)	0,1885*** (0,0077)	0,2228*** (0,0112)	0,1122*** (0,0104)	0,2229*** (0,0112)	0,1121*** (0,0104)
Nuevos			-0,3171*** (0,0104)	-0,1422*** (0,0096)	-0,2369*** (0,0071)	-0,2370*** (0,0071)	-0,3228*** (0,0104)	-0,1442*** (0,0096)	-0,3227*** (0,0104)	-0,1444*** (0,0096)
Establecidos			-0,5186*** (0,0114)	-0,2218*** (0,0104)	-0,3905*** (0,0078)	-0,3906*** (0,0078)	-0,5240*** (0,0114)	-0,2239*** (0,0104)	-0,5240*** (0,0114)	-0,2243*** (0,0104)
Modelo de roles			0,1746*** (0,0073)	0,1455*** (0,0070)	0,1646*** (0,0051)	0,1645*** (0,0051)	0,1729*** (0,0073)	0,1449*** (0,0070)	0,1729*** (0,0073)	0,1445*** (0,0070)
Autopercep de Habilidad,			0,1745*** (0,0087)	0,1305*** (0,0079)	0,1339*** (0,0059)	0,1336*** (0,0059)	0,1611*** (0,0088)	0,1232*** (0,0080)	0,1611*** (0,0081)	0,1220*** (0,0080)
<i>Control país</i>										
Perc Oportunidades			0,0004 (0,005)	0,0008** (0,0004)	0,0003 (0,0003)	0,0003 (0,0003)	-0,0006 (0,0005)	0,0009*** (0,0004)	-0,0006 (0,0005)	0,0009* (0,0004)
% Crecimto PIB			0,0012 (0,0022)	0,0077*** (0,0013)	0,0067*** (0,0012)	-0,0068*** (0,0012)	-0,0001 (0,0022)	0,0077*** (0,0013)	0,0001 (0,0022)	0,0078*** (0,0013)
% Crecimiento población			-0,0595*** (0,0166)	-0,1320*** (0,0367)	-0,0608*** (0,0145)	-0,0580*** (0,0145)	-0,0593** (0,0166)	-0,1337*** (0,0366)	-0,0601*** (0,0169)	-0,1350*** (0,0361)
Facilidad para obtener un crédito			0,0030* (0,0017)	0,0091** (0,0035)	0,0041*** (0,0016)	0,0045*** (0,0016)	0,0029* (0,0017)	0,0090** (0,0035)	0,0028* (0,0018)	0,0089*** (0,0027)
Constante	0,523*** (0,0329)	0,4766*** (0,0643)	0,1089 (0,11533)	-0,3067 (0,2377)	-0,0135 (0,1109)	0,5145* (0,3068)	0,1773 (0,1169)	-0,2740 (0,2347)	0,0909 (0,3165)	1,6502** (0,6291)
Observaciones	72,737	63,250	71,612	62,388	134,439	134,439	71,612	62,388	71,612	62,388
Número de grupos (países)	27	15	27	15	42	42	27	15	27	15
Wald chi2	2738,37	4288,87	9594,95	3147,58	12406,08	12413,73	9816,14	3213,46	9816,24	3237,57
Prob > chi2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Log pseudolikelihood	-103032,09	-79687,104	-96805,535	-76870,873	-175281,14	-175278,04	-96708,076	-76839,58	-96708,025	-76830,426
Test LR	3737,43	5559,44	1704,48	2359,43	5788,71	5219,76	1709,59	2304,91	1612,45	529,48

*p < 0,10 **p < 0,05 ***p < 0,001 PD: Países desarrollados PE: Países emergentes

Figura # 6: Efecto moderador del colectivismo institucional en la relación entre el temor al fracaso y las aspiraciones de crecimiento en países emergentes



Para la construcción de las gráficas del efecto de interacción nos basamos en Aiken y West (1991) y Dawson (2014). La forma más simple de moderación es cuando una relación entre una variable independiente, X, y una variable dependiente, Y, cambia de acuerdo con el valor de una variable moderadora, Z. La variable moderadora puede alterar la magnitud y/o la dirección de la relación entre la variable independiente y la dependiente. Al representar gráficamente los efectos de interacción en nuestro modelo se observa que las pendientes de regresión del temor al fracaso sobre las aspiraciones de crecimiento cambian para cada valor del colectivismo institucional y dependen del valor que adopte esta variable moderadora. El gráfico refleja el efecto de la variable independiente (temor al fracaso), sobre la variable dependiente (aspiraciones de crecimiento) bajo diferentes valores de la variable moderadora (colectivismo institucional).

Como se observa en la Figura #6, en países emergentes un alto colectivismo institucional aumenta las aspiraciones de crecimiento, a pesar de la existencia de temor al fracaso. En un contexto menos colectivista, ante la presencia del temor al fracaso la tendencia es la reducir las aspiraciones de crecimiento.

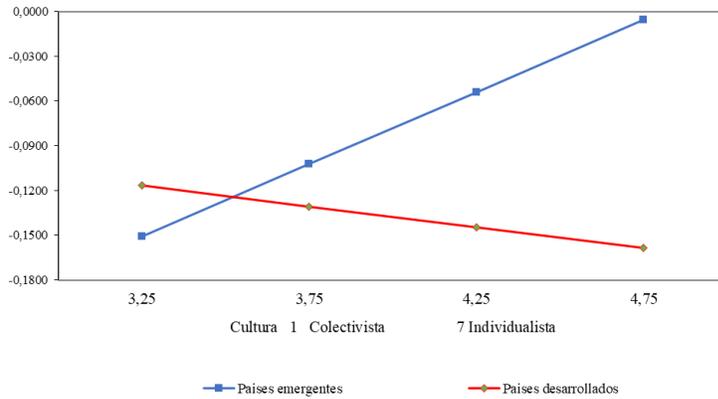


Figura # 7: Efecto marginal promedio del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento en diferentes niveles de colectivismo institucional

La Figura #7 presenta gráficamente el efecto marginal promedio del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento en diferentes niveles de colectivismo institucional y para ambos grupos de países, evidenciando que el colectivismo debilita el efecto negativo que puede tener el temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento mientras que el individualismo lo intensifica.

3.5 Discusión

Asumimos el temor al fracaso como un proceso dinámico, definido en términos de diferencias individuales y asociado a la interacción de los individuos con el contexto, situado en tiempo y espacio. En línea con este planteamiento propuesto por Cacciotti *et al.* (2016) y respondiendo a los objetivos propuestos, nuestros resultados contribuyen a determinar el efecto que tiene el temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento, el efecto moderador del colectivismo institucional y las diferencias entre países desarrollados y emergentes. De esa forma aportamos a los estudios de aspiraciones de crecimiento combinando variables y medidas en diferentes niveles de análisis, para ampliar el conocimiento sobre la influencia que las características del país tienen en las decisiones de los individuos.

En primer lugar, presentamos el efecto directo del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento. Un primer resultado muestra un efecto negativo y significativo del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento tanto en países desarrollados como emergentes. Tomando como referente estudios previos

que sugieren que el temor al fracaso tiene efectos motivadores e inhibidores (Cacciotti *et al.*, 2016; Miner y Raju, 2004; Stewart y Roth, 2001), nuestros resultados confirman el efecto inhibitor del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento en ambos grupos de países. Aunque estos resultados coinciden con estudios previos sobre el efecto negativo del temor al fracaso (Arenius y Minniti, 2005; Biswas, 2016; Puente *et al.*, 2017; Verheul y Van Mil, 2011), también se plantea la importancia de ir más allá de considerar únicamente el temor al fracaso como un rasgo individual, a contextualizar su análisis como respuesta a factores ambientales que pueden estimular las aspiraciones de crecimiento. Ese análisis lo abordamos en los párrafos siguientes.

En segundo lugar, aunque nuestros resultados muestran un efecto negativo en las aspiraciones de crecimiento en ambos grupos de países, llama la atención que en países desarrollados la reacción del temor al fracaso tiene un impacto negativo mayor en las aspiraciones de crecimiento. Esto contrasta con los planteamientos de Biswas (2016) y Dutta y Sobel (2020), quienes concluyen que las condiciones económicas, políticas y sociales de los países desarrollados pueden mitigar el efecto negativo del temor al fracaso al brindar mayores oportunidades y garantías de recuperación en caso de potencial fracaso. Sin embargo, nuestros resultados muestran que estas condiciones económicas estables, que, si bien contribuyen a la creación de empresas, no garantizan su crecimiento posterior, reafirmando la importancia de explicar estos resultados desde una óptica diferente. Consideramos que el estigma social del fracaso y la motivación para emprender pueden explicar estos resultados (Lee *et al.*, 2020; Simmons, 2009)

Desde la óptica de la estigmatización social que tiene un fracaso en la acción emprendedora, al fracasar no solamente se enfrenta una pérdida financiera sino también el costo psicológico (Biswas, 2016; Cope, 2011). Por lo tanto, el temor al fracaso aumenta la propensión de un individuo a evitar situaciones de alto riesgo e incertidumbre, para evitar la estigmatización y consecuencias adversas del fracaso (Cacciotti *et*

al., 2016; Mitchell y Shepherd, 2011). Enfrentar un fracaso y la culpabilidad potencial puede ser complejo por los costos sociales, relacionales y emocionales. En países desarrollados se dan las condiciones sociales y culturales para tolerar los fracasos (Simmons *et al.*, 2014). Cuando se fracasa en un entorno económico que garantiza al emprendedor todas las condiciones económicas para crecer, la sanción social y estigma pueden ser mayores. Por lo tanto, en estos contextos, y frente a la probabilidad de fracasar, el emprendedor prefiere no asumir el riesgo, limitando así sus aspiraciones de crecimiento (Simmons *et al.*, 2014).

En cuanto a la motivación para emprender es importante anotar que en países emergentes las oportunidades laborales son reducidas y emprender es una opción para generar ingresos y para crear empleo (Congregado *et al.*, 2010; McMullen *et al.*, 2008; Morales-Alonso *et al.*, 2020; Urbano *et al.*, 2020). Es posible que el fracaso se acepte más fácilmente en economías emergentes y aun así se persista en la empresa; el fracaso no es una opción cuando se emprende por necesidad; hay una motivación diferente que lleva al emprendedor a superar obstáculos y persistir en la empresa. En países emergentes, con altos niveles de desempleo y pocas oportunidades financieras, tener un negocio propio es la principal fuente de ingresos (Lecuna *et al.*, 2016; Verheul *et al.*, 2010). Las personas deciden emprender para garantizar la supervivencia y generar los ingresos necesarios para ellos y sus familias (Reynolds *et al.*, 2005). Nuestros resultados reafirman este planteamiento al evidenciar que en países emergentes el impacto negativo del temor al fracaso es menor en las aspiraciones de crecimiento que en los países desarrollados. Se reafirma que los emprendedores en entornos económicos emergentes están preparados para perseguir sus objetivos tenazmente, incluso frente a menos probabilidades de tener éxito (Biswas, 2016).

En tercer lugar, efecto moderador del colectivismo institucional confirma que el temor al fracaso es un proceso dinámico, que se activa por la evaluación cognitiva que hace el individuo de las señales del

contexto asociadas con la cultura, la economía, la seguridad, entre otras. Nuestros resultados confirman la influencia del colectivismo institucional y su efecto mitigador del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento.

Es claro que la cultura colectivista está asociada a contextos económicos y tiene un efecto positivo en las aspiraciones de crecimiento. Nuestros resultados son significativos solo para países emergentes. Este es un aporte importante de este estudio puesto que, si bien la teoría previa plantea la probabilidad de relación entre el temor al fracaso con culturas colectivistas (Dheer, 2017; Wennberg *et al.*, 2013), los resultados empíricos confirman el efecto moderador en esta relación y su impacto positivo sobre las aspiraciones de crecimiento. Cuando el colectivismo institucional respalda el emprendimiento con estructuras, instituciones y tradiciones, se proporciona un tejido social para apoyar a las personas que lo requieran (Wennberg *et al.*, 2016). En estas culturas el emprendedor encuentra apoyo del colectivo y, pese a la existencia del temor a fracasar y de las condiciones externas de incertidumbre, siente respaldo institucional para asumir el riesgo del crecimiento, generando impacto positivo en sus aspiraciones.

Por lo tanto, concluimos que el efecto negativo del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento se debilita en sociedades con mayor colectivismo institucional. Esto es significativo solo en países emergentes.

Estos resultados son congruentes con planteamientos previos referentes a la importancia de contar con apoyo colectivo, la inclusión social, y hacer parte de las redes sociales, propio de sociedades colectivistas, para tolerar las incertidumbres de entornos hostiles de los países emergentes (Dheer, 2017; House *et al.*, 2004). Igualmente concuerda con los planteamientos de Wennberg *et al.* (2013) con respecto al estigma social asociado al fracaso el cual es más fuerte en países con culturas individualistas que colectivistas. En culturas individualistas se recompensa el logro y esfuerzo personal y el emprendedor

está dispuesto a asumir riesgos, pero ante la posibilidad de fracaso probablemente desista (Wennberg *et al.*, 2016).

En los países desarrollados el efecto moderador del colectivismo institucional es menor y no es significativo; este resultado se puede explicar desde los planteamientos de Morales-Alonso *et al.* (2020) y de Pinillos y Reyes (2011), quienes llaman la atención sobre la interacción entre cultura y nivel de desarrollo económico cuando se está analizando el emprendimiento. A escala global las fuerzas externas que actúan desde el entorno sobre el individuo son más fuertes que los lazos culturales de este individuo. Los países desarrollados se ven más afectados por factores del contexto económico que por el cultural, mientras que en países emergentes los valores culturales aun desempeñan un papel muy importante (Morales-Alonso *et al.*, 2020). Esto explica por qué, en nuestros resultados, hay diferencias importantes en el efecto moderador del colectivismo institucional, el cual es positivo y significativo solamente en países emergentes.

Los resultados confirman que el efecto de la cultura nacional está en función del nivel de desarrollo del país. Las diferencias en los resultados de la moderación del colectivismo institucional entre países desarrollados y emergentes así lo muestran. Múltiples estudios sobre la influencia del individualismo/colectivismo realizada en países desarrollados ha concluido que la cultura individualista se correlaciona positivamente con la creación de empresas. Sin embargo, nuestros resultados están en línea con estudios más recientes que llaman la atención sobre la importancia de hacer este análisis bajo el contexto de países emergentes. En estos países la falta de oportunidades laborales impulsa a los individuos a crear empresas motivados por la necesidad y en donde el trabajo por cuenta propia es una buena opción. Contrario a países desarrollados, el colectivismo contribuye a fortalecer la actividad emprendedora e impulsa las aspiraciones del emprendedor en países emergentes. No siempre las

sociedades más individualistas son más emprendedoras; las culturas colectivistas también pueden ser emprendedoras cuando se vincula el nivel de desarrollo (Pinillos y Reyes, 2011).

3.6 Implicaciones

Para el emprendedor, los resultados de este estudio reiteran la importancia de buscar acompañamiento en el proceso de crecimiento de la empresa. Empezar es una decisión de alto riesgo y los contextos económicos no siempre son favorables. Es importante reconocer que será difícil lograr el crecimiento sin el apoyo externo y específicamente de factores asociados a la cultura que pueden mitigar las posibilidades de fracaso. La vinculación con redes de acompañamiento e instituciones que promuevan el crecimiento colectivo, asociaciones industriales que brinden orientación en desarrollos tecnológicos y crecimientos sectoriales para aprovechar oportunidades pueden contribuir a un mayor desarrollo de la empresa. La posibilidad de fracasar y su estigma probablemente se reducen cuando el emprendedor, en sus primeros años, reconoce la importancia de contextos culturales y asume el desafío del crecimiento.

Las políticas públicas deberán reforzar los acompañamientos al emprendedor en sus primeros años. Las altas tasas de fracaso divulgadas por estudios a nivel mundial, entre estos el GEM, deben ser atendidas de manera prioritaria. Aunque crear una empresa puede ser una decisión individual, su crecimiento requiere de acompañamiento, en especial en economías emergentes en donde hay más deficiencias institucionales y se presenta mayor incertidumbre para el emprendedor. En estas economías la creación y el crecimiento de empresas es un factor prioritario para el crecimiento económico. Por lo tanto, se requiere que los elementos propios del colectivismo institucional se integren al individuo y al contexto bajo el cual se dará el crecimiento de las empresas; el fortalecimiento de estructuras de apoyo a emprendedores, la participación en redes empresariales, y las políticas reduzcan sanciones sociales y legales de un fracaso empresarial son algunos de ellos.

3.7 Limitaciones y futuras investigaciones

La principal limitación de este estudio está asociada con el carácter binario de la variable independiente incluida en las bases de datos del GEM utilizadas en nuestro estudio. El temor al fracaso tiene diferentes matices y efectos que pueden contribuir a un análisis más detallado de su impacto. Teniendo en cuenta el interés que ha adquirido el temor al fracaso en investigaciones recientes, las futuras investigaciones deberán incluir escalas diferentes para su medición y sus implicaciones. Una segunda limitación se relaciona con las variables de control. Para estudios futuros, además de las variables de control utilizadas en este estudio, sería interesante incorporar aquellas relacionadas con el dinamismo de crecimiento y el nivel de competitividad de los países. Esto es importante porque entre países con el mismo nivel de desarrollo pueden mostrar niveles de competitividad y ritmos de crecimiento diferentes que deben tenerse en cuenta.

Por último, es importante considerar para estudios futuros el potencial que ofrece la moderación de contextos culturales en la explicación del crecimiento de las empresas. La cultura como comportamiento colectivo influye en las decisiones individuales y esta relación ofrece interesantes caminos para investigar. Además del profundizar en la vinculación del colectivismo institucional, factores culturales como la evitación de la incertidumbre y su influencia en las decisiones del emprendedor orientadas al crecimiento son relaciones que no se han considerado hasta ahora y pueden contribuir a una mayor comprensión de la influencia de la cultura en el crecimiento de la empresa. Asimismo profundizar en la interacción del contexto económico con las otras dimensiones propuestas por Hofstede (1983) en futuras investigaciones, puede contribuir a una mayor comprensión sobre los factores que afectan no solamente las aspiraciones de crecimiento, sino en general el comportamiento emprendedor en los países emergentes. Igualmente se requiere una mayor comprensión de la forma como las aspiraciones de crecimiento se hacen evidentes en indicadores de crecimiento real de la empresa, bajo contextos de

economías emergentes y desarrolladas; una mayor comprensión de estas diferencias es un aporte importante desde la academia a fortalecer políticas orientadas a apoyar el crecimiento de las empresas como generadoras del crecimiento económico.

3.8 Conclusiones

Este estudio profundiza el análisis sobre el efecto del temor al fracaso, en las aspiraciones de crecimiento y la influencia moderadora del contexto cultural, concretamente del colectivismo institucional. Ampliamos la comprensión sobre la influencia de factores externos en las reacciones socio cognitivas del emprendedor y el impacto en sus decisiones empresariales que afectan el crecimiento de la empresa. Uno de los aportes ha sido concluir que la cultura colectivista mitiga el impacto negativo del temor al fracaso sobre las aspiraciones de crecimiento, y que este resultado es significativo solo en los países emergentes.

Referencias

- Acs, Z. J., Desai, S., & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics*, 31(3), 219–234.
- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park, London: Sage.
- Akgün, A. E., Keskin, H., Byrne, J. C., & Aren, S. (2007). Emotional and learning capability and their impact on product innovativeness and firm performance. *Technovation*, 27(9), 501–513.
- Aldairany, S., Omar, R., & Quoquab, F. (2018). Systematic review: entrepreneurship in conflict and post conflict. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 7(2), 148–167.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247.
- Autio, E., & Acs, Z. J. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspiration. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4, 234–251.
- Autio, E., & Pathak, S. (2010). Entrepreneur's exit experience and growth aspirations. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 30(5), 1–15.
- Autio, E., Pathak, S., & Wennberg, K. (2013). Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors. *Journal of International Business Studies*, 1–29.
- Baker, T., Gedajlovic, E., & Lubatkin, M. (2005). A framework for comparing entrepreneurship processes across nations. *Journal of International Business Studies*, 36(5), 492–504.
- Bandura, A. (1986). The Explanatory and predictive scope of self-efficacy theory. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 4(3), 359–373.
- Bandura, A. (1988). Organisational applications of social cognitive theory. *Australian Journal of Management*, 13(2), 275–302.
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory : An agentic Albert Bandura. *Asian Journal of Social Psychology*, 2, 21–41.
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of Business Venturing*, 19(2), 221–239.
- Baum, J. Locke, E. and Smith, K. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), p 292-303.
- Biswas, R. (2016). Total factor productivity, growth, and entrepreneurship in emerging economies. *Research in Finance*, 32, 1–18.
- Boudreaux, C. J., Nikolaev, B. N., & Klein, P. (2019). Socio-cognitive traits and entrepreneurship: The moderating role of economic institutions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 178–196.
- Brück, T., Naudé, W., & Verwimp, P. (2011). Small business, entrepreneurship and violent conflict in developing countries. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 24(2), 161–178.
- Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2014). Fear of failure and entrepreneurship: a review and direction for future research. *Enterprise Research Centre*, 24, 1–62.
- Cacciotti, G., & Hayton, J. C. (2015). Fear and entrepreneurship: A review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 17(2), 165–190.
- Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2016). A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 302–325.
- Capelleras, J.-L., Contin-Pilart, I., Larraza-Kintana, M., & Martin-Sanchez, V. (2019). Entrepreneurs' human capital and growth aspirations: the moderating role of regional entrepreneurial culture. *Small Business Economics*, 52(1), 3–25.
- Congregado, E., Golpe, A. A., & Carmona, M. (2010). Is it a good policy to promote self-employment for job creation? Evidence from Spain. *Journal of Policy Modeling*, 32(6), 828–842.
- Conroy, D. E. (2001). Fear of failure: An exemplar for social development research in sport. *Quest*, 53(2), 165–183.

- Conroy, D. E., & Elliot, A. J. (2004). Fear of failure and achievement goals in sport: Addressing the issue of the chicken and the egg. *Anxiety, Stress and Coping*, 17(3), 271–285.
- Conroy, D. E., Willow, J. P., & Jonathan, N. (2010). Multidimensional Fear of Failure Measurement: The Performance Failure Appraisal Inventory. *Journal of Applied Sport Psychology*, 14(2), 76–90.
- Cope, J. (2011). Entrepreneurial learning from failure: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 604–623.
- Dawson, J. F. (2014). Moderation in management research: What, Why, When, and How. *Journal of Business and Psychology*, 29(1), 1–19.
- De Clercq, D., Danis, W. M., & Dakhli, M. (2010). The moderating effect of institutional context on the relationship between associational activity and new business activity in emerging economies. *International Business Review*, 19(1), 85–101.
- Dheer, R. (2017). Cross-national differences in entrepreneurial activity: role of culture and institutional factors. *Small Business Economics*, 48(4), 813–842.
- Dutta, D., & Thornhill, S. (2008). The evolution of growth intentions: toward a cognition-based model. *Journal of Business Venturing*, 23(3), p 307-332.
- Dutta, N., & Sobel, R. S. (2020). Entrepreneurship, fear of failure, and economic policy. *European Journal of Political Economy*, 66(August 2020), 101954.
- Efendic, A., Mickiewicz, T., & Rebmann, A. (2015). Growth aspirations and social capital: Young firms in a post-conflict environment. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(5), 537–561.
- Efron, B. (1979). Bootstrap methods: another look at the jackknife. *The Annals of Statistics*, 7(1), 1–26.
- Escandon-Barbosa, D., Urbano-Pulido, D., & Hurtado-Ayala, A. (2019). Exploring the relationship between formal and informal institutions, social capital, and entrepreneurial activity in developing and developed countries. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2).
- Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2013). Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations? *Journal of Business Venturing*, 28(4), p 564-580.
- Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2020). Schumpeterian entry: Innovation, exporting, and growth aspirations of entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1–28.
- Gartner, W., & Liao, J. (2012). The effects of perceptions of risk, environmental uncertainty, and growth aspirations on new venture creation success. *Small Business Economics*, 39(3), 703–712.
- GLOBE. (2005). Culture Dimensions, Definitions, and Scale Items. *The Globe Project*, 2–10. <https://globeproject.com/data/GLOBE-Dimensions-Definitions-and-Scale-Items.pdf>
- Gruenhagen, J. H., Sawang, S., Gordon, S. R., & Davidsson, P. (2018). International experience, growth aspirations, and the internationalisation of new ventures. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(3), 421–440.
- Hermans, J., Vanderstraeten, J., Van Witteloostuijn, A., Dejardin, M., Ramdani, D., & Stam, E. (2015). Ambitious entrepreneurship: A review of growth aspirations, intentions, and expectations. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 17(August), 127–160.
- Hessels, J., Van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323–339.
- Hofstede, G. (1983). National cultures in four dimensions: A research based theory of cultural differences among nations. *International Studies of Management & Organization*, 13(1/2), 46–74.
- House, R., Hanges, H., Javidan, M., Dorfman, P., & Gupta, V. (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Sage Publications.
- Hunter, E., Jenkins, A., & Mark-Herbert, C. (2021). When fear of failure leads to intentions to act entrepreneurially: Insights from threat appraisals and coping efficacy. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 39(5), 407–423.
- Javidan, M., & Dastmalchian, A. (2009). Managerial implications of the GLOBE project: A study of 62 societies. *Australian Human Resources Institute*, 47(1), 41–58.
- Kollmann, T., Stöckmann, C., & Kensbock, J. M. (2017). Fear of failure as a mediator of the relationship between obstacles and nascent entrepreneurial activity - An experimental approach. *Journal of Business Venturing*,

- 32(3), 280–301.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. J. (2017). Expectations and achievements in new firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(3), 649–668.
- Krasniqi, B. A., & Desai, S. (2016). Institutional drivers of high-growth firms: country-level evidence from 26 transition economies. *Small Business Economics*, 47(4).
- Lafuente, E., Vaillant, Y., & Rialp, J. (2007). Regional differences in the influence of role models : comparing the entrepreneurial process of rural Catalonia. *Regional Studies*, 41(6), 779–796.
- Lajqi, S., & Krasniqi, B. A. (2017). Entrepreneurial growth aspirations in challenging environment: The role of institutional quality, human and social capital. *Strategic Change*, 26(4), 385–401.
- Lau, C., & Busenitz, L. W. (2001). Growth intentions of entrepreneurs in a transitional economy : the people's Republic of China. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 5–20.
- Lecuna, A., Cohen, B., & Chavez, R. (2016). Characteristics of high-growth entrepreneurs in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), p 141-159.
- Lee, C. K., Cottle, G. W., Simmons, S. A., & Wiklund, J. (2020). Fear not, want not: Untangling the effects of social cost of failure on high-growth entrepreneurship. *Small Business Economics*.
- Lee, Y., Howe, M., & Kreiser, P. M. (2019). Organisational culture and entrepreneurial orientation: An orthogonal perspective of individualism and collectivism. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37(2), 125–152.
- Levie, J., & Autio, E. (2013). Growth and growth intentions: A meta-analysis of existing evidence. *Enterprise Research Centre*, 1, p 1-44.
- Li, K., Griffin, D., Yue, H., & Zhao, L. (2013). How does culture influence corporate risk-taking? *Journal of Corporate Finance*, 23, 1–22.
- Liñán, F., & Fernandez-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: Different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42(4), 685–701.
- McMullen, J. S., Bagby, D. R., & Palich, L. (2008). Economic freedom and the motivation to engage in entrepreneurial action. *Entrepreneurship Theory and Practice: SAGE Journals*, September(875–895), 10.
- Miner, J. B., & Raju, N. S. (2004). Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low- and high-growth entrepreneurs: A reply in a more conservative vein. *Journal of Applied Psychology*, 89(1), 3–13.
- Mitchell, J. R., & Shepherd, D. A. (2011). Afraid of opportunity: the effects of fear of failure on entrepreneurial action. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 6(2), 195–209.
- Mitchell, J., & Shepherd, D. A. (2010). To thine own self be true: Images of self, images of opportunity, and entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 25(1), 138–154.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 92–104.
- Mitchell, R. K., Mitchell, J. R., & Smith, J. B. (2008). Inside opportunity formation: Enterprise failure, cognition, and the creation of opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2, 225–242.
- Morales-Alonso, G., Núñez Guerrero, Y., Aguilera, J. F., & Rodríguez-Monroy, C. (2020). Entrepreneurial aspirations: economic development, inequalities and cultural values. *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 553–571.
- Morgan, J., & Sisak, D. (2016). Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. *Journal of Business Venturing*, 31(1), 1–21.
- Ng, L., & Jenkins, A. S. (2018). Motivated but not starting: how fear of failure impacts entrepreneurial intentions. *Small Enterprise Research*, 25(2), 152–167. 80412
- Ozer, E. M., & Bandura, A. (1990). Mechanisms governing empowerment effects: A self-efficacy analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(3), 472–486.
- Pinillos, M. J., & Reyes, L. (2011). Relationship between individualist-collectivist culture and entrepreneurial activity: Evidence from Global Entrepreneurship Monitor data. *Small Business Economics*, 37(1), 23–37.
- Pisá-Bó, M., López-Muñoz, J. F., & Novejarque-Civera, J. (2021). The ever-changing socioeconomic conditions for entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(3), 1335–1355.

- Puente, R., Cervilla, M. A., Gonzalez, C. G., & Auletta, N. (2017). Determinants of the growth aspiration: a quantitative study of Venezuelan entrepreneurs. *Small Business Economics*, 48(3), p 699-726.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), p 205-231.
- Shepherd, D. A., & Haynie, J. M. (2011). Venture failure, stigma, and impression management: A self-verification, self-determination view. In *Strategic Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2, pp. 178–197).
- Simmons, S. (2009). Stigma and Entrepreneurial Failure: Implications for Entrepreneurs' Career Choices. *Frontiers: A Journal of Women Studies*, 29(7), 1–44.
- Simmons, S. A., Wiklund, J., & Levie, J. (2014). Stigma and business failure: Implications for entrepreneurs' career choices. *Small Business Economics*, 42(3), 485–505.
- Stephan, U., & Uhlaner, L. M. (2010). Performance-based vs socially supportive culture: A cross-national study of descriptive norms and entrepreneurship. *Journal of International Business Studies*, 41(8), 1347–1364.
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2001). Risk propensity differences between entrepreneurs and managers: A meta-analytic review. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 145–153.
- Teoh, H., & Foo, S. (1997). Moderating effects of tolerance for ambiguity and risk taking propensity on role conflict- perceived performance relationship: Evidence from Singaporean entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 67–81.
- Tominc, P., & Rebernik, M. (2007). Growth aspirations and cultural support for entrepreneurship: A comparison of post-socialist countries. *Small Business Economics*, 28(2–3), 239–255.
- Ucbasaran, D., Shepherd, D. A., Lockett, A., & Lyon, S. J. (2013). Life after business failure: The process and consequences of business failure for entrepreneurs. *Journal of Management*, 39(1), 163–202.
- Urbano, D., Audretsch, D., Aparicio, S., & Noguera, M. (2020). Does entrepreneurial activity matter for economic growth in developing countries? The role of the institutional environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), 1065–1099.
- Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J., & van der Zwan, P. (2010). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *EIM Research Reports*, 1–24.
- Verheul, I., & Van Mil, L. (2011). What determines the growth ambition of Dutch early-stage entrepreneurs? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), p 183-207.
- Wennberg, K., Delmar, F., & Mckelvie, A. (2016). Variable risk preferences in new firm growth and survival. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 408–427.
- Wennberg, K., Pathak, S., & Autio, E. (2013). How culture moulds the effects of self-efficacy and fear of failure on entrepreneurship. In *Entrepreneurship and Regional Development* (Vol. 25, Issues 9–10, pp. 756–780). Taylor & Francis.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), p 1919-1941.
- Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *The Academy of Management Review*, 14(3), 361–384.

4 EFECTO DE LAS ASPIRACIONES DE CRECIMIENTO EN LA INNOVACION: MODERACION DE LA EVITACIÓN DE LA INCERTIDUMBRE EN PAÍSES EMERGENTES Y DESARROLLADOS

Resumen

Este artículo analiza el efecto de las aspiraciones de crecimiento del emprendedor en la innovación de productos bajo la moderación de la cultura nacional de evitación de la incertidumbre, así como las diferencias entre países emergentes y desarrollados. Basados en la Teoría social cognitiva, proponemos que las aspiraciones de crecimiento tienen un efecto directo en la innovación y que su comportamiento es diferente en países emergentes. Igualmente, planteamos que una cultura de evitación de la incertidumbre afecta negativamente los procesos de innovación, y que el comportamiento de esta moderación difiere entre países desarrollados y emergentes. Utilizando las bases de datos del Global Entrepreneurship Monitor para 42 países, y Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness, aplicamos un modelo multinivel con variables a nivel individuo y nivel país. Avanzamos en la investigación al profundizar en los efectos de las aspiraciones como impulsoras de decisiones estratégicas en la empresa, en este caso la innovación, así como influencia del contexto cultural del país. Confirmamos las diferencias entre los países emergentes y desarrollados. Se discuten las implicaciones de los hallazgos.

Palabras clave: Aspiraciones de crecimiento, innovación, evitación de la incertidumbre, países emergentes

Abstract

This paper analyzes the effect of entrepreneurial growth aspirations on product innovation under the moderation of national uncertainty avoidance culture, as well as the differences between emerging and developed countries. Based on social cognitive theory, we propose that growth aspirations have a direct effect on innovation and that their behavior is different in emerging countries. We also argue that a culture of uncertainty avoidance negatively affects innovation processes, and that the behavior of this moderation differs between developed and emerging countries. Using the Global Entrepreneurship Monitor databases for 42 countries, and Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness (GLOBE), we applied a multilevel model with individual and country-level variables. We move the research forward by deepening our understanding of the effects of aspirations as drivers of strategic decisions for businesses (in this case product innovation), as well as the influence of a country's cultural context. We confirm the differences between emerging and developed countries and we discuss the implications of the research findings.

Keywords: Growth aspirations, innovation, uncertainty avoidance, emerging countries

4.1 Introducción

La innovación de productos y servicios es una estrategia que puede conducir a un desempeño superior, a mejorar la posición competitiva en el mercado y a un mayor crecimiento real de la empresa (D'Este *et al.*, 2016; Love y Roper, 2015). Estudios recientes plantean que la capacidad de desarrollar productos y servicios innovadores varía considerablemente entre países (Hill *et al.*, 2022). La interacción entre

factores del entorno y las características y atributos del emprendedor podrían explicar esas diferencias (Arabiyat *et al.*, 2019; Autio *et al.*, 2014; Fuentelsaz *et al.*, 2018, 2019; Hill *et al.*, 2022).

El desarrollo de productos y servicios innovadores es una de las decisiones gerenciales que podría generar un mayor crecimiento de la empresa. Asimismo, desarrollar productos y servicios que el cliente percibe como innovadores es una de las estrategias más importantes para crear valor (Gundry y Welsch, 2001). La empresa fortalece su posición competitiva (Love y Roper, 2015), y mejora métricas como la participación de mercado y la rentabilidad (Wang y Lin, 2012). Se espera entonces que los emprendedores orientados al crecimiento enfatizen en estrategias orientadas a la innovación de productos y servicios (Gundry y Welsch, 2001) para crear tanto valor como le sea posible y lograr un crecimiento a futuro (Colombelli *et al.*, 2016; Delmar y Wiklund, 2008; Hermans *et al.*, 2015).

La decisión de desarrollar productos y servicios innovadores es tomada por el emprendedor, quien tiene la responsabilidad del crecimiento de su empresa. Según De Jong (2013), las oportunidades para lanzar al mercado productos y servicios innovadores solo se aprovechan cuando un individuo decide actuar; por lo tanto, es una decisión que depende principalmente del comportamiento del emprendedor para tomar acción.

Un estudio reciente confirma la relación positiva entre las aspiraciones y las estrategias de crecimiento aplicadas en la empresa (Eide *et al.*, 2021). Las aspiraciones de crecimiento son el punto de partida de una serie de decisiones gerenciales tomadas por el emprendedor orientadas al crecimiento del negocio (Stenholm, 2011). En ese sentido, se ha propuesto que una de las decisiones gerenciales vinculada al crecimiento de la empresa es la innovación en productos y servicios. Por eso en este artículo, investigamos cómo las aspiraciones de crecimiento del emprendedor afectan la innovación de productos y servicios.

Teniendo en cuenta que el comportamiento humano está determinado por la interacción del individuo y su entorno, es fundamental vincular algunas características del contexto, especialmente para explicar las diferencias en las tasas de innovación en los diferentes países. La influencia de factores de contexto en la innovación ha llamado la atención de la investigación reciente, reconociendo la importancia que tienen en el comportamiento humano y en las decisiones de los emprendedores (Arabiyat *et al.*, 2019; Autio *et al.*, 2014; Chakrabarty, 2020; Colombelli *et al.*, 2016). La cultura, como característica de un país, influye en las cogniciones y sistemas interpretativos moldeando el comportamiento (Dheer, 2017; Wennberg *et al.*, 2013). Asimismo, influye en su percepción de los riesgos, las recompensas y las oportunidades (Arabiyat *et al.*, 2019). Esta influencia podría explicar las diferencias en los niveles de innovación de los países. En culturas con altos niveles de evitación de la incertidumbre están fuertemente estructuradas las leyes y reglas para minimizar las situaciones ambiguas (Boubakri *et al.*, 2021). Comprender y enfrentar esa incertidumbre es el principal desafío de un proceso de innovación (Autio *et al.*, 2014). Tominc y Rebernik (2007) mostraron que las mayores aspiraciones de crecimiento de los emprendedores en sus primeros años pueden atribuirse al apoyo cultural. Sin embargo, la influencia de estas características culturales sobre los individuos y los micro procesos de innovación emprendedora han recibido poca atención de la literatura (Arabiyat *et al.*, 2019; Autio *et al.*, 2014). Dado que la innovación es por naturaleza un proceso con alta incertidumbre y con una alta posibilidad de fracaso (Holmstrom, 1989), es probable que en países caracterizados por evitar la incertidumbre, la cultura afecte la innovación (Boubakri *et al.*, 2021; Fanousse *et al.*, 2021).

De la misma forma ocurre con el entorno económico del país. Se espera que países con niveles más altos de crecimiento económico brinden más oportunidades para la innovación que los países emergentes. Sin embargo, llama poderosamente la atención que la mayor proporción del conocimiento sobre innovación proviene de economías desarrolladas que han sido tradicionalmente la fuente de estas innovaciones (Si

et al., 2020; Williamson *et al.*, 2020). Los emprendedores de países altamente desarrollados tienen muchas más probabilidades de participar en actividades innovadoras en lugar de las puramente imitativas (Koellinger, 2008). Esto ha llevado a que la mayoría de las investigaciones sobre procesos de innovación se hayan realizado en estas economías, dejando vacíos en la investigación sobre innovación en y desde las economías emergentes (Williamson *et al.*, 2020).

A partir de las anteriores consideraciones esperamos determinar ¿Cuál es el efecto que las aspiraciones de crecimiento del emprendedor tienen en la innovación de productos y servicios? ¿Cuál es el efecto moderador de una cultura que evite la incertidumbre en la relación entre aspiraciones e innovación? ¿Existen diferencias entre países desarrollados y emergentes en estas relaciones?

Para responder las preguntas planteadas nos basamos en un enfoque socio-cognitivo, teniendo en cuenta que innovación es el resultado directo de una elección del emprendedor en interacción con condiciones externas (Moreira *et al.*, 2017) y que las restricciones del contexto influyen en las respuestas socio cognitivas del emprendedor y en sus decisiones empresariales (Boudreaux *et al.*, 2019). Esperamos hacer varias contribuciones a la literatura:

Primero, explicamos la relación entre aspiraciones de crecimiento e innovación, dando un paso adelante al abordar el análisis las aspiraciones del emprendedor como impulsoras de la innovación en productos y servicios. Segundo, analizamos la forma en que la cultura de evitación de la incertidumbre modera esa relación, y tercero determinamos las diferencias entre países desarrollados y países emergentes.

Desarrollamos un modelo de regresión multinivel, vinculando variables a nivel país: cultura y nivel de desarrollo, con variables a nivel individuo: aspiraciones de crecimiento e innovación. Utilizamos bases de datos de varias fuentes entre los años 2014 a 2019, con 134.439 y registros de emprendedores activos de 42 países.

El artículo está organizado de la siguiente forma: primero se presenta la revisión teórica y relación entre variables que deriva en el planteamiento de hipótesis, posteriormente la metodología utilizada, los datos, las variables del estudio y el análisis empírico; luego los resultados; la discusión e implicaciones y finalmente las conclusiones del estudio.

4.2 Teoría e hipótesis

4.2.1 Teoría social cognitiva

La Teoría social cognitiva plantea que el funcionamiento psicosocial es el resultado de la interacción entre los factores cognitivos, otros factores personales y los eventos ambientales y el comportamiento humano. Bajo esa perspectiva, las personas construyen escenarios cognitivos y visualizan el futuro, lo que guía sus acciones y decisiones presentes (Bandura, 1988, 1999).

En los estudios de emprendimiento la socio cognición ha surgido como una perspectiva teórica importante para comprender y explicar el comportamiento y la acción humanos (Dutta y Thornhill, 2008). La premisa central de este enfoque es que la acción empresarial es emergente y surge a partir de los procesos cognitivos subyacentes del emprendedor (Mitchell *et al.*, 2002). Según Bandura (1999), las personas construyen pensamientos sobre los cursos de acción futuros para adaptarse a situaciones en constante cambio, organizan y despliegan estratégicamente las opciones seleccionadas. Los individuos evalúan la idoneidad de su pensamiento en función de los efectos que producen sus acciones y realizan los cambios que sean necesarios. Desde la perspectiva de la teoría socio cognitiva, el funcionamiento psicosocial se aborda en términos de causalidad recíproca triádica. En esta estructura causal, el comportamiento, los factores cognitivos y otros factores personales y los eventos ambientales operan como determinantes interactuantes que se influyen mutuamente (Bandura, 1988, 1999; Wood y Bandura, 1989).

Tres aspectos de la teoría social cognitiva son especialmente relevantes para el campo del emprendimiento: el desarrollo de las competencias cognitivas, sociales y conductuales de las personas a través aprendizaje de modelos, el cultivo de las creencias de las personas en sus capacidades para que usen sus talentos efectivamente, y la mejora de la motivación de las personas a través de sistemas de objetivos (Bandura, 1988; Wood y Bandura, 1989). Las motivaciones y aspiraciones del individuo influyen en su evaluación de situaciones de riesgo e incertidumbre; quienes están más motivados se centran en las oportunidades, en lugar de detenerse en los riesgos y obstáculos que deberá superar (Wood y Bandura, 1989). Este factor es importante en estudios de aspiraciones de crecimiento e innovación, porque en procesos de innovación la incertidumbre y posibilidades de fracaso son elevadas (Bruton *et al.*, 2009). Adicionalmente la fuerza de las motivaciones y aspiraciones del emprendedor determina su disposición para asumir esos desafíos. En la automotivación a través de aspiraciones de logro, las personas eligen qué desafíos emprender, cuánto esfuerzo invertir y cuánto tiempo perseverar frente a las dificultades para lograr lo que se proponen (Bandura, 1999). Las metas desafiantes aumentan la motivación y los logros en el desempeño. Ante obstáculos, contratiempos y fracasos, quienes dudan de sus capacidades reducen sus esfuerzos, se rinden o se conforman con soluciones mediocres. Por el contrario, aquellos que creen firmemente en sus capacidades redoblan sus esfuerzos y tratan de encontrar mejores formas de superar los desafíos (Bandura, 1999).

Adicional a los factores cognitivos individuales, el entorno es igualmente importante para las elecciones de las personas (Wood y Bandura, 1989). En el centro de TSC están los rasgos individuales como la autoeficacia, las expectativas de resultados y los objetivos personales (Bandura, 1986). Dentro de este marco más general, el contexto configura los rasgos sociocognitivos de los individuos o modera los cursos de acción elegidos (Boudreaux *et al.*, 2019). Particularmente, el nivel de incertidumbre del entorno y las posibilidades de fracaso de la innovación influyen en los individuos y pueden facilitar u obstaculizar

los procesos innovadores (Bruton *et al.*, 2009; Gaganis *et al.*, 2019). En ese sentido, la existencia de regulaciones, normas de funcionamiento y una cultura que tolere la incertidumbre pueden ser propicios para la innovación. Esta normatividad proporciona seguridad, reducen el riesgo e incertidumbre y pueden influir en la relación entre las motivaciones cognitivas de los emprendedores y en su capacidad de innovación (Arabiyat *et al.*, 2019). Autio (2014) sintetiza la importancia de los factores ambientales en el comportamiento innovador. Plantea que la actividad humana ocurre en contextos. Es el contexto el que regula lo que los individuos y los equipos pueden ver, qué elecciones es probable que tomen y cuáles pueden ser los resultados de esas elecciones. Por esta razón, el contexto debe jugar un papel central en nuestra comprensión de los orígenes, formas, micro procesos, funcionamiento y diversos resultados de las actividades emprendedoras, y concretamente en la innovación.

Algunos principios de la TSC se han vinculado con estudios de innovación (Ahlin *et al.*, 2014; Bajaba *et al.*, 2022; Chakrabarty, 2020; Ng y Lucianetti, 2016; Wang y Lin, 2012) y de las aspiraciones de crecimiento (Autio y Pathak, 2010; Dutta y Thornhill, 2008; Terjesen y Szerb, 2008; Verheul y Van Mil, 2011). El común denominador en estos estudios es la interacción entre el contexto y factores sociocognitivos del individuo. Los resultados dependerán de los atributos personales del emprendedor reflejando lo que se han denominado las competencias innovadoras (Standing *et al.*, 2016). Se ha concluido que en procesos de innovación los actores y los contextos se co-crean a través de un proceso interactivo y emergente (Garud *et al.*, 2014). Bajo el marco de la TSC, se considera que la innovación en una empresa está determinada por la relación entre las personas y los equipos de trabajo, con las variables del entorno (Chakrabarty, 2020).

4.2.2 Aspiraciones de crecimiento e innovación

Los estudios previos han concluido que las características socio cognitivas del emprendedor tienen una fuerte influencia en la formación de sus aspiraciones de crecimiento (Autio y Pathak, 2010; Douglas,

2013; Puente *et al.*, 2017; Troilo, 2011; Verheul y Van Mil, 2011). Estos rasgos cognitivos son la fuente primaria que permiten al emprendedor convertirse en el arquitecto y controlador de sus acciones y decisiones (Chakrabarty, 2020). En la toma de decisiones estratégicas que contribuyan mejorar los resultados de la empresa, un punto de partida son las aspiraciones de crecimiento del emprendedor. Tener aspiraciones de crecimiento cuando se emprende probablemente sea una condición necesaria, pero no suficiente para lograr un crecimiento real de la empresa (Stam *et al.*, 2012). A partir de los planteamientos de Wiklund y Shepherd (2003), en referencia a que las intenciones de crecimiento están relacionadas positivamente con el crecimiento, se ha intentado explicar la forma en que las aspiraciones de crecimiento determinan decisiones gerenciales que generen beneficios para la empresa. Algunos estudios han vinculado las aspiraciones de crecimiento como antecedente del aumento de ingresos totales por ventas y de la creación de empleos (Brush *et al.*, 2008; Delmar y Wiklund, 2008; Gundry y Welsch, 2001; Wiklund y Shepherd, 2003). Otros lo vinculan con el bienestar de los empleados como mediador de innovación radical (Eide *et al.*, 2021). En general, se concluye que un mayor nivel de aspiración de crecimiento motiva al gerente a esforzarse más para alcanzar sus objetivos, que es el crecimiento de la empresa (Hanifzadeh *et al.*, 2018).

De ahí la importancia de vincular las aspiraciones de crecimiento como el punto de partida de una serie de decisiones gerenciales orientadas al crecimiento del negocio (Stenholm, 2011). Se requiere de un emprendedor con altas aspiraciones que tome decisiones estratégicas para que se genere un crecimiento de la empresa (Stam *et al.*, 2012). Aunque las empresas pueden crecer y de hecho crecen de muchas maneras, la innovación en productos y servicios se asume como una de las estrategias más comunes seguidas por las pymes para lograr el crecimiento (Azari *et al.*, 2017; Eide *et al.*, 2021). Se considera que un emprendedor con altas aspiraciones es aquel que se involucra en un emprendimiento con el objetivo de crear tanto valor como sea posible (Stam *et al.*, 2012). Una de las más importantes formas de crear

valor es por medio de la innovación de productos y servicios (Hermans *et al.*, 2015; Love y Roper, 2015). En la literatura sobre innovación, se supone que los atributos necesarios para innovar existen dentro de las personas. Los esfuerzos innovadores requieren alguna fuerza interna sustentadora que impulse a los emprendedores a perseverar frente a los desafíos propios del trabajo innovador (Wang y Bi, 2021; Wang y Lin, 2012). Por lo tanto, podríamos decir que un emprendimiento con alto potencial de crecimiento es aquel que combina unas altas expectativas de crecimiento del emprendedor con procesos de innovación (Acs y Varga, 2005; Hermans *et al.*, 2015; Wong *et al.*, 2005).

El Manual de Oslo define varios tipos de innovación (OECD, 2005). Las innovaciones de productos las define como aquellas que implican cambios significativos en el desempeño de los bienes o servicios. Se incluyen tanto bienes y servicios completamente nuevos como mejoras significativas a los productos existentes (OECD, 2005). Ahmad (2008) y Arabiyat *et al.* (2019) la complementan planteando que la innovación es la acción humana emprendedora que genera valor y que ayuda a descubrir nuevos productos o mercados. Biswas (2016) plantea que la innovación también podría dar lugar a una ligera adaptación de un producto existente para facilitar su uso por parte del consumidor final o podría dar lugar a un nuevo uso de un producto existente.

Aunque en algunos casos se ha asociado con la incorporación de desarrollos tecnológicos (Autio *et al.*, 2014), la innovación puede tomar muchas formas que incluyen innovación en el mercado, en los procesos y en los productos. Una de las perspectivas de la innovación disruptiva es el desarrollo de nuevos productos, la cual enfatiza en crear productos más simples, menos funcionales, más baratos pero "suficientemente buenos" para servir a un mercado que es ignorado por los productos principales (Si *et al.*, 2020). Desde esa óptica, un producto se considera innovador cuando el cliente así lo percibe; es un concepto subjetivo que depende del observador (Arabiyat *et al.*, 2019; Fuentelsaz *et al.*, 2018, 2019). Por

lo tanto, es suficiente si el producto es percibido como innovador para el mercado que atiende (Koellinger, 2008).

Desarrollar nuevos productos y servicios que sean percibidos como innovadores por el mercado permite a la empresa diferenciar sus ofertas de los competidores y, en consecuencia, ingresar a nuevos mercados y satisfacer las necesidades de los clientes (Azari *et al.*, 2017). En las pequeñas empresas desarrollar nuevos productos podría considerarse como el resultado más importante del proceso innovador (De Jong, 2013; De Jong y Vermeulen, 2006). La innovación se ha considerado una decisión estratégica clave del emprendedor con altas aspiraciones, ya que mezcla nuevos productos y nuevos mercados (Kyläheiko *et al.*, 2011), mejorando coberturas y oferta y por lo tanto los índices de crecimiento.

La evidencia sugiere que si los emprendedores con altas aspiraciones adoptan una estrategia para innovar en productos, se logrará un desempeño post-ingreso superior y mejoran su posición competitiva en el mercado, y a futuro un mayor crecimiento de la empresa (Love y Roper, 2015). Las métricas como la participación de mercado, la rentabilidad y la tasa de crecimiento del mercado se han utilizado ampliamente para medir el desempeño de la innovación (Wang y Lin, 2012). Las prácticas de innovación, al crear nuevos productos, tienen un efecto positivo y directo sobre el crecimiento posterior de la empresa (Fiorentino *et al.*, 2020; Stenholm, 2011).

Por lo tanto, introducir al mercado productos o servicios que son considerados innovadores por la mayoría de los clientes es una estrategia gerencial que crea valor y tiene cada vez más importancia para mejorar los resultados organizacionales (D'Este *et al.*, 2016; Gundry y Welsch, 2001). Dentro de la literatura de marketing, se reconoce ampliamente que la innovación de productos es una forma de crear valor que actúa como una ventaja competitiva significativa. Es una fuente de desempeño financiero superior para las empresas. En ese sentido, los estudios concluyen que las empresas de alto y rápido

crecimiento se diferencian de otras empresas por su capacidad para crear un valor único que es percibido por sus clientes (Mawson, 2018; O’Cass y Ngo, 2011; Sirmon *et al.*, 2007). Esta percepción de valor del cliente al recibir productos innovadores por parte de la empresa, determina su lealtad e influye en el comportamiento de recompra y, por lo tanto, en la recuperación de la inversión y crecimiento de las ventas para las empresas (Gummerus, 2013).

Son escasos los estudios que han vinculado las aspiraciones de crecimiento como impulsoras de la innovación de productos y servicios (Kolvereid e Isaksen, 2017). Un trabajo reciente de Azari *et al.* (2017) concluye que unas altas aspiraciones de crecimiento animan al emprendedor a enfocarse en la innovación de productos y en diferenciar sus ofertas de los competidores, mejorando los índices de crecimiento. En la misma línea, Eide *et al.* (2021) exploran el grado en que los gerentes con mayores aspiraciones de crecimiento deciden crecer ingresando a nuevos mercados con productos actuales o desarrollando productos que sean innovadores. Las aspiraciones de crecimiento del emprendedor pueden ser el detonante de la innovación de productos y servicios; innovar se considera una de las estrategias más comunes seguidas por las pymes para lograr mejorar los resultados de la empresa (Azari *et al.*, 2017; Eide *et al.*, 2021; Kyläheiko *et al.*, 2011).

Considerando la relación dialógica que presentan estas dos variables, encontramos estudios que han abordado la relación inversa, vinculando la innovación como impulsor de aspiraciones de crecimiento (Estrin *et al.*, 2020). Bajo esta perspectiva, se asume que las aspiraciones de crecimiento del emprendedor se ven afectadas por su orientación hacia la innovación y la internacionalización, así como por un contexto rico en oportunidades e información. En contraste con este enfoque, nuestra propuesta está alineada con lo planteado por Azari *et al.* (2017), Eide *et al.* (2021) y Stenholm (2011), quienes analizan las aspiraciones de crecimiento del emprendedor como impulsoras de decisiones orientadas a la innovación y no como un resultado de la misma. Las aspiraciones de crecimiento las abordamos entonces

como la causa y no como el resultado de la innovación. Desde esa premisa, sustentamos teóricamente que un emprendedor con altas aspiraciones de crecimiento toma decisiones gerenciales que impulsan un crecimiento del negocio; los estudios citados han confirmado que la innovación en productos y servicios puede ser una de las decisiones estratégicas más efectivas de aquellos emprendedores que aspiran a crecer y a mejorar los indicadores de crecimiento real de la empresa.

Por lo tanto, es probable que un emprendedor con altas aspiraciones de crecimiento impulse más la innovación que aquel con pocas aspiraciones de crecimiento, por las siguientes razones: primero, porque un emprendedor con altas aspiraciones encuentra en la innovación el medio para diferenciar sus productos de los productos competidores, y motiva a la lealtad y la recompra por parte de los clientes (Azari *et al.*, 2017). Segundo, porque es responsabilidad de la gerencia tomar decisiones que conquisten nuevos mercados, aumenten ventas, volúmenes de producción y generen rentabilidad y la innovación en productos es una estrategia para lograrlo (D'Este *et al.*, 2016; Eide *et al.*, 2021). Tercero, porque la innovación de productos es una decisión estratégica del emprendedor que posiciona la empresa como líder en su sector, generando confianza en la gestión gerencial y respuestas positivas del mercado en su ámbito de operaciones (Love y Roper, 2015). Por lo anterior, planteamos la siguiente hipótesis:

H1a: Las aspiraciones de crecimiento están positivamente relacionadas con la innovación de producto

El emprendimiento innovador se relaciona con la interacción entre los individuos y el contexto bajo el cual se crean y desarrollan las empresas (Manolova *et al.*, 2008). El nivel de desarrollo económico del país determina el contexto bajo el cual se genera el crecimiento de las empresas a partir de procesos de innovación. El entorno político, industrial, organizacional, tecnológico y social, vinculados al desarrollo económico, determinan su nivel de incertidumbre y afectan la capacidad de innovación de las empresas y su crecimiento (Autio *et al.*, 2014; Tsai y Yang, 2013). En ciertos contextos el emprendedor se enfrenta

a oportunidades, limitaciones y amenazas que afectan el atractivo y la viabilidad de la innovación (Autio *et al.*, 2014). Por lo tanto, las estrategias de innovación que son efectivas para mejorar el desempeño de las empresas en ciertos entornos podrían no ser tan efectivas en otros entornos (Tsai y Yang, 2013).

La investigación sobre la influencia del contexto económico en la innovación se ha concentrado en economías desarrolladas (Si *et al.*, 2020). Sin embargo, cada vez hay más evidencia de que las innovaciones observadas en economías emergentes, muestran características diferentes a las observadas en economías desarrolladas (Si *et al.*, 2020; Williamson *et al.*, 2020). Las economías emergentes pueden proporcionar un entorno particularmente propicio para que surjan oportunidades de innovación, porque a menudo confluyen nuevos clientes con necesidades y comportamientos particulares. Además, hay un número creciente de competidores, un contexto empresarial e institucional flexible y tecnologías recién introducidas (Wan *et al.*, 2015). En estos países se ha reconocido la importancia que tiene para el crecimiento económico la vinculación del emprendimiento con la innovación y se han adoptado políticas para fortalecer y estimular esta relación (Autio *et al.*, 2014). Cuando no hay innovación, la economía tiende a estancarse, puesto que se agota el poder de venta de ciertos productos o servicios. En consecuencia, la estructura económica, la calidad institucional y los factores culturales impactan en el desempeño innovador e influyen en el desarrollo económico del país (Kroenke *et al.*, 2018).

A pesar de la importancia de la innovación para generar desarrollo económico, persisten los vacíos institucionales, los mayores costos de transacción y desafíos operativos para los emprendedores de países emergentes. Estas políticas contrastan con las de las economías de mercado desarrolladas, las cuales se caracterizan por una base regulatoria bien establecida, junto con la aceptación social y el apoyo al emprendimiento (Manolova *et al.*, 2008; Peng, 2003).

Bajo este contexto un emprendedor se enfrenta al desafío hacer realidad sus aspiraciones de crecimiento. La innovación puede ser entonces el resultado directo de una decisión gerencial o puede ser una respuesta del emprendedor a condiciones externas (Moreira *et al.*, 2017). En estos contextos definidos por el nivel de desarrollo, las capacidades y experiencia del emprendedor, así como sus aspiraciones de crecimiento, jugarán un rol clave que podría impulsar o posponer la innovación de las empresas (Tsai y Yang, 2013).

Por lo tanto, es probable que en países emergentes los emprendedores identifiquen la innovación como la estrategia más adecuada para crear valor y mejorar el desempeño. Sustentamos este planteamiento en lo siguiente. Primero, porque los países emergentes ofrecen un potencial propicio para la innovación debido a la existencia de mercados con necesidades de nuevos productos y servicios. Segundo, en los países emergentes se reconoce la innovación como impulsor del crecimiento económico; los gobiernos ofrecen apoyos para acceder a recursos, tecnologías y redes que acompañen a nuevos emprendedores en la implementación de innovaciones, especialmente en las primeras etapas de la empresa.

Reconociendo estas diferencias, agrupamos países según su nivel de desarrollo y planteamos la siguiente hipótesis:

H1b: El efecto de las aspiraciones de crecimiento en la innovación es mayor en los países emergentes que en países desarrollados

4.2.3 Moderación de la evitación de la incertidumbre

Los valores culturales de las diferentes sociedades influyen en la decisión individual de emprender. Y no todas las sociedades fomentan la actividad emprendedora y la innovación con la misma eficacia (Bruton *et al.*, 2010). El entorno sociocultural afecta la explotación de las oportunidades para emprender al influir en la intención, los riesgos percibidos y los beneficios de las actividades empresariales (Shane, 2003). Los valores compartidos de una sociedad y la forma como la cultura percibe el riesgo y la

incertidumbre influye en el comportamiento emprendedor y se relaciona directa o indirectamente con el grado en que se generan empresas dispuestas a asumir riesgos (Gaganis *et al.*, 2019).

Al ser un constructo colectivo, la cultura de un país influye en los comportamientos de los individuos (Autio *et al.*, 2013, 2014). Un rasgo cultural fuertemente asociado con las actitudes individuales hacia el riesgo y la incertidumbre es la evitación de la incertidumbre. Según Hofstede (2001), la evasión de la incertidumbre se relaciona con la medida en que las sociedades toleran la ambigüedad. Una cultura se caracteriza por una alta evitación de la incertidumbre cuando sus miembros se sienten amenazados por situaciones inciertas o desconocidas. La evitación de la incertidumbre se define como la medida en que una sociedad, organización o grupo confía (y debería confiar) en normas, reglas y procedimientos sociales para aliviar la imprevisibilidad de eventos futuros. Cuanto mayor es el deseo de evitar la incertidumbre, más personas buscan el orden, la coherencia, la estructura, los procedimientos formales y las leyes para cubrir las situaciones de su vida cotidiana (GLOBE, 2005).

Las investigaciones que relacionan esta dimensión con la innovación encontraron en su mayoría que la relación entre evitación de la incertidumbre e innovación es negativa, lo que significa que cuanto menor es la evasión de la incertidumbre, mayores son las tasas de innovación (Boubakri *et al.*, 2021; Espig *et al.*, 2021; Prim *et al.*, 2017). Por lo tanto, los procesos de innovación de aquellos emprendedores con altas aspiraciones de crecimiento se pueden ver afectados por el nivel de evitación de la incertidumbre en un país, por las siguientes razones:

Primero, en países con menor aversión a la incertidumbre no solo se aceptan riesgos conocidos, sino también aquellos desconocidos (Tekic y Tekic, 2021). La baja aversión a la incertidumbre implica, por lo tanto, una disposición a participar en actividades que involucran riesgos. Un bajo nivel de evitación de la incertidumbre se considera un antecedente de la innovación, porque respalda las ideas y el

comportamiento innovador, la tolerancia al riesgo y al cambio, control más débil y reglas y estructuras más informales (Tekic y Tekic, 2021).

Segundo, en los países con alta evitación de la incertidumbre las personas buscan estructura en sus organizaciones, instituciones y relaciones, lo que hace que los eventos sean claramente interpretables y predecibles (Hofstede, 2001). Los códigos de creencias y comportamientos son rígidos e intolerantes con las ideas diferentes, mientras que en sociedades con baja evitación de la incertidumbre, la práctica se considera más importante que los principios (Espig *et al.*, 2021; Hofstede, 1983). Es posible que las empresas ubicadas en países con altos niveles de evitación de la incertidumbre sean menos innovadoras en comparación con las empresas ubicadas en países con bajos niveles de incertidumbre (Chen *et al.*, 2017).

Tercero, porque el valor cultural de evitar la incertidumbre refleja la tolerancia de una sociedad a la incertidumbre y la ambigüedad (Hofstede, 1983), dos características de los procesos de innovación. Indica hasta qué punto una cultura programa a sus miembros para que se sientan cómodos o incómodos en situaciones no estructuradas. Hofstede (1983) describe el valor de evitación de la incertidumbre como “lo que es diferente, es peligroso”. Las culturas que evitan la incertidumbre lo hacen a través de leyes y reglas estrictas, regulaciones y el cumplimiento de las instituciones. Esto, sin embargo, restringe las oportunidades para desarrollar innovación (Boubakri *et al.*, 2021). Por lo tanto, las culturas con puntajes altos en evitación de la incertidumbre dudan acerca de la ambigüedad a su alrededor, y prefieren reglas claras de conducta y un entorno más predecible.

Por lo anterior planteamos la siguiente hipótesis:

H2a: La evitación de la incertidumbre del país modera negativamente la relación entre aspiraciones de crecimiento e innovación.

La cultura no solo afecta el comportamiento de las personas y su relación entre sí, sino que también tiene una influencia importante en el funcionamiento económico de las sociedades (Dheer, 2017).

Los cambios institucionales y de políticas en los países emergentes a menudo siguen patrones no lineales y por lo general son impredecibles (Hoskisson *et al.*, 2000). A medida que evolucionan las regulaciones y las normas para crear y financiar empresas, las diferentes formas de emprendimiento pueden volverse más o menos viables en estos mercados emergentes (Bruton *et al.*, 2013; Urban, 2013). La incertidumbre asociada a los marcos regulatorios engorrosos, las reglas del juego poco claras para la interacción política, económica y social, las regulaciones sobre los derechos de propiedad (Gnyawali y Fogel, 1994), entre otros, pueden afectar las aspiraciones de crecimiento y los procesos de innovación. Las investigaciones recientes que han vinculado la cultura con la innovación han concluido que aquellos países con alta evitación de la incertidumbre tienen códigos de creencias y comportamientos que son rígidos e intolerantes con diferentes ideas (Broekhuizen *et al.*, 2017; Espig *et al.*, 2021). En contraste con lo anterior, en un estudio reciente Kim *et al.* (2020) analiza la relación de las dimensiones culturales con la innovación y lo asocia con el estado de derecho y regulaciones en contextos de países emergentes. Su resultado es un aporte interesante porque concluye que cuando hay instituciones y regulaciones que respalden la innovación, se mitiga el efecto negativo de la evitación de la incertidumbre en la innovación. Sin embargo, estas investigaciones recientes que vinculan la cultura con la innovación han ignorado las diferencias entre países desarrollados y emergentes y desconocen si analizar por separado estos dos grupos podría arrojar resultados diferentes en las tasas de innovación (Espig *et al.*, 2021).

Sobre lo que si hay claridad es que el emprendimiento en las economías emergentes se desarrolla bajo instituciones legales, políticas y financieras menos estables y como consecuencia los contextos comerciales son más cambiantes e inciertos (Urban, 2018). Cuando las empresas y los países se enfrentan

a esta incertidumbre económica y cultural, y a cambios vertiginosos en un entorno que exige una constante adaptación, la innovación se presenta como un factor determinante de diferenciación y competitividad (Espig *et al.*, 2021). Desde una perspectiva puramente microeconómica, la innovación podría impulsar la creación de empleo, mejorar la competitividad y en última instancia el desarrollo económico; las empresas emergentes pueden desempeñar un papel crucial en el fomento de la competencia, la inducción de la innovación y el apoyo a la aparición de nuevos sectores industriales en países emergentes, entre otros (Colombelli *et al.*, 2016).

En las economías emergentes pueden surgir muchas oportunidades para que los emprendedores con altas aspiraciones de crecimiento innoven, a pesar de la incertidumbre asociada a los procesos de innovación. Esto puede ocurrir por las siguientes razones: primero, porque existen mercados con necesidades insatisfechas, la tecnología está en proceso de desarrollo, las instituciones son más flexibles y el emprendimiento innovador es una buena opción de generar empleo y contribuir al crecimiento (Wan *et al.*, 2015). Segundo, los emprendedores en países emergentes desarrollan competencias internas y patrones de comportamiento que les permiten ajustarse a cambios y a los desafíos del mercado (Fiorentino *et al.*, 2020). Igualmente, mejoran la capacidad de innovación mediante la adopción de estrategias adecuadas que les permitan gestionar las incertidumbres ambientales (Kafetzopoulos *et al.*, 2019). Tercero, las empresas están en condiciones de mejorar sus resultados, responder mejor a las incertidumbres y turbulencias del entorno y a generar una mayor confianza cuando desarrollan su capacidad de innovación (Jiménez-Jiménez y Sanz-Valle, 2011).

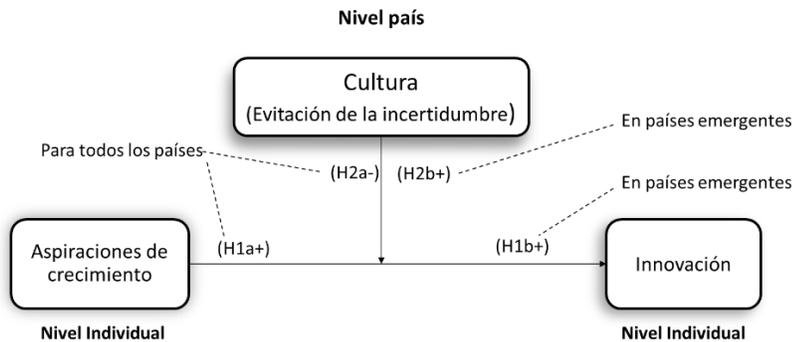
Aunque temas como la cultura y la innovación de las empresas en los mercados emergentes son cada vez más de actualidad, la literatura no ha facilitado adecuadamente la comprensión de los factores que impulsan la innovación en los mercados emergentes (Back *et al.*, 2014). En esa misma línea, Kim *et al.* (2020) llama la atención sobre el comportamiento diferente de las influencias culturales cuando se

analiza la innovación en países emergentes. En contraste con los hallazgos de la mayoría de estudios sobre influencia cultural en países desarrollados, los emprendedores en países emergentes asumen desafíos diferentes. En estos países el impacto de la cultura y la normatividad probablemente implique pensar en otras estrategias de crecimiento para lograr la innovación (Kim *et al.*, 2020).

Por lo tanto, planteamos que es probable que, en el análisis de las aspiraciones de crecimiento y la innovación, el efecto moderador de la cultura de evitación de la incertidumbre sea mayor en países emergentes. Planteamos esto por las siguientes razones: primero, son mercados que están en constante crecimiento, surgen nuevas necesidades de productos y servicios, los emprendedores son más arriesgados y están dispuestos a generar el crecimiento de su empresa a pesar de la incertidumbre que deben enfrentar. Esa capacidad de enfrentar la incertidumbre y arriesgarse les facilita el proceso innovador. Segundo, porque en países emergentes las políticas de apoyo a la innovación y el acompañamiento a emprendedores innovadores contribuyen a crear un contexto de confianza para el fortalecimiento empresarial. Estas políticas buscan mejorar las cifras de producción, empleo y poder adquisitivo de la población, mejorando los indicadores económicos. Bajo estas consideraciones se plantea la siguiente hipótesis:

Bajo estas consideraciones se plantean las siguientes hipótesis:

H2b: El efecto moderador de la evitación de la incertidumbre en la relación entre las aspiraciones de crecimiento y la innovación, es mayor en los países emergentes que en los desarrollados.

Figura # 8 Modelo conceptual

4.3 Metodología

4.3.1 Datos

Para el presente estudio contamos con una base de datos de emprendedores de 42 países construida a partir de informes anuales del Global Entrepreneurship Monitor correspondiente a los años 2014 a 2019. El GEM estudia la población emprendedora a nivel mundial y se ha vinculado a un gran número de investigaciones sobre emprendimiento. La muestra final de 134.439 individuos se compone de 70 % nacientes, 20 % nuevos y 30 % establecidos. En esta distribución se incluyen aquellos emprendedores que manifiestan tener más de una empresa, que son aproximadamente el 20 %.

La clasificación de países desarrollados y emergentes toma como referencia la clasificación del Índice de Desarrollo Humano -IDH- del PNUD. El IDH considera como determinantes del nivel de desarrollo de un país el índice de esperanza de vida, el índice de nivel de educación y el ingreso nacional bruto per cápita. De acuerdo con esto, se clasificaron 27 países como desarrollados y 15 como emergentes.

La variable moderadora evitación de la incertidumbre se toma del GLOBE (Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness) el cual estudia los comportamientos culturales que diferencian los países. GLOBE conceptualizó y desarrolló medidas de nueve dimensiones de cultura y seis

dimensiones de liderazgo y se ha llevado a cabo con más de 17.000 mandos intermedios en 951 organizaciones en 99 países o regiones culturales en 62 países en los últimos años (GLOBE, 2005). GLOBE define la cultura como motivos, valores, creencias, identidades e interpretaciones o significados compartidos de eventos importantes, que resultan de experiencias comunes de miembros de colectivos y se transmiten a través de generaciones (House *et al.*, 2004; Javidan y Dastmalchian, 2009).

4.3.2 Variables

La variable predictora aspiraciones de crecimiento se toma de la Encuesta de Población Adulta (APS) del GEM. Los estudios previos que han vinculado las aspiraciones de crecimiento utilizando en GEM la han definido como la expectativa que tiene el emprendedor de crear nuevos puestos de trabajo; ha sido considerada por varios autores como una decisión racional dirigida a maximizar las ganancias y el crecimiento (Autio y Acs, 2010; Estrin *et al.*, 2013). En el modelo esta variable se define como la diferencia de logaritmos de los empleos futuros y los empleos actuales y se toma de las siguientes preguntas de la Encuesta de Población Adulta (APS) del GEM: “En estos momentos, ¿cuántas personas, sin contar a los propietarios, están trabajando en este negocio?” y “Cuántas personas, incluyendo empleados actuales y futuros, piensa que trabajarán en este negocio/ empresa dentro de cinco años a partir de ahora?”.

La variable dependiente Innovación en productos se define a partir de estudios previos basados en el GEM, asumiendo que la innovación es un proceso de creación de valor para el cliente y que una de esas facetas de creación de valor es el desarrollo de nuevos productos y servicios (Gundry y Welsch, 2001). GEM define la innovación de productos como la proporción de emprendedores que indican que su producto o servicio es nuevo para al menos algunos clientes (Reynolds *et al.*, 2005). Esta definición ha sido incorporada en investigaciones sobre innovación que han utilizado el GEM (Arabiyat *et al.*, 2019; Avila *et al.*, 2021; Estrin *et al.*, 2020; González-Pernía *et al.*, 2015). Se toma de la siguiente pregunta de

APS del GEM “¿Los clientes potenciales consideran el producto/ servicio como nuevo en el mercado?

La relación entre aspiraciones de crecimiento e innovación en productos permite probar H1a.

La variable moderadora a nivel país es la evitación de la incertidumbre. Su interacción con las aspiraciones de crecimiento permite evaluar H2a. Esta variable cultural a nivel país se toma de las bases de datos de GLOBE en la dimensión denominada evitación de la incertidumbre, la cual se ha utilizado en estudios que analizan la influencia cultural del país en decisiones del individuo (Bogatyreva *et al.*, 2019; Boubakri *et al.*, 2021; House *et al.*, 2004; Wennberg *et al.*, 2013). En GLOBE, las prácticas de evitación de la incertidumbre se refieren al grado en que una sociedad, organización o grupo confía (y debería confiar) en normas, reglas y procedimientos sociales para aliviar la imprevisibilidad de eventos futuros. Cuanto mayor es el deseo de evitar la incertidumbre, más personas buscan el orden, la consistencia, la estructura, los procedimientos formales y las leyes para cubrir situaciones en su vida diaria. (House *et al.*, 2004). Por último, se vincula al análisis el nivel de desarrollo del país; nos basamos en el Índice de Desarrollo Humano – IDH- del PNUD y permite evaluar H1b y H2b.

Alineados con investigaciones previas sobre el tema, vinculamos las variables de control a nivel individual, relacionadas con características personales del emprendedor y otras a nivel país. A nivel individual se incluyen el género, la edad, el nivel educativo, modelo de roles, autopercepción de habilidades, la ocupación, el temor al fracaso y si es emprendedor naciente, nuevo o establecido. Todas las variables se toman de la misma encuesta APS del GEM y han sido ampliamente utilizadas en estudios previos sobre la actividad emprendedora (Arenius y De Clercq, 2005; Arenius y Minniti, 2005; Lim *et al.*, 2016; Van der Zwan *et al.*, 2016). Las preguntas utilizadas para cada una y su medición se especifican en la Tabla #9.

Las variables de control a nivel país son la percepción de oportunidades, el porcentaje de crecimiento del PIB y el porcentaje de crecimiento de la población y la facilidad para acceder a crédito. La percepción de oportunidades se toma de las bases de datos nacionales del GEM y ha sido asociada en múltiples investigaciones sobre emprendimiento, ya que se considera son un fuerte impulso para crear y hacer crecer las empresas (Adomako *et al.*, 2018; Davidsson, 2015; Eckhardt y Shane, 2003; Kirzner, 1979; Mitchell *et al.*, 2008; Patel, 2019). El porcentaje de crecimiento del PIB y el porcentaje de crecimiento de la población se toma para los años incluidos en este estudio de las bases de datos del Banco Mundial. Un mayor acceso a créditos puede contribuir con el desarrollo de nuevos proyectos de innovación, facilitando el capital inicial requerido para desarrollar e introducir al mercado nuevos productos; al respecto, los países determinan políticas de apoyo y créditos de fomento el emprendimiento que puede contribuir con el crecimiento de la empresa (Aparicio *et al.*, 2016; Escandon-Barbosa *et al.*, 2019; Urbano y Alvarez, 2014). La facilidad de acceso a crédito se toma del *Doing Business* del Banco Mundial.

4.3.3 Enfoque metodológico

Para el análisis de las relaciones propuestas utilizamos el mismo modelo análisis de efectos aleatorios multinivel utilizado en el tercer capítulo de esta tesis. Trabajar en dos niveles de agregación brinda información sobre las fuentes de variación (tanto a nivel individual como grupal) que los diseños de un solo nivel no pueden proporcionar. El nivel más bajo está representado por los emprendedores quienes están anidados en un nivel más alto representado por los países. En este nivel más alto corresponde en nuestro estudio al contexto cultural del país que influye en las decisiones individuales. Al utilizar el modelo multinivel se trabaja en ambos niveles de agregación lo que evita transferir los resultados del grupo (país) a los individuos (emprendedores) u omitir el contexto donde los emprendedores se desarrollan y toman sus decisiones. Además, desde el punto de vista técnico, se corrige el problema de no independencia de las observaciones causado precisamente por la estructura jerárquica. Esta

metodología permite a los coeficientes de la regresión y al intercepto variar entre los diferentes países. Además, tiene la ventaja de modelar correctamente la interacción entre los dos niveles en cuestión.

En un modelo multinivel se cuenta con información acerca de los individuos (nivel 1) y de su contexto país al cual pertenecen (nivel 2). Los individuos en un mismo contexto país tenderán a ser más similares en su comportamiento entre sí respecto a los que pertenezcan a otro país.

Utilizar el multinivel se justifica porque la cultura es fundamentalmente una construcción a nivel colectivo. El emprendimiento es fundamentalmente una construcción a nivel individual o de equipo. Algunos estudios sobre el vínculo entre la cultura y el emprendimiento han examinado, por un lado, el efecto de la cultura en las tasas de iniciativa empresarial a nivel de país, ignorando que el emprendimiento es fundamentalmente un esfuerzo individual (Stephan y Uhlaner, 2010). Los estudios a nivel individual se limitan a teorizar sobre el individuo, ignorando el contexto más amplio de toma de decisiones en el que están inmersos los individuos. El diseño multinivel ayuda a evitar tanto las falacias ecológicas como las individualistas al permitir la consideración de factores a nivel de país y nivel individual en el comportamiento emprendedor. Por lo anterior y siguiendo a Autio *et al.* (2013) argumentamos que un enfoque multinivel ofrece la manera más apropiada para probar los efectos de la cultura nacional en las decisiones de los emprendedores.

La robustez del modelo se confirma con el bootstrap propuesto por Efron (1979) y es un procedimiento estadístico que vuelve a muestrear un conjunto de datos original con reemplazo para crear muchas muestras simuladas. Este proceso, validado como una prueba de robustez, implica extraer muestras aleatorias del conjunto de datos original. La idea básica de bootstrap es que la inferencia sobre una población a partir de datos de muestra, (muestra \rightarrow población), puede ser modelada mediante un nuevo muestreo de los datos y se puede medir la calidad de los resultados de la muestra original a partir de datos

re muestreados (Efron, 1979). El bootstrap como prueba de robustez ha sido utilizado en estudios previos sobre la cultura, innovación y emprendimiento (Akgün *et al.*, 2007; Dheer, 2017; Galindo-Martín *et al.*, 2019; Lee *et al.*, 2019).

4.4 Resultados

4.4.1 Descripción de la muestra

En la Tabla # 9 se presentan las estadísticas descriptivas de las variables utilizadas en el análisis. El 35,8 % de los emprendedores considera que sus clientes perciben sus productos como innovadores en los países desarrollados mientras que en los emergentes esta proporción es de 29,6 %. En cuanto a las características individuales la edad en los países desarrollados esta entre 35 y 44 años y en los países emergentes entre los 25 y 34 años. El 59,1 % y el 54,7 % de los emprendedores son de género masculino en países desarrollados y emergentes respectivamente. En cuanto al nivel educativo hay una diferencia notoria entre ambos grupos de países, en los desarrollados el 26 % de los emprendedores tiene estudios universitarios de primer o segundo nivel mientras que en los emergentes ese porcentaje es del 13,3 %. La mayoría de los emprendedores trabajan tiempo completo, parcial o autoempleo en ambos grupos de países, siendo estos porcentajes del 88 % y de 83 %. El 67 % de los emprendedores de países desarrollados son nacientes y en países emergentes ese porcentaje es del 73 %. Los emprendedores nuevos son el 19 % y el 21 % y los establecidos el 33 % y el 26 % en cada grupo de países. De estos, un 19 % en países desarrollados y un 22 % en emergentes manifiestan tener más de una empresa. A la pregunta de si el temor al fracaso sería un obstáculo para emprender, el 31,5 % de emprendedores de países desarrollados responde afirmativamente y el 35,4 % de países emergentes. El 58 % de los emprendedores de ambos grupos de países conoce personas que han iniciado con nuevo negocio en los últimos dos años. En cuanto a la autopercepción de habilidades, el 78 % en países desarrollados y el 75 % en países emergentes responden afirmativamente.

Con respecto a las variables a nivel de país, los resultados muestran que en los países desarrollados la percepción de sus habitantes de la existencia de oportunidades para emprender en los próximos 6 meses es de 44 % y en los emergentes de 47,6 %. El PIB creció en los países emergentes un 3,2 %, un poco más que en los desarrollados en donde este porcentaje fue del 2,6 % entre los años del estudio. Un comportamiento similar se refleja en el crecimiento de la población, el cual fue de 1,1 % en países emergentes y de 0,7 % en los desarrollados. El puntaje de la facilidad de acceder a créditos es muy similar en ambos grupos de países, alrededor del 63 %.

La variable predictora aspiraciones de crecimiento muestra en países desarrollados unas aspiraciones de crecimiento de 0,587, mayores que en los países emergentes en donde este resultado es de 0,477. En cuanto a la variable moderadora evitación de la incertidumbre, los países desarrollados muestran un nivel de evitación de la incertidumbre de 4,15 y los países emergentes muestran un menor grado de evitación de la incertidumbre con un índice de 3,89 en una escala de 1 a 7.

En los descriptivos por países presentados en el Anexo #2 encontramos que la media más alta en innovación es Chile entre países desarrollados con el 62,1 % seguido de Italia y Luxemburgo con el 51,5 % y el 44 % respectivamente. Entre los emergentes Guatemala muestra una media de 55,1 % seguido de Indonesia con el 40,1 %. Los países con menor índice de innovación son, entre los desarrollados, Bulgaria y Croacia con un 10,7 % y 17,9 % mientras que en los países emergentes son Irán con el 12 % y Brasil con el 16,5 %. Los países con un mayor índice de evitación de incertidumbre son Suiza (5,3), Suecia (5,3) y Alemania (5,2) y los de menor nivel son Hungría (3,1) Guatemala (3,3) y Colombia (3,5).

Tabla #9: Estadística descriptiva por grupos de países

Variable	Definición	Todos los países		Países desarrollados		Países emergentes	
		Media	Des .St	Media	Des. St	Media	Des. St
<i>Variable dependiente</i> Innovación	¿Considerarán todos, algunos o ninguno de sus clientes potenciales este producto o servicio como nuevo y desconocido? 1=Si 0 = en los demás casos	0,328	0,469	0,358	0,479	0,296	0,456
<i>Controles a nivel individual</i>							
Edad	¿Cuál es su edad en años?	40,33	13,10	42,45	13,36	37,65	12,24
Genero	1 = hombre, 0 = en los demás casos	0,570	0,49	0,591	0,491	0,547	0,497
Nivel educativo	Estudios universitarios de primer o segundo nivel 1 = Si 0 = en los demás casos	0,199	39,98	0,260	0,438	0,131	0,337
Ocupación	Trabaja tiempo completo, tiempo parcial o autoempleo 1 = Si 0 = en los demás casos.	84,79	0,359	0,870	0,335	0,824	0,380
Naciente ⁵	Entre 0 y 3 de creada la empresa	0,703	0,456	0,670	0,470	0,739	0,438
Nuevo	Entre 3 y 42 meses de creada la empresa	0,201	0,401	0,192	0,394	0,212	0,409
Establecido	Más de 42 meses de funcionamiento	0,301	0,458	0,331	0,470	0,268	0,443
Temor al fracaso	¿Sería en su caso, el miedo al fracaso sería un obstáculo para poner en marcha un negocio? 1= Si 0 = en los demás casos	0,333	0,471	0,315	0,464	0,354	0,478
Modelo de roles	¿Conoce personalmente a alguien que haya puesto en marcha un negocio en los 2 últimos años? 1 = Si 0 = en los demás casos	0,587	0,492	0,586	0,492	0,589	0,491
Autopercepción de habilidades	¿Tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio? 1= Si 0 = en los demás casos	0,733	0,418	0,788	0,408	0,755	0,499
<i>Controles a nivel país.</i>							
Percepción de oportunidades	Porcentaje de personas que consideran que en los próximos 6 meses habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde vive.	46,16	13,51	44,8	15,34	47,6	10,8

⁵ La sumatoria de porcentajes de nacientes, nuevos y establecidos incluye un porcentaje de emprendedores simultáneos, quienes tienen mas de una empresa

% Crecimiento PIB Años 2014-2019	Porcentaje de crecimiento del PIB entre los años 2014 y 2019	2,86	2,75	2,55	2,19	3,23	3,24
% Crecimiento de población	Porcentaje crecimiento de la población entre 2014 y 2019	0,93	0,60	0,72	0,67	1,17	0,40
Facilidad para obtener crédito	Puntaje para obtener economías de referencia crediticia con respecto a las mejores prácticas regulatorias sobre un conjunto de indicadores. La puntuación se indica en una escala de 0 a 100, donde 0 representa el peor desempeño regulatorio y 100 el mejor desempeño regulatorio	62,85	15,27	63,26	14,21	62,40	16,44
Aspiración de crecimiento	Diferencia (en logaritmo natural) entre la expectativa del emprendedor del número de empleados dentro de 5 años y el número actual de empleados	0,536	0,966	0,587	1,023	0,477	0,891
<i>Moderadora a nivel país</i>							
Evitación de la incertidumbre	La medida en que una sociedad, organización o grupo se basa (y debería confiar) en las normas, reglas y procedimientos sociales para aliviar la imprevisibilidad de los eventos futuros 1= menos evitación de la incertidumbre 7= más evitación de la incertidumbre	4,032	0,489	4,152	0,516	3,891	0,413

Fuentes: Global Entrepreneurship Monitor- GEM. Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness – GLOBE. Índice de Desarrollo Humano del PNUD. Doing Business. Bases de datos del Banco Mundial

La Tabla #10 presenta la matriz de correlaciones entre las variables utilizadas en el modelo, mostrando que no existe correlación entre las mismas. Para controlar cualquier problema potencial de multicolinealidad, se calcularon los factores de inflación de la varianza (VIF) para cada variable independiente. Los valores de VIF variaron entre 1,03 y 2,20, con una media general de 1,28, muy por debajo de los valores críticos.

4.4.2 Resultados del modelo

Los resultados de la regresión multinivel se presentan en la Tabla #11. En primer lugar, en las columnas 1 y 2 se estima el modelo nulo para cada grupo de países, con el cual se busca evaluar la pertinencia del modelo multinivel. En el análisis se incluyeron 27 países desarrollados y 15 emergentes. El modelo 1 de las columnas 3 y 4 muestra los resultados para las variables de control a nivel individual y a nivel de

países desarrollados y emergentes. El modelo 2 en la columna 5 y 6 se presenta el resultado del efecto directo y el efecto moderador para la totalidad de los 42 países. El efecto directo de las aspiraciones en la innovación por grupo de países se muestra en el modelo 3; los países desarrollados en la columna 7 y en la columna 8 los resultados para países emergentes. Finalmente, el efecto moderador por grupo de países se presenta en el modelo 4 columnas 9 y 10.

La estimación del modelo nulo permite medir el nivel de innovación promedio globales en los diferentes países. Se observa que la innovación en los países desarrollados es ligeramente mayor que en los países emergentes. El modelo nulo permite confirmar que el modelo multinivel es que el mejor se ajusta a la estructura de los datos.

Los resultados de las variables de control muestran en su mayoría un efecto positivo y significativo para ambos grupos de países, exceptuando la edad cuyo resultado es inverso y significativo tanto en países emergentes como desarrollados, y el temor al fracaso el cual es negativo y significativo solo para países desarrollados. Las demás variables de control a nivel individual son positivas y significativas para ambos grupos de países. En cuanto a controles a nivel de país, exceptuando el porcentaje de crecimiento del PIB en países emergentes, todos los demás resultados son significativos.

Los resultados del segundo modelo presentado en las columnas 5 y 6, en donde se incluyen los 42 países, muestran un efecto positivo y significativo de las aspiraciones de crecimiento sobre la innovación ($\beta = 0,1273$, $p < 0,001$), con lo cual se da soporte a la H1a. Igualmente, los resultados de este modelo muestran que la evitación de la incertidumbre tiene un efecto moderador negativo en la relación entre aspiraciones de crecimiento e innovación, para la totalidad de países ($\beta = -0,014$), pero este resultado no es significativo y no da soporte a H2a.

Los resultados del modelo 3 presentados en las columnas 7 y 8 muestran que tanto en los países desarrollados como emergentes las aspiraciones de crecimiento tienen un efecto positivo y significativo, ($\beta = 0,1283$, $p < 0,001$ en desarrollados y $\beta = 0,1247$, $p < 0,001$ en emergentes); por lo tanto, se rechaza H1b. Los resultados del modelo 3 en relación con el efecto moderador de la evitación de la incertidumbre por grupo de países nos permite aceptar la H2b, puesto que el resultado muestra un efecto negativo en países desarrollados ($\beta = - 0,0128$ $p < 0,001$) y un efecto positivo en países emergentes ($\beta = 0,0138$ $p < 0,001$).

La prueba de robustez, a partir de la muestra original de 134.439 datos, confirma los resultados del modelo y el nivel de significancia de los resultados. Desarrollamos el remuestreo con 50 y 100 simulaciones, calculando en cada una el modelo original de regresión multinivel. Se calcula para cada muestra el efecto directo de las aspiraciones de crecimiento en la innovación y la moderación de la evitación de la incertidumbre, tanto para la totalidad de países como para cada grupo analizado en el estudio. Los resultados de la prueba confirman la tendencia en cada uno de los resultados de la regresión y el nivel de significancia, brindando robustez a los resultados originales.

Tabla # 10 : Matriz de correlaciones

Variable	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)
(1) Innovación	1,0000																
(2) Aspiración de crecimiento (LN)	0,2682**	1,0000															
(3) Evtin. de la incert.	-0,0040	-0,0818**	1,0000														
(4) Edad	-0,0130**	-0,0916**	0,1037**	1,0000													
(5) Género	0,0244**	0,0572**	0,0335**	0,0153**	1,0000												
(6) Educación	0,0672**	0,0538**	0,0687**	0,0419**	0,0209**	1,0000											
(7) Ocupación	0,0972**	0,0237**	0,0592**	0,0553**	0,1228**	0,0560**	1,0000										
(8) Nacientes	0,0388**	0,2289**	-0,0191**	-0,2334**	-0,0149**	-0,0874**	-0,1837**	1,0000									
(9) Nuevos	0,1586**	-0,0211**	-0,0139**	-0,0770**	-0,0005**	0,0349**	0,1383**	-0,1121**	1,0000								
(10) Establecidos	0,0159**	-0,2223**	0,0486**	0,2672**	0,0558**	0,0562**	0,1904**	-0,6058**	-0,3034**	1,0000							
(11) Temor al fracaso	-0,0486**	-0,0638**	-0,0408**	-0,0179**	-0,6621**	-0,0430**	-0,0159**	0,0179**	-0,0296**	-0,0216**	1,0000						
(12) Modelo Roles.	0,1125**	0,1077**	0,0600**	-0,0816**	0,0415**	0,0410**	0,0838**	0,1070**	0,1071**	-0,0724**	-0,0322**	1,0000					
(13) Autoperp. Habilid	0,0707**	0,0874**	-0,0284**	0,0154**	0,0526**	0,0701**	0,0406**	0,0083*	0,0403**	0,0147**	-0,1308**	0,1205**	1,0000				
(14) Percep. Oport.	0,0889**	0,1107**	0,0290**	-0,0219**	-0,0221**	-0,0690**	-0,0023	0,1814**	0,0035	-0,1248**	-0,0116**	0,0361**	0,0035	1,0000			
(15) %Crecimiento PIB	0,0297**	-0,0385**	0,1683**	-0,0351**	0,0073**	0,0310**	0,0095**	0,0294**	0,0088*	-0,0028	0,0174**	0,0388**	-0,0434**	-0,0126**	1,0000		
(16) % Cmto Población	0,0829**	0,0876**	-0,0859**	-0,0932**	-0,0200**	-0,0626**	-0,0382**	0,2011**	0,0112**	-0,1573**	-0,0281**	0,0359**	0,0304**	0,4375**	-0,0177**	1,0000	
(17) Facilidad crédito	0,027**	0,090**	0,1418**	0,0021	-0,0044	0,0203**	0,0213**	0,0719**	-0,0071*	-0,0522**	-0,0595**	0,0259**	0,0288**	0,2384**	0,1643**	0,0516**	1,000

*p < 0.05, **p < 0.001

Tabla 11 : Resultados de la regresión multinivel

Variable Dependiente Innovación	(1) Modelo nulo		(2) Modelo I		(5) Modelo 2 Todos los países	(7) Modelo 3		(9) Modelo 4		
	PD	PE	PD	PE		PD	PE	PD	PE	
Predictores										
Aspiraciones de crecimiento					0,1273*** (0,0012)	0,1336*** (0,0100)	0,1283*** (0,0017)	0,1247*** (0,0019)	0,1812*** (0,0132)	0,0712*** (0,0171)
Moderadora										
Evitación de la incertidumbre						0,0134 (0,0274)			-0,0273 (0,0287)	-0,0069 (0,0601)
Moderación Evit, Incertid x Aspiraciones de Crecimto.						-0,0014 (0,0024)			-0,0128*** (0,0031)	0,0138*** (0,0044)
Control individuos										
Edad			-0,0122*** (0,0013)	-0,0009*** (0,0001)	-0,0006*** (0,0001)	-0,0006*** (0,0001)	-0,0007** (0,0001)	-0,0006*** (0,0001)	-0,0007*** (0,0012)	-0,0006*** (0,0001)
Género			0,0082*** (0,0034)	0,0076* (0,0034)	-0,0059* (0,0023)	-0,0059** (0,0023)	-0,0093* (0,0032)	-0,0016 (0,0033)	-0,0093*** (0,0032)	-0,0015 (0,0033)
Nivel educativo			0,0785*** (0,0039)	0,0622*** (0,0052)	0,0517*** (0,0030)	0,0516*** (0,0030)	0,0635*** (0,0037)	0,0420*** (0,0050)	0,0634*** (0,0037)	0,0420*** (0,0050)
Ocupación			0,0401*** (0,0051)	0,0487*** (0,0048)	0,0242*** (0,0034)	0,0241*** (0,0034)	0,0163*** (0,0049)	0,0283*** (0,0047)	0,0163*** (0,0049)	0,0285*** (0,0047)
Nacientes			0,1192*** (0,0053)	0,1337*** (0,0053)	0,1075*** (0,0036)	0,1074*** (0,0036)	0,0905*** (0,0051)	0,1197*** (0,0052)	0,0904*** (0,0051)	0,1202*** (0,0052)
Nuevos			0,2070*** (0,0049)	0,2590*** (0,0049)	0,2634*** (0,0033)	0,2634*** (0,0033)	0,2484*** (0,0047)	0,2770*** (0,0048)	0,2483*** (0,0047)	0,2772*** (0,0048)
Establecidos			0,1425*** (0,0054)	0,2318*** (0,0053)	0,2336*** (0,0037)	0,2336*** (0,0037)	0,2097*** (0,0053)	0,2598*** (0,0052)	0,2096*** (0,0053)	0,2600*** (0,0052)
Temor al fracaso			-0,0519*** (0,036)	0,0033 (0,0036)	-0,0167*** (0,0024)	-0,0166*** (0,0024)	-0,0382*** (0,0035)	0,0104*** (0,0035)	-0,0381*** (0,0035)	0,0102*** (0,0035)
Modelo de roles			0,0620*** (0,0034)	0,0614*** (0,0036)	0,0414*** (0,0024)	0,0414*** (0,0024)	0,0398*** (0,0033)	0,0433** (0,0035)	0,0401*** (0,0033)	0,0435*** (0,0035)
Autopercep de Habilidad,			0,0564*** (0,0041)	0,0323*** (0,0041)	0,0233*** (0,0028)	0,0233*** (0,0028)	0,0357*** (0,0040)	0,0169*** (0,0040)	0,0356*** (0,0040)	0,0168*** (0,0040)
Control país										
Perc Oportunidades			0,0017*** (0,0002)	-0,0048*** (0,0002)	-0,0017*** (0,0001)	-0,0017*** (0,0001)	0,0018*** (0,0002)	-0,0049*** (0,0002)	0,0018*** (0,0002)	-0,0049*** (0,0002)
% Crecimto PIB			0,0027** (0,0010)	0,0010 (0,0007)	0,0014*** (0,0005)	0,0014*** (0,0005)	0,0027** (0,0010)	-0,0020** (0,0006)	0,0026*** (0,0010)	-0,0020** (0,0006)
% Crecimiento población			0,0588*** (0,0081)	-0,1360*** (0,0186)	0,0727*** (0,0070)	0,0726*** (0,0070)	0,0674*** (0,0078)	-0,1202*** (0,0180)	0,0677*** (0,0079)	-0,1217*** (0,0182)
Facilidad para obtener un crédito			-0,0018* (0,0010)	0,0055*** (0,0015)	-0,0001 (0,0009)	-0,0001 (0,0009)	-0,0022* (0,0010)	0,0044** (0,0015)	-0,0020* (0,0010)	0,0044** (0,0015)
Constante	0,3050*** (0,1909)	0,3018*** (0,2721)	0,655 (0,0695)	0,0494 (0,1056)	0,0181 (0,0616)	-0,0344 (0,1242)	0,0419 (0,0675)	0,844 (0,1037)	0,1460 (0,1283)	0,1093 (0,2661)
Observaciones	72.737	63.250	71.612	62.388	134.439	134.439	71.612	62.388	71.612	62.388
Número de grupos (países)	27	15	27	15	42	42	27	15	27	15
Wald chi2	2738,37	4288,87	4251,87	5407,92	19138,95	19139,56	10252,03	9681,35	10272,29	9692,75
Prob > chi2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Log pseudolikelihood	-46020,007	-38337,932	-43237,591	-35165,9	-74345,247	-74344,973	-40512,036	-33259,097	-40503,262	-33254,158
Test LR	7444,42	3684,78	3308,32	2198,68	8836,49	8802,79	2602,13	2553,99	2190,97	2450,22

$p < 0,1$; * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$ y *** $p > 0,001$

Las figuras # 9 y #10 presentan gráficamente el efecto moderador para cada grupo de países. Para mostrar gráficamente el efecto de interacción nos basamos en Aiken y West (1991) y (Dawson, 2014). Como se observa, el efecto de las aspiraciones de crecimiento en la innovación cambia en los diferentes niveles

que toma la variable moderadora, en este caso la evitación de la incertidumbre. La variable moderadora puede alterar la magnitud y/o la dirección de la relación entre la variable independiente y la dependiente. Como se observa, en países emergentes las aspiraciones de crecimiento tienen un mayor impacto en la innovación, a pesar de estar en contextos culturales de alta evitación de la incertidumbre. Mientras que, en los países desarrollados, este mismo contexto cultural tiene un efecto menor en las tasas de innovación. En estos países el efecto de las aspiraciones en la innovación es mayor cuando se da en un contexto cultural que evite la incertidumbre.

Figura # 9: Efecto moderador de la evitación de la incertidumbre en países emergentes

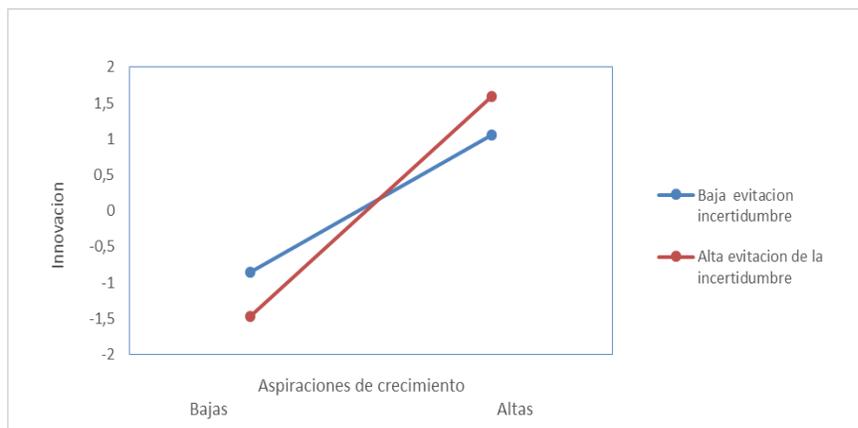


Figura # 10: Efecto moderador de la evitación de la incertidumbre en países desarrollados

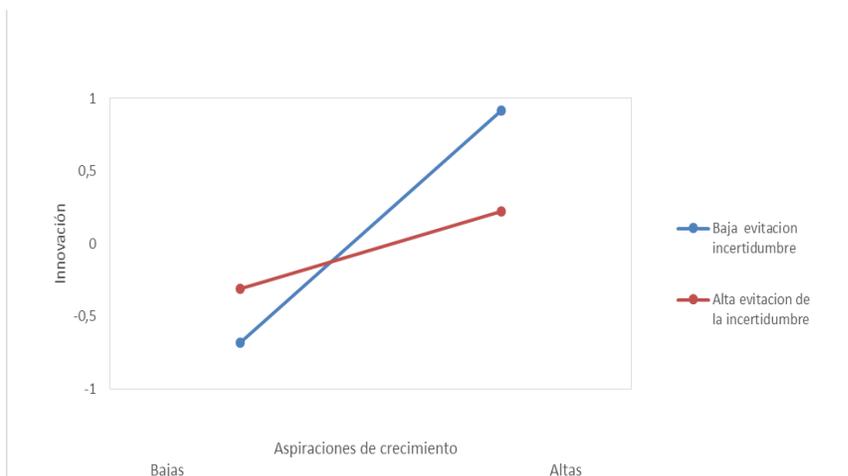
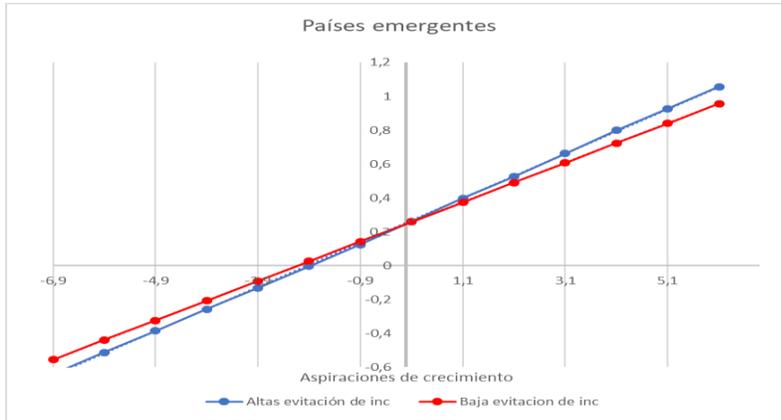
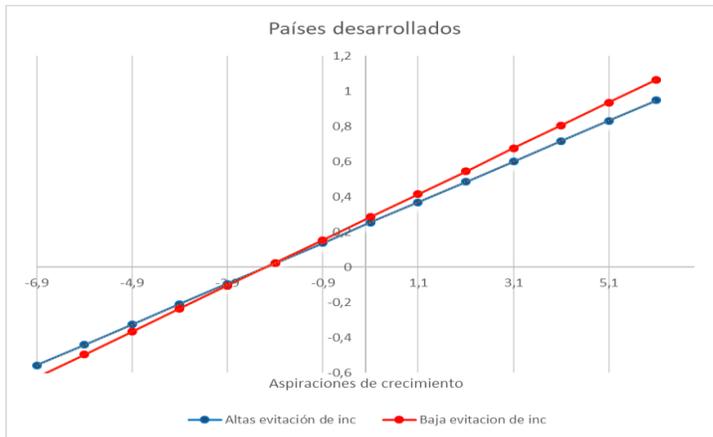


Figura # 11: Efecto marginal promedio de las aspiraciones de crecimiento en la innovación en diferentes niveles de evitación de la incertidumbre en países emergentes



La Figuras #11 y #12 presentan gráficamente el efecto marginal promedio de las aspiraciones de crecimiento en la innovación en diferentes niveles de evitación de la incertidumbre para ambos grupos de países. Para países emergentes, a medida que aumentan las aspiraciones de crecimiento en contextos de alta evitación de la incertidumbre, aumenta el efecto marginal en la innovación y es mayor que en contextos de baja evitación de la incertidumbre. En los países desarrollados, a medida que aumentan las aspiraciones de crecimiento en culturas de alta evitación de la incertidumbre, el efecto marginal de las aspiraciones de crecimiento en la innovación es menor que en los contextos de baja incertidumbre.

Figura # 12: Efecto marginal promedio de las aspiraciones de crecimiento en la innovación en diferentes niveles de evitación de la incertidumbre en países desarrollados.



4.5 Discusión

En primer lugar, encontramos que las aspiraciones de crecimiento impactan positivamente en la innovación, confirmando que la decisión de lanzar al mercado productos y servicios innovadores podría ser estrategia efectiva para que un emprendedor con altas aspiraciones logre su objetivo de mejorar los indicadores de crecimiento de la empresa. El impacto directo de las aspiraciones de crecimiento en la innovación no había sido analizado previamente y es uno de los principales aportes de esta investigación.

Es claro que el solo hecho de tener aspiraciones de crecimiento no genera crecimiento real, pero nuestros resultados confirman que son un antecedente muy importante de las decisiones estratégicas tomadas por el emprendedor, en este caso, la innovación de productos. Este resultado es interesante puesto que cuando una empresa adquiere la dinámica de innovar en productos y servicios, no solo contribuye al aumento de ingresos a corto plazo, sino que está dejando los cimientos para un crecimiento futuro. Las organizaciones que pueden mantenerse continuamente a la vanguardia y desarrollar nuevos productos

significativos, al mismo tiempo que continúan ofreciendo los productos tradicionales de la empresa, tienen la receta para el éxito a largo plazo. La innovación no solo genera un reconocimiento del mercado y una ventaja competitiva frente a la competencia, sino que introduce a la empresa en una espiral de innovación y en una permanente búsqueda de mejores productos que agreguen valor para sus clientes. Esto por supuesto se reflejará en los indicadores de crecimiento. Adicionalmente, si la empresa está en mercados muy competitivos, la lealtad del mercado se la gana quien ofrezca a los clientes productos que entreguen más ventajas y beneficios. Además del mejoramiento de posición competitiva y la fidelidad del cliente, la estrategia de desarrollar nuevos productos genera aumento de ventas, recompra y por lo tanto mejores márgenes de rentabilidad.

Contrastamos estos resultados con algunos estudios previos que muestran que la introducción de nuevos productos al mercado modera negativamente el efecto de las intenciones de crecimiento en el crecimiento posterior a corto plazo (Stenholm, 2011). Pero también invitan a profundizar sobre el tema ante la escasez de estudios que midan el efecto de variables adicionales que expliquen en profundidad esta relación, así como las múltiples contingencias asociadas en los diferentes niveles de análisis.

Este resultado es muy importante no solo por el efecto que tiene para la empresa sino también por el efecto que tienen las empresas innovadoras en el crecimiento económico de un país. De acuerdo con Stam *et al.* (2012), un emprendedor que lleva la innovación al mercado ofrece una contribución clave a la competitividad, a la creación de empleo y en última instancia, al crecimiento económico (Colombelli *et al.*, 2016).

En segundo lugar, nuestros resultados muestran un comportamiento similar en el impacto de las aspiraciones de crecimiento en la innovación entre países desarrollados y emergentes. Sorprende que no existan diferencias entre países, porque las condiciones bajo las cuales se desarrollan los procesos de

innovación son diferentes y las dinámicas de apoyo también son diferentes. En países emergentes confluyen nuevos mercados con necesidades y comportamientos particulares, una competencia que está creciendo, una institucionalidad flexible y tecnologías en desarrollo (Wan *et al.*, 2015). En estos países la dinámica y los cambios del mercado también ofrecen oportunidades de crecimiento a las empresas que incorporen la innovación como estrategia gerencial; este potencial de crecimiento generado por la innovación amerita profundizar en los estudios futuros sobre la influencia de otras variables individuales y del contexto en la innovación en países emergentes. Como lo plantean Arabiyat *et al.* (2019) y Stenholm (2011) se requiere vincular en el análisis las influencias institucionales a nivel de país. Se reconoce que el emprendimiento innovador depende de la interacción entre los individuos y el contexto nacional en el que se crean las empresas. La interrelación entre contextos industriales, organizacionales, institucionales, sociales, temporales y espaciales generan diversas formas de innovación empresarial (Autio *et al.*, 2014). De ahí la importancia de realizar análisis multinivel, ya que estudiar un nivel (individuos) sin considerar la influencia moderadora del otro nivel (variables del contexto) no conduce a una comprensión integral de las diferencias en la actividad emprendedora entre países (Ács *et al.*, 2014).

Con respecto a la influencia moderadora de la evitación de la incertidumbre resaltamos un tercer resultado muy interesante en nuestro estudio. Al analizar la totalidad de países encontramos que el resultado de la moderación es negativo; pero al discriminar el análisis de acuerdo con el nivel de desarrollo, los resultados muestran un efecto negativo y significativo en países desarrollados y un efecto positivo y significativo en emergentes. Este resultado respalda la hipótesis planteada, al confirmar que la moderación de la cultura de evitación de la incertidumbre en los países emergentes tiene un efecto positivo, en contraste con estudios previos han sido concluyentes en el efecto negativo de la evitación de la incertidumbre en la innovación. Igualmente confirma la importancia de las aspiraciones de

crecimiento del emprendedor cuando decide asumir el riesgo de innovar, a pesar que el contexto no le sea muy favorable. La fuerza de las aspiraciones de crecimiento en la innovación se pone a prueba cuando el emprendedor se enfrenta a contextos que son reacios a la incertidumbre y al riesgo. Esto es particularmente importante en países emergentes.

En este punto se plantean algunas reflexiones para explicar estos resultados. Primero, el riesgo y la incertidumbre se encuentran en el corazón de todos los esfuerzos innovadores y esto trae consigo una alta probabilidad de fracaso (Lee *et al.*, 2020). En una cultura con alto nivel de evitación de la incertidumbre los procesos innovadores encuentran menos apoyo. Es una sociedad que no tolera la ambigüedad, en donde las reglas de funcionamiento son más rígidas y la vida cotidiana se basa en una estructura y procedimientos formales (Hancioğlu *et al.*, 2014). Los países con alta evitación de la incertidumbre tienen códigos de creencias y comportamientos que son rígidos e intolerantes con diferentes ideas (Espig *et al.*, 2021), lo cual es un antecedente que no favorece la innovación. Estos resultados van en la misma línea de los encontrados por Shane (1993) y por otros autores en los últimos 20 años, los cuales confirman la relación inversa entre la evitación de la incertidumbre y la innovación (Espig *et al.*, 2021).

La reflexión que plantean nuestros resultados es ¿Por qué esta realidad que ha sido respaldada por la teoría sobre las influencias de la evitación de la incertidumbre muestra resultados contrarios en países emergentes? La diferencia la hace la fuerza de las aspiraciones de crecimiento del emprendedor, que se pone a prueba en economías emergentes. La investigación previa se ha enfocado en países desarrollados. Por lo tanto, uno de los aportes más importantes de este trabajo es confirmar que en entornos de países emergentes los emprendedores con altas aspiraciones están dispuestos a asumir riesgos asociados a contextos económicos y culturales que no le son favorables. En economías desarrolladas con mayores niveles de ingreso, calidad de empleo y condiciones más estables, el costo de oportunidad de

involucrarse en actividades de riesgos es mayor que en los países emergentes (Kim *et al.*, 2020). Por lo general son países en donde la mayor parte de sus habitantes evitan la incertidumbre. La revisión de la literatura sugiere que una sociedad que evita la incertidumbre se caracteriza por el "miedo a lo desconocido (Nam *et al.*, 2014) y, por lo tanto, se opone a la posibilidad de fracasar y de arriesgar. En economías emergentes, por el contrario, encontramos emprendedores dispuestos a asumir riesgos para crecer, a pesar de que las condiciones de inestabilidad son mayores en los mercados emergentes en relación con las economías desarrolladas. Probablemente es porque las personas expresan sus valores de manera más aspiracional. A pesar de tener niveles más bajos de evitación de la incertidumbre, las personas en países emergentes reconocen que un mayor ordenamiento social y estabilidad económica conduce a mejores ingresos y estándares de vida. Y que los sistemas de reglas que funcionan en países desarrollados son parte del progreso económico (Venaik y Brewer, 2010).

Ante las reducidas posibilidades de generación de empleos en países emergentes, los gobiernos tienen claro que la opción para generar ingresos es impulsar el emprendimiento y apoyar procesos innovadores. Tener un negocio propio es, en algunos casos, la principal fuente de ingresos (Lecuna *et al.*, 2016; Verheul *et al.*, 2010). Por esa razón los emprendedores en países emergentes deciden asumir mayores riesgos, porque no tienen muchas opciones. De esa forma garantizan la supervivencia y generan los ingresos necesarios para ellos y sus familias. En línea con lo que plantea Kim *et al.* (2020), las políticas de gobierno que garanticen un estado de derecho debilitan la preferencia por la certeza, típica de sociedades que evitan la incertidumbre. En ese contexto, el emprendedor que decide innovar es probable que encuentre respaldo y apoyo a sus aspiraciones de crecimiento. En algunos países emergentes se han desarrollado ecosistemas de emprendimiento y programas de apoyo a la innovación, brindando capital financiero, beneficios fiscales, mejoramiento de competitividad y formación de emprendedores, lo que

genera más confianza en el emprendedor para enfrentar estos contextos de incertidumbre (Global Entrepreneurship Research Association, 2018).

Los resultados están alineados con algunas investigaciones recientes que invitan a profundizar en el comportamiento de la innovación en contextos de países emergentes (Colombelli *et al.*, 2016; Espig *et al.*, 2021; Urban, 2018; Wang y Bi, 2021). Igualmente con los resultados de Kim *et al.* (2020) respecto a la influencia positiva que una cultura de evitación de la incertidumbre tiene en la innovación en los países emergentes, contrario a la mayor parte de los resultados de investigaciones previas realizadas en países desarrollados. Las dinámicas del crecimiento son diferentes, así como los desafíos y motivaciones del emprendedor y esto implica que tome decisiones estratégicas diferentes con respecto a la innovación. Igualmente se confirma que en países emergentes los valores culturales aun desempeñan un papel muy importante, mientras que los países desarrollados se ven más afectados por factores del contexto económico que por el cultural.

De la misma forma los resultados invitan a profundizar en estudios de los impulsores de la innovación en economías emergentes; probablemente se conjuguen no solo aspectos asociados al individuo, como en nuestro caso las aspiraciones de crecimiento, además del contexto cultural. Es probable que las políticas de apoyo a empresas de alto potencial innovador, los ecosistemas de innovación y el trabajo que se ha desarrollado desde las universidades en estos países contribuya a una cultura en donde se acepte más la incertidumbre, se genere más confianza y se logre el crecimiento de las empresas. Y para las nuevas empresas, crecer a través de la innovación es una decisión estratégica que toma un emprendedor con altas aspiraciones, que le ayuda a superar los primeros años de funcionamiento, y a consolidarse en el mercado. Alineados con Autio (2014), la verdadera pregunta no debería ser si los emprendedores innovan o no, sino cuándo, en donde y bajo qué contextos lo hacen (Autio *et al.*, 2014).

Teniendo en cuenta la antigüedad de las empresas incluidas en el estudio, un resultado interesante que amerita profundizarse a futuro es la importancia de este respaldo en los primeros años de funcionamiento de la empresa. El emprendedor enfrenta el momento más crítico del proceso emprendedor y el de más incertidumbre; se ponen a prueba todos sus recursos socio cognitivos, asume el desafío de crecer e innovar para diferenciarse en medio de un contexto que puede ser incierto e inestable.

4.6 Implicaciones

Las implicaciones de nuestros hallazgos para los formuladores de políticas llaman la atención sobre la importancia que tiene el acompañamiento a los procesos de innovación, especialmente a las empresas de reciente creación, para lograr su crecimiento. Este respaldo es más importante en los países emergentes en donde, a pesar de existir una mayor incertidumbre, existen también mayores oportunidades de innovar. Igualmente se resalta la importancia de los ecosistemas de apoyo al emprendimiento como una forma de acompañamiento a emprendedores en sus primeros años, especialmente a quienes aspiran a crecer e incorporan la innovación como su principal estrategia. En países emergentes en donde las instituciones son más inestables y cambiantes, este respaldo y acompañamiento puede ser la clave para superar los primeros años, en donde se presenta la tasa más alta de fracasos de las nuevas empresas. Es importante que desde estas entidades de apoyo públicas y privadas se tenga claridad que un proceso de innovación está acompañado de una alta incertidumbre y de posibilidades de fracaso. Por lo tanto, en la medida en que se acepte y tolere esa incertidumbre, un emprendedor que aspire crecer asumirá la innovación con más confianza y seguramente logrará su objetivo, tal como lo muestra nuestros resultados. La innovación será un factor determinante de la diferenciación y la competitividad para las empresas que puede impactar a mediano y largo plazo el crecimiento económico del país.

Para los investigadores, la invitación es a profundizar en estudios en contextos de países emergentes. Nuestros resultados se unen con los de investigaciones recientes que confirman las diferencias en las dinámicas emprendedoras y culturales que afectan la innovación y el crecimiento de las empresas en estos países. La investigación sobre influencias culturales que ha sido desarrollada en su mayoría en países desarrollados, encuentra grandes oportunidades de aportar nuevo conocimiento al contextualizarla en países emergentes. No solamente porque estos países se encuentran en transición política, económica y social hacia un estado mayor de desarrollo, sino porque el emprendedor de estos países tiene motivaciones, intereses y aspiraciones que difieren del emprendedor en un país desarrollado. Desde una mirada socio cognitiva, analizar la relación del emprendedor y sus características con el contexto en general de países emergentes aportaría valiosa información desde la investigación a quienes deben diseñar programas de apoyo a la innovación y políticas públicas.

Asimismo, vincular en los estudios futuros las otras dimensiones culturales de Hofstede (1983) puede brindar una mayor comprensión sobre el rol de la cultura en interacción con contextos económicos cuando se busca explicar los comportamientos innovadores.

4.7 Limitaciones y futuras investigaciones

Nuestros resultados dejan planteada la necesidad de profundizar en futuras investigaciones sobre el efecto que tienen las aspiraciones de crecimiento en los resultados organizacionales. La investigación se ha concentrado en sus causas y muy pocos estudios han evaluado el impacto que pueden tener las aspiraciones en los resultados de la empresa, más concretamente en los indicadores de crecimiento. Igualmente se desconoce cómo se comporta la innovación de productos en los emprendedores de acuerdo con su nivel de involucramiento, lo cual permitiría establecer si un emprendedor naciente innova lo mismo que uno nuevo o uno establecido. Desde ese punto de vista la innovación se ha asociado a la creación de nuevas empresas y se desconoce cómo innova el emprendedor que lleva más de tres años

con su empresa. Existen diferencias en el nivel de innovación de productos y en el impacto de un contexto que tolera más la incertidumbre, entre los emprendedores nacientes, nuevos y establecidos. Esas diferencias se profundizan cuando se discrimina entre países emergentes y los desarrollados. Por lo tanto, es fundamental que la investigación futura sobre innovación analice con mayor rigurosidad y profundice sobre las condiciones propias de los países emergentes y cómo afectan a cada uno de estos grupos. Se requiere analizar la influencia de las condiciones políticas, económicas y culturales en las decisiones de estos grupos de emprendedores para entender sus procesos de innovación y el contexto bajo el cual se desarrolla.

4.8 Conclusiones

El presente estudio analiza la relación entre las aspiraciones de crecimiento del emprendedor y la innovación. El propósito es evaluar si un emprendedor con altas aspiraciones de crecimiento considera la innovación como estrategia gerencial para lograr el crecimiento de su empresa y bajo que contexto cultural se logra este objetivo. Los resultados muestran un comportamiento similar en el efecto directo de las aspiraciones de crecimiento en la innovación tanto en países desarrollados como emergentes. Profundizamos este análisis analizando la moderación del contexto cultural de evitación de la incertidumbre. Nuestro aporte principal son los resultados de esta moderación. Encontramos que en los países desarrollados una cultura de evitación de la incertidumbre modera negativamente la relación entre aspiraciones de crecimiento e innovación. En los países emergentes esta relación es positiva y significativa, concluyendo que la innovación tiene dinámicas diferentes entre países emergentes y desarrollados y que en esa dinámica innovadora se combinan con otras variables individuales y culturales que las explican. Igualmente concluimos que, en procesos de innovación, además de un emprendedor con altas aspiraciones, se requiere de un contexto cultural y económico que respalde y facilite estos procesos.

Referencias

- Ács, Z. J., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: measurement issues and policy implications. *Research Policy*, *43*(3), 476–494.
- Acs, Z. J., & Varga, A. (2005). Entrepreneurship, agglomeration and technological change. *Small Business Economics*, *24*(3), 232–334.
- Adomako, S., Danso, A., Boso, N., & Narteh, B. (2018). Entrepreneurial alertness and new venture performance: Facilitating roles of networking capability. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, *36*(5), 453–472.
- Ahlin, B., Drnovšek, M., & Hisrich, R. D. (2014). Entrepreneurs' creativity and firm innovation: The moderating role of entrepreneurial self-efficacy. *Small Business Economics*, *43*(1), 101–117.
- Ahmad, N., & Seymour, R. (2008). Defining entrepreneurial activity: Definitions supporting frameworks for data collection. In *OECD Statistics Working Papers 2008/01*.
- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park, London: Sage.
- Akgün, A. E., Keskin, H., Byrne, J. C., & Aren, S. (2007). Emotional and learning capability and their impact on product innovativeness and firm performance. *Technovation*, *27*(9), 501–513.
- Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, *102*, 45–61.
- Arabiyat, T. S., Mdanat, M., Haffar, M., Ghoneim, A., & Arabiyat, O. (2019). The influence of institutional and conductive aspects on entrepreneurial innovation: Evidence from GEM data. *Journal of Enterprise Information Management*, *32*(3), 366–389.
- Arenius, P. and De Clercq, D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small Business Economics*, *24*(3), p 249-265.
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, *24*(3), 233–247.
- Autio, E., & Acs, Z. J. (2010). Intellectual property protection and the formation of entrepreneurial growth aspiration. *Strategic Entrepreneurship Journal*, *4*, 234–251.
- Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy*, *43*(7), 1097–1108. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.01.015>
- Autio, E., & Pathak, S. (2010). Entrepreneur's exit experience and growth aspirations. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, *30*(5), 1–15.
- Autio, E., Pathak, S., & Wennberg, K. (2013). Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors. *Journal of International Business Studies*, 1–29.
- Avila, Y. T., Schmutzler, J., Marquez Rodriguez, P. B., & Gómez Araujo, E. (2021). The relationship between innovation and informal entrepreneurship: evidence from a developing country. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*, *34*(3), 343–367.
- Azari, M. J., Madsen, T. K., & Moen, Ø. (2017). Antecedent and outcomes of innovation-based growth strategies for exporting SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *24*(4), 733–752.
- Back, Y., Praveen Parboteeah, K., & Nam, D. II. (2014). Innovation in emerging markets: The role of management consulting firms. *Journal of International Management*, *20*(4), 390–405.
- Bandura, A. (1988). Organisational applications of social cognitive theory. *Australian Journal of Management*, *13*(2), 275–302.
- Bandura, A. (1999). Social cognitive theory : An agentic Albert Bandura. *Asian Journal of Social Psychology*, *2*, 21–41.
- Biswas, R. (2016). Total factor productivity, growth, and entrepreneurship in emerging economies. *Research in Finance*, *32*, 1–18.
- Bogatyreva, K., Edelman, L. F., Manolova, T. S., Osiyevskyy, O., & Shirokova, G. (2019). When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research*, *96*(May 2018), 309–321.

- Boubakri, N., Chkir, I., Saadi, S., & Zhu, H. (2021). Does national culture affect corporate innovation? International evidence. *Journal of Corporate Finance*, 66(December 2020 Paper 101847), 1–41.
- Boudreaux, C. J., Nikolaev, B. N., & Klein, P. (2019). Socio-cognitive traits and entrepreneurship: The moderating role of economic institutions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 178–196.
- Broekhuizen, T. L. J., Giarratana, M. S., & Torres, A. (2017). Uncertainty avoidance and the exploration-exploitation trade-off. *European Journal of Marketing*, 51(11–12), 2080–2100.
- Brush, C. G., Edelman, L. F., & Manolova, T. S. (2008). The effects of initial location, aspirations, and resources on likelihood of first sale in nascent firms. *Journal of Small Business Management*, 46(2), 159–182.
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(3), 421–440.
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Puky, T. (2009). Institutional differences and the development of entrepreneurial ventures: A comparison of the venture capital industries in Latin America and Asia. *Journal of International Business Studies*, 40(5), 762–778.
- Bruton, G., Filatotchev, I., Si, S., & Mike, W. (2013). Entrepreneurship and strategy in emerging economies. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 7, 169–180.
- Chakrabarty, S. (2020). Sociocognitive Relationships for Innovation under Institutional Constraints. *Journal of Management Inquiry*.
- Chen, Y., Podolski, E. J., & Veeraraghavan, M. (2017). National culture and corporate innovation. *Pacific Basin Finance Journal*, 43, 173–187.
- Colombelli, A., Krafft, J., & Vivarelli, M. (2016). To be born is not enough: the key role of innovative start-ups. *Small Business Economics*, 47(2), 277–291.
- D’Este, P., Amara, N., & Olmos-Peñuela, J. (2016). Fostering novelty while reducing failure: Balancing the twin challenges of product innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 113, 280–292.
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*.
- Dawson, J. F. (2014). Moderation in management research: What, Why, When, and How. *Journal of Business and Psychology*, 29(1), 1–19.
- De Jong, J. P. J. (2013). The decision to exploit opportunities for innovation: A study of high-tech small-business owners. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37(2), 281–301.
- De Jong, P. J., & Vermeulen, P. A. M. (2006). Determinants of product innovation in small firms: A comparison across industries. *International Small Business Journal*, 24(6), 587–609.
- Delmar, F., & Wiklund, J. (2008). The effect of small business managers’ growth motivation on firm growth: A longitudinal study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, May, 437–457.
- Dheer, R. (2017). Cross-national differences in entrepreneurial activity: role of culture and institutional factors. *Small Business Economics*, 48(4), 813–842.
- Douglas, E. J. (2013). Reconstructing entrepreneurial intentions to identify predisposition for growth. *Journal of Business Venturing*, 28(5), 633–651.
- Dutta, D., & Thornhill, S. (2008). The evolution of growth intentions: toward a cognition-based model. *Journal of Business Venturing*, 23(3), p 307-332.
- Eckhardt, J. T., & Shane, S. A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), 333–349.
- Efron, B. (1979). Bootstrap methods: another look at the jackknife. *The Annals of Statistics*, 7(1), 1–26.
- Eide, A. E., Moen, Ø., Madsen, T. K., & Azari, M. J. (2021). Growth aspirations in SMEs: managerial determinants and organizational outcomes. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 640–665.
- Escandon-Barbosa, D., Urbano-Pulido, D., & Hurtado-Ayala, A. (2019). Exploring the relationship between formal and informal institutions, social capital, and entrepreneurial activity in developing and developed countries. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2).
- Espig, A., Mazzini, I. T., Zimmermann, C., & Castro de Carvalho, L. (2021). National culture and innovation : a multidimensional analysis. *Innovation and Management Review*, Junio, 2–17.
- Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2013). Which institutions encourage entrepreneurial growth

- aspirations? *Journal of Business Venturing*, 28(4), p 564-580.
- Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2020). Schumpeterian entry: Innovation, exporting, and growth aspirations of entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 1–28.
- Fanousse, R. I., Nakandala, D., & Lan, Y. C. (2021). Reducing uncertainties in innovation projects through intra-organisational collaboration: a systematic literature review. *International Journal of Managing Projects in Business*, 14(6), 1335–1358.
- Florentino, R., Longobardi, S., & Scaletti, A. (2020). The early growth of start-ups: innovation matters. Evidence from Italy. *European Journal of Innovation Management*, 1–22.
- Fuentelsaz, L., González, C., & Maicas, J. P. (2019). Formal institutions and opportunity entrepreneurship. The contingent role of informal institutions. *BRQ Business Research Quarterly*, 22(1), 5–24.
- Fuentelsaz, L., Maicas, J. P., & Montero, J. (2018). Entrepreneurs and innovation: The contingent role of institutional factors. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(6), 686–711.
- Gaganis, C., Hasan, I., Papadimitri, P., & Tasiou, M. (2019). National culture and risk-taking: Evidence from the insurance industry. *Journal of Business Research*, 97(April 2018), 104–116.
- Garud, R., Gehman, J., & Giuliani, A. P. (2014). Contextualizing entrepreneurial innovation: A narrative perspective. *Research Policy*, 43(7), 1177–1188.
- Global Entrepreneurship Research Association. (2018). Global Entrepreneurship Monitor 2017/2018. In *Global Entrepreneurship Monitor*.
- GLOBE. (2005). Culture Dimensions, Definitions, and Scale Items. *The Globe Project*, 2–10. <https://globeproject.com/data/GLOBE-Dimensions-Definitions-and-Scale-Items.pdf>
- Gnyawali, D., & Fogel, D. (1994). Environment for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), p 43-62.
- González-Pernía, J. L., Jung, A., & Peña, I. (2015). Innovation-driven entrepreneurship in developing economies. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27(9–10), 555–573.
- Gummerus, J. (2013). Value creation processes and value outcomes in marketing theory: Strangers or siblings? *Marketing Theory*, 13(1), 19–46.
- Gundry, L. K., & Welsch, H. P. (2001). The ambitious entrepreneur: High growth strategies of women-owned enterprises. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 453–470.
- Hancioğlu, Y., Doğan, Ü. B., & Yıldırım, Ş. S. (2014). Relationship between uncertainty avoidance culture, entrepreneurial activity and economic development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 908–916.
- Hanifzadeh, F., Talebi, K., & Sajadi, S. M. (2018). The analysis of effect of aspiration to growth of managers for SMEs growth case study. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 10(2), 277–301.
- Hermans, J., Vanderstraeten, J., Van Witteloostuijn, A., Dejardin, M., Ramdani, D., & Stam, E. (2015). Ambitious entrepreneurship: A review of growth aspirations, intentions, and expectations. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 17(August), 127–160.
- Hill, S., Ionescu-Somers, A., & Coduras, A. (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022. Global report opportunity amid disruption*.
- Hofstede, G. (1983). National cultures in four dimensions: A research based theory of cultural differences among nations. *International Studies of Management & Organization*, 13(1/2), 46–74.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage Publications.
- Holmstrom, B. (1989). Agency costs and innovation. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 12(3), 305–327.
- Hoskisson, R., Eden, L., Lau, C., & Wright, M. (2000). Strategy in emerging economies. *Academy of Management Journal*, 43(3), 249–267.
- House, R., Hanges, H., Javidan, M., Dorfman, P., & Gupta, V. (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Sage Publications.
- Javidan, M., & Dastmalchian, A. (2009). Managerial implications of the GLOBE project : A study of 62 societies. *Australian Human Resources Institute*, 47(1), 41–58.

- Jiménez-Jiménez, D., & Sanz-Valle, R. (2011). Innovation, organizational learning, and performance. *Journal of Business Research*, 64(4), 408–417.
- Kafetzopoulos, D., Psomas, E., & Skalkos, D. (2019). Innovation dimensions and business performance under environmental uncertainty. *European Journal of Innovation Management*, 23(5), 856–876.
- Kim, S., Parboteeah, K. P., Cullen, J. B., & Liu, W. (2020). Disruptive innovation and national cultures: Enhancing effects of regulations in emerging markets. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 57(July), 101586.
- Kirzner, I. (1979). *Perception, opportunity, and profit: studies in the theory of entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Business Economics*, 31(1), 21–37.
- Kolvereid, L., & Isaksen, E. J. (2017). Expectations and achievements in new firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(3), 649–668.
- Kroenke, A., Ferretti, P. C., & Tambosi Junior, J. (2018). O crescimento econômico sofre influência da inovação e da cultura nacional? *Estudos Do CEPE*, 48, 146–161.
- Kyläheiko, K., Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S., & Tuppurä, A. (2011). Innovation and internationalization as growth strategies: The role of technological capabilities and appropriability. *International Business Review*, 20(5), 508–520.
- Lecuna, A., B. C., & R. C. (2016). Characteristics of high-growth entrepreneurs in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), p 141-159.
- Lee, C. K., Cottle, G. W., Simmons, S. A., & Wiklund, J. (2020). Fear not, want not: Untangling the effects of social cost of failure on high-growth entrepreneurship. *Small Business Economics*.
- Lee, Y., Howe, M., & Kreiser, P. M. (2019). Organisational culture and entrepreneurial orientation: An orthogonal perspective of individualism and collectivism. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 37(2), 125–152.
- Lim, D., Hoon Oh, C., & De Clercq, D. (2016). Engagement in entrepreneurship in emerging economies: Interactive effects of individual-level factors and institutional conditions. *International Business Review*, 25(4), p 933-945.
- Love, J. H., & Roper, S. (2015). SME innovation, exporting and growth: A review of existing evidence. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(1), 28–48.
- Manolova, T., Eunn, R., & Gyoshev, B. (2008). Institutional environments for entrepreneurship: evidence from emerging economies in Eastern Europe. *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, 203–218.
- Mawson, S. (2018). Customer perceived value in high growth firms. *Cuadernos de Economia*, 37(75), 755–778.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., & Smith, J. B. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 92–104.
- Mitchell, R. K., Mitchell, J. R., & Smith, J. B. (2008). Inside opportunity formation: Enterprise failure, cognition, and the creation of opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2, 225–242.
- Morales-Alonso, G., Núñez Guerrero, Y., Aguilera, J. F., & Rodríguez-Monroy, C. (2020). Entrepreneurial aspirations: economic development, inequalities and cultural values. *European Journal of Innovation Management*, 24(2), 553–571.
- Moreira, M. R. A., Gherman, M., & Sousa, P. S. A. (2017). Does innovation influence the performance of healthcare organizations? *Innovation: Management, Policy and Practice*, 19(3), 335–352.
- Nam, D. il, Parboteeah, K. P., Cullen, J. B., & Johnson, J. L. (2014). Cross-national differences in firms undertaking innovation initiatives: An application of institutional anomie theory. *Journal of International Management*, 20(2), 91–106.
- Ng, T. W. H., & Lucianetti, L. (2016). Within-individual increases in innovative behavior and creative, persuasion, and change self-efficacy over time: A social-cognitive theory perspective. *Journal of Applied Psychology*, 101(1), 14–34.
- O’Cass, A., & Ngo, L. V. (2011). Examining the Firm’s Value Creation Process: A Managerial Perspective of the Firm’s Value Offering Strategy and Performance. *British Journal of Management*, 22(4), 646–671.

- OECD. (2005). *Oslo Manual. Guidelines for collecting and interpreting innovation data: Vol. Third edit* (Third edit). OECD and Eurostat.
- Patel, P. C. (2019). Opportunity related absorptive capacity and entrepreneurial alertness. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(1), 63–73.
- Peng, M. (2003). Institutional transitions and strategic choices. *The Academy of Management Review*, 28(2), 275–296.
- Prim, A. L., Filho, L. S., Zamur, G. A. C., & Di Serio, L. C. (2017). The relationship between national culture dimensions and degree of innovation. *International Journal of Innovation Management*, 21(1), 1–22.
- Puente, R., Cervilla, M. A., Gonzalez, C. G., & Auletta, N. (2017). Determinants of the growth aspiration: a quantitative study of Venezuelan entrepreneurs. *Small Business Economics*, 48(3), p 699-726.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., Lopez-Garcia, P., & Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: data collection design and implementation 1998-2003. *Small Business Economics*, 24(3), p 205-231.
- Shane, S., & Cable, D. (2003). Network ties, reputation, and the financing of new ventures. *Management Science*, 48(3), 364–381.
- Si, S., Zahra, S. A., Wu, X., & Jeng, D. J. F. (2020). Disruptive innovation and entrepreneurship in emerging economics. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 58(October), 1–12.
- Sirmon, D. G., Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (2007). Managing firm resources in dynamic environments to create value: Looking inside the black box. *Academy of Management Review*, 32(1), 273–292.
- Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., Jong, J. de, Bogaert, S., Edwards, N., & Jaspers, F. (2012). Ambitious Entrepreneurship. A review of the academic literature and new directions for public policy. In *Ambitious Entrepreneurship* (Issue January, pp. 2–162). Report for the Advisory Council for Science and Technology Policy (AWT) and the Flemish Council for Science and Innovation (VRWI).
- Standing, C., Jackson, D., Larsen, A. C., Suseno, Y., Fulford, R., & Gengatharen, D. (2016). Enhancing individual innovation in organisations: A review of the literature. *International Journal of Innovation and Learning*, 19(1), 44–62.
- Stenholm, P. (2011). Innovative behavior as a moderator of growth intentions. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 233–251.
- Tekic, A., & Tekic, Z. (2021). Culture as antecedent of national innovation performance: Evidence from neo-configurational perspective. *Journal of Business Research*, 125(December 2020), 385–396.
- Tominc, P., & Rebernik, M. (2007). Growth aspirations and cultural support for entrepreneurship: A comparison of post-socialist countries. *Small Business Economics*, 28(2–3), 239–255.
- Troilo, M. (2011). Legal institutions and high-growth aspiration entrepreneurship. *Economic Systems*, 35(2), 158–175.
- Tsai, K. H., & Yang, S. Y. (2013). Firm innovativeness and business performance: The joint moderating effects of market turbulence and competition. *Industrial Marketing Management*, 42(8), 1279–1294.
- Urban, B. (2013). Influence of the institutional environment on entrepreneurial intentions in an emerging economy. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 14(3), 179–191.
- Urban, B. (2018). The influence of the regulatory, normative and cognitive institutions on entrepreneurial orientation in South Africa. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 182–193.
- Urbano, D., & Alvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: An international study. *Small Business Economics*, 42(4), 703–716.
- Van der Zwan, P., Verheul, I., Thurik, R., & Hessels, J. (2016). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *Eurasian Business Review*, 6, p 273-295.
- Venaik, S., & Brewer, P. (2010). Avoiding uncertainty in Hofstede and GLOBE. *Journal of International Business Studies*, 41(8), 1294–1312.
- Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J., & van der Zwan, P. (2010). Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs. *EIM Research Reports*, 1–24.
- Verheul, I., & Van Mil, L. (2011). What determines the growth ambition of Dutch early-stage entrepreneurs? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), p 183-207.

- Wan, F., Williamson, P. J., & Yin, E. (2015). Antecedents and implications of disruptive innovation: Evidence from China. *Technovation*, 39–40(1), 94–104.
- Wang, L., & Bi, X. (2021). Risk assessment of knowledge fusion in an innovation ecosystem based on a GA-BP neural network. *Cognitive Systems Research*, 66, 201–210. <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2020.12.006>
- Wang, R. T., & Lin, C. P. (2012). Understanding innovation performance and its antecedents: A socio-cognitive model. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 29(2), 210–225.
- Wennberg, K., Pathak, S., & Autio, E. (2013). How culture moulds the effects of self-efficacy and fear of failure on entrepreneurship. In *Entrepreneurship and Regional Development* (Vol. 25, Issues 9–10, pp. 756–780). Taylor & Francis.
- Wennberg, K., Pathak, S., Autio, E., Studies, B., Office, E. A., & Kensington, S. (2013). How culture molds the effects of self efficacy and fear of failure on entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), p 1919-1941.
- Williamson, P. J., Wan, F., Yin, E., & Lei, L. (2020). Is disruptive innovation in emerging economies different? Evidence from China. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 57(July), 1–9.
- Wong, P. K., Ho, Y. P., & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small Business Economics*, 24(3), 335–350.
- Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *The Academy of Management Review*, 14(3), 361–384.

5 CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

En este capítulo final se retoman los objetivos planteados para el trabajo y se presentan las principales conclusiones generales. A continuación, se identifican las implicaciones que se derivan del estudio. Finalmente, se describen las limitaciones de la tesis, así como las orientaciones para futuras investigaciones.

Los objetivos que nos planteamos fueron los siguientes:

Objetivo general:

Determinar los antecedentes y las consecuencias de las aspiraciones de crecimiento del emprendedor, así como la influencia moderadora del contexto en países desarrollados y emergentes

Objetivos específicos:

- Examinar los cambios en las aspiraciones de crecimiento en cada etapa del proceso de involucramiento – *entrepreneurial engagement* - e investigar el rol moderador de la percepción de oportunidades en esta relación.
- Analizar el efecto directo del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento, así como el efecto moderador del colectivismo institucional, y las diferencias en los resultados entre países emergentes y desarrollados.
- Determinar el efecto de las aspiraciones de crecimiento en la innovación, bajo contexto cultural de evitación de la incertidumbre, así como evaluar los impactos en países emergentes y desarrollados.

5.1 Conclusiones

Una primera conclusión general es que existen diferencias en las aspiraciones de crecimiento entre los emprendedores nacientes, nuevos y establecidos. Es evidente que las mayores aspiraciones de los emprendedores nacientes son resultado de su percepción inicial del negocio y no de la experiencia y conocimiento sobre la realidad del mercado. Su inmadurez como emprendedor lo lleva a ser un poco más soñador, menos realista respecto a sus aspiraciones. El emprendedor establecido por el contrario tiene unas menores aspiraciones, las cuales son el resultado de su experiencia, conocimiento del mercado y de las posibilidades del negocio. Esa experiencia del emprendedor establecido le facilita identificar aquellas oportunidades del entorno. El conocimiento de la empresa, del mercado y del sector le da al emprendedor establecido la posibilidad de identificar las oportunidades que contribuyen a mejorar sus aspiraciones de crecimiento. Los resultados del primer artículo nos permiten llegar a esa conclusión. Las aspiraciones de crecimiento de los emprendedores establecidos aumentan cuando identifica oportunidades del entorno, mientras que las del emprendedor naciente disminuyen. El emprendedor establecido es más efectivo en identificar aquellas oportunidades que aumentan sus aspiraciones de crecimiento. Estos resultados se obtienen al analizar una economía emergente como la de Colombia, con las particularidades propias de un país en transición después de casi 50 años de conflicto armado y que se encuentra en etapa de posconflicto después de un periodo de desmovilización de grupos armados, iniciado en la primera década del siglo XX, y de la posterior firma de un acuerdo de paz a fines del 2016.

Una segunda conclusión se relaciona con la importancia que tiene la influencia del contexto en las acciones y decisiones de los individuos. En cada uno de los tres artículos, los contextos país bajo los cuales desarrolla la investigación moderan de manera significativa las relaciones directas a nivel de individuos. Las aspiraciones de crecimiento están sujetas a unas condiciones externas que influyen en el emprendedor, afectando no solo a los impulsores de las aspiraciones, sino las decisiones estratégicas que

toman los emprendedores con altas aspiraciones para generar resultados en la empresa. Las conclusiones de los tres artículos así lo muestran: la influencia de la percepción de oportunidades del entorno hace que un emprendedor establecido aumente sus aspiraciones de crecimiento; la influencia del colectivismo institucional del país atenúa el efecto negativo del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento y la cultura de evitación de la incertidumbre modera la relación directa entre aspiraciones de crecimiento e innovación. Tanto la influencia de un entorno que apoye y genere oportunidades para emprender, como una cultura que facilite procesos de emprendimiento tan llenos de incertidumbre y de posibilidades de fracaso, son determinantes de las aspiraciones de crecimiento y de los efectos que esas aspiraciones pueden tener en los resultados de la empresa.

Una tercera conclusión soportada principalmente en el segundo y tercer artículo es que el efecto moderador de la cultura es diferente entre emprendedores de países emergentes y desarrollados. Este es un aporte importante de nuestro trabajo, puesto que los estudios sobre las aspiraciones de crecimiento que han considerado la moderación de la cultura no diferencian entre países desarrollados y emergentes. Las relaciones, las causas y consecuencias de las aspiraciones de crecimiento arrojan resultados diferentes cuando se analizan según el nivel de desarrollo. Las oportunidades de crecimiento de un país emergente tienen particularidades que no pueden generalizarse a países desarrollados y viceversa. En el segundo artículo, la moderación del colectivismo institucional tiene efectos diferentes en países emergentes y desarrollados. Mientras que en los primeros la moderación atenúa el efecto negativo del temor al fracaso en las aspiraciones de crecimiento, en los segundos el efecto moderador no es significativo. En el tercero, la moderación de la cultura de evitación de la incertidumbre arroja un resultado sorprendente en países emergentes: contrario a las conclusiones generalizadas sobre su influencia negativa en la innovación, nuestros resultados demuestran que en países emergentes la cultura de evitación de la incertidumbre tiene efectos positivos y significativos sobre la innovación, mientras

que en países desarrollados este efecto negativo y significativo. En ambos artículos podemos concluir que la influencia cultural es más fuerte en emprendedores de países emergentes, mientras que el contexto económico influye más en las decisiones de emprendedores en países desarrollados. Este resultado es un aporte fundamental a los estudios de aspiraciones de crecimiento e invita a considerar a futuro estas diferencias.

Una cuarta conclusión general se relaciona con la importancia de analizar las aspiraciones de crecimiento como impulsor de las decisiones orientadas al crecimiento de la empresa, en este caso la innovación. La investigación se ha centrado en analizar los factores tanto individuales como contextuales que explican las aspiraciones de crecimiento. Pero la importancia del rol del emprendedor con altas aspiraciones en la toma de decisiones estratégicas es evidente en las conclusiones del tercer capítulo, confirmando que un emprendedor con altas aspiraciones impulsa procesos de innovación mediante el desarrollo de productos y servicios nuevos para el mercado.

Con esta investigación hemos ampliado el campo de estudio de las aspiraciones de crecimiento al contextualizar el análisis en países emergentes y desarrollados; de la misma forma ampliamos su comprensión al estudiar las aspiraciones no solo como efecto de factores personales y del contexto sino como el impulsor de decisiones estratégicas que toma el emprendedor que impacten en los resultados de la organización. Este enfoque en el análisis de los efectos de las aspiraciones abre el camino a investigaciones futuras hacia una mayor comprensión de la forma como se pueden hacer realidad las aspiraciones del emprendedor. Como lo dejo planteado (De Jong, 2013), unas altas aspiraciones de crecimiento, sin decisiones estratégicas tomadas por el emprendedor, se quedan solo en eso, en aspiraciones.

5.2 Implicaciones para la investigación

Los resultados tienen dos implicaciones para la investigación sobre aspiraciones de crecimiento de los emprendedores. Por un lado, la forma en que los postulados comúnmente utilizados en los estudios de emprendimiento pueden explicar los resultados cuando se contextualizan en diferentes culturas y niveles de desarrollo. Los postulados de la Teoría socio cognitiva sobre el modelo de causalidad recíproca trídica entre el individuo, su entorno y sus decisiones, en donde las personas son tanto productos como productores de su entorno invita a reconocer la fuerza que un contexto cultural tiene en algunas decisiones individuales. Aunque investigaciones han analizado esta relación, nuestros resultados están demostrando que la fuerza de esa influencia está determinada por el nivel de desarrollo de los países.

Igualmente presentamos evidencia que aquellos planteamientos teóricos que han sido demostrados empíricamente en países desarrollados, tienen un comportamiento diferente cuando se utilizan como marco de estudio en economías emergentes. Los efectos moderadores del colectivismo institucional y de la evitación de la incertidumbre, por ejemplo, muestran efectos totalmente diferentes a lo que estudios previos concluyen, cuando se analizan su efecto en los países emergentes. Esto implica considerar teorías y variables complementarias, tanto económicas como culturales para lograr mayor comprensión y aporte al campo de estudio. Igualmente invita a utilizar modelos de análisis multinivel que determinen la influencia de variables de contexto en decisiones individuales. La interacción del emprendedor y el contexto de países emergentes, las dinámicas económicas que generan oportunidades, la importancia del emprendimiento en estas economías, las políticas de apoyo que reducen la incertidumbre, entre otros factores, implican marcos de estudio que complementen las teorías comúnmente aceptadas. La investigación que vincule marcos culturales debe reconocer estas dinámicas diferentes de países emergentes.

Un segundo punto que queremos resaltar para ser evaluado y ajustado es la forma como se miden las aspiraciones de crecimiento. Especialmente si se relaciona con la innovación. En el contexto actual del emprendimiento innovador en donde hay una fuerte vinculación de desarrollos tecnológicos y plataformas digitales, es probable que la forma como se mide las aspiraciones de crecimiento no corresponda a un crecimiento esperado de la empresa. En su mayoría los estudios sobre aspiraciones han considerado la diferencia entre los empleos actuales y futuros que reflejarían el crecimiento de la empresa. Sin embargo, la tendencia a futuro muestra que cuando hay innovación en las empresas probablemente se logre mayor eficiencia, ya sea por incorporación de tecnologías o por mejoramiento de procesos de producción que probablemente implique reducción de número de empleos. La innovación a menudo se asocia con aumentos en la productividad que reducen la cantidad de mano de obra requerida para la producción de bienes y servicios. Por tanto, es probable que se cambie la composición de sus recursos productivos, en beneficio de las máquinas y a expensas del empleo (Audretsch *et al.*, 2014). Y en ese caso la empresa crece, pero no hay un aumento en el número de empleos. Esta realidad implica que desde la investigación de revise la forma como estamos midiendo esta variable, especialmente cuando se quiera analizar las aspiraciones de crecimiento como impulsor de decisiones orientadas a mejorar resultados organizacionales.

5.3 Implicaciones prácticas

Para los emprendedores nuestros resultados reiteran la importancia de contar con apoyos y acompañamiento en el proceso de crecimiento en los primeros años de la empresa. No solo para enfrentar los desafíos asociados al proceso de crear empresa, sino para gestionar el crecimiento de manera ordenada y realista. Los emprendedores nacientes deben buscar apoyo externo, especialmente los de países emergentes, para gestionar los desafíos asociados al crecimiento. Esto les ayuda a ser más realistas para definir sus aspiraciones de crecimiento, de acuerdo con la incertidumbre y los riesgos que va a

enfrentar. La vinculación con redes de acompañamiento e instituciones que promuevan el crecimiento colectivo, asociaciones industriales que brinden orientación en desarrollos tecnológicos y crecimientos sectoriales para aprovechar oportunidades pueden contribuir a un mayor desarrollo de la empresa. En países emergentes en donde las instituciones son más inestables y cambiantes, este respaldo y acompañamiento puede ser la clave para superar los primeros años, en donde se presenta la tasa más alta de fracasos de las nuevas empresas. Además de contar con el acompañamiento de entidades de apoyo, el crecimiento de la empresa implica para el emprendedor un proceso de formación gerencial, que le ayude a contar con las herramientas y criterios para identificar las oportunidades de crecimiento y tomar decisiones más adecuadas.

Para la política, los resultados implican que las entidades públicas y privadas deben brindar los apoyos especiales que requieren los emprendedores en sus primeras etapas, reconocer los riesgos asociados y las posibilidades de fracaso a las que se enfrenta quien decide crear una empresa. Las políticas públicas deberían ser más flexibles y crear confianza en el emprender mientras adquiere experiencia y dominio del mercado. Esto ayudaría a las empresas recién creadas a crecer y a consolidarse en el mercado. Para los emprendedores con menos experiencia, la política debe orientarse a aumentar su capacidad de gestión para reconocer oportunidades prometedoras y lograr el máximo beneficio de estas oportunidades del entorno que todos los emprendedores persiguen. Esto es especialmente importante en economías emergentes en donde el emprendimiento es un factor clave para generar empleo y ayudar al crecimiento económico del país. La innovación, particularmente en los países emergentes debe ser gestionada por el emprendedor, pero con el apoyo estatal y de entidades especializadas, no solo para controlar el riesgo y la incertidumbre asociada a la innovación sino para que le brinde respaldo con capital financiero y formación gerencial para gestionar el crecimiento y la búsqueda de nuevos mercados.

5.4 Limitaciones del estudio y futuras investigaciones

Una limitación del estudio está dada por la forma como están definidas algunas variables del GEM. Si bien este estudio permite a los investigadores los análisis comparativos sobre el comportamiento del emprendimiento a nivel mundial, la forma binaria en que se definen algunas de sus variables, puede limitar el alcance de los resultados. Las bases de datos del GEM han sido utilizadas en un sinnúmero de investigaciones sobre emprendimiento. Aunque esta forma de medición no repercute en la calidad de nuestras conclusiones, deben considerarse en futuras investigaciones los diferentes matices y efectos tanto del temor al fracaso como de la innovación.

Una segunda limitación tiene que ver con la naturaleza transversal de los datos GEM. Aunque hemos utilizado información entre 2012 y 2019, contar con información longitudinal de las diferentes variables analizadas podría aportar información sobre los cambios de las aspiraciones de crecimiento de un emprendedor en el tiempo y sus efectos en las decisiones gerenciales.

Las investigaciones futuras sobre aspiraciones deberán profundizar en dos temas principales: primero, es evidente la necesidad de desarrollar más investigaciones sobre factores asociados a las aspiraciones de crecimiento en países emergentes. El comportamiento de las variables moderadoras a nivel de país tiene un resultado diferente en los países emergentes frente a los resultados de la mayoría de los estudios realizados en países desarrollados. La cultura, vinculada a nuestros dos últimos artículos, es una muestra de las diferencias en las respuestas de los emprendedores de los países emergentes. La diferencia en el comportamiento de los emprendedores no está determinada por la influencia cultural, sino por el contexto económico bajo el cual se manifiesta esa cultura. Estos resultados muestran la importancia de evaluar el comportamiento de variables que, aunque ya hayan sido abordadas por los estudios previos, probablemente en el contexto de países emergentes muestren resultados diferentes. Concretamente para futuras investigaciones un tema que reforzaría la influencia de la cultura es la vinculación de las seis

dimensiones propuestas por Hofstede (1983, 2001). Los resultados de nuestro estudio muestran la importancia de analizar esta relación en contextos de países emergentes. Aunque existen muchos estudios basados en estas dimensiones culturales, se requiere más investigación sobre el impacto en las aspiraciones de crecimiento y su comportamiento en economías emergentes.

Segundo, la investigación sobre las aspiraciones de crecimiento debe dar un paso adelante y enfocarse en analizar los efectos que tienen en las decisiones del emprendedor orientadas al crecimiento. La investigación sobre sus determinantes ya ha sido amplia y su aporte ha sido fundamental para entender el origen de las aspiraciones. Pero el enfoque de la investigación a futuro debe analizar los efectos de las aspiraciones y la forma en que éstas determinan las decisiones que van a impactar en los resultados reales de la empresa. En nuestro caso abordamos la decisión de innovar mediante el desarrollo nuevos productos. Pero puede haber muchas otras decisiones gerenciales del emprendedor que quiere hacer realidad sus aspiraciones de crecimiento. Esto acercaría mucho más la investigación a la realidad de las empresas y del emprendedor. Y contribuye de manera efectiva a explicar por qué unas empresas crecen y otras no. Igualmente se aporta evidencia empírica a los planteamientos iniciales de Baum *et al.* (2001) y Wiklund y Shepherd (2003), que motivaron el presente estudio, sobre la relación entre las aspiraciones de crecimiento del emprendedor y el papel que desempeñan en la explicación del crecimiento de las nuevas empresas.

Finalmente, este estudio tuvo en cuenta información del GEM hasta el año 2019. A partir de 2020 el mundo afrontó el Covid 19, lo cual modificó sustancialmente el funcionamiento de las empresas y los comportamientos del mercado. Probablemente los resultados de esta investigación arrojen resultados completamente diferentes en los años post pandemia que valdría la pena analizar.

Referencias

- Audretsch, D. B., Coad, A., & Segarra, A. (2014). Firm growth and innovation. *Small Business Economics*, 43(4), 743–749.
- Baum, J. Locke, E. and Smith, K. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), p 292-303.
- De Jong, J. (2013). The decision to exploit opportunities for innovation: A study of high-tech small-business owners. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 37(2), 281–301.
- Hofstede, G. (1983). National cultures in four dimensions: A research based theory of cultural differences among nations. *International Studies of Management & Organization*, 13(1/2), 46–74.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Sage Publications.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: the moderating role of resources and opportunities. *Journal of Management Studies*, 40(8), p 1919-1941.

Anexo #1: Descriptivos por país - segundo artículo

	País	Obs	Temor al fracaso		Aspiración Creemto		Colectivismo Instituc.	IDH
	Desarrollados		Media	Desv Std..	Media	Desv.Std.		
1	Suiza	1.880	0,202	0,401	0,379	0,889	4,060	0,944
2	Australia	1.735	0,310	0,462	0,636	1,022	4,290	0,939
3	Irlanda	2.060	0,339	0,473	0,605	1,178	4,630	0,938
4	Alemania	2.708	0,221	0,415	0,443	1,022	3,690	0,936
5	Suecia	2.202	0,235	0,424	0,337	0,931	5,220	0,933
6	Canadá	3.831	0,372	0,483	0,479	1,079	4,380	0,926
7	USA	3.199	0,263	0,440	0,785	1,252	4,200	0,924
8	Reino Unido	4.008	0,246	0,431	0,488	0,995	4,270	0,922
9	Finlandia	877	0,221	0,415	0,371	0,826	4,630	0,920
10	Luxemburgo	1.343	0,376	0,484	0,509	0,985	4,280	0,904
11	Israel	1.333	0,468	0,499	0,580	1,077	4,460	0,903
12	Francia	606	0,331	0,471	0,434	1,065	3,930	0,901
13	Eslovenia	1.251	0,264	0,441	0,464	0,963	4,130	0,896
14	España	11.476	0,323	0,467	0,306	0,772	3,850	0,891
15	Italia	877	0,473	0,499	0,328	0,793	3,680	0,880
16	Estonia	1.652	0,283	0,451	0,705	0,986	4,200	0,871
17	Grecia	1.579	0,585	0,492	0,254	0,787	3,250	0,870
18	Polonia	2.621	0,425	0,494	0,632	1,041	4,530	0,865
19	Eslovaquia	1.835	0,284	0,451	0,580	1,152	4,200	0,855
20	Chile	15.915	0,305	0,460	0,944	1,005	4,230	0,843
21	Hungría	868	0,351	0,477	0,629	1,063	3,530	0,838
22	Croacia	1.785	0,316	0,465	0,554	1,040	4,200	0,831
23	Argentina	2.193	0,282	0,450	0,562	0,911	3,660	0,825
24	Bulgaria	575	0,226	0,418	0,211	0,771	4,200	0,813
25	Uruguay	1.829	0,298	0,457	0,695	1,128	4,230	0,804
26	Malaysia	1.280	0,329	0,470	0,421	0,667	4,610	0,802
27	Kazakhstan	1.219	0,412	0,492	0,776	1,111	4,290	0,800
	Emergentes		Media	Desv Std.,	Media	Desv,Std.		
1	Irán	5.883	0,367	0,482	0,416	1,052	3,880	0,798
2	Panamá	2.887	0,240	0,427	0,523	0,840	4,230	0,789
3	México	3.696	0,286	0,452	0,699	0,854	4,060	0,774
4	Brasil	5.837	0,345	0,475	0,339	0,655	3,830	0,759
5	Tailandia	4.790	0,525	0,499	0,277	0,783	4,030	0,755
6	China	4.901	0,377	0,484	0,290	0,908	4,770	0,752
7	Ecuador	5.088	0,297	0,457	0,620	0,802	3,900	0,752
8	Perú	3.781	0,279	0,448	0,644	0,900	4,230	0,750
9	Colombia	5.263	0,261	0,439	1,108	1,225	3,810	0,747
10	South África	2.403	0,241	0,428	0,606	0,988	4,510	0,699
11	Indonesia	5.102	0,379	0,485	0,202	0,568	4,540	0,694
12	Vietnam	1.434	0,495	0,500	0,252	0,500	4,260	0,694
13	Marruecos	3.760	0,478	0,499	0,208	0,578	3,870	0,667
14	Guatemala	4.057	0,298	0,457	0,746	0,941	3,700	0,650
15	India	4.818	0,437	0,496	0,241	0,686	4,380	0,640

Anexo #2: Descriptivos por país tercer artículo

	País	Obs.	Innovación		Aspiración Creemto.		Evitación de la incertidumbre.	IDH
			Media	Desv, Std.	Media	Desv, Std.		
	Desarrollados		Media	Desv, Std.	Media	Desv, Std.		
1	Suiza	1.880	0,304	0,460	0,379	0,889	5,37	0,944
2	Australia	1.735	0,290	0,454	0,636	1,022	4,39	0,939
3	Irlanda	2.060	0,287	0,452	0,605	1,178	4,43	0,938
4	Alemania	2.708	0,258	0,437	0,443	1,022	5,22	0,936
5	Suecia	2.202	0,313	0,464	0,337	0,931	5,32	0,933
6	Canadá	3.831	0,374	0,484	0,479	1,079	4,58	0,926
7	USA	3.199	0,326	0,468	0,785	1,252	4,15	0,924
8	Reino Unido	4.008	0,301	0,458	0,488	0,995	4,65	0,922
9	Finlandia	877	0,305	0,460	0,370	0,826	5,02	0,920
10	Luxemburgo	1.343	0,440	0,496	0,509	0,985	4,70	0,904
11	Israel	1.333	0,349	0,477	0,580	1,077	4,01	0,903
12	Francia	606	0,333	0,471	0,434	1,065	4,43	0,901
13	Eslovenia	1.251	0,283	0,451	0,464	0,963	3,78	0,896
14	España	11.476	0,223	0,416	0,306	0,772	3,97	0,891
15	Italia	877	0,515	0,500	0,328	0,793	3,79	0,880
16	Estonia	1.652	0,341	0,474	0,705	0,986	3,95	0,871
17	Grecia	1.579	0,206	0,404	0,254	0,787	3,39	0,870
18	Polonia	2.621	0,290	0,454	0,632	1,041	3,62	0,865
19	Eslovaquia	1.835	0,295	0,456	0,580	1,152	4,44	0,855
20	Chile	15.915	0,621	0,484	0,944	1,005	3,80	0,843
21	Hungría	868	0,248	0,432	0,629	1,063	3,12	0,838
22	Croacia	1.785	0,179	0,384	0,554	1,040	3,90	0,831
23	Argentina	2.193	0,259	0,438	0,562	0,911	3,65	0,825
24	Bulgaria	575	0,107	0,310	0,211	0,771	4,50	0,813
25	Uruguay	1.829	0,320	0,466	0,695	1,128	3,65	0,804
26	Malaysia	1.280	0,243	0,429	0,421	0,667	4,78	0,802
27	Kazakhstan	1.219	0,206	0,405	0,776	1,111	3,66	0,800
	Emergentes		Media	Desv,Std	Media	Desv, Std.		
1	Irán	5.883	0,126	0,332	0,416	1,052	3,67	0,798
2	Panamá	2.887	0,223	0,416	0,523	0,840	3,68	0,789
3	México	3.696	0,302	0,459	0,699	0,854	4,18	0,774
4	Brasil	5.837	0,165	0,371	0,339	0,655	3,60	0,759
5	Tailandia	4.790	0,351	0,477	0,277	0,783	3,93	0,755
6	China	4.901	0,388	0,487	0,290	0,908	4,94	0,752
7	Ecuador	5.088	0,245	0,430	0,620	0,802	3,68	0,752
8	Perú	3.781	0,254	0,435	0,644	0,900	3,70	0,750
9	Colombia	5.263	0,332	0,471	1,108	1,225	3,57	0,747
10	South África	2.403	0,273	0,445	0,606	0,988	4,59	0,699
11	Indonesia	5.102	0,401	0,490	0,202	0,568	4,17	0,694
12	Vietnam	1.434	0,358	0,479	0,252	0,500	3,90	0,694
13	Marruecos	3760	0,172	0,377	0,208	0,578	3,65	0,667
14	Guatemala	4.057	0,551	0,497	0,746	0,941	3,30	0,650
15	India	4.818	0,349	0,476	0,241	0,686	4,15	0,640