Efectos del entorno institucional en la innovación de emprendimientos latinoamericanos

# RESUMEN

La innovación es un componente estratégico para el aumento de competitividad de los emprendimientos, sin embargo el conocimiento de su origen aún es limitado. Los pocos avances existentes explican su origen o en aspectos del individuo emprendedor o en aspectos del contexto, y solo recientemente los estudios de este fenómeno consideran análisis multinivel, aunque con limitaciones persistentes como: [1] el uso de marcos teóricos centrados en el individuo que limitan el estudio integral del contexto y [2] la concentración de estudios en países desarrollados y algunos emergentes asiáticos, siendo escaso el conocimiento sobre América Latina.

Esta propuesta de investigación se centra en América Latina ya que el emprendimiento en esta región muestra peculiaridades como la mayor influencia del entorno social, el escaso soporte tecnológico y burocrático (Álvarez & Urbano, 2011; Amorós, 2011) y la presencia de la informalidad. Para su estudio se integrarán marcos teóricos del individuo y del entorno, considerando todas características pertinentes en ambos niveles. Este análisis será multinivel usando datos de América Latina tomados del GEM 2013 y de organismos multilaterales.

**Palabras clave:** Emprendimiento, Innovación, Estudios comparativos entre países

# REVISIÓN DE LITERATURA

## Introducción

El emprendimiento innovador (EI) es esencial para la economía y la sociedad, porque transforma los mercados e impulsa el desarrollo. Esto lo logra mediante un proceso de “destrucción creativa” (Schumpeter, 1934), pues a través de nuevas combinaciones se genera un nuevo valor comercial en la oferta, que satisface mejor las necesidades de la demanda y deja obsoletos los modelos imperantes. Por esta razón las agendas políticas de los países están prestando más atención al emprendimiento, e incluso virando su interés que tradicionalmente estuvo centrado sólo en las empresas establecidas. Lamentablemente este interés se ha desenfocado y se ha generalizado hacia todo tipo de emprendimiento, cuando sólo el EI genera tales beneficios (Shane, 2009),

También el EI contribuye al mejoramiento de los estándares de vida y del bienestar general pues estimula el crecimiento sostenido de largo plazo (Baumol, 2002), la creación de empleo (Acs & Storey, 2004; Shane, 2009), el aumento de la productividad (Van Praag & Versloot, 2007), la reducción de la pobreza (Naudé, 2012) y el desarrollo de avances tecnológicos (Grossmann, 2009).

La innovación es un componente estratégico del emprendimiento porque le permite generar nuevos sectores productivos y nuevas divisiones del trabajo, ampliando así la extensión de los mercados y generando riqueza en las naciones (Schumpeter, 1934). A su vez, el crecimiento económico de los países retroalimenta positivamente las actividades innovadoras y emprendedoras en sus territorios (Galindo & Méndez, 2014), formando un círculo virtuoso. Dado este valor estratégico, el componente innovador cada vez está cobrando más interés en el mundo académico y aplicado (Björkdahl & Börjesson, 2012).

Sin embargo, a pesar que el emprendimiento y la innovación están conceptualmente relacionados, pocas veces se manifiestan conjuntamente (Autio, Hunt, De Bono, Servais, & Lopez-Garcia, 2005) pues en la práctica los emprendedores encuentran muchas dificultades para innovar (Niammuad, Napompech, & Suwanmaneepong, 2014; Senyard, Baker, Steffens, & Davidsson, 2014). El énfasis de estudiar el emprendimiento y la innovación de manera conjunta es relativamente reciente (Björkdahl & Börjesson, 2012) y estas investigaciones comienzan a superar sesgos que la literatura tradicional de emprendimiento presentaba, como: Ya no asumir tácitamente que todo emprendimiento es innovador (Van Praag, 1999). Confundir al emprendimiento con empresas pequeñas (Carland, Hoy, Boulton, & Carland, 1984). Y, más recientemente, cuestionar la generalización de las prácticas de EI de países desarrollados a otros contextos, como la orientación en componentes altamente tecnológicos, la medida mediante patentes o gastos de I+D, o la obsesión por dividir las innovaciones incrementales de las radicales (Quatraro & Vivarelli, 2015). Por lo tanto, este campo recién empieza a consolidarse y aún quedan importantes vacíos teóricos por explorar.

Como se mencionó anteriormente, la literatura sobre emprendimiento ha tendido a ser muy general, pues pocos estudios han usado las clasificaciones existentes como: emprendimientos productivos/improductivos, con/sin aspiraciones, con/sin actividades de alto crecimiento o formales/informales (Levie & Autio, 2011). La clasificación más estudiada es la de emprendimiento por oportunidad/necesidad, (Fuentelsaz, González, Maícas, & Montero, 2015) la cual supone que los primeros serán más innovadores; y los segundos, más imitativos. Esta clasificación es útil pues afina el análisis sobre las motivaciones pero asume *a priori* sus resultados, omitiendo -por ejemplo- que en los emprendimientos por necesidad también existen innovaciones (Darnihamedani & Hessels, 2016; Koellinger, 2008).

Específicamente sobre los estudios de EI realizados en los últimos 10 años se encontraron las siguientes tendencias:

* Primero, que se ha estudiado el EI principalmente bajo dos tipos de determinantes: Por un lado, las características del individuo emprendedor, que corresponden a las características sociodemográficas y de capital humano del dueño/fundador de la empresa. Por otro lado, las características del contexto del emprendedor (Autio, Kenney, Mustar, Siegel, & Wright, 2014; Garud, Gehman, & Giuliani, 2014).
* Segundo, que recién en los últimos años se ha empezado a estudiar con más fuerza el efecto conjunto de las características del individuo y del entorno, tal como se muestra en la Figura1. La evidencia en este tipo de estudios aún no es concluyente, posiblemente por dos grandes limitaciones: [A] Tienden a estar sesgados hacia los marcos teóricos del individuo, lo que conlleva analizar el entorno de manera poco sistemática, generando resultados atomizados y poco comparables (Autio, Kenney, Mustar, Siegel, & Wright, 2014; Garud, Gehman, & Giuliani, 2014). [B] Es poco común considerar los procesos de identificación y explotación de oportunidades al analizar las relaciones individuo-contexto, siendo importante hacerlo ya que cada proceso demanda distintas características de los individuos y del contexto (Shane & Venkataraman, 2000). [C] Es mayoritario el uso de análisis estadístico lineal, en lugar de los multinivel, por lo que caen en sesgos de agregación y disgregación.

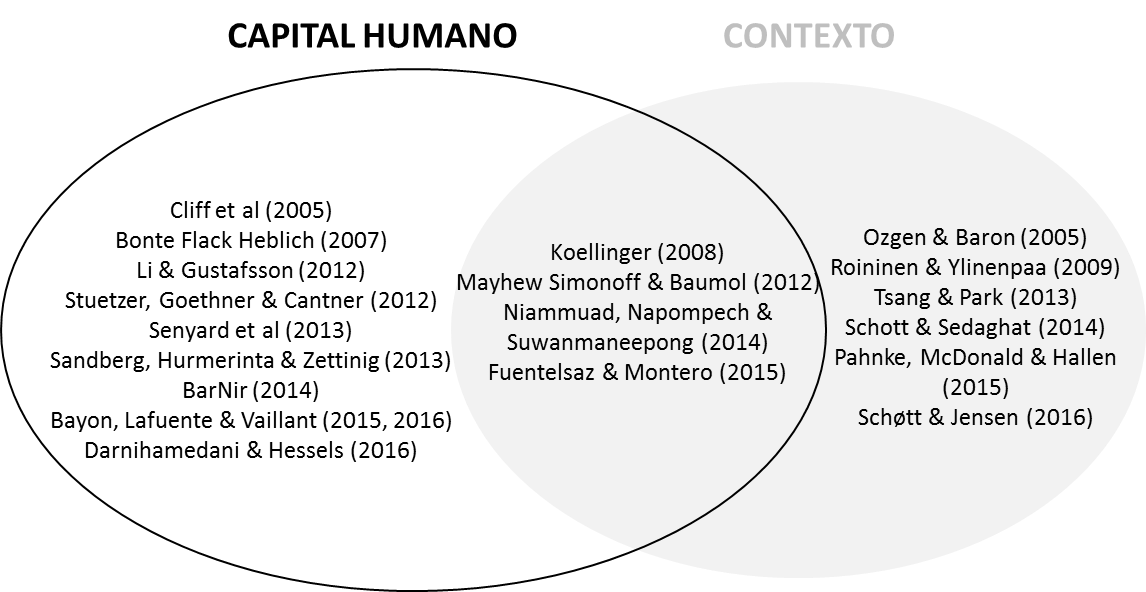


Figura 1. Tipos de determinantes del EI en la literatura reciente

* Por último, también como sucede en el estudio del emprendimiento general, la mayoría de estos estudios usan muestras de países desarrollados (cinco de Estados Unidos, dos de Alemania, dos de Australia, dos de España, y otros Canadá, Suecia, Finlandia, Corea del Sur y Reino Unido), y sólo tres de países emergentes (dos de China y uno de Tailandia), lo cual sesga el avance en el conocimiento del rol del entorno. También se identificaron cuatro investigaciones que usaron bases de datos mundiales que usaron el nivel de desarrollo del país como variable control, pero sin mayor profundización.

Considerando los sesgos empíricos y teóricos señalados, se hace necesario un análisis comprehensivo sobre: cómo el entorno afecta al EI considerando las diferencias con en países emergentes (Naudé, 2013), especialmente América Latina como región líder en emprendimiento pero poco estudiada desde el EI (Álvarez & Urbano, 2011; Amorós, 2011), tal como se resume en la Tabla1

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **SITUACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO** | **PAÍSES DESARRO-LLADOS** | **OTROS PAÍSES EMERG.** | **PAÍSES DE AMÉRICA LATINA** | **FUENTE** |
| # estudios empíricos sobre EI (2006-16) | 18 | 3 | 0 | Elaboración propia |
| Nivel de emprendimiento (A) | Bajo | Medio | Alto | Urbano y Álvarez (2014) |
| Nivel de EI (B) | Alto | Bajo | Bajo | Koellinger (2008) |
| Relación(B)/(A) | Baja | Medio | Alta | Elaboración propia |

Tabla 1. Comparación de características del emprendimiento por regiones

Algunas diferencias clave sobre el emprendimiento en América Latina se resumen en la Tabla2, donde se destaca lo siguiente:

* Que su emprendimiento está fuertemente influido por la necesidad, como una alternativa ante la carencia de empleo, y esta característica es incluso mayor que en otros países emergentes. Esto implica que el emprendedor buscará retornos muy rápidos.
* Que su entorno formal no da buen soporte tecnológico ni burocrático para que el emprendimiento sea innovador.
* Que el emprendimiento en América Latina en más homogéneo y hace mayor contraste con el de países desarrollados en aspectos como su mayor regulación, su inestabilidad burocrática, su colectivismo (opuesto del individualismo típico de países desarrollados), su alta valoración social del emprendimiento y su gran red de emprendedores.
* Por último, que los limitados conocimientos sobre las contingencias del EI, ninguna ha profundizado en la realidad latinoamericana ni en sus diferencias anteriormente señaladas.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **CRITERIOS DE DIFERENCIA** | **IMPORTANCIA** | **PAÍSES DESARROLLADOS** | **OTROS PAÍSES EMERGENTES** | **PAÍSES DE AMÉRICA LATINA** | **AUTOR(ES)**  **DE ESTUDIOS**  **MULTI-REGIÓN** |
| Principal motivación del emprendimiento | Son las condiciones del entorno consideradas determinantes del EI desde las perspectivas Kirzneriana y Schumpeteriana | Oportunidad (*technologic push)*  Goel & Goktepe-Hulten (2013) | Oportunidad y Necesidad (inequidad) | Necesidad  (*market pull*) | Acs, Bosma y Sternberg (2008) |
| Darnihamedani y Hessels (2016) |
| Nivel de desarrollo país | Refleja la madurez del mercado y el acceso a recursos (financieros, humanos y tecnológicos) | Alto | Medio | Medio | Wennekers, van Stel, Thurik, y Reynolds (2005) |
| Koellinger (2008)  Fuentelsaz y Montero (2015) |
| Magnitud y estabilidad de las regulaciones para el emprendimiento | Permite evaluar la conveniencia de emprender respecto a los esfuerzos, tiempo y seguridad implicados | Estabilidad y poca burocracia  Schonberger (2010) | Variado  Tang y Park (2013) | Inestabilidad y mucha burocracia | Stenholm, Acs y Wuebker (2013); Urbano y Alvarez, (2014) |
| Aspectos culturales | Orienta el pensamiento y las normas sociales hacia el logro y la libertad para innovar | Individualismo  Bayon Lafuente Vaillant (2015, 2016) | Tradicionalismo  Li & Gustafsson (2012) | Colectivismo | Shane (1993) |
| Actitud compartida hacia el emprendimiento | Predispone la voluntad de iniciar un negocio y la alerta de oportunidades | Media | Media | Alta | Amorós (2011) |
| Cantidad de redes de contacto (*networking*) emprendedor | Da acceso a más información aumentando la probabilidad de encontrar mejores oportunidades | Baja  Schott y Wickstrom (2016) | Media | Alta | De Carolis y Saparito (2006) |
| Fuentelsaz y Montero (2015) |
| Calidad de *networking* emprendedor | Da acceso a mejor información aumentando la probabilidad de encontrar mejores oportunidades | Alta  Ozgen y Baron, (2007), Roininen y Ylinenpää (2009) | Media/Baja  Niammuad et al. (2009) | Media/Baja | Brixy, Sternberg, y Stüber (2013); Katila y Shane (2005) |
| Schott & Sedaghat (2014) |

|  |  |
| --- | --- |
| Estudios empíricos en Emprendimiento o Innovación | Estudios empíricos donde se ha profundizado el EI |

Tabla 2. Comparación de características estudiadas sobre el emprendimiento y EI por regiones

Por lo anteriormente expuesto, la presente investigación persigue los siguientes objetivos: [A] Adquirir un mayor conocimiento sobre los efectos del entorno en el EI. [B] Evaluar empíricamente los las relaciones contexto-individuo en el EI usando marcos teóricos pertinentes. [C] Analizar por separado las características individuales para el proceso de identificación y de explotación de oportunidades, y cómo el entorno las modera. [D] Descubrir cuáles de estas influencias tienen más importancia en América Latina. Y [E] diseñar una herramienta que permita monitorear la evolución del EI en los países.

Los hallazgos de esta investigación serán pertinentes, ya que el emprendimiento y la innovación están ganando protagonismo en las políticas de los países (Ács, Autio, & Szerb, 2014) pero, considerando los sesgos teóricos anteriormente mencionados (como que la mayor parte de estudios hayan sido realizados en países desarrollados), es posible que los países emergentes estén invirtiendo inadecuadamente en sus de emprendimiento. Esta preocupación hace necesaria esta investigación, especialmente en América Latina que es una de las regiones más emprendedoras pero a la vez menos innovadoras (Koellinger, 2008) como se mostró en la Tabla1. Esta investigación también es muy oportuna para América Latina, pues esta región atraviesa un momento crítico en el cual su actividad emprendedora podría empezar a disminuir por efecto de los ingresos medios (Naudé, 2012), cayendo en la paradoja reducirse cuando tenga mayor capacidad de inversión, mayor capacidad adquisitiva, mayor adopción de tecnologías y nuevos intereses de consumo (Wennekers, van Stel, Thurik, & Reynolds, 2005). Otra circunstancia crítica es que -a diferencia de regiones más desarrolladas- América Latina cuenta con el bono demográfico de población joven, lo cual suele relacionarse con mayores niveles de emprendimiento (Bönte, Falck, & Heblich, 2007).

En resumen, la presente investigación espera dar luces sobre cómo estimular el EI en el contexto latinoamericano que la ayude a transformarse en una economía moderna (Naudé, 2012). Para lograr estos objetivos en la sección 2.1 definimos qué es EI, en la sección 2.2 detallamos los avances que hasta el momento se han registrado en la literatura y planteamos hipótesis sobre la realidad latinoamericana, en la sección 2.3 resumimos todo con un modelo, en el capítulo 3 planteamos la metodología, en el capítulo 4 formulamos conjeturas sobre los posibles resultados, y en el capítulo 5 y 6 discutimos el uso aplicado y académico de los resultados.

## Marco conceptual

Históricamente se han presentado confusiones sobre qué es el emprendimiento (Van Praag, 1999), por lo tanto, cabe definirlo y diferenciarlo de otros conceptos cercanos. Por ejemplo, muchas veces se lo ha confundido con las empresas pequeñas, siendo ésta última una consideración de tamaño y mientras que realmente el emprendimiento es una consideración temporal (Carland, 1984; Reynolds et al., 2005; Shane & Venkataraman, 2000).

### Emprendimiento

Es la emergencia de una organización (Gartner, 1988). Su estudio se ha realizado desde el punto de vista económico, como un fenómeno agregado, y desde el punto de vista ocupacional-comportamental, como un resultado de las características y decisiones del emprendedor o equipo emprendedor (Sanyang & Huang, 2010) (Wennekers, van Stel, Thurik, & Reynolds, 2005). Esta investigación se basa en la segunda visión.

Muchas perspectivas tradicionales como la de Schumpeter (1934) asocian al emprendimiento con la innovación, sin embargo ésta no es una condición necesaria y, de hecho, es poco frecuente. Ésa es la motivación de esta investigación: que los EI son sólo una parte pequeña del total de emprendimientos (Koellinger, 2008), pero son los más deseables (Shane, 2009).

### Emprendimiento innovador

Comúnmente se considera al EI como un negocio que “conquista un terreno desconocido” (Koellinger, 2008) o que “hace las cosas de manera diferente” (Baumol, 2011; van Praag, 1999). Aunque estas aproximaciones son amigables para el entendimiento, son insuficientes para explicarlo pues sólo resaltan su carácter novedoso.

Los emprendimientos emergen en un contexto competitivo donde ya existen negocios más grandes y establecidos que compiten por los mismos recursos y clientes; implicando que desde el inicio tendrán desventajas estructurales (Bayon, Lafuente, & Vaillant, 2016) (Shane & Eckhardt, 2005). La importancia del componente innovador en el emprendimiento es que es una acción estratégica, a través de ella se espera obtener la mayor ventaja competitiva (Barney, 2001; Busenitz, Gomez, & Spencer, 2000). La innovación es un tipo de oportunidad del que se espera que se supere estas limitaciones (Barney, 2001; Drucker, 2007) reduciendo costos u obteniendo ventajas de primer entrante (Markides & Sosa, 2013). Quizá por ello, las innovaciones más radicales tienden a desarrollarse en los emprendimientos más pequeños (Niammuad, Napompech, & Suwanmaneepong, 2014). Por lo tanto, un emprendimiento innovador es aquel que rompe con las reglas del mercado para generar mayor valor mediante nuevas ideas y así aumentar su competitividad por cierto periodo de tiempo (Baumol, 2002; Sandberg, Hurmerinta, & Zettinig, 2013).

Aunque la innovación implica tanto un proceso como un resultado (Schumpeter, 1934), el carácter innovador sólo se refleja en resultados (Amabile, Conti, Coon, Lazenby, & Herron, 1996). Estos resultados serían laproducción, adopción o explotación de una novedad -como la creación o mejora de productos, servicios y mercados, métodos de producción y/o sistemas de gestión- que añadan valor económico y social (Crossan y Apaydin, 2010). Las innovaciones no necesitan ser completamente nuevas para el mundo; sino será suficiente que ellas sean novedosas en el mercado donde se oferten (Koellinger, 2008).

Los emprendimientos que no son innovadores son imitativos; y ambos coexisten y tienen un rol en el mercado (Koellinger, 2008). Tal como se muestra en la Tabla3, los emprendedores con emprendimientos imitativos tratan de asegurar su éxito replicando un modelo de negocio ya existente; mientras que los innovadores serán necesariamente más creativos aunque corriendo mayores riesgos.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **EMPRENDIMIENTOS IMITATIVOS** | **EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES** |
| Novedad | Mercado existente con rutinas, competencia y oferta ya establecidas | Nuevo en el mercado, pese a que el modelo de negocio ya exista en otro |
| Riesgo | Bajo. Usa tecnología existente, resultados conocidos | Alto. Desarrolla nueva tecnología y enfrenta alta incertidumbre |
| Impacto en desarrollo económico | Ayuda a estabilizar mercados y generar economías de escala | Genera ventajas competitivas y aumenta valor |
| Impacto en bienestar social | Democratiza oferta e impulsa la reducción de precios | Amplia los mercados y satisface mejor las necesidades |

Tabla 3. Diferencias entre emprendimiento innovador e imitativo

Partiendo que las oportunidades son entendidas como situaciones de ganancias, y que los riesgos son la percepción de pérdida (March & Shapira, 1987); las innovaciones tenderían a verse como oportunidades de alto riesgo tal como se mostró en la Tabla3. En la siguiente sección se tratará de explorar desde la literatura cómo y porqué los emprendedores optan por el camino de la innovación.

## Marco teórico

Muchos autores han tratado de explicar el EI estudiando las características del emprendedor (Carson, Cromie, McGowan, & Hill, 1995), a lo que Gartner (1988) se opone argumentando que el EI, siendo una conducta, debería estudiarse sólo a la conducta en sí. Sin embargo -tal como se definió en el capítulo anterior- el EI es una estrategia competitiva, y por lo tanto es una acción decida, lo que pone al emprendedor y su contexto en el centro del fenómeno (Sandberg, Hurmerinta, & Zettinig, 2013). Ya que los emprendimientos tienden a carecer de estructuras organizacionales especializadas, la decisión sobre innovar dependerá primordialmente de la característica emprendedora de su dueño (Wennekers & Thurik, 1999).

Shane y Venkataram (2000) explican que el emprendimiento es el nexo entre el individuo y las oportunidades del mercado, y por ello plantean una visión de procesos que ubica al emprendedor como conductor de los procesos de identificación, formulación, evaluación y explotación de tales oportunidades. Anderson, Potočnik y Zhou (2014) dividen estos procesos en al menos dos elementos distintos: el diseño de propuestas creativas y la implementación de ellas. Otra forma de dividir a estos procesos es la selección y decisión estratégica (Autio, Kenney, Mustar, Siegel, & Wright, 2014). Cada proceso requiere ciertos elementos del capital humano del emprendedor y ciertas características del contexto (Shane & Eckhardt, 2005)

El presente marco teórico rastreará la literatura que haya revisado alguna de tres principales cuestiones. Primero, ¿cómo las distintas características del capital humano contribuyen a la dinámica de los procesos de identificación y explotación de oportunidades de EI? Esta pregunta será analizada desde la Teoría de Toma de Decisiones (Edwards, 1954) en la subsección 2.2.1. Segundo, ¿cómo las distintas dimensiones del contexto contribuyen diferenciadamente a los procesos de identificación y explotación de oportunidades de EI? Esto será analizado desde la Teoría Institucional (North, 1990; Scott, 1995; Stenholm, Acs, & Wuebker, 2013) en la subsección 2.2.2. Y tercero, una cuestión más ecléctica, ¿las características del capital humano y del contexto necesarias en el proceso de identificación y explotación de oportunidades de EI en América Latina son las mismas o distintas a la de países desarrollados? que será estudiado dentro de las dos subsecciones mencionadas.

### El rol del individuo en el Emprendimiento Innovador

Ampliando lo mencionado anteriormente, el EI implica los procesos de identificación, formulación, evaluación y explotación de oportunidades (Shane & Venkataraman, 2000). Aunque estos procesos parezcan etapas independientes y secuenciales, no lo son, pues muchos de los emprendedores no tienen alguna idea de lo que hacen y por lo tanto sus actividades iniciales no se cien a una secuencia lógica (Shane, 2012). Esta perspectiva aún es una propuesta sin un modelo teórico desarrollado, por ello, para una comprensión más sólida, Koellinger (2008) usa la teoría de Juicio y Toma de Decisión aplicándola al EI donde resume estos procesos en dos: la evaluación (o emisión de un juicio) con base en la información disponible y la toma de decisiones. En ella se explica cómo el capital humano permite al emprendedor [1] identificar, evaluar y comparar las oportunidades con mayor probabilidad de éxito o retorno; y [2] activar las ambiciones necesarias para su explotación (Edwards, 1954). Esta investigación también usará este marco teórico para considerar sólo dos procesos: el de identificación de oportunidad y el de explotación de la oportunidad.

Como se explicará más adelante, las habilidades del capital humano necesarias en cada proceso son distintas. Desde la visión de Kirzner (1997) las habilidades más “duras” como el conocimiento formal y las facultades cognitivas permiten ampliar la visión del emprendedor, dándole ciertas heurísticas que le permitan encontrar patrones o tendencias en el contexto e identificar oportunidades. Por otro lado, basado en la visión de Schumpeter (1934), basado en habilidades más “blandas” se activará la motivación hacia la resolución de las oportunidades. Desde la Teoría de Juicio y Toma de Decisiones, ambas visiones tienen su lugar y son complementarias; lo que guarda sentido con la evidencia empírica, pues cuando los estudios sobre el EI consideran ambos tipos de capital humano tienden a aumentar su capacidad explicativa (Cliff, Jennings, & Greenwood, 2006; Fuentelsaz & Montero, 2015; Niammuad, Napompech, & Suwanmaneepong, 2014).

#### Identificación de oportunidades

Las oportunidades existen objetivamente en el contexto, al margen del individuo, pero éstas deben ser identificadas (Kirzner, 1973; Shane, 2009; Shane & Venkataraman, 2000) siendo los emprendedores con más conocimientos explícitos y tácitos los mejores en percibirlas (Davidsson & Honig, 2003).

La relación del capital humano y la identificación de oportunidades se basa en que los emprendedores evolucionan sus representaciones mentales del mundo físico y social conforme adquieren nuevos conocimientos y creencias (Gaglio & Katz, 2001). Por lo tanto, los emprendedores con más educación formal y/o experiencia han sido expuestos a más y diferentes ideas, por lo tanto habrán construido marcos cognitivos más complejos para absorber mejor la información del entorno (Aldrich, Renzulli, & Langton, 1998).

La teoría de Reconocimiento de Patrones (Baron, 2006) explica que gracias a la complejidad de los marcos cognitivos los emprendedores serán más o menos capaces de percibir tendencias y conexiones -aparentemente invisibles- del mundo exterior. En otras palabras, los marcos cognitivos permiten "conectar los puntos" entre los elementos del contexto, tales como los aspectos demográficos, los tecnológicos, los políticos, los de consumo, entre otros, que inspirarán nuevas ideas comercialmente explotables.

Los marcos cognitivos más complejos ayudarán la emergencia de los EI de tres formas. Primero, mejorando el estado de alerta a desequilibrios o cambios del mercado, aumentando identificación de más oportunidades voluntaria o involuntariamente, lo que aumentará la probabilidad que alguna de esas oportunidades sea innovadora (Baron, 2006). Segundo, permeabilizando los esquemas mentales, que permitirán: la absorción de información disruptiva, la evitación de caer en falsas percepciones, el aumento del pensamiento lógico y la orientación a buscar soluciones más exactas (Gaglio & Katz, 2001). Y tercero, ayudando a visualizar los resultados -o prototipos mentales- que desarrollarán un mejor criterio para evaluar la relación costo-oportunidad de las ideas de negocio (Baron & Ensley, 2006).

Los estudios en los últimos años sobre el capital humano para identificar oportunidades han concluido en que: Primero, que no todas las fuentes de conocimiento ayudan a la identificación de oportunidades. La educación formal –efectivamente- complejiza los marcos cognitivos útilmente para el EI (Darnihamedani & Hessels, 2016; Koellinger, 2008), pero la experiencia laboral muestra un efecto negativo (Bayon et al., 2015). Sin embargo, este efecto negativo puede resultar engañoso pues como explica Cliff et al. (2006) cuando el emprendedor lleva mucho tiempo en el mismo rubro se vuelve rígido y poco innovador, mientras que si tiene mucha experiencia en un rubro periférico se vuelve más propenso a innovar.

Segundo, que los marcos cognitivos interactúan con los aspectos blandos del emprendedor. Por ejemplo, la experiencia gerencial previa no se asocia directamente con la innovación, pero sí indirectamente a través de la mejora de capacidades y motivaciones del emprendedor (BarNir, 2014). También, aquellos con marcos cognitivos más complejos tienden a involucrarse más y ser más productivos, lo que les ayuda a calcular mejor las dimensiones de las nuevas oportunidades Bayon et al. (2015).

Por último, que el contexto tiene un rol importante. En el estudio de Li y Gustafsson (2012) se analizó el efecto del contexto chino, con sus imperfectas reglas de mercado y jerarquías de poder que resistieron la transición económica, haciéndolo un escenario muy distinto al ecosistema emprendedor de países desarrollados. Los autores encontraron que la clase social de obreros y empleados, y aquellos con experiencia laboral en el Estado tienen mayor autoidentificación como emprendedores, acceden a mayor información y capital social, y por ello reconocen mejor las oportunidades e innovan más.

En América Latina, dado que los emprendimientos en general son motivados principalmente por la necesidad, el perfil emprendedor tiende a tener menores niveles de conocimiento (Koellinger, 2008), siendo una característica aún importante pero significativamente menor que en países desarrollados (Álvarez & Urbano, 2011). Otra razón podría ser que en países desarrollados las innovaciones tienden a ser más tecnológicas, pues en mercados más estables la tecnología “empuja” los cambios (Schumpeter, 1934), mientras que en el mercado latinoamericano y demás mercados emergentes existen muchas oportunidades en forma de necesidades insatisfechas, carencias estructurales o desequilibrios sociales (Kirzner, 1973) que no requieren de grandes desarrollos tecnológicos, e incluso pueden ser simplemente importadas. Basados en estas contingencias del conocimiento previo (Autio, Kenney, Mustar, Siegel, & Wright, 2014), se sostiene que:

* *Hipótesis 1: La complejidad de los marcos cognitivos (MC) en emprendedores de América Latina influyen en el EI en menor medida que en países desarrollados.*

Algunos estudios clásicos como March (1991) sugieren que en los EI las actividades exploradoras para identificar oportunidades son más importantes que las explotadoras, sin embargo estos estudios han solido basarse en situaciones de invenciones y patentado. Si bien la identificación es importante, desde una perspectiva de mercado esta no será una innovación si es que no genera valor comercial. Cabe mencionar que los marcos cognitivos no tienen una relación directa con la explotación; pues incluso pueden ser desmotivadores por la inestabilidad que implica emprender (Davidsson & Honig, 2003). La explotación se relaciona con otro tipo de habilidades del capital humano que serán analizados a continuación.

#### Explotación de oportunidades

Una importante diferencia entre este proceso y el anterior es la intencionalidad. La identificación de oportunidad no necesariamente se convierte en un negocio, y muchas veces la oportunidad es identificada esporádicamente (Cliff et al., 2006), pero la explotación de las oportunidades son acciones decididas, motivadas, que esperan superar los retos involucrados y obtener resultados satisfactorios (Bandura, 1986). Tomar la decisión de llevar a cabo un EI implica además de evaluar la idea en sí, evaluar también al propio emprendedor. Cuando la evaluación del propio emprendedor obtiene saldos positivos el emprendedor se orienta a la explotación.

Durante más de 50 años se han estudiado las características y rasgos de personalidad del emprendedor, como los recopilados por van Praag (1999) de autores clásicos como Marshall, Schumpeter, Say, Knight, Kirzner, Cantillon y McClelland. Aunque el estudio de estos rasgos emprendedores tiene una larga historia, aún son solo un conjunto de características sin un cuerpo teórico. Uno de los pocos estudios que dan orden a estos elementos es el estudio de Sandberg, Hurmerinta y Zettinig (2013) quienes los categorizan según su relación o con el emprendimiento o con la innovación, tal como se muestra en la Figura 2.

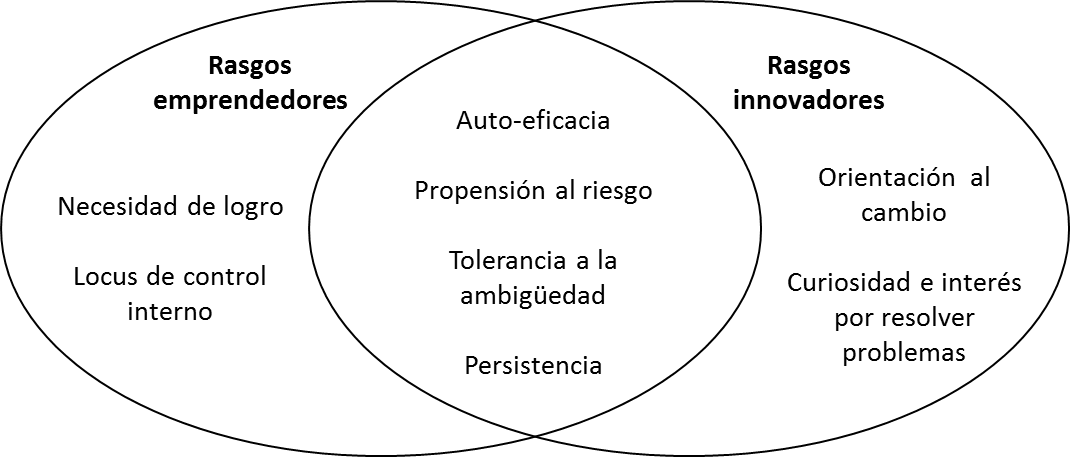


Figura 2. Rasgos asociados al emprendimiento y a la innovación (tomado de Sandberg, Hurmerinta, & Zettinig, (2013)

Una de las esquematizaciones más conocidas en estos rasgos es la Teoría de las Cogniciones Sociales (Bandura, 1986) aplicada posteriormente al comportamiento organizacional (Wood & Bandura, 1989) y al emprendimiento (Mitchell, Busenitz, Lant, McDougall, Morse & Smith, 2002) usando nombres como “Teoría de las Cogniciones Emprendedoras”. Basándonos en la visión de Bandura, se destacan dos rasgos que caracterizan a quienes deciden explotar las oportunidades: la autoeficacia (valorar positivamente las propias capacidades) y la propensión al riesgo (disponer la suficiente orientación al logro para enfrentar resilientemente las adversidades implicadas). Según Busenitz y Barney (1997) los emprendedores en promedio tiene mayor sentido de autoeficacia que los no-emprendedores, por ello son más optimistas y se sienten con mayor control del entorno.

¿Cómo ayudan estos rasgos a la explotación de oportunidades? Pues, ya que todo emprendimiento es riesgoso –más aún el EI- la autoconfianza motivará al emprendedor, energizándolo a encontrar la forma de lograr sus propósitos a pesar de las adversidades. También lo anima a tomar riesgos, a ser autoexigente, a ser persistente y a comprometerse (Wood & Bandura, 1989).

Los estudios de los últimos años sobre EI han encontrado sobre los rasgos emprendedores lo siguiente: Primero, que los rasgos emprendedores pueden influir en sacar mayor provecho a los marcos cognitivos. La motivación y persistencia pueden empujar al mayor y mejor uso de recursos para la identificar oportunidades de mayor calidad como las incubadoras (Niammuad, Napompech, & Suwanmaneepong, 2014). De manera similar, BarNir (2014) encontró que la experiencia gerencial tiene una influencia indirecta en el EI a través de las expectativas del emprendedor. Esta estructura se evidencia en el estudio de Bayon et al. (2016) donde se muestra que aquellos emprendedores con bajo nivel educativo, la autoconfianza cumple el rol moderador positivo. Igualmente, desde la perspectiva de bricolaje se explora cómo la orientación a las soluciones permite al equipo emprendedor a combinar eficientemente sus limitados recursos y llevar a cabo EI (Senyard et al., 2014). Cabe indicar que cuando los MC y los rasgos emprendedores se estudian conjuntamente tienden a correlacionarse pero no llegan a generar efectos de multicolinealidad (Fuentelsaz & Montero, 2015) y logran aumentan su capacidad explicativa (Cliff et al., 2006)

Segundo, que los rasgos pueden orientarse hacia el emprendimiento o a la innovación, y será necesario el contrapeso. El mejor entendimiento de esta interacción la plantean (Sandberg, Hurmerinta, & Zettinig, 2013) quienes plantean que los emprendedores innovadores no son un grupo homogéneo. Los autores explican que los emprendedores más educados tienden más hacia la innovación; mientras que los otros, más hacia el emprendimiento. Aunque tal como se mostró en la Figura2 ambos perfiles comparten como rasgos la autoeficacia, la propensión al riesgo, la tolerancia a la ambigüedad y la persistencia. Como se explicó líneas arriba, los dos últimos rasgos tienden a ser productos de altos niveles de motivación, compromiso y optimismo, que son consecuencia de los primeros dos rasgos (Bayon et al., 2015).

Y tercero, como plantean (Darnihamedani & Hessels, 2016), la mayor educación puede desalentar el EI pues este perfil tiende a tener opciones laborales más seguras que el emprendimiento

En América Latina, como se mencionó anteriormente, la mayor parte de emprendimientos son motivados por la necesidad. Aunque tradicionalmente este tipo de emprendimientos se ha asociado poco con la innovación, posturas como Koellinger (2008) y Mayhew et al., (2012) sostienen lo contrario. Desde su perspectiva, los emprendedores por necesidad son capaces de asumir los riegos de innovar porque no tienen “nada que perder”. En América Latina los aspectos motivacionales podrían ser determinantes más significativos que en países desarrollados (Álvarez & Urbano, 2011). Bajo esta lógica, se plantea que:

* *Hipótesis 2: La posesión de rasgos emprendedores (RE) en emprendedores de América Latina influye en el EI en mayor medida que en países desarrollados.*

En este punto es necesaria una aclaración. Es difícil hacer una separación cronológica entre los procesos de identificación y explotación de oportunidades, pues como explica Shane (2012) estos no son procesos secuenciales ya que en el emprendimiento muchas veces se improvisa. Algunos autores como Davidsson y Honig (2003) han intentado trazar una frontera temporal entre ambos procesos afectando la interpretación de sus resultados. Algunas de estas interpretaciones es que elementos del contexto como las incubadoras son importantes en el proceso de explotación, sin embargo tal como describe Hobday (2005) no es posible concebir a la innovación como un proceso lineal, sino en la actualidad debe entenderse como un camino espiral. Así pues, se observa en las estrategias de negocios actualmente más populares como el Design Thinking, describen a la identificación de la oportunidad como una actividad perfectible y recurrente (Osterwalder & Pigneur, 2010).

A pesar de lo revisado hasta ahora, el EI no puede ser plenamente explicado únicamente por factores individuales. Si bien el capital humano facilita la identificación y explotación de oportunidades, son insuficientes por sí solos para asegurar su completa realización (Davidsson & Honig, 2003), pues el acto de “encajar las piezas” de las oportunidades también depende del contexto (Koellinger, 2008; Vivarelli (2011).

### El rol del contexto en el Emprendimiento Innovador

El contexto en el EI tiene un rol pasivo y activo. En su aspecto pasivo, es un contendedor de oportunidades. Dada su naturaleza de permanente cambio y desequilibrio, el contexto genera todo tipo de oportunidades a los emprendedores (Casson, 2005; Shane & Venkataraman, 2000). En su aspecto activo, el contexto también pude generar un clima que favorezca el emprendimiento y la innovación (Galindo & Méndez, 2014).

Como cuentan Bruton, Ahlstrom y Li (2010) históricamente el estudio del contexto se ha enfatizado en el análisis del acceso a recursos, únicamente desde la Visión Basada en Recursos (Barney, 1991). Otra perspectiva usual es la del Capital Social (Davidsson & Honig, 2003; De Carolis & Saparito, 2006) que ha sido igualmente limitada, aunque en este caso hacia las interacciones. Sin embargo, el contexto también participa en el emprendimiento a través de la organización social, las reglas y la cultura. Una visión más integral que sí recoge estos elementos es la Teoría Institucional, que en el emprendimiento explica cómo, de diversas formas, las instituciones facilitan o dificultan la identificación y explotación de oportunidades (Autio et al., 2014). Algunas de ellas son mediante los clústeres productivos (Furman, Porter y Stern, 2002), el acompañamiento de incubadoras (Niammuad, Napompech, & Suwanmaneepong, 2014), el trabajo conjunto con universidades (Ozgen & Baron, 2007; Roininen & Ylinenpää, 2009), la colaboración entre competidores y proveedores (Pahnke, McDonald, Wang, & Hallen, 2015), el acceso a información formal o informal, entre otros.

Por “instituciones” se entienden a las reglas compartidas socialmente que establecen qué es apropiado; y qué, inaceptable; asegurando cierto funcionamiento en el mercado y creando expectativas compartidas (Bruton, Ahlstrom, & Li, 2010; North, 1990). Cabe señalar que las “instituciones” no hacen referencia a organizaciones, las organizaciones son más bien los actores que se rigen bajo las reglas/instituciones. Por supuesto, las instituciones también pueden funcionar mal, deslegitimizando ciertas conductas, fomentando conductas improductivas e instituciones alternativas.

Scott (1995) divide el entorno institucional en las dimensiones normativa (normas sociales y sistemas de valores), regulativa (políticas de gobierno) y cognitiva (las percepciones y conocimiento compartido en la sociedad). Estas dimensiones se comportan de manera distinta en cada contexto, haciendo que cada país tenga un perfil institucional único (Busenitz, Gomez, & Spencer, 2000).

Respecto al EI cada dimensión influye de la siguiente manera: La dimensión normativa en el grado de admiración hacia la actividad emprendedora, la creatividad y el pensamiento innovador. La dimensión cognitiva en el conocimiento para emprender y la habilidad general para desarrollar una idea innovadora. La dimensión regulativa en las condiciones para el emprendimiento y la innovación, como las leyes, los estándares y las regulaciones que el gobierno ofrece. Adicionalmente, (Stenholm, Acs, & Wuebker, 2013) incorporan la dimensión conduciva, que distingue la capacidad de los países para apoyar el espíritu empresarial de alto impacto, separándolo de los instrumentos sancionadores y burocráticos de la dimensión regulativa.

Bruton, Ahlstrom y Li (2010) observan estas dimensiones y precisan una línea divisoria. Por un lado, la dimensión normativa y cognitiva se transmiten mediante interacciones cotidianas, y aunque son socialmente compartidas, no se puede esperar que todos los miembros de un país tengan la misma mentalidad. Por otro lado, la dimensión regulativa es autoritaria y por lo tanto será monolítica y controlada. Esta investigación propone que la dimensión conduciva, como esfuerzo gubernamental y a veces privado, también tenderá a ser homogénea en la sociedad, igual que la regulativa. Los dos grupos de dimensiones mencionados se asemejan a la categorización de instituciones informales y formales de North (1990).

Según la clasificación de North, las instituciones informales son mayormente derivadas de la cultura y regulan el comportamiento social, estas no son siempre económicamente productivas pero globalmente han sobrevivido tanto en el tiempo que su estudio no puede ser omitidas. Por su lado, las instituciones formales son las reglas provenientes de la regulación política y de las relaciones económico-sociales, que dan estructura y orden a los intercambios para que sucedan con bajo riesgo y una adecuada interacción humana. Sólo un pequeño porcentaje de la conducta humana se rige por reglas formales, por lo tanto requiere analizarse en conjunto con las informales. La presente investigación propone un paralelismo de las divisiones de North, Scott y Stenholm et al., anteriormente descritos, como se muestra en la Figura 3. Este esquema permitirá más adelante el sustento de aspectos teóricos y metodológicos.

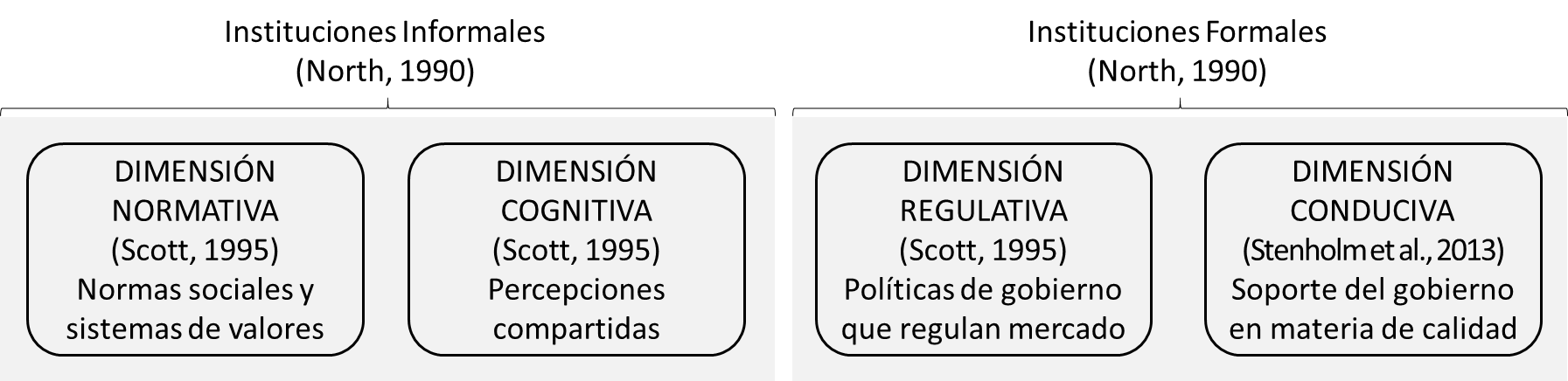


Figura 3. Comparación de las divisiones de North (1990), Scott (1995) y Stenholm et al. (2013). Elaboración propia.

El uso de la Teoría Institucional es clave en el EI, porque: [1] Analiza incentivos y limitaciones para el desarrollo emprendedor. [2] Está creciendo en el campo del emprendimiento, lo que facilita su comparabilidad con otros resultados. Y [3] porque aún queda espacio para estudiarla, ya que la mayoría de estudios la ha usado de manera incompleta o no la ha considerado con todas sus dimensiones o se ha limitado a un solo país (Bruton, Ahlstrom, & Li, 2010).

#### Dimensión cognitiva

La dimensión cognitiva representa los marcos cognitivos compartidos en la sociedad, a través de los cuales se interpreta la información (Scott, 1995). Estos marcos son adoptados y compartidos entre los individuos (Wood & Bandura, 1989), especialmente por los emprendedores, gracias al su estado de alerta a oportunidades (Gaglio & Katz, 2001). Esto no significa que todos los miembros de la sociedad tengan marcos cognitivos idénticos. En el caso de equipos emprendedores, el “balance” o complementariedad de su capital humano entre sus miembros puede maximizar los marcos cognitivos individuales (Stuetzer, Goethner, & Cantner, 2012). Lo mismo sucede con redes empresariales, que mediante sus interacciones los individuos adquieren nuevos conocimientos, conectan ideas y reintrepretan sus percepciones del mercado (De Carolis & Saparito, 2006).

En Latinoamérica, con sus altos niveles de emprendimiento (Koellinger, 2008) y visión más cotidiana y positiva sobre el emprendimiento que en países desarrollados y otros emergentes (Amorós, 2011), es posible suponer que:

* *Hipótesis 3a: La visión optimista del mercado modera positivamente la relación MC-EI en América Latina.*

En esta interacción cognitiva, las redes de contactos emprendedores son importantes, como explican De Carolis y Saparito (2006) acerca de cómo el *networking* se relaciona con los marcos cognitivos individuales de dos formas. Una forma es por la mayor cantidad y diversidad de contactos, los que pueden dar al emprendedor mayor acceso a información diferenciada, ampliando sus puntos de vista. La otra forma es mediante las interacciones sociales en sí, pues el intercambio de información puede crear nuevo conocimiento.

* *Hipótesis 3b: Disponer de networking emprendedor modera positivamente la relación MC-EI en América Latina.*

#### Dimensión conduciva

La identificación de oportunidades está inmersa en la asimetría de información entre el emprendedor y el mercado (Shane & Venkataraman, 2000). Es decir que los emprendedores no tienen acceso a mucha información, pues sino todas las oportunidades habrían sido ya identificadas. Además, es usual que los emprendedores tomen decisiones con muy poca información seria o *feedback* especializado, lo que limita sus posibilidades de ajustarse a la demanda, de aprovechar las tecnologías existentes y de generar valor mediante nuevas ideas (Busenitz & Barney, 1997).

Este tipo de relaciones, en sus distintas formas, favorecen al emprendimiento. El capital social menos cercano (*brigding social capital*) como las incubadoras o asociaciones industriales han demostrado que influyen a que el emprendedor realice sus primeras actividades emprendedoras de manera rápida (Davidsson & Honig, 2003). En el estudio de Ozgen y Baron (2007) se mostró que el uso de mentores y la participación en foros profesionales impactan positivamente en la identificación de oportunidades. Igualmente en el estudio de Niammuad, Napompech, & Suwanmaneepong (2014) se encontró que las incubadoras guardan relación directa con el EI gracias a que permiten accesos a más y distinta información. De forma parecida, Roininen y Ylinenpää (2009) analizaron el efecto de la interacción con universidades en el EI, comparando los *spin-off* con los emprendimientos no-académicos, encontrando que los *spin-offs* resultaron ser más innovadores gracias al mayor uso de recursos financieros y sociales, al trabajo en equipo, a la mayor orientación al mercado y al empleo de ciencia y tecnología. Pahnke, McDonald, Wang y Hallen (2015) hallaron que incluso la simple interacción comercial entre competidores y proveedores facilita la innovación. En conclusión, las relaciones emprendedoras potencian la calidad de sus intercambios y alientan el EI (Schøtt & Jensen, 2016).

Sin embargo la búsqueda o aceptación de “ayuda” profesional tiende a ser mayor en emprendedores con experiencia en I+D, y menor en aquellos con más experiencia industrial (Brixy, Sternberg, & Stüber, 2013). En efecto, la mayor actividad industrial se relaciona con menos EI (Katila & Shane, 2005). Ya que en países orientados a la eficiencia -emergentes, incluido América Latina- tienen las actividad industrial es mayor que las de I+D, a diferencia de los países orientados a la innovación (desarrollados). Por lo tanto, se propone:

* *Hipótesis 4a: El acceso a incubadoras modera positivamente la relación MC-EI, pero menos que en países desarrollados.*

Pero no sólo se trata de tener más contactos, sino también de mejores. Mayhew, Simonoff, Baumol, Wiesenfeld y Klein, (2012) encontraron que la educación formal en *management* no sólo acumula conocimientos, sino despierta una visión más crítica y reflexiva la cual inspira la imaginación y energiza la búsqueda de soluciones. Estos elementos ayudan a los emprendedores a crear, construir y sustentar sus ideas. Por eso los más estudiosos y los más especializados en un área dura no son necesariamente innovadores, porque esa es una cualidad que se relaciona más con la memorización. Cuando más personas comparten la formación en *management*, la calidad de las redes de contacto será mayor. De Clercq, Lim, y Oh (2013) muestran que en países donde los sistemas educativos atienden menos a las necesidades de los emprendimientos, las habilidades de los emprendedores se vuelven menos instrumentales. Con base en estos hechos, se plantea:

* *Hipótesis 4b: La calidad de la formación en gestión del país modera positivamente la relación MC-EI en América Latina.*
* *Hipótesis 4c: El alto nivel educativo del país modera positivamente la relación MC-EI en América Latina.*

#### Dimensión normativa

Desde el punto de vista de la Teoría de la Cognición Social, existe una causación recíproca tríadica, que explica cómo la conducta emprendedora, los rasgos emprendedores y el contexto se influyen entre ellas aunque no lo hagan ni en simultáneo, ni en la misma intensidad. En este modelo, el contexto impacta en el emprendedor y sus conductas mediante un aprendizaje imitativo o por modelamiento; mientras que el emprendedor y sus conductas impactan en el contexto negociando cierta legitimidad.

El aprendizaje por modelamiento es la adquisición de conceptos y reglas fruto de la interacción social. Las representaciones mentales resultantes de este proceso orientan la forma en que se interpreta la información social nueva y guían las decisiones bajo los modelos aprendidos. Este mecanismo permite adoptar conductas funcionales y costumbres que permitan desenvolverse adecuadamente en el entorno (Wood & Bandura, 1989). El capital social más cercano (*bonding social capital*) como tener familiares o amigos emprendedores influye principalmente en la motivación para explotar las oportunidades (Davidsson & Honig, 2003)

Para la realización de actividades emprendedoras las motivaciones son muy importantes, sin embargo estas no operan solas, sino se buscan corresponderse con las normas aprendidas del entorno (Wood & Bandura, 1989). Según el estudio de GEM, América Latina se caracteriza por tener los más altos niveles de aspiración emprendedora (Amorós, 2011), por ese motivo se plantea:

* *Hipótesis 5a: El grado de legitimidad del emprendimiento modera positivamente la relación RE-EI en América Latina.*
* *Hipótesis 5b: El grado de deseabilidad del emprendimiento modera positivamente la relación RE-EI en América Latina.*

Cabe especificar qué tipo de relación de moderación se espera de la dimensión normativa: Los individuos que posean rasgos emprendedores tendrán altos niveles de motivación que los orientarán a movilizar sus recursos cognitivos para visualizar la forma de legitimar sus propósitos dentro de su entorno social, incluso a pesar de circunstancias difíciles (Sanyang & Huang, 2010). Por ejemplo, en el estudio de Tsang & Park (2013) se mostró que los emprendedores innovadores son capaces de tomar caminos alternos a lo que dictan las normas tradicionales de su entorno. En el otro extremo, aquellos individuos que posean menos rasgos emprendedores limitarán sus conductas principalmente por dudas personales más que por insuficiencias reales (Wood & Bandura, 1989). Por lo tanto, el efecto de esta dimensión será especialmente efectivo en caso de individuos con pocos rasgos emprendedores.

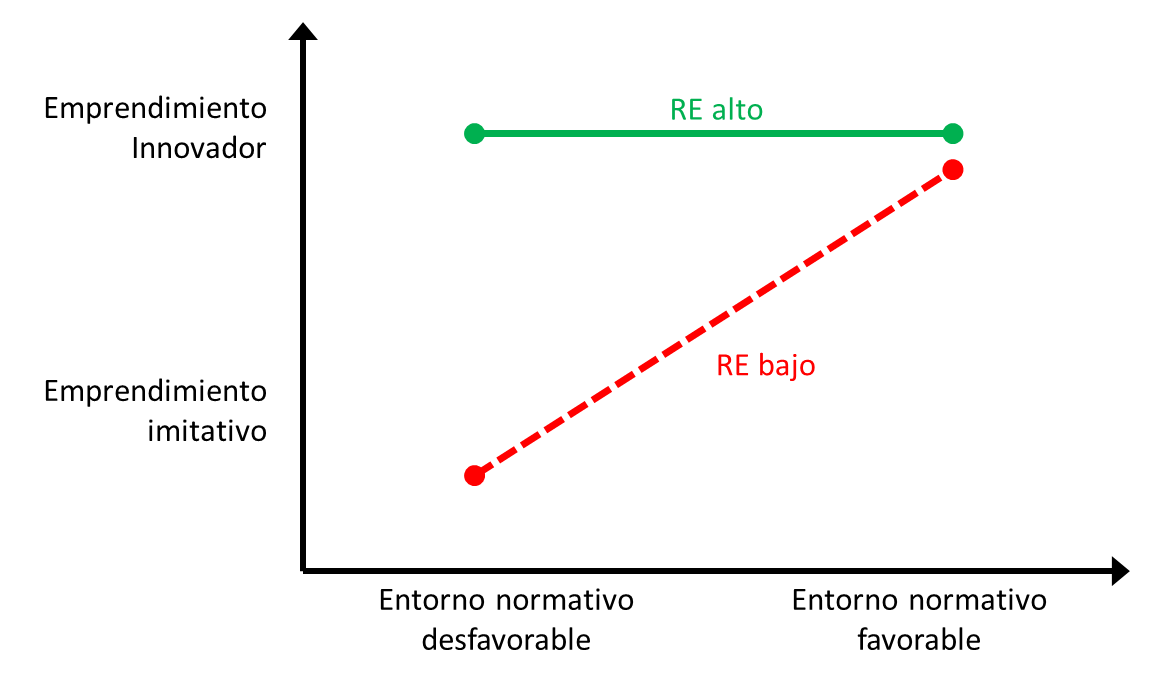


Figura 4. Representación visual de la moderación de la dimensión normativa del entorno en la relación RE - EI

#### Dimensión regulativa

Como ya se dijo, la dimensión regulativa promueve o dificulta el emprendimiento al moldear su nivel de riesgo, mediante reglamentos y leyes que condicionan el acceso a los recursos para crear nuevos negocios (Stenholm, Acs, & Wuebker, 2013). Así, la decisión de explotar oportunidades no solo se verá afectada por los contextos que culturalmente modelen o no los rasgos emprendedores, sino también por los costos de transacción que ofrezcan (Autio, Kenney, Mustar, Siegel, & Wright, 2014). Estos costos frenan el emprendimiento porque le dan señales al emprendedor sobre cuán adecuados o inadecuados están resultando sus esfuerzos (Wood & Bandura, 1989). Por ello en economías con regulaciones menos estrictas y bajas barreras de entrada, los emprendimiento de más calidad son más frecuentes.

Los países menos desarrollados tienen regulaciones complicadas e inestables, aumentando considerablemente el costo de transacción debido a la incertidumbre del marco regulatorio (Stenholm, Acs, & Wuebker, 2013). Muchos estudios coinciden en que la dimensión regulativa tiene una relación inversa con el emprendimiento, incluyendo en el contexto latinoamericano (Urbano & Alvarez, 2014), pues los emprendedores tenderán a evitar las actividades y situaciones que crean que excedan sus capacidades (De Carolis & Saparito, 2006; Wood & Bandura, 1989). Estas variables no se han estudiado sistemáticamente en el EI, pero es posible plantear:

* *Hipótesis 6a: Los impuestos moderan negativamente la relación RE-EI en América Latina.*
* *Hipótesis 6b: La cantidad de procedimientos para empezar un negocio modera negativamente la relación RE-EI en América Latina.*
* *Hipótesis 6c: El tiempo del fundador para registrar un negocio modera negativamente la relación RE-EI en América Latina.*

Cuando las regulaciones “exprimen” al emprendedor con altos impuestos y sanciones, Fuentelsaz, González, Maícas, y Montero (2015) y Webb, Tihanyi, Ireland, y Sirmon (2009) sugieren que se puede estar empujando hacia una "economía gris" con reglas alternativas con riesgos más razonables. Efectivamente, los entornos institucionales débiles de América Latina han empujado a muchos emprendimientos hacia la informalidad (De Soto, 1989). Los contextos informales brindan muchas facilidades al EI pues permiten el ingreso, ensayo y salida del mercado con mucha facilidad y bajo costo (Quatraro & Vivarelli, 2015); mucho más que la ruta de patentado. Bajo esta lógica proponemos:

* *Hipótesis 6d: La informalidad modera positivamente la relación RE-EI en América Latina.*
* *Hipótesis 6e: Los derechos de propiedad no modera con la relación RE-EI en América Latina.*

El contacto de los emprendedores con agentes del gobierno alivia las tareas relacionadas con los procesos burocráticos, pero no motiva el emprendimiento (Davidsson & Honig, 2003). Esto podría ser más cierto en América Latina, pues como se mencionó al inicio, la información académica sobre el EI en esta región es escasa, haciendo suponer que sus políticas de emprendimiento no estén ajustadas a su realidad.

* *Hipótesis 6f: Los políticas de emprendimiento no moderan la relación RE-EI en América Latina.*

La disponibilidad de recursos financieros privados y públicos aumenta la probabilidad de explotar oportunidades de negocio (De Clercq, Lim, & Oh, 2013). Efectivamente, en todo tipo de emprendimiento el financiamiento será un recurso necesario, pero hay distintas fuentes de financiamiento. En países emergentes, la tensión social restringe la entrega de créditos y fomenta los ahorros, lo que sirve al emprendimiento (Galindo & Méndez, 2014). De cierta manera, el que es realmente innovador “se las consigue”. En América Latina esto parece ser cierto, puesto que el acceso a crédito tiene una relación negativa con el emprendimiento (Álvarez & Urbano, 2011). Ya que en este mercado se tiene altos niveles de desequilibrio, sus oportunidades pueden ser de desarrollo más inmediato, siendo menos probable que impliquen gran inversión a diferencia de los emprendimientos altamente tecnológicos.

* *Hipótesis 6g: El efecto moderador del acceso a financiamiento público en la relación RE-EI en América Latina será menor que en países desarrollados.*

# DISCUSIÓN DE LA PROPUESTA

El estudio del EI por algún tiempo se centró únicamente en el individuo, pero tras continuas inconsistencias en los estudios empíricos ha quedado claro que el entorno tiene un rol contingente (Autio, Kenney, Mustar, Siegel, & Wright, 2014). El estudio del contexto aún es incipiente y ha presentado continuos sesgos, entre ellos: [1] No considerar todas las dimensiones del contexto. [2] No haber diferenciado estas influencias según los procesos que pasa el emprendedor cuando innova. Es decir, no se conoce el efecto integral del contexto en el EI. Estos sesgos se originaron porque sus relaciones se basaron en lógicas pensadas únicamente desde el punto de vista del individuo, planteando así modelos con sustentos teóricos débiles.

El propósito de esta investigación es estudiar el rol del contexto en el EI, especialmente en América Latina donde el conocimiento es prácticamente nulo. Para analizar este fenómeno de manera adecuada, se combinaron dos teorías.

1. Como punto de partida, se analiza el rol del individuo en el EI según la Teoría de Juicio y Toma de Decisiones, que diferencia los procesos de identificación y explotación de oportunidades. El proceso de identificación de oportunidades se basa en los marcos cognitivos del emprendedor (Baron, 2006); mientras que la explotación depende de los rasgos emprendedores (Wood & Bandura, 1989). Ambos componentes influyen en el EI de la siguiente forma:

* Los marcos cognitivos más complejos permite la identificación de más oportunidades, aumentando la probabilidad de identificar oportunidades innovadoras.
* La posesión de rasgos emprendedores permite la consideración de oportunidades más riesgosas, aumentando la probabilidad de explotar oportunidades innovadoras.

1. Por otro lado, se usará la Teoría Institucional ampliada por (Stenholm, Acs, & Wuebker, 2013) analizando por separado cómo cada dimensión del contexto afecta el EI. Estos efectos son:

* La dimensión cognitiva maximizará la capacidad de los marcos cognitivos, especialmente en América Latina.
* La dimensión condiciva maximizará la capacidad de los marcos cognitivos, pero en América Latina tendrá un efecto menor.
* La dimensión normativa influirá en el EI en individuos con bajos rasgos emprendedores, especialmente en América Latina.
* Los procedimientos formales de la dimensión regulativa afectarán negativamente la relación de los rasgos emprendedores con el EI.
* La informalidad, como un sistema regulativo alterno, influirá positivamente en el EI en América Latina.

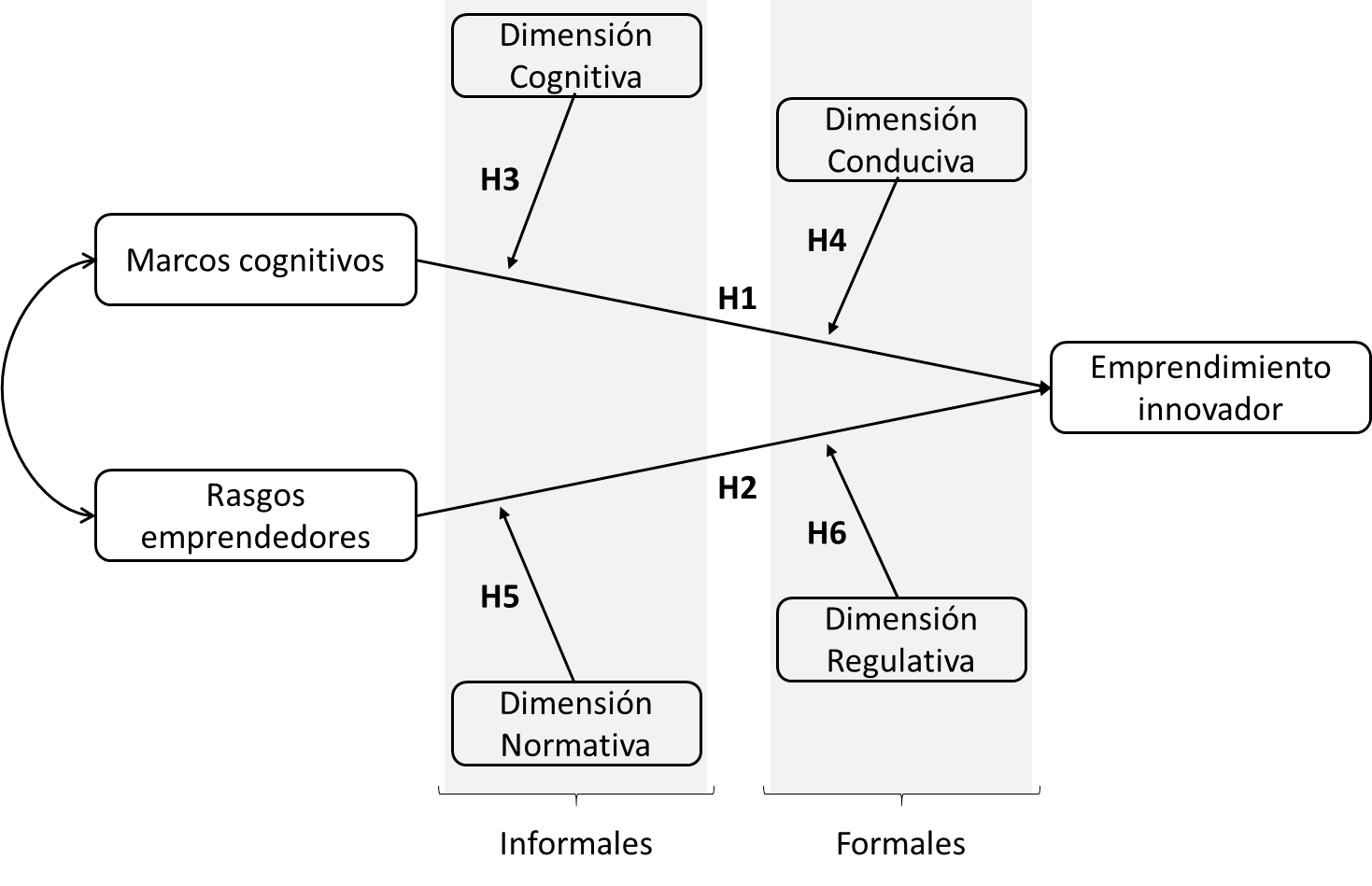


Figura 5. Modelo propuesto

Al respecto, cabe hacer algunas precisiones. Primero, que la innovación es un tipo de oportunidad. Es una oportunidad más riesgosa, lo que es reconocido por los emprendedores, ya que ellos realizando prototipos mentales de sus ideas (Galindo & Méndez, 2014). Segundo, que el proceso de identificación y explotación de oportunidades no son secuenciales, e incluso se observa cierta covariación entre el grado de complejidad de los MC y el grado de posesión de RE. Esto debe tenerse en cuenta para distinguir los efectos que las dimensiones del entorno sobre otro el proceso, porque puede suponerse una relación directa, cuando realmente están mediadas.

# METODOLOGÍA

Muchos estudios sobre el EI han estado sujetos a inconsistencias originadas por considerar exclusivamente o aspectos individuales o aspectos del contexto, perdiendo así poder explicativo (Garud, Gehman & Giuliani, 2014). Ya que la variabilidad del EI es explicada tanto por las variaciones en las características de los individuos como del contexto, el diseño más apropiado en este campo es el método causal con análisis cuantitativo multinivel. Dada la complejidad del modelo y la cantidad de variables escogidas se simplificará el procesamiento limitando el análisis a datos de sólo un año, por lo tanto, será transversal y no-experimental.

## Muestra y muestreo:

El estudio incluirá data a nivel individual (micro) y contextual (macro). Para uniformizar la unidad de análisis micro, se evaluará sólo a un emprendedor por emprendimiento, sin importar si pertenece a un equipo emprendedor o no. La unidad de análisis macro se evaluará de dos formas: En las variables pertenecientes a las instituciones informales se usarán las respuestas declaradas por los emprendedores. En las variables pertenecientes a las instituciones formales se trabajarán a nivel país.

Dada la necesidad de cubrir la mayor cantidad posible de países de América Latina y su comparabilidad con otros contextos, se ha optado por el uso de datos provenientes de fuentes secundarias de aplicación mundial. Entre ellas, la base de datos más afín es el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) del año 2013 que es actualmente su última versión disponible. El uso del GEM presenta múltiples ventajas metodológicas y teóricas.

**Sobre sus ventajas metodológicas:** Se destaca la gran cobertura y tamaño de muestra. El GEM en el 2013 cubrió 70 países teniendo un tamaño de muestra total mayor a 240 mil casos. De esta muestra 14 son países de América Latina (Argentina, Brasil, Barbados, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, Jamaica, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay) los cuales tienen niveles de desarrollo relativamente similares. El GEM sigue un alto rigor científico en el muestreo, pues sigue un modelo probabilístico por clúster. Además este estudio se replica anualmente, así que se pueden hacer comparaciones entre años para aumentar la robustez de los resultados. Actualmente están disponibles las bases de datos de los años desde el 2002 hasta el 2013.

**Sobre sus ventajas teóricas:** Este estudio es muy conveniente pues proporciona las principales variables buscadas (la segmentación por etapa de emprendimiento, la condición de tener un EI, las características del emprendedor y las percepciones del emprendedor sobre su entorno). Otro beneficio es su definición operacional de as etapas de emprendimiento como “actividad empresarial temprana” o “TEA” (Reynolds et al., 2005), la cual diferencia cuatro etapas: (1) las empresas potenciales, (2) las empresas nacientes, (3) las empresas nuevas y (4) las empresas establecidas. La postura de estudio es profundizar en los determinantes de la innovación en la TEA que es la suma de las etapas 2 y 3. La etapa 2 clasifica a todos aquellos emprendedores que ya se encuentran realizando esfuerzos por llevar a cabo su idea de negocio, pero aún no haya pagado alguna remuneración; mientras que la etapa 3 inicia al primer día de actividades remuneradas hasta los 3,5 años. La selección de esta fase se basa en su compatibilidad con la visión de “resultado” de la innovación, pues en este tipo de empresas se dispone de una oferta concreta y no solo de intenciones o ideas.

También en necesario reconocer las principales limitaciones del GEM, entre la cuales están: [1] La simplicidad de la medición, pues suele tener una sola variable para evaluar cada constructo y las escalas usadas suelen ser dicotómicas u ordinales, lo que limita el análisis tanto en gradualidad como en consistencia interna. [2] La libertad del encuestado para omitir preguntas, induciendo al sesgo de no-respuesta.

## Variables

Aunque los marcos teóricos usados son extensos, la evaluación empírica del EI debe ser parsimoniosa. La selección de ítems y la construcción de variables han sido revisadas críticamente para proveer las explicaciones más fuertes posibles.

### Variable dependiente

El EI será medido con el GEM. Esta variable ya ha sido medida en esta base de datos anteriormente por diversos autores. La medida más simple es por una pregunta respecto al grado de novedad de la oferta (Bayon et al., 2015, 2016; Darnihamedani & Hessels, 2016; Schøtt & Jensen, 2016). Sin embargo, en aras de aumentar la validez de contenido, esta variable será combinada con la pregunta sobre el grado de competencia pues esta investigación entiende la innovación como una estrategia competitiva. Anteriormente se ha usado esta medida en conjunto con una pregunta sobre el componente *highly technological* (Fuentesalz & Montero. 2015; Koellinger, 2008; Schøtt & Sedaghat, 2014) afín a la descripción del Manual de Oslo, pero siendo limitado desde un punto de vista académico (Crossan & Apaydin, 2010). Por lo tanto no se usará este tercer criterio. No se consideran los inventos o patentes como una forma de medida por dos razones: La primera es –nuevamente- la visión de mercado, donde la adopción de innovaciones previas introducidas a otro mercado también puede considerarse en sí misma como una innovación. La segunda es que los productos deben haberse comercializado para así poder evaluar si tienen valor (Baumol, 2001).

### Variables independientes

#### Características del individuo

Los MC y la RE son características de los emprendedores, donde cada una es calculada como el promedio de dos preguntas dicotómicas recogidas con la encuesta GEM hecha a la población adulta (APS) del GEM (ver Tabla4).

En los MC son medidas con el nivel educativo y la experiencia emprendedora, pues ambas facultarán al emprendedor de recursos cognitivos, de información y heurísticas para la detección de oportunidades de negocio innovadoras (Shane, 2000). Las razones son: Que el mayor nivel educativo, o formación formal, faculta a los individuos a absorber nuevo conocimiento, mayor capacidad analítica y facilita el reconocimiento de conexiones entre distintos campos del conocimiento (Baron, 2006). Que la experiencia emprendedora indica cierto ajuste del individuo al entorno emprendedor, de manera que habrá formado mejores criterios para evaluar el potencial de nuevas ideas (Koellinger, Mell, Pohl, Roessler, & Treffers, 2015). De esta manera se busca representar tanto el nivel de conocimiento explícito y tácito que el emprendedor ha adquirido en el tiempo, indicando cuan complejos han llegado a ser marcos cognitivos (Davidsson & Honig, 2003).

Por otro lado, para los RE se han considerado la autoconfianza y la escala invertida de miedo al fracaso (interpretada como propensión al riesgo). Estas dos variables son rasgos específicos que autores clásicos y actuales han considerado pertinentes. La autoconfianza según Wood y Bandura (1989) y Sandberg et al. (2013) energiza la actitud por explotar oportunidades, y la propensión al riesgo se relaciona con su motivación (Bayon et al., 2015).

Sólo fueron considerados válidos aquellos casos de la base GEM que contestaron las cuatro preguntas (las dos de MC y las dos de RE).

#### Características del contexto

Las variables macro han tenido un procesamiento distinto al individual. Primero, se hará una medición independiente en cada dimensión, es decir, el contexto no se trabajará como una sola medida pues aunque estén relacionados, cada dimensión se comporta de manera independiente en cada país (Busenitz, Gomez, & Spencer, 2000). Segundo, siguiendo la lógica anterior, no se ha generado una variable global en cada dimensión, sino se realizará el análisis con cada *proxy* por separado ya que cada elemento institucional es empíricamente distinto y permitirá la identificación de fortalezas y debilidades con mayor precisión. Tercero, que las instituciones informales -dimensiones Cognitiva y Normativa- han sido evaluadas a nivel perceptual, es decir un indicador por individuo; mientras que las instituciones formales -dimensiones Conduciva y Regulativa- han sido trabajadas como cifras únicas por país, aplicable a todos sus pobladores.

**Dimensión cognitiva.** Ha sido representada con la visión optimista del mercado y el *networking* entre los emprendedores del estudio GEM. La primera variable usó la pregunta en escala ordinal sobre la percepción de la existencia de oportunidades prometedoras para iniciar un negocio, la cual se convirtió a dicotómica (Sí/No). Esta pregunta refleja la mentalidad emprendedora en el entorno directo del encuestado (Stenholm, Acs, & Wuebker, 2013; Baron & Ensley, 2006). El *networking* se representó con la pregunta si en los dos años anteriores se ha conocido personalmente a alguien que haya iniciado un negocio. Esta variable refleja el grado de conveniencia con el emprendimiento y la facilidad para el intercambio de ideas con otros (Schøtt & Sedaghat, 2014).

**Dimensión conductiva.** Se ha representado mediante el acceso a incubadoras, la formación en *management* y el porcentaje de personas con estudios terciarios a nivel país. El acceso a incubadoras es una forma de colaboración universidad-empresa, las cuales guían al proceso de creación y absorción de conocimiento, y a encontrar conexiones tecnológicas e interdisciplinares (Niammuad, Napompech, & Suwanmaneepong, 2014). La calidad en la formación en *management* o gestión es un indicador el nivel de habilidades estratégicas el ecosistema. Aunque este es un conocimiento menos especializado, es más transversal y permite orientar los productos hacia el mercado (Mayhew, Simonoff, Baumol, Wiesenfeld, & Klein, 2012). Estas dos variables fueron extraídas del National Expert Survey (NES) del GEM. Finalmente, el porcentaje de personas con estudios terciarios fue extraído del Banco Mundial, y refleja la calidad del capital humano en el ecosistema emprendedor, con quienes se puede intercambiar información altamente especializada (Wennekers, van Stel, Thurik, & Reynolds, 2005).

**Dimensión normativa.** Se reflejó con las preguntas de legitimidad y deseabilidad del emprendimiento del GEM (Busenitz, Gomez, & Spencer, 2000). Para medir la legitimidad en el entorno del individuo se usó la pregunta acerca de su percepción del estatus y respeto que reciben los emprendedores. Esta percepción es importante porque puede modelar el comportamiento del individuo mediante el aprendizaje vicario. La deseabilidad emprendedora se midió a través de la pregunta sobre qué tanto las personas ambicionaban ser emprendedores. Esta variable refleja la valoración de los beneficios recibidos por los emprendedores, lo que aporta un componente motivacional extra a esta actividad.

**Dimensión regulativa.** Se evaluaron tres tipos de medidas a nivel país. Primero, las relacionadas con las dificultades burocráticas de iniciar un nuevo negocio, reflejado con el cobro de impuestos, la cantidad de procedimientos y el tiempo requerido para empezar un negocio. Estos factores pueden desincentivar la actividad emprendedora al hacerla más difícil (Wennekers, van Stel, Thurik, & Reynolds, 2005). Estas tres variables se extrajeron del portal Doing Business del Banco Mundial. Segundo, la informalidad también tomada de Doing Business, que influye en el EI siendo una alternativa de entrada al mercado con bajas barreras (Naudé, 2012; Quatraro & Vivarelli, 2015). Tercero, las regulaciones diseñadas para las empresas mediante tres variables: los derechos de propiedad, las políticas de emprendimiento (Stenholm, Acs, & Wuebker, 2013) y el financiamiento (De Clercq, Lim, & Oh, 2013; Katila & Shane, 2005). La primera se obtuvo del portal Index Economic Freedom (IEF) del Banco Mundial, y las dos siguientes de la National Expert Survey (NES) del GEM.

### Variables de control

Existe evidencia de otras variables que influyen de manera significativa en la emergencia del EI, pero que no se relacionan conceptualmente a los objetivos de investigación trazados. A pesar de ello, es importante controlar su efecto en la variabilidad de la variable independiente. Estas variables han sido identificadas a nivel individual y a nivel país.

#### Variables control a nivel individual

En muchos estudios han sido considerados aspectos sociodemográficos, cuya relación ya ha sido ampliamente comprobada, como la edad, el sexo y el estrato social (observado en: BanNir, 2014, Bayon et al., 2015; Li & Gustafsson, 2012; Koellinger, 2008). Los anteriores autores relacionan el EI con la juventud, el sexo y el estrato social. La relación con la juventud se explica debido a la curiosidad y energía características de esta etapa. Sobre el sexo, se ha demostrado que ser hombre influye positivamente en el emprendimiento, especialmente en roles culturalmente adquiridos. El estrato social se relaciona con el EI por su relación con el acceso a recursos. Aún existe una controversia sobre si es una relación positiva o negativa, pero sí predispone a que sea un emprendimiento por necesidad o por oportunidad.

#### Variables control a nivel país

Se han controlado los efectos de los indicadores nacionales de población joven, desempleo y densidad poblacional. Bajo el mismo razonamiento acerca que la mayor población joven influirá en la cantidad y calidad de los emprendimientos, Bönte, Falck, & Heblich (2007) plantean que la distribución de población entre 20-30 años en un país tendrá relación con su participación de EI.

Nuevamente, acerca de la controversia sobre si los emprendimientos por necesidad se relacionan con el EI, se ha estudiado que el crecimiento poblacional (incluyendo inmigración), el PBI per cápita (ajustado por paridad de poder adquisitivo) y la tasa de desempleo, justificando que estas se relacionan con su origen. Koellinger (2008) encontró que los desempleados eran más propensos a hacer EI, por su inclinación por asumir riesgos por la presión de la supervivencia. Por otro lado, Darnihamedani y Hessels (2016) afirman que la educación formal se capitaliza mejor como un EI cuando se origina por la necesidad

Por último, la densidad poblacional se usará como una medida aproximada de la aglomeración del mercado industrial, la cual tiene múltiples ventajas como la colaboración (Porter & Stern, 2001) y la competencia (Katila & Shane, 2005).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| TIPO | CONSTRUCTO | MEDIDAS | AUTOR(ES) | TIPO DE RESPUESTA | FUENTE |
| **VD** | Emprendimiento innovador | **Novedad.** ¿Considerarán todos, algunos o ninguno de sus clientes potenciales este producto o servicio como nuevo y desconocido?  **Monopolio.** En estos momentos, ¿Hay muchas, pocas o ninguna otra empresa ofreciendo los mismos productos o servicios a sus clientes potenciales? | Fuentesalz y Montero (2015); Koellinger, (2008); Schøtt y Sedaghat (2014) | Promedio en escala 0-1 | GEM (APS) |
| **VI**  **MICRO** | Marcos cognitivos | **Nivel educativo.** ¿Cuál es el nivel educativo/estudios más alto que ha completado usted? | Bayon et al. (2016) | Dicotómica  (0: máximo secundaria /  1: post-secundaria) | GEM (APS) |
| **Experiencia emprendedora.** En los últimos 12 meses, ¿ha vendido, cerrado o abandonado un negocio? | Cliff et al. (2006); Shane (2000) | Dicotómica  (0: No / 1: Sí) | GEM (APS) |
| Personalidad emprendedora | **Autoconfianza.** ¿Tiene los conocimientos, habilidades y experiencia necesarios para iniciar un nuevo negocio? | Wood y Bandura (1989)  Sandberg et al. (2013) | Dicotómica  (0: No / 1: Sí) | GEM (APS) |
| **Miedo al fracaso.** ¿Sería en su caso, el miedo al fracaso un obstáculo para poner en marcha un negocio? | Bayon et al. (2015) | Dicotómica invertida  (1: No / 0: Sí) | GEM (APS) |
| **VI**  **MACRO** | Dimensión Cognitiva | **Visión optimista del mercado.** ¿En los próximos 6 meses, ¿habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde usted vive? | Stenholm, Acs y Wuebker (2013)  Baron & Ensley (2006) | Dicotómica  (0: No / 1: Sí) | GEM (APS) |
| ***Networking.*** ¿Conoce personalmente a alguien que haya puesto en marcha un negocio en los 2 últimos años? | Schøtt y Jensen (2016) | Dicotómica  (0: No / 1: Sí) | GEM (APS) |
| Dimensión Conduciva | **Acceso a incubadoras.** Los parques científicos e incubadoras aportan un apoyo efectivo a la creación de nuevas empresas y al desarrollo de las que están en crecimiento. | Niammuad et al (2014) | Escala Likert 1-7 | GEM (NES) |
| **Formación en *management*.** Universidades y centros de enseñanza superior proporcionan preparación adecuada y de calidad para la creación y el crecimiento empresas | Mayhew, Simonoff, Baumol, Wiesenfeld, y Klein (2012) | Escala Likert 1-7 | GEM (NES) |
| **Calidad del *networking*/nivel educativo país.** Porcentaje de personas con educación terciaria a nivel nacional | Wennekers et al. (2005) | Porcentaje | Banco Mundial |
| Dimensión Normativa | **Legitimidad del emprendimiento.** En su país, ¿los que tienen éxito al emprender un negocio gozan de un alto nivel de estatus y respeto? | Busenitz et al. (2000) | Dicotómica  (0: No / 1: Sí) | GEM (APS) |
| **Deseabilidad.** En su país, ¿la mayoría de la gente considera que emprender un nuevo negocio es una elección de carrera profesional deseable? | Busenitz et al. (2000) | Dicotómica  (0: No / 1: Sí) | GEM (APS) |
| Dimensión Regulativa | **Impuestos.** La carga fiscal global de todas las formas de impuestos como porcentaje del PBI total | Wennekers et al. (2005) | Índice en escala 0-100 | BM  (DB) |
| **Dificultad para empezar un negocio**. Cantidad de procedimientos externos que debe hacer el fundador. | Wennekers et al. (2005) | Escala continua, discreta (procedimientos) | BM  (DB) |
| **Tiempo para registrar un negocio.** Duración media necesaria en la práctica para completar los procedimientos sin pagos no-oficiales. | Wennekers et al. (2005) | Escala continua, discreta (días) | BM  (DB) |
| **Informalidad.** Porcentaje de empresas que compiten contra empresas no registradas o informales. | Naudé (2012); Quatraro y Vivarelli, (2015) | Porcentaje | BM  (DB) |
| **Derechos de propiedad.** Protección de los derechos de propiedad de los sistemas judiciales contra el robo y la expropiación. | Schillo, Persaud y Jin (2016) | Porcentaje | BM  (IEF) |
| **Políticas de emprendimiento.** Las políticas del gobierno que favorezcan la creación y crecimiento de empresas nuevas. | Stenholm, Acs y Wuebker (2013) | Escala Likert 1-7 | GEM (NES) |
| **Financiamiento.** Hay suficientes subvenciones públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento. | De Clercq, Lim, y Oh (2013); Katila y Shane (2005 | Escala Likert 1-7 | GEM (NES) |
| **VARIABLES CONTROL** | Aspectos individuales | **Edad**  **Sexo**  **Estrato social** | Escala continua, discreta (años)  Dicotómica (0: Mujer / 1: Hombre)  Ordinal (tercios de ingreso en el país) | | GEM (APS) |
| Aspectos socio-económicos | Distribución de población entre 25-35 años  Crecimiento poblacional (incluyendo inmigración)  PBI per cápita ajustado por paridad de poder adquisitivo  Tasa de desempleo  Densidad poblacional | Porcentaje  Porcentaje  Porcentaje  Ratio  Porcentaje | | Ban Mund |

Tabla 4 Operacionalización de variables

## Discusión de validez y confiabilidad

Para demostrar la validez de los resultados se analizará la calidad de las siguientes partes de la metodología (Trochim & Donnelly, 2008) en la Tabla5:

1. La validez de constructo, discutiendo la operacionalización de las variables.
2. La validez interna, examinando los requisitos de causalidad.
3. La validez de conclusiones, sobre cuánta relación guardan las VI con las VD; y finalmente.
4. La validez externa, acerca de qué tan generalizables serían los resultados en base a la muestra y el muestreo.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **ASPECTOS A FAVOR** | **LIMITACIONES** |
| Validez de constructo | La evaluación del ajuste del constructo con la operacionalización escogida puede hacerse mediante: [1] la validez aparente, pues el GEM ha sido diseñado por expertos mundiales en emprendimiento y [2] la validez de contenido, ya que la operacionalización del VD abarca cabalmente el dominio teórico descrito por Schumpeter. | Algunas variables se han medido con solo 1 ítem. Además la dimensión regulativa y conduciva se medirán sólo con proxys. |
| Se ha evidenciado que la medición GEM se relaciona positivamente con el constructo VD mediante: [1] la validez predictiva, pues anteriores estudios que lo han usado pudieron evaluar sus hipótesis con resultados lógicos por varios años, [2] la validez concurrente, mediante la comprobación estadística de efectos como que los países emergentes efectivamente son los más emprendedores; y los desarrollados, más innovadores (Koellinger, 2008), y [3] la validez divergente, pues sus resultados superan el supuesto de multicolinealidad. | La validez convergente tiene limitaciones en el contexto de América Latina, ya que criterios como gastos en I+D o el número de patentes no son aproximaciones adecuadas. Aunque el GEM APS y NES muestran alta relación de varianza media extraída. |
| Validez interna | La secuencia temporal entre las variables independientes y la dependiente se puede aceptar debido a que la primera es un resultado capturado en un periodo de tiempo corto (máximo 3,5 años según GEM), mientras que aspectos como el capital humano y el contexto institucional son elementos que se han formado a lo largo de la vida del emprendedor y son relativamente estables. | No existen datos de panel con los mismos emprendedores que nos permitan controlar mejor la relación entre las variables estudiadas. |
| Validez de conclusiones | Las conclusiones obtenidas pueden ser comparadas e interpretadas con los hallazgos con estudios previos que vinculan al emprendimiento con los elementos escogidos en esta investigación. Para reducir el sesgo de métodos comunes se hará el uso cruzado de otras bases de datos. Por último, se usarán variables de control a nivel micro y macro, que despejaran efectos espurios. | Los estudios comparables se diferencian de nuestra investigación ya sea en la metodología, en el dominio teórico o en la VD. |
| Validez externa | El muestreo del GEM es probabilístico por clústeres, realizado en hogares, obteniendo así muestras representativas de los países participantes. A nivel país es posible comprobar la distribución normal de las variables independientes seleccionadas. | Ya que muchas preguntas a nivel individuo son dicotómicas no es posible hacer pruebas de normalidad. |

Tabla 5. Análisis de la validez de la investigación

Por su lado, la confiabilidad de las variables del GEM ha sido tradicionalmente analizada de dos formas: Primero, mostrando coherencia en los resultados anuales, que no varían drásticamente por país. Y segundo, mediante análisis de submuestras aleatorias entre sujetos pertenecientes a los mismos clústeres (*composite reability*). Estos resultados siempre han sido positivos.

## Análisis de data

Esta investigación no busca ser predictiva, sino explicativa para la creación de marcos teóricos, por lo tanto el análisis estadístico tendrá especial énfasis en la variabilidad de la VD y sus determinantes. Para entender la variabilidad del emprendimiento innovador en distintos contextos, es necesario reconocer los supuestos de jerarquía (o anidamiento). Esto significa que hay que considerar que los emprendedores pertenecen a distintos contextos institucionales y por ello sería inadecuado el uso de análisis lineales como las regresiones. Esta investigación evitará caer en el sesgo de usar la agregación de mediciones individuales o la disgregación de mediciones del entorno; en su lugar se usará un el análisis multinivel de dos niveles (Heck & Thomas, 2015).

El análisis multinivel permitirá estudiar de manera compuesta las variabilidades de las características individuales, la de los contextuales y la de sus interacciones. La ventaja de este tipo de análisis es que diferencia resultados entre y dentro de los grupos, pues expresa por separado los efectos individuales y grupales sobre la VD. El procesamiento en mención se hará con el software Mplus mediante modelos estructurales (Finch & Bolin, 2017).

# RESULTADOS ESPERADOS

Por supuesto, se espera la comprobación de todas hipótesis planteadas, tal como se muestra en la Tabla6. Aunque no se ha mencionado, esta investigación espera hacer tres tipos de análisis alternos para la presentación de tres publicaciones independientes: Primero, haciendo comparaciones dentro de la TEA, analizando separadamente las empresas nacientes y las empresas nuevas, esperando encontrar que en las empresas nuevas los efectos del entorno serán más intensos. Segundo, se hará una división entre EI tecnológicas y no-tecnológicas, buscando tener más evidencias sobre el debate entre el razonamiento Schumpeteriano versus el Kirzneriano acerca del rol de la tecnología y el equilibrio del mercado. Y finalmente, se espera replicar el estudio para nuevas medidas que no sólo midan el EI desde la innovación de producto, sino incluyan innovaciones comerciales y de procesos.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **HIPÓTESIS** | | | **RESULTADO ESPERADO** |
| Capital Humano | Relación directa **(H1)** | | + |
| \* Dimensión Cognitiva | Alerta a oportunidades **(H3a)** | + |
| Networking **(H3b)** | + |
| \* Dimensión Conduciva | Acceso a incubadoras **(H4a)** | + |
| Calidad de formación en gestión **(H4b)** | + |
| Calidad del networking **(H4c)** | + |
| Personalidad emprendedora | Relación directa **(H2)** | | + |
| \* Dimensión Normativa | Legitimidad del emprendimiento **(H5a)** | + |
| Deseabilidad **(H5b)** | + |
| \* Dimensión Regulativa | Impuestos **(H6a)** | - |
| Dificultad para empezar un negocio **(H6b)** | - |
| Tiempo para registrar un negocio **(H6c)** | - |
| Informalidad **(H6d)** | + |
| Derechos de propiedad **(H6e)** | No signif. |
| Políticas de emprendimiento **(H6f)** | No signif. |
| Acceso a financiamiento **(H6g)** | No signif. |

Tabla 6. Resumen de resultados esperados

# DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Esta investigación servirá principalmente para diseñar rutas que estimulen el EI, especialmente en América Latina. Dada la naturaleza de los factores determinantes del EI, una alternativa coherente sería el diseño de programas de desarrollo de habilidades emprendedoras que salga del molde de centrarse sólo en educación formal sino que incluya el trabajo con rasgos emprendedores con actividades fuera de clase (Mayhew, Simonoff, Baumol, Wiesenfeld y Klein, 2012; Sanyang y Huang, 2010). Este tipo de programas debería considerar los hallazgos de esta investigación y adecuarse a los siguientes lineamientos.

* **No limitarse únicamente al uso de profesores académicos o provenientes de grandes empresas, sino también incluir mentores emprendedores.** La mentoría de emprendedores innovadores puede complementar la formación tradicional de instituciones gubernamentales y universidades, ya que de por sí la asistencia de agentes del gobierno o de académicos sin experiencia en la explotación de oportunidades tiende a fallar (Davidsson & Honig, 2003). Estos mentores podrán retroalimentar a los emprendedores de una manera valorada como más exacta y valiosa (De Carolis & Saparito, 2006)
* **Segmentar programas por perfiles (o más orientados a la identificación de oportunidades o a la explotación).** Con base en el modelo de Sandberg et al. (2013) donde se muestra que algunos emprendedores innovadores tenderán más hacia el emprendimiento y otros hacia la innovación, se puede: [1] Fomentar rasgos emprendedores en personas que siguen trabajando, porque: éste perfil tiende a tener altos niveles educativos y experiencia profesional, por lo tanto pueden identificar oportunidades con más facilidad. Haciéndolo se obtendrían emprendimientos más tecnificados. [2] Proveer educación ajustada a las características del emprendedor por necesidad, que le asegure retornos rápidos y que las técnicas de identificación sean adecuadas a su entorno cercano (posiblemente con bajos ingresos y escasa educación formal). Por ejemplo, en lugar de que sus procesos de incubación sigan un proceso secuencial, tengan una rueda de consultas con distintos expertos a la vez para ganar tiempo. También se puede plantear que este peril arranque pronto con rápidas versiones prototípicas y sean intensivamente monitoreados para que el aprendizaje y la mejora sean muy rápidos. Otra opción es el uso de ideas provenientes de *think tanks.*
* **Usar técnicas sencillas de prototipado.** Esto puede acelerar el proceso de identificación de oportunidad y aumentar la motivación del emprendedor. Además los prototipos son más atractivos para conseguir fondos financieros (Audretsch Bönte & Mahagaonkar, 2012).
* **Aumentar las redes de contacto de alta calidad.** Debe estimularse la interacción entre emprendedores con sus pares en el mismo rubro y relacionados en mayor o menor medida. El acceso a mayores tecnologías, como Internet, debe aprovecharse para promover las relaciones con otros emprendedores y evitarse que -al contrario- se convierta en una amanezca por propiciar el aislamiento.

A pesar del avance teórico proveniente de esta investigación, aún quedan algunas incógnitas por resolver. Por un lado, acerca de los resultados del EI, resta incluir determinantes adicionales y profundizar el modelo. Los estudios anteriores muestran la importancia del EI, pero queda pendiente estudiar cómo el modelo presentado se relaciona con el éxito comercial y la sostenibilidad. De igual modo, es también interesante analizar el impacto de este modelo de EI en las variables macroeconómicas. Ambos análisis “completarían la historia” de este modelo.

La literatura sugiere algunos determinantes que han sido simplificados en esta investigación. Por un lado, las características sectoriales y otros componentes del ecosistema (como los inversores) merecen mayor profundización. Por otro lado, dada la dinámica desequilibrio (originado por las innovaciones) y equilibrio (generado por las imitaciones), queda la interrogante sobre el rol de las empresas imitadoras en el surgimiento de las innovadoras.

También quedan pendientes inquietudes periféricas como profundizar la relación de los emprendimientos oportunidad-necesidad con la innovación-imitación, con las mediaciones y moderaciones de elementos propuestos en nuestro modelo. También sería interesante la ampliación empírica acerca de la interacción entre variables del capital humano, especialmente entre los marcos cognitivos y los rasgos emprendedores.

Por último, este estudio puede replicarse con mejoras metodológicas. Por ejemplo: Diseñar estudios experimentarles, cualitativos o longitudinales para aumentar la validez interna. Emplear escalas de medida estandarizadas, en lugar de una sola variable por concepto. Usar los otros niveles de emprendimiento, y no solo la TEA. Medir otros tipos de innovación, no solo de producto. Agregar medidas de la magnitud de la innovación, como la escala radical/incremental, entre otras. Aumentar la objetividad de la medición de la innovación, usando criterios estándares o expertos.

# REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ács, Z., Bosma, N., & Sternberg, R. (2008) The entrepreneurial advantage of world cities: evidence from global entrepreneurship monitor data. *Jena economic research papers.*

Acs, Z., & Storey, D. (2004). Introduction: Entrepreneurship and economic development. *Regional Studies, 38*(8), 871–877.

Ács, Z., Autio, E., & Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: Measurement issues and policy implications. , 43(3),. *Research Policy, 3*, 476-494.

Acs, Z., Estrin, S., Mickiewicz, T., & Szerb, L. (2017). Institutions, entrepreneurship and growth: the role of national entrepreneurial ecosystems. Obtenido de https://ssrn.com/abstract=2912453 or http://dx.doi.

Aldrich, H., Renzulli, L., & Langton, N. (1998). Passing on privilege: Resources provided by self-employed parents to their self-employed children. *Research in social stratification and mobility, 16*, 291-318.

Álvarez, C., & Urbano, D. (2011). Factores del entorno y actividad emprendedora en América Latina. *Academia Revista Latinoamericana de Administración, 48*, 31-45.

Alvarez, S., & Busenitz, L. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of management, 27*(6), 755-775.

Amabile, T., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., & Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *Academy of management journal, 39*(5), 1154-1184.

Amorós, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia. Revista latinoamericana de administración, 46*, 1-15.

Anderson, N., Potočnik, K., & Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of Management, 40*(5), 1297-1333.

Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., & Lopez-Garcia, P. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998-2003. *Small business economics, 24(3), ., 24*(3), 205-231.

Autio, E., Kenney, M., Mustar, P., Siegel, D., & Wright, M. (2014). Entrepreneurial innovation: The importance of context. *Research Policy, 43*(7), 1097-1108.

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory.* NY: Prentice-Hall.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management, 17*(1), 99-120.

Barney, J. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of management, 27*(6), 643-650.

BarNir, A. (2014). Pre-venture managerial experience and new venture innovation: An opportunity costs perspective. *Management Decision, 52*(10), 1981-2001.

Baron, R. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs “connect the dots” to identify new business opportunities. *The Academy of Management Perspectives, 20*(1), 104-119.

Baron, R., & Ensley, M. (2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns: Evidence from comparisons of novice and experienced entrepreneurs. *Management science, 59*(2), 1331-1344.

Baumol, W. (1996). Entrepreneurship: Productive, unproductive, and destructive. *Journal of Business Venturing, 11*(1), 3-22.

Baumol, W. (2001). *The microtheory of innovative entrepreneurship.* Princeton University Press.

Baumol, W. (2002). Entrepreneurship, innovation and growth: The David-Goliath symbiosis. *The Journal of Entrepreneurial Finance, 7*(2), 1-10.

Bayon, M., Lafuente, E., & Vaillant, Y. (2015). Does entrepreneurial confidence influence the nature of entrepreneurial projects chosen by individuals with high ability? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business, 26*(2), 248-264.

Bayon, M., Lafuente, E., & Vaillant, Y. (2016). Human capital and the decision to exploit innovative opportunity. *Management Decision, 7*, 1615-1632.

Björkdahl, J., & Börjesson, S. (2012). Assessing firm capabilities for innovation. *International Journal of Knowledge Management Studies, 5*(1.2), 171-184.

Bönte, W., Falck, O., & Heblich, S. (2007). Demography and innovative entrepreneurship. *WORKING PAPER - CESIFO (Center for Economic Studies - ifo Institute - Group Munich)*.

Brixy, U., Sternberg, R., & Stüber, H. (2013). Why some nascent entrepreneurs do not seek professional assistance. *Applied Economics Letters, 20*(2), 157-161.

Bruton, G., Ahlstrom, D., & Li, H. (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.

Busenitz, L., & Barney, J. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of business venturing, 12*(1), 9-30.

Busenitz, L., Gomez, C., & Spencer, J. (2000). Country institutional profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena. *Academy of Management journal, 43*(5), 994-1003.

Carland, J., Hoy, F., Boulton, W., & Carland, J. (1984). Differentiating entrepreneurs from small business owners: A conceptualization. *Academy of management review, 9*(2), 354-359.

Carson, D., Cromie, S., McGowan, P., & Hill, J. (1995). *Marketing and entrepreneurship in SMEs: an innovative approach.* Pretince Hall, Hemel Hempstead.

Casson, M. (2005). The individual–opportunity nexus: a review of Scott Shane: a general theory of entrepreneurship. Small Business Economics, 24(5), 423-430.

Castaño, M., Méndez, M., & Galindo, M. (2016). The effect of public policies on entrepreneurial activity and economic growth. *Journal of Business Research, 69*(11), 5280-5285.

Cliff, J., Jennings, P., & Greenwood, R. (2006). New to the game and questioning the rules: The experiences and beliefs of founders who start imitative versus innovative firms. *Journal of Business Venturing, 21*(5), 633-663.

Crossan, M., & Apaydin, M. (2010). A multi‐dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature. *Journal of management studies, 47*(6), 1154-1191.

Darnihamedani, P., & Hessels, J. (2016). Human Capital as a Driver of Innovation Among Necessity-Based Entrepreneurs. *International Review of Entrepreneurship, 14*(1), 1-24.

Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of business venturing, 18*(3), 301-331.

De Carolis, D., & Saparito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship theory and practice, 30*(1), 41-56.

De Clercq, D., Lim, D., & Oh, C. (2013). Individual‐level resources and new business activity: The contingent role of institutional context. *Entrepreneurship Theory and Practice, 37*(2), 303-330.

De Soto, H. (1989). *El otro sendero: la revolución invisible en el tercer mundo.* Nueva York: Harper & Row.

Drucker, P. (2007). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles.* Routledge.

Edwards, W. (1954). The theory of decision making. *Psychological bulletin, 4*, 380-417.

Finch, H., & Bolin, J. (2017). *Multilevel Modeling Using Mplus.* CRC Press.

Fuentelsaz, L., & Montero, J. (2015). What makes some entrepreneurs more innovative? *Universia Business Review, 47*, 14-31.

Fuentelsaz, L., González, C., Maícas, J. P., & Montero, J. (2015). How different formal institutions affect opportuniny and necessity entrepreneurship. *Business Research Quarterly, 18*(4), 246-258.

Gaglio, C., & Katz, J. (2001). The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. *Small business economics, 16*(2), 95-111.

Galindo, M., & Méndez, M. (2014). Entrepreneurship, economic growth, and innovation: Are feedback effects at work? *Journal of Business Research, 67*(5), 825-829.

Gartner, W. (1988). "Who is an entrepreneur?" Is the wrong question. *Entrepreneurship Theory and Practice, 13*(4), 47– 68.

Garud, R., Gehman, J., & Giuliani, A. (2014). Contextualizing entrepreneurial innovation: A narrative perspective. *Research Policy, 43*(7), 1177-1188.

Goel, R. K., & Göktepe-Hultén, D. (2013). Nascent entrepreneurship and inventive activity: a somewhat new perspective. *The Journal of Technology Transfer,* 38(4), 471-485.

Grossmann, V. (2009). Entrepreneurial innovation and economic growth. *Journal of Macroeconomics, 31*(4), 602-613.

Heck, R., & Thomas, S. (2015). *An introduction to multilevel modeling techniques: MLM and SEM approaches using Mplus.* Routledge.

Hobday, M. (2005). Firm-level innovation models: perspectives on research in developed and developing countries. *Technology analysis & strategic management, 17*(2), 121-146.

Katila, R., & Shane, S. (2005). When does lack of resources make new firms innovative? *Academy of Management Journal, 48*(5), 814-829.

Kirzner, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship.* Chicago: University of Chicago.

Kirzner, I. (1997). *How markets work: Disequilibrium, entrepreneurship and discovery (No. 133).* Coronet Books Incorporated.

Koellinger, P. (2008). Why are some entrepreneurs more innovative than others? *Small Business Economics, 31*(1), 21-37.

Koellinger, P., Mell, J., Pohl, I., Roessler, C., & Treffers, T. (2015). Self‐employed But Looking: A Labour Market Experiment. , 82(325),. *Economica*, 137-161.

Li, T., & Gustafsson, V. (2012). Nascent entrepreneurs in China: social class identity, prior experience affiliation and identification of innovative opportunity: A study based on the Chinese Panel Study of Entrepreneurial Dynamics (CPSED) project. *Chinese Management Studies, 6(1), 6*(1), 14-35.

March, J. (1991). Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization science, 2*(1), 71-87.

March, J., & Shapira, Z. (1987). Managerial perspectives on risk and risk taking. *Management science, 33*(11), 1404-1418.

Markides, C., & Sosa, L. (2013). Pioneering and first mover advantages: the importance of business models. *Long Range Planning, 46*(4), 325-334.

Mayhew, M., Simonoff, J., Baumol, W., Wiesenfeld, B., & Klein, M. (2012). Exploring innovative entrepreneurship and its ties to higher educational experiences. *Research in Higher Education, 58*(3), 831-859.

McClelland, D. (1967). *Achieving society.* Simon and Schuster.

Mitchell, R., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P., Morse, E., & Smith, J. (2002). Toward a theory of entrepreneurial cognition: Rethinking the people side of entrepreneurship research. *Entrepreneurship theory and practice, 27*(2), 93-104.

Naudé, W. (2012). Entrepreneurship and economic development: theory, evidence and policy. (27, Ed.) *UNU-MERIT Working Papers*.

Niammuad, D., Napompech, K., & Suwanmaneepong, S. (2014). Entrepreneurial product innovation: A second-order factor analysis. *Journal of Applied Business Research, 30*(1), 197-210.

North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance.* Cambridge university press.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers.* John Wiley & Sons.

Ozgen, E., & Baron, R. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of business venturing, 22*(2), 174-192.

Pahnke, E., McDonald, R., Wang, D., & Hallen, B. (2015). Exposed: Venture capital, competitor ties, and entrepreneurial innovation. *Academy of Management Journal, 58*(5), 1334-1360.

Porter, M., & Stern, S. (2001). Innovation: location matters. *MIT Sloan management review, 4*(2), 28-36.

Quatraro, F., & Vivarelli, M. (2015). Drivers of entrepreneurship and post-entry performance of newborn firms in developing countries. *The World Bank Research Observer, 30*(2), 277-305.

Reynolds, P., & Curtin, R. (2008). Business creation in the United States: Panel study of entrepreneurial dynamics II initial assessment. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship, 40*(3), 155-307.

Reynolds, P., Hay, M., & Camp, S. (1999). GEM Global Entrepreneurship Monitor: 1999 Executive Report. *Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership*.

Roininen, S., & Ylinenpää, H. (2009). Schumpeterian versus Kirznerian entrepreneurship: A comparison of academic and non-academic new venturing. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 16*(3), 504-520.

Sandberg, B., Hurmerinta, L., & Zettinig, P. (2013). Highly innovative and extremely entrepreneurial individuals: what are these rare birds made of?. *European Journal of Innovation Management, 2*, 227-242.

Sanyang, S., & Huang, W. (2010). Entrepreneurship and economic development: The EMPRETEC showcase. *International Entrepreneurship and Management Journal, 6*(3), 317-329.

Schillo, R., Persaud, A., & Jin, M. (2016). Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship. *Small Business Economics, 46*(4), 619-637.

Schonberger, V. (2010). The law as stimulus: The role of law in fostering innovative entrepreneurship. *ISJLP*, 6, 153.

Schøtt, T., & Jensen, K. (2016). Firms’ innovation benefiting from networking and institutional support: A global analysis of national and firm effects. *Research Policy, 45*(6), 1233-1246.

Schøtt, T., & Sedaghat, M. (2014). Innovation embedded in entrepreneurs’ networks and national educational systems. *Small Business Economics, 43*(2), 463-476.

Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle.* Transaction publishers.

Scott, W. (1995). *Institutions and organizations.* California: Thousand Oaks.

Senyard, J., Baker, T., Steffens, P., & Davidsson, P. (2014). Bricolage as a path to innovativeness for resource‐constrained new firms. Journal of Product Innovation Management, 31(2),. *31*(2), 211-230.

Shane, S. (2009). Why encouraging more people to become entrepreneurs is bad public policy. *Small business economics, 33*(2), 141-149.

Shane, S. (2012). Reflections on the 2010 AMR decade award: delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review, 37*(1), 10-20.

Shane, S., & Eckhardt, J. (2005). The individual-opportunity nexus. En Z. Ács, & D. Audretsch, *Handbook of entrepreneurship research* (págs. 161-191). NY: Springer.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review, 25*(1), 217-226.

Stenholm, P., Acs, Z., & Wuebker, R. (2013). Exploring country-level institutional arrangements on the rate and type of entrepreneurial activity. Journal of Business Venturing, 28(1),. *28*(1), 176-193.

Stuetzer, M., Goethner, M., & Cantner, U. (2012). Do balanced skills help nascent entrepreneurs to make progress in the venture creation process? *Economics Letters, 117*(1), 186-188.

Trochim, W., & Donnelly, J. (2008). *Research methods knowledge base (3rd edition).* Atomic DOG.

Tsai, W., & Ghoshal, S. (1998). Social capital and value creation: The role of intrafirm networks. *Academy of management Journal, 41*(4), 464-476.

Tsang, D., & Park, Y. (2013). How culture and government shape entrepreneurial innovation: the case of Korean and UK online gaming firms. *Asian Journal of Technology Innovation, 21*(2), 237-250.

Urbano, D., & Alvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: an international study. *Small Business Economics, 42*(4), 703-716.

Van Praag, C. (1999). Some classic views on entrepreneurship. *De economist, 147*(3), 311-335.

Van Praag, C., & Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small business economics, 29*(4), 351-382.

Vivarelli, M. (2011). Baumol, WJ: the microtheory of innovative entrepreneurship. *Journal of Economics, 103*(2), 199-202.

Webb, J., Tihanyi, l., Ireland, R., & Sirmon, D. (2009). You say illegal, I say legitimate: Entrepreneurship in the informal economy. *Academy of Management Review, 34*(3), 492-510.

Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small business economics, 13*(1), 27-56.

Wennekers, S., van Stel, A., Thurik, R., & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small business economics, 24*(3), 293-309.

Wood, R., & Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of management Review, 14*(3), 361-384.