

Determinantes de la aspiración al crecimiento del negocio de los emprendedores colombianos: el rol de algunas generaciones, Baby Boomers, Generación X y Millenials

GONZÁLEZ ESPITIA, CARLOS GIOVANNI

Universidad Icesi (Colombia)

Correo electrónico: cggonzalez@icesi.edu.co

SARMIENTO GARCIA, VICTOR MANUEL

Universidad ICESI (Colombia)

Correo electrónico: victor.sarmiento1@u.icesi.edu.co

ARBOLEDA CUESTA, JHONNIER MARCELO

Universidad ICESI (Colombia)

Correo electrónico: jhonnier.arboleda@u.icesi.edu.co

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo estimar la probabilidad de las aspiraciones al crecimiento de los negocios de los emprendedores colombianos de acuerdo a la generación en la que nacieron. Existe una amplia literatura sobre los determinantes de la aspiración al crecimiento de los negocios, pero no existe mucha evidencia empírica de los posibles efectos derivados de pertenecer a una generación en específico. Se utilizó información proveniente del Global Entrepreneurship Monitor para el periodo entre 2006 y 2017. En particular, los datos fueron tomados de la Adult Population Survey, que mide ciertas características relevantes sobre emprendedores alrededor del mundo. De acuerdo con una muestra de 6.670 individuos se estimaron tres modelos de regresión logística ordinal, uno para cada generación: los Baby Boomers, la Generación X y la Generación Y-Millenials. Los resultados muestran que los emprendedores más jóvenes, los Millenials, tienen una concepción de la vida muy diferente a sus antecesores en relación a la visión sobre la actividad emprendedora como una opción de vida. De hecho, factores estructurales como el género, la educación y el motivo para emprender, resultan significativos para todas las generaciones. Sin embargo, factores relacionados con el contexto como sus habilidades, el temor al fracaso, el reconocimiento y su visión del emprendimiento como una carrera deseable, tienen efectos diferentes en cada generación. Estos resultados son relevantes para el desarrollo de políticas públicas y estrategias empresariales asociadas al emprendimiento en regiones en desarrollo.

Palabras clave: actividad empresarial; emprendimiento; aspiraciones al crecimiento; generaciones; Colombia.

Clasificación JEL: L26, L21, M13, C35.

MSC2010: 62P20.

Artículo recibido el 11 de mayo de 2022 y aceptado el 7 de septiembre de 2022.

Determinants of the growth aspiration of Colombian entrepreneurs: the Role of Some Generations, Baby Boomers, Generation X and Millennials

ABSTRACT

This paper aims to estimate the probability of growth aspirations of Colombian entrepreneurs according to the generation in which they were born. There is a large literature on the determinants of the growth aspiration, but there is not much empirical evidence on the possible effects of belonging to a specific generation. We used data from the Global Entrepreneurship Monitor for the period between 2006 and 2017. Specifically, the data were taken from the Adult Population Survey, which measures certain relevant characteristics of entrepreneurs around the world. Based on a sample of 6,670 individuals, three ordinal logistic regression models were estimated, one for each generation: Baby Boomers, Generation X and Generation Y-Millennials. The results show that the youngest entrepreneurs, the Millennials, have a very different conception of life than their predecessors in relation to their view of entrepreneurship as a life choice. In fact, structural factors such as gender, education and motive for entrepreneurship are significant for all generations. However, context-related factors such as their skills, fear of failure, recognition, and their view of entrepreneurship as a desirable career have different effects on each generation. These results are relevant for the development of public policies and business strategies associated with entrepreneurship in developing regions.

Keywords: entrepreneurial activity; entrepreneurship; growth aspirations; generations; Colombia.

JEL classification: L26, L21, M13, C35.

MSC2010: 62P20.



1. Introducción

La literatura internacional sobre la actividad empresarial muestra que las decisiones del emprendedor, entre ellas, la aspiración al crecimiento de su negocio, son sumamente importantes para comprender la prosperidad y la calidad de vida de los habitantes en cada país (Buitrago, 2014). Esto es así no solo porque los emprendedores generan su riqueza producto del riesgo que asumen invirtiendo su capital o incluso apalancándose; sino que el empleo que generan y el flujo de estos recursos, son capaces de dinamizar y servir de motor para mejorar la productividad, la competitividad, el crecimiento, el desarrollo y el bienestar económico de las regiones (Pozos et al., 2016). Schumpeter (1961) fue uno de los primeros economistas en definir lo que es un emprendedor y en reconocer el importante papel que cumple en el sistema económico capitalista. Su aporte se basa en valorar la capacidad que tienen estos individuos para dinamizar la economía de un país, debido a que constantemente desafían el statu quo y acaban por estructurar nuevas formas para los procesos productivos que llevan a cabo. Son conocidos por su aversión al riesgo ya que al convertirse en emprendedores asumen los riesgos de adquirir medios de producción (Knight, 1942).

El marco conceptual del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) es una versión desde la economía sobre cuáles son las actitudes que convierten a un individuo en un emprendedor. Puntualmente, el GEM entiende como emprendimiento a aquellas iniciativas que buscan crear nuevos negocios o empresas, esto incluye a las personas que trabajan por cuenta propia, tienen una organización comercial o incluso a aquellos que están intentando que su negocio crezca. Así, los emprendedores son clasificados en: propietarios o administradores de una empresa establecida, propietarios o administradores de una nueva empresa, o en aquellos que están a punto de iniciar una nueva empresa, que son emprendedores nacientes. Estos últimos son relevantes al evaluar la Tasa de Actividad Emprendedora en cada país (TEA, por sus siglas en inglés). Dicha medida corresponde al porcentaje de personas con edades entre 18 y 64 años, que se reconocen como emprendedores nacientes o nuevos, esto es, emprendedores que, con menos de 42 meses de operación, han pagado salarios o cualquier otro tipo de remuneración a empleados o propietarios. De esta manera, según el GEM, los individuos pueden elegir de manera temprana ser emprendedores y posteriormente, cuando deciden serlo, tomar una de sus decisiones más importantes: la aspiración al crecimiento de su negocio en términos del número de empleados.

Para medir esta importante decisión que toman los emprendedores nacientes, se han utilizado distintas metodologías. Una de ellas se basa en la diferencia entre el número de trabajadores que se espera tener en un futuro y los trabajadores actuales (Delmar & Wiklund, 2008). Otros directamente usan el número de empleados que aspira a tener la empresa en cinco años (Puente et al., 2019). En este sentido, no es lo mismo que un emprendedor naciente espere tener muchos trabajadores a tener pocos, dado que esta decisión afecta no solo a la empresa per se, sino a la sociedad por los potenciales nuevos puestos de trabajo o vacantes que genera cada emprendedor. Esta medida ha permitido entonces conocer más de cerca la conducta empresarial, en especial, la percepción de los emprendedores respecto al futuro de su negocio. Por ello, si bien es importante estudiar el emprendimiento como una elección de vida, también lo es examinar si los emprendedores aspiran a que su negocio crezca y qué factores determinan estas aspiraciones.

Sin embargo, factores como el género, la motivación, su nivel de educación, si considera que el miedo a fallar puede detener la actividad que realiza, la innovación, considerar el emprender una carrera deseable y el reconocimiento; parecen tener diferentes efectos sobre la aspiración al crecimiento del negocio por parte del emprendedor (Puente et al., 2017). De hecho, una de las cualidades más interesantes es la edad (Zhang & Acs, 2018), concretamente la generación a la que pertenece el emprendedor (Zhang & Acs, 2019), debido a que cada una de estas generaciones atravesó por circunstancias distintas y está enmarcada en contextos específicos, lo que puede configurar, de manera significativa, no solo distintos perfiles de emprendedores, sino la aspiración al crecimiento del negocio.

Ahora bien, el caso colombiano resulta interesante debido a que el país, entre el 2016 y 2020, ha avanzado en materia de emprendimiento debido a los aumentos significativos en la TEA en este periodo

(GEM, 2021). En concreto, Colombia se encontró en la cuarta posición en comparación con otras economías respecto a este indicador. Según el reporte del GEM Colombia (2021), esto no solo deja entrever un mayor acompañamiento a los emprendedores nacientes y los efectos de las políticas nacionales que han fomentado emprendimientos en torno a la cultura y la recreación, sino un aumento en las iniciativas empresariales de subsistencia.

El panorama de la actividad empresarial en Colombia junto con un análisis generacional de la aspiración al crecimiento de los negocios ayudará a los tomadores de decisiones a la hora de diseñar e implementar políticas más focalizadas según la generación de emprendedores. Las generaciones a caracterizar serán los Baby Boomers, la Generación X y la Generación Y - los Millenials. Es así como este trabajo de investigación busca estimar la probabilidad de las aspiraciones al crecimiento del negocio de los emprendedores colombianos, teniendo en cuenta la generación en la que nacieron, y ciertas características que se cree son capaces de explicar el comportamiento de dichas aspiraciones. De hecho, la literatura sobre el tema en regiones en desarrollo es escasa. Así, la contribución de este artículo se basa en mostrar nueva evidencia sobre un fenómeno poco estudiado en la literatura sobre emprendimiento, específicamente sobre las aspiraciones al crecimiento del negocio.

El artículo se organiza de la siguiente manera, empezando con esta introducción. En la Sección 2 se presenta una revisión de la literatura nacional e internacional. La Sección 3 presenta la metodología en donde se explican los datos, las variables y la estrategia empírica utilizada en esta investigación. La Sección 4 muestra los resultados obtenidos de los diferentes análisis realizados, principalmente los resultados del modelo logit ordenado, los efectos marginales en la media y algunos análisis gráficos a partir de la regresión. Por su parte, la Sección 5 presenta las conclusiones. Finalmente, se presenta la sección de referencias.

2. Revisión de la literatura nacional e internacional

La literatura sobre la aspiración al crecimiento del negocio por parte de los emprendedores nacientes se presenta en cuatro dimensiones: se inicia con las características asociadas a cada generación de emprendedores, luego se hace hincapié en la importancia de la edad y las generaciones en el emprendimiento. Posteriormente se presentan los determinantes de la aspiración al crecimiento de los negocios a nivel global y, finalmente, se exponen los determinantes de la aspiración al crecimiento de los negocios en el contexto colombiano. A continuación, se presenta cada una de ellas.

2.1. Las generaciones

Para entender por qué la generación a la que pertenece un emprendedor es importante a la hora de medir la aspiración al crecimiento empresarial, primero es necesario reconocer que una persona además de ser un individuo también es un ser colectivo, debido a que los demás tienen influencia en su devenir y desarrollo ontológico (Heidegger, 1993). Asimismo, si el yo es proyectado en otros individuos entonces los procesos de construcción de identidad parten de la sociedad en la que se está sumergido (Foucault, 1990). De esta manera, es prudente conservar la interpretación que hacen Johnson & Johnson (2010) pues invitan a entender las generaciones a partir de las experiencias personales y colectivas que han vivido los individuos que nacen en un periodo de tiempo determinado.

Así, una generación está compuesta por múltiples individuos, que construyen su identidad a partir de experiencias personales, a través de las experiencias en grupos con quienes tienen cosas en común, gracias a que vivieron los mismos acontecimientos históricos, porque nacieron en un periodo de tiempo similar o simplemente debido a que están permeados por la sociedad a la que pertenecen (Zemke et al., 2013; Johnson & Johnson, 2010), y, en efecto, son justo estas señales que configuran los comportamientos, ideas y futuras decisiones, dado que no sólo son entes individuales sino que depende de su generación (Heidegger, 1993).

Las generaciones que hoy en día sobreviven son seis: las personas que nacieron antes de 1945 son considerados como Tradicionalistas; entre 1946 y 1965 son considerados Baby Boomers; entre 1966 y 1980 pertenecen a la Generación X; entre 1981 y 1995 son aquellos que hacen parte de la Generación Y, mejor conocidos como Millenials; entre 1996 y 2012 pertenecen a la Generación Z; y, finalmente, entre 2012 y aproximadamente el 2025 aquellos que harían parte de la Generación Alpha. Sin embargo, no todas las generaciones hacen parte de la actividad emprendedora: los Tradicionalistas tienen aproximadamente 80 años en la actualidad y poco a poco se están retirando; las personas de la generación Alpha aún no son mayores de edad; y aquellos que pertenecen a la generación Z apenas pueden estar dando sus primeros pasos como emprendedores. Por esta razón, es razonable analizar a los Baby Boomers, a la Generación X y a los Millenials, pues son aquellos que conforman principalmente la población de emprendedores activos. A continuación, se describen las principales características de cada generación:

Los Baby Boomers son personas con edades entre 57 y 77 años de edad. Estos, dada su longevidad, son personas que actualmente tienen altos cargos en las organizaciones a las que pertenecen, son flexibles al adaptarse a las nuevas tecnologías (a pesar de haber crecido sin internet), manejan una alta dedicación en su trabajo y constantemente buscan status, lealtad y calidad de vida. Fueron enseñados a ser independientes por lo que tienen la capacidad de guiar, acompañar y adaptarse en la oficina a nuevos entornos. Son ejemplo de responsabilidad y confiabilidad sobre sus subordinados que usualmente son miembros de la Generación X y Millenials. Los Baby Boomers usualmente son caracterizados como aquellos que no tienen miedo de correr riesgos y probar nuevas direcciones. De hecho, esta generación ha tomado posiciones sobre los temas clave del siglo XX. No obstante, actualmente está terminando su ciclo laboral, financiando la educación de sus hijos (quienes pertenecen a la Generación Y) y preparándose para la jubilación.

Aquellos miembros de la Generación X son individuos que actualmente están en un rango de edad entre los 42 y 56 años. Son personas que crecieron en un ambiente familiar dividido dado que no siempre estaban sus padres. Esto ha hecho que se tornen como sujetos independientes, que valoran más el tiempo fuera del trabajo y que tienen una visión de vida que defiende la educación como un pilar fundamental a la hora de conseguir un buen trabajo. Además, se caracterizan por buscar ideas nuevas que se diferencien de las de sus antecesores, incorporan y se adaptan fácilmente a las nuevas tecnologías, gradualmente han ingresado a la dinámica de la globalización dado el auge de las herramientas digitales y de comunicación (Chávez & Barrera, 2017); y tienen una orientación al mejoramiento de su calidad de vida más que a la estabilidad en su trabajo.

Finalmente, sobre los Millenials es preciso decir que tienen edades entre 27 y 41 años. Directamente son parte de una generación que nació en momentos de fuertes cambios tecnológicos, de ahí que la tecnología sea algo que sea parte fundamental de su día a día y no demuestre un gran reto. Además, cuentan con más facilidades pues pueden acceder a fuentes de información rápidamente gracias a que han estado expuestos a internet, las redes sociales, los teléfonos inteligentes, entre otras tecnologías. Es justo ésta una de las razones por las que cuestionan las formas de enseñanza tradicional y creen que la educación que reciben es fundamental para el desarrollo de sí mismos. Esto deja ver lo importante que es para ellos mantener un balance entre las oportunidades de aprendizaje que su trabajo les provee y la flexibilidad que éste les otorga para disfrutar su vida mientras se acotan a máximas como la ética, la responsabilidad ecológica o simplemente ser mejor que sus progenitores. Los emprendedores Millenials parecen traer un nuevo aire a la escena, un poco menos conservador y más arriesgado a la hora de emprender respecto a sus antecesores.

Es por esto que el contexto de una generación marca la comprensión del mundo, estilos de vida, percepciones y motivaciones con las que cuenta el emprendedor, pues al analizar la actividad empresarial por grupos generacionales, es posible definir el perfil de cada emprendedor según la generación a la que pertenece (Zemke et al., 2013). De hecho, las generaciones tienen un papel protagónico en un momento de sus vidas. Esto se ve principalmente una vez alcanzan una posición estratégica en el mercado laboral y luego su época dorada decrece a medida que envejecen, lo que da paso a las generaciones futuras (Chavez & Barrera, 2017). Esto no es más que el relevo generacional

que sufre cada grupo de individuos y que al final será inevitable, pues parte de lo que define a las empresas es que pueden sobrevivir en el tiempo y no desaparecer con la primera generación de fundadores (Rosa & Tejeda, 2016).

2.2. Edad y generaciones en el emprendimiento

El análisis del efecto sobre la actividad emprendedora de las diferencias en la edad y las características de cada generación es un tema que actualmente es relevante en la literatura. Una de las vertientes se ha forjado en torno a los empleados y la importancia de tener en cuenta su conducta, al medir el crecimiento del negocio. Se ha encontrado que las diferencias en las características de los empleados son importantes, porque no solo es una cuestión de cómo lograr un mejor equipo de trabajo, sino que las diferencias de los trabajadores inducen a que existan brotes de innovación dentro de la empresa y esto es justo lo que permite medir su impacto al crear nuevos emprendimientos fuera de la unidad de negocio principal, es decir, su efecto sobre el emprendimiento corporativo (Guerrero et al., 2021).

Específicamente, el compromiso de los trabajadores con el emprendimiento corporativo es decreciente respecto a la edad, y, mientras se den las condiciones en las firmas, el capital humano sea diversificado y existan actitudes emprendedoras favorables, el emprendimiento corporativo ha de aumentar (Guerrero et al., 2021). Son más propensos a participar en iniciativas de riesgo corporativo los empleados que hacen parte de la Generación X y Y, que tienen una disposición favorable hacia el espíritu empresarial. También, lo son aquellos Millenials con un capital humano más diversificado. Sin embargo, los Baby Boomers son menos propensos a participar.

En la misma vía, es posible considerar las diferencias entre los emprendedores. Yang, et al. (2022) sugieren que éstas motivan la generación de nuevas ideas en su equipo de trabajo y llevan a que dicha heterogeneidad tenga un impacto en el conocimiento, la innovación y el reconocimiento de oportunidades de cada emprendedor. Estos muestran cómo los emprendedores nacidos después de 1980 son personas con características orientadas a las tareas que deben realizar, mientras que aquellos nacidos después de 1990 son personas orientadas a las relaciones. Así, el hecho de que cada tipo de emprendedor se relacione con otros le permite no sólo ampliar su visión de cómo hacer las cosas, sino que ahora puede buscar nuevas oportunidades de negocio, mejorarse a sí mismo y, por tanto, encontrar un equipo con quien también potenciar sus habilidades.

Ahora bien, los emprendedores también deciden cuánto aspiran a que su negocio crezca. Así, la literatura muestra que las personas más jóvenes suelen aspirar a niveles mayores de crecimiento en sus negocios, comparados con personas más longevas (Autio & Acs, 2009). El efecto es tan marcado que incluso la probabilidad de emprender se reduce paulatinamente con el tiempo (Zhang & Acs, 2018). De hecho, el comportamiento de la edad es posible diferenciarlo por cada tipo de emprendedor. En consecuencia, la probabilidad de ser un emprendedor novato decrece inicialmente, pero luego aumenta conforme el individuo es más longevo (Zhang & Acs, 2019). La propensión a ser un emprendedor que se ve motivado por la oportunidad de crecimiento, autorrealización o éxito financiero y que no trabaja tiempo completo, aumenta conforme lo hace la edad. Incluso los emprendedores capaces de estructurar su negocio ordenadamente se encuentran en edades tempranas y la probabilidad cae para quienes pertenecen a la Generación X en comparación a los Baby Boomers; de hecho, estos últimos en comparación con los Tradicionalistas tienen una propensión menor.

2.3. Aspiración al crecimiento del negocio a nivel global

A lo largo de las últimas décadas, los investigadores han puesto sus ojos en los emprendedores nacientes. En especial, ha habido una alta concentración en el análisis sobre los determinantes de la aspiración al crecimiento de los negocios, pues ésta se ha convertido en un objeto de estudio muy importante no solo para medir la actividad empresarial en el mundo sino como un indicador de desarrollo económico de una nación.

De manera general, esta aspiración es explicada a través de algunas características propias del emprendedor. Entre ellas se han considerado el género, la motivación que tiene al emprender, su edad y su nivel de educación (Puente et al., 2017). Por otro lado, estos individuos son caracterizados por poseer habilidades empíricas basadas en la práctica y la experiencia; que no tienen edades avanzadas, mantienen elevadas cargas familiares y no parecen tener miedo al fracaso. Incluso, aquellos individuos que no trabajan, parecen tener más posibilidades de convertirse en emprendedores en países con altos niveles de regulación (Ardagna & Lusardi, 2008); por otro lado, los que lo hacen no empiezan durante el estudio de sus carreras (debido a los costos de entrada y la aversión al riesgo), sino que lo hacen hasta después de haber pasado por un empleo remunerado (Hincapié, 2019).

Así mismo, es importante comprender el papel que juega el espíritu empresarial a la hora de generar crecimiento económico en una región. Naturalmente, generar progreso al buscar nuevas oportunidades de negocio parece darse a través de la promoción de políticas públicas que buscan tener un impacto positivo en elementos macroeconómicos como la inversión y el desempleo. De hecho, el comportamiento del Producto Interno Bruto (PIB) de una región acabaría por influir positivamente en la aspiración al crecimiento del negocio por parte del emprendedor (Puente et al., 2019). Según las características mencionadas anteriormente, los emprendedores acaban por ser uno de los elementos fundamentales que estimulan el crecimiento económico de un país (Minniti, 2012).

Igualmente, las instituciones también desempeñan un papel clave en la explicación de la actividad empresarial (especialmente como generador de oportunidades de negocios), es por ello que garantizar un ambiente empresarial competitivo y propicio para nuevos emprendedores será la clave para lograr el crecimiento (Urbano et al., 2020).

Sin embargo, queda espacio para avanzar, pues es importante tener en cuenta los determinantes de la aspiración al crecimiento de los emprendedores nacientes en conjunto con factores que suelen ser desconocidos a la hora de analizar el comportamiento de la actividad empresarial. Muestra de ello puede ser considerar los valores sociales, la estructura de clases, el sistema educativo, la percepción de la innovación en sus actividades productivas, las generaciones, etc. (Minniti, 2012).

2.4. Aspiración al crecimiento del negocio: el contexto colombiano

El contexto colombiano no está muy alejado de lo que ocurre en el mundo, pero se deben tener en cuenta matices. Por ejemplo, en entornos institucionales más corruptos, los emprendedores tienen menores aspiraciones de crecimiento del empleo, es decir, que la corrupción tiene un efecto negativo, al igual que el tamaño del gobierno (Estrin et al., 2013). Adicionalmente, los emprendedores optan por el camino de la informalidad puesto que en los países en vía de desarrollo son más sensibles a los cambios por el número de procedimientos necesarios para iniciar y mantener un nuevo negocio, así como a los costos salariales que deben mantener (Urbano et al., 2020). Esto muestra la importancia que tiene el contexto del país para analizar la actividad emprendedora que esta correlacionada con las características propias de cada país o región.

Específicamente, de acuerdo con Romero et al. (2020) en Colombia las aspiraciones al crecimiento de los negocios están correlacionadas con el capital humano general y el capital humano específico. El capital humano general que es el que está relacionado con la educación formal aparece en la literatura como uno de los principales determinantes del emprendimiento por los aumentos en la productividad y en Colombia parece tener un efecto positivo. Ahora bien, los autores muestran que el capital humano específico medido como experiencia, también es de igual importancia para explicar las aspiraciones al crecimiento de los negocios de los emprendedores colombianos. Sin embargo, las correlaciones del capital humano con las aspiraciones al crecimiento del negocio para ambas definiciones de capital humano resultan tener efecto dependiendo del periodo de análisis.

Por otro lado, en la última década, tras el auge en la incidencia de las personas que emigran y retornan a Colombia, y más concretamente, como mencionan Tovar et al. (2021), las empresarias que han retornado al país cuentan con el conocimiento, las habilidades y la experiencia necesaria para

comenzar un negocio con énfasis en los contactos que hacen en el exterior. Sin embargo, es importante garantizar unas buenas condiciones en materia económica del país y un ambiente empresarial propicio que incentive al incremento de la actividad empresarial en los individuos. De conocer el efecto potencial que esto genera en la economía, los individuos con mayor nivel de educación podrían enfrentar un mayor costo de oportunidad tras hacer su carrera como emprendedores (Díaz et al., 2021). Por lo tanto, debido a los efectos que tienen las políticas públicas sobre el emprendimiento, se debe analizar la implementación de normas y leyes que también apoyen a los emprendedores para que el impacto de estas se pueda ver reflejado en un retorno real en la economía (Buitrago, 2014).

En consecuencia, García (2008) propone poner una mayor atención a los aspectos relacionados con el apoyo a las generaciones de nuevos emprendedores para incrementar su probabilidad de éxito en Colombia. Por otro lado, Puente et al. (2020) muestra que las aspiraciones al crecimiento del negocio de los emprendedores en los países de la Alianza del Pacífico (Colombia, Chile, México y Perú) está más correlacionada con el contexto macroeconómico, institucional y el ambiente social, que con características individuales como la edad. Por último, la actividad emprendedora en Colombia se da principalmente por necesidad lo que provoca un alto nivel de emprendimiento empresarial informal o de supervivencia. Según López et al. (2020) este tipo de emprendimiento informal está correlacionado con características del individuo como la edad, lo que refuerza la idea de la importancia de las generaciones como determinante del emprendimiento empresarial.

Por otra parte, Cuevas et al. (2022) realizan un análisis de los factores asociados al emprendimiento de migrantes colombianos que tienen en cuenta la edad como un factor significativo. Encuentran que la edad, en especial ser joven, es un factor relevante para ser emprendedor en Bogotá y no tan relevante para otras regiones. Ellos explican estas diferencias en los resultados de la variable edad por factores socioeconómicos que son diferentes en cada región del país.

En la Tabla 1 se presenta un resumen de la literatura en términos generales que analiza el efecto de las diferencias generacionales en la edad sobre el emprendimiento empresarial. Para algunos autores lo importante es la edad, para otros la década de nacimiento y otros reconocen la existencia de generaciones particulares dependiendo del año de nacimiento del emprendedor. Esto muestra cómo viene evolucionando el estudio de la edad y de las generaciones en la explicación del emprendimiento empresarial.

Tabla 1. Literatura: diferencias generacionales e influencia de la edad en la aspiración.

Autor	Ideas principales
<i>Diferencias en el emprendimiento entre generaciones</i>	
Chávez & Barrera (2017)	Los Baby Boomers que nacieron y crecieron en el siglo XX han acumulado capital humano, pero su motivación por emprender tiende a disminuir. Adicionalmente, la Generación X es reconocida por invertir moderadamente en capital humano, tienen grandes niveles de energía y junto a los Millennials pueden dirigir emprendimientos en diferentes etapas.
Zhang & Acs (2019)	La Generación X tiene mayor probabilidad de ser emprendedores novatos a diferencia de los Baby Boomers entre los 44-51 años de edad. Adicionalmente, la probabilidad de que los Boomers emprendan por oportunidad es 2,3 veces mayor que los Tradicionalistas.

Zhang & Acs (2018)	Con 44 años, la Generación X y los Baby Boomers tienen la misma propensión a ser emprendedor <i>incorporated</i> . Para la edad de 44-51 años, la propensión de la Generación X disminuye considerablemente en comparación con los Baby Boomers.
<i>Influencia de la variable edad en los emprendedores</i>	
Ardagna & Lusardi (2008); Zhang & Acs (2018)	Existe una relación positiva entre edad y probabilidad de emprendimiento.
Estrin & Mickiewicz (2010)	La probabilidad de ser emprendedor naciente se relaciona de manera directa con la variable edad.
Arenius & Minnit (2005)	El efecto que provoca la edad en la probabilidad de ser emprendedor naciente es negativo.
Autio & Acs (2009); Verheul & Van Mil (2011); Estrin et al. (2013); Puente et al. (2017)	La edad influye de forma negativa en la aspiración de crecimiento empresarial.
Puente et al. (2019)	La edad tiene una relación negativa con la probabilidad de emprender por necesidad y oportunidad en Latinoamérica.

Fuente: Elaboración propia.

3. Metodología

3.1. Datos y variables

Los datos fueron tomados del GEM para el periodo entre 2006 y 2017. El GEM es un esfuerzo conjunto de un gran equipo de investigadores que integra a instituciones educativas de alto nivel de todo el mundo, a fin de entender los determinantes de la actividad empresarial en cada nación. Es una fuente de investigación global que recopila información sobre el emprendimiento directamente de emprendedores individuales, y, sus datos y herramientas benefician a numerosas partes interesadas.

El GEM permitió tomar información sobre el nivel de aspiración al crecimiento de los negocios en términos de la cantidad de trabajadores que espera tener un emprendedor naciente en los siguientes cinco años. Así, y de acuerdo con los trabajos pioneros en la región de Puente et al. (2017) y Puente et al. (2019), la variable dependiente sobre la aspiración al crecimiento de los negocios es una buena medida del crecimiento real de estos. Además, en la misma vía que Estrin y Mickiewicz (2010), se considera una aspiración alta aquella que pretende la creación de diez o más puestos de trabajo en los siguientes cinco años.

La Tabla 2 presenta una descripción de la variable a explicar, un conjunto de variables capaces de determinar la aspiración al crecimiento del negocio y una variable que permite establecer la generación a la que pertenece cada emprendedor colombiano, que se espera que permita distinguir las diferencias en los determinantes del nivel de aspiración al crecimiento de su negocio.

Las características que buscan explicar la aspiración al crecimiento de los negocios de un emprendedor, en esta investigación, son comúnmente usadas en la literatura mundial. En particular, son propiedades estructurales que representan al emprendedor: el género, el nivel de educación, la razón que lo motivó a empezar su negocio, las habilidades con las que cuenta, si él considera que en su país emprender es una carrera deseable, si él cree que en su país ser emprendedor crea reconocimiento a su

alrededor por el hecho de serlo, si considera que la innovación es un factor relevante a la hora de emprender; y, finalmente, si el miedo a fallar le impide tomar la decisión de iniciar a emprender.

Del mismo modo, se agregó un componente temporal que mostrará cómo cambian estas características a lo largo del tiempo en términos discretos. Así, con base en el año en que fue tomada la encuesta y considerando la edad del emprendedor fue calculada su fecha de nacimiento. Luego, fue ajustada y clasificada, según Zhang y Acs (2019), en generaciones. En consecuencia, las personas nacidas entre 1946 y 1965 son considerados Baby Boomers; entre 1966 y 1980 pertenecientes a la Generación X, y, finalmente, entre 1981 y 1995 aquellos que harían parte de la Generación Y-Millennials.

Tabla 2. Descripción de las variables de la base de datos.

Variable	Pregunta de la encuesta	Etiquetas	
		Respuesta	Código
Aspiración de crecimiento	Sin incluir a los propietarios, ¿cuántas personas cree que trabajarán para este negocio cuando se haya establecido en 5 años?	Aspira entre 0 y 1 empleado	1
		Aspira a 2 empleados	2
		Aspira a 3 empleados	3
		Aspira entre 4 y 9 empleados	4
		Aspira entre 10 o más empleados	5
Generaciones	Variable dicotómica que toma el valor de 1 cuando un individuo pertenece a una de las siguientes generaciones:	Baby Boomers	= 1 & o.w. 0
		Generación X	= 1 & o.w. 0
		Generación Y	= 1 & o.w. 0
Género	¿Cuál es su género?	Femenino	1
		Masculino	0
Nivel de educación	¿Cuál es el nivel más alto de educación que ha completado? (Variable recategorizada dado que los rangos variaban entre años)	Bachillerato	1
		Otro	0
Motivación	¿Ha estado involucrado en esta nueva empresa para aprovechar una oportunidad de negocio o porque no tienes una mejor alternativa de trabajo?	Necesidad	= 1 & o.w. 0
		Oportunidad	= 1 & o.w. 0
		Transición	= 1 & o.w. 0
Habilidades	¿Tiene los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio?	Sí	1
		No	0
Carrera deseable	En Colombia, ¿la mayoría de la gente considera que iniciar un nuevo negocio es una opción de carrera deseable?	Sí	1
		No	0

Variable	Pregunta de la encuesta	Etiquetas	
		Respuesta	Código
Reconocimiento	En Colombia, ¿las personas que han iniciado un negocio con éxito tienen un alto nivel de vida y reconocimiento /respeto?	Sí	1
		No	0
Miedo a fallar	¿Es el miedo al fracaso lo que le impide emprender un nuevo negocio?	Sí	1
		No	0
Innovación	Q1: ¿Cuántos de sus clientes potenciales cree que considerarán este producto/servicio nuevo y desconocido?	Innovación: Todas, algunas (para Q1 y Q2), o menos de 1 año (para Q3) Imitación: ninguna (para Q1 y Q2) o más de 1 año (para Q3)	1
	Q2: ¿Cuántas otras empresas conocen que ofrecen los mismos productos o servicios a sus clientes potenciales?		0
	Q3: ¿Cuánto tiempo han estado disponibles las tecnologías o los procedimientos necesarios para este producto o servicio?		
Año	Variable dicotómica que toma el valor de 1 para cada año según aquel en que se realizó la encuesta	2006	= 1 & o.w. 0
		2007	= 1 & o.w. 0
		2008	= 1 & o.w. 0
		2009	= 1 & o.w. 0
		2010	= 1 & o.w. 0
		2011	= 1 & o.w. 0
		2012	= 1 & o.w. 0
		2013	= 1 & o.w. 0
		2014	= 1 & o.w. 0
		2015	= 1 & o.w. 0
		2016	= 1 & o.w. 0
2017	= 1 & o.w. 0		

Fuente: Elaboración propia según encuesta del GEM.

La Tabla 3 muestra la frecuencia de la variable dependiente (aspiración al crecimiento del negocio del emprendedor naciente) en su agregado y por generaciones. La aspiración al crecimiento de los negocios se construye a partir del número de empleados que espera tener el emprendedor a los cinco años después de empezar su actividad emprendedora. De esta forma la variable originalmente es continua y tiene un rango entre 0 y 100, aproximadamente. Esta variable se categorizó en cinco grupos de la siguiente forma:

$$Y_i = \begin{cases} 1: \text{Aspira tener menos de 1 trabajador} \\ 2: \text{Aspira tener 2 trabajadores} \\ 3: \text{Aspira tener 3 trabajadores} \\ 4: \text{Aspira tener entre 4 y 9 trabajadores} \\ 5: \text{Aspira tener 10 o más trabajadores} \end{cases}$$

Tabla 3. Frecuencia de la aspiración al crecimiento de los negocios.

Categoría*	Todas las generaciones	Baby Boomers (1946-1965)	Generación X (1966-1980)	Generación Y (1981-1995)
1	329 (4.93%)	72 (4.95%)	137 (5.23%)	120 (4.62%)
2	500 (7.50%)	115 (7.91%)	207 (7.90%)	178 (6.86%)
3	534 (8.01%)	118 (8.12%)	224 (8.55%)	192 (7.40%)
4	1.910 (28.64%)	417 (28.68%)	745 (28.42%)	748 (28.82%)
5	3.397 (50.93%)	732 (50.34%)	1.308 (49.9%)	1.357 (52.29%)

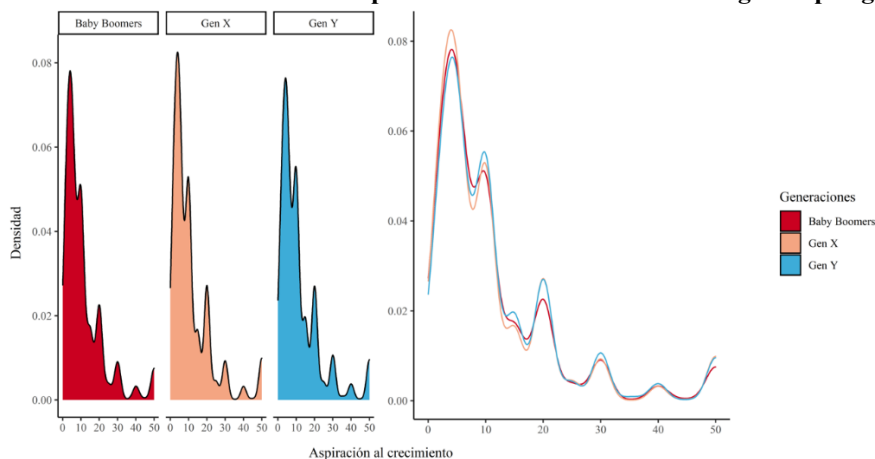
* La variable dependiente aspiración al crecimiento de los negocios considera cinco (5) categorías ordenadas de menor a mayor. Las categorías son las siguientes: (1) si aspira a tener entre cero y un empleado, (2) si aspira a tener dos empleados, (3) si aspira a tener tres empleados, (4) si aspira a tener entre cuatro y nueve, y (5) si aspira a tener diez o más empleados.

Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

Así, es preciso ver cómo el 50% de las observaciones están concentradas en la categoría 5. Además, considerando que aspirar a tener diez o más empleados representa un nivel de aspiración alta al crecimiento de los negocios, esto trae a la discusión la actitud o disposición combativa, soñadora y propensa al riesgo de los emprendedores nacientes colombianos. Por otro lado, la siguiente categoría es la cuarta, que concentra el 28% aproximadamente. Las categorías 1, 2 y 3 concentran aproximadamente el 22% restante. El comportamiento por generaciones en la aspiración al crecimiento del negocio es similar para todas.

En la misma vía, el Gráfico 1 es de gran ayuda pues permite reconocer la densidad de las observaciones en el eje de las abscisas a una altura determinada en las ordenadas. Así, la distribución de la aspiración al crecimiento de los negocios es asimétrica, sesgada hacia la izquierda ya que los datos se concentran hacia la izquierda de la distribución. Asimismo, es claro que también es leptocúrtica, de tal forma que tiene un alto grado de apuntamiento, o bien, como se esperaba, un elevado grado de concentración alrededor de los valores centrales de la variable, los cuales parecen tender a niveles en donde la aspiración al crecimiento del negocio es menor a diez empleados. Hay que tener en cuenta que en el gráfico las aspiraciones al crecimiento del negocio se muestran hasta cincuenta debido a que las aspiraciones superiores son muy pocas.

Gráfico 1. Densidad de Kernel de la aspiración al crecimiento de los negocios por generación.



Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

La Tabla 4 resume las estadísticas descriptivas de las variables que han de explicar el nivel de aspiración al crecimiento de los negocios, no solo en el agregado sino por generaciones. A saber, resaltan ciertos rasgos del emprendedor colombiano: el 61% de estos son hombres, el 56% al menos ha completado el bachillerato, el 52% ha estado involucrado en su nueva empresa para aprovechar una oportunidad de negocio y solo el 22% está cambiando su argumento de estar involucrado porque necesita este negocio para sobrevivir, a aprovechar la oportunidad de crecimiento empresarial que puede tener por delante. Así mismo, en general, el 87% de los emprendedores expresa tener los conocimientos, las habilidades y la experiencia necesaria para iniciar un nuevo negocio; el 83% cree que en Colombia la mayoría de la gente considera que iniciar un nuevo negocio es una opción de carrera deseable; el 72% cree que las personas que han iniciado un negocio con éxito, tienen un alto nivel de vida y reconocimiento o respeto; el 99% cree que la innovación es un elemento importante al desarrollar su actividad empresarial; y finalmente, solo el 23% cree que el miedo al fracaso es lo que le impide emprender un nuevo negocio. Entre generaciones, a simple vista, no parece haber indicios de grandes diferencias en estas características estructurales.

No obstante, fueron calculadas las correlaciones entre las variables explicativas. Los resultados de la Tabla 5 sugieren que no existe presencia de un potencial problema de multicolinealidad entre ellas. Los signos de las correlaciones entre las variables son los esperados por la literatura del tema y los valores de estas correlaciones no superan el 90% para el caso de los que son estadísticamente significativos al 99% de confianza.

Tabla 4. Estadísticas descriptivas de las variables de interés

Variables	Todas las generaciones [n = 6.670]				Baby Boomers (1946-1965) [n = 1.454]				Generación X (1966-1980) [n = 2.621]				Generación Y (1981-1995) [n = 2.595]			
	Media	SD	Min	Max	Media	SD	Min	Max	Media	SD	Min	Max	Media	SD	Min	Max
Género: femenino	0.39	0.49	0	1	0.37	0.48	0	1	0.42	0.49	0	1	0.38	0.48	0	1
Nivel de Educación	0.56	0.50	0	1	0.61	0.49	0	1	0.55	0.50	0	1	0.56	0.50	0	1
Motivación: Oportunidad	0.52	0.50	0	1	0.44	0.50	0	1	0.50	0.50	0	1	0.58	0.49	0	1
Motivación: Transición	0.24	0.42	0	1	0.23	0.42	0	1	0.24	0.42	0	1	0.24	0.43	0	1
Habilidades	0.87	0.34	0	1	0.90	0.30	0	1	0.89	0.32	0	1	0.83	0.38	0	1
Carrera deseable	0.83	0.38	0	1	0.86	0.35	0	1	0.83	0.38	0	1	0.81	0.39	0	1
Reconocimiento	0.72	0.45	0	1	0.74	0.44	0	1	0.74	0.44	0	1	0.70	0.46	0	1
Innovación	0.99	0.08	0	1	0.99	0.11	0	1	0.99	0.08	0	1	0.99	0.07	0	1
Miedo a fallar	0.23	0.42	0	1	0.26	0.44	0	1	0.24	0.43	0	1	0.20	0.40	0	1

Fuente: Elaboración propia con datos del GEM

Tabla 5. Matriz de correlaciones de las variables independientes.

No	Variables	VIF	1	2	3	4	5
1	Aspiración de crecimiento		1				
2	Baby Boomers	1.01	-0.00731	1			
3	Generación X	1.01	-0.02144	-0.42479*	1		
4	Generación Y	1.01	0.02767	-0.42133*	-0.64204*	1	
5	Género: femenino	1.01	-0.13414*	-0.02343	0.04657*	-0.02681	1
6	Nivel de Educación	1.05	-0.07625*	0.04293*	-0.02888	-0.00742	0.03261*
7	Motivación: Oportunidad	1.26	0.07226*	-0.08466*	-0.02241	0.09415*	-0.02925
8	Motivación: Transición	1.36	0.05717*	-0.00430	0.00033	0.00331	-0.05851*
9	Habilidades	1.02	0.05091*	0.05723*	0.04589*	-0.09444*	-0.04482*
10	Carrera deseable	1.05	-0.05184*	0.04506*	-0.00460	-0.03355*	0.01879
11	Reconocimiento	1.02	-0.01418	0.02103	0.02517	-0.04303*	-0.02856
12	Innovación	1.00	0.02053	-0.03238*	0.00676	0.02065	-0.00750
13	Miedo a fallar	1.02	-0.06197*	0.03245*	0.02641	-0.05394*	0.04950*

Notas: (1) La prueba VIF se calculó en R para medir el grado de multicolinealidad según las reglas de Aiken et al. (1991) y Fox & Monette (1992); (2) Nivel de significancia al 1% con el método de Spearman.

Fuente: Elaboración propia con datos del GEM

Tabla 5. (Continuación)

No	6	7	8	9	10	11	12	13
1								
2								
3								
4								
5								
6	1							
7	-0.06179*	1						
8	-0.06727*	-0.57442*	1					
9	-0.06707*	0.06975*	-0.03730*	1				
10	0.07675*	-0.08166*	0.08486*	-0.01024	1			
11	0.06218*	-0.02836	0.01629	-0.00809	0.12243*	1		
12	-0.02463	-0.00766	0.01795	0.00299	-0.01041	-0.00093	1	
13	0.02689	-0.06838*	-0.01667	-0.14608*	0.01174	0.01271	-0.02934	1

Notas: (1) La prueba VIF se calculó en R para medir el grado de multicolinealidad según las reglas de Aiken et al. (1991) y Fox & Monette (1992); (2) Nivel de significancia al 1% con el método de Spearman.

Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

3.2. Estrategia empírica.

Si bien se ha mencionado que la aspiración al crecimiento de un negocio es medida en términos del número de trabajadores que espera tener un emprendedor en cinco años, y esto parece implicar que la variable debe de ser continua, lo cierto es que tras revisar la distribución de la variable y ver que la mayoría de los valores están contenidos entre cero y diez, parece que la variable dependiente realmente toma un número de valores finitos y discretos que contienen información ordinal. Es por esto que fue categorizada en cinco niveles ordenados de forma que el nivel uno será la aspiración más baja y el cinco la más alta.

Fue por esta razón que, en lugar de pensar en un modelo lineal múltiple (con variable dependiente continua) o un modelo multinomial (con variable dependiente que toma valores finitos y discretos, pero no ordenados), se usó un modelo logit ordenado capaz de predecir la probabilidad de la aspiración al crecimiento de los negocios de los emprendedores colombianos. Así, siendo Y una variable aleatoria que toma el valor de una de las J alternativas ordenadas posibles $\{1, 2, \dots, J\}$, entonces existe una variable latente no observada Y^* que está explicada por:

$$Y_i^* = \Lambda \sum_{k=1}^K \beta_k X_{ki} + \varepsilon_i \quad [1]$$

La variable latente continua Y^* tiene múltiples puntos de corte, o interceptos, α_j , que harán que la variable Y observada dependa del corte en la aspiración al crecimiento del negocio de forma discreta. En este caso, Y es el nivel de aspiración que tiene un emprendedor sobre el crecimiento que tendrá su negocio, está agrupada en cinco alternativas o categorías ordenadas (donde la j -ésima alternativa simboliza el nivel de aspiración al crecimiento del negocio más alto, tal que $J = 5$), y puede tomar los siguientes valores:

$$Y_i = \begin{cases} 1, & \text{si } Y_i^* \leq \alpha_1 \\ 2, & \text{si } \alpha_1 < Y_i^* \leq \alpha_2 \\ 3, & \text{si } \alpha_2 < Y_i^* \leq \alpha_3 \\ 4, & \text{si } \alpha_3 < Y_i^* \leq \alpha_4 \\ 5, & \text{si } Y_i^* > \alpha_4 \end{cases}$$

Λ (lambda) de la ecuación 1, representa la función de distribución logística para el modelo logit multinomial. Como se mencionó, dada la naturaleza latente, discreta y ordinal de la variable dependiente, se usó una parametrización logit acumulativa descrita en la ecuación [2], bajo un modelo de regresión logística ordinal. De este modo, un modelo con $J - 1$ interceptos y un parámetro β_k para cada X_k , no solo permite que el intercepto cambie por cada logit acumulativo, sino que asume que cada variable explicativa ejerce el mismo efecto en cada uno.

$$\log\left(\frac{P(Y \leq j)}{1 - P(Y \leq j)}\right) = \alpha_j - \sum_{k=1}^K \beta_k X_k \quad [2]$$

De hecho, a diferencia de los modelos lineales, que predicen los valores de Y como combinación lineal de los valores de cada X_k , y permiten usar una interpretación del impacto marginal de los parámetros sobre Y ; un modelo logit estima el logaritmo de las razones de probabilidad de $Y = j$. Los coeficientes de este último, además de tener una interpretación poco intuitiva, no permiten ver el impacto marginal de cada X_k para cada $Y = j$.

Por ello, se estimaron los efectos marginales descritos en la ecuación 3 para cada X_k , los cuales fueron construidos sobre la probabilidad de cada nivel de aspiración al crecimiento y son capaces de expresar los cambios en la probabilidad de aspirar al crecimiento del negocio por parte de un

emprendedor colombiano, ante un cambio unitario en una de las variables independientes, manteniendo las demás constantes. Este cálculo se realiza para cada modelo logit ordenado cuando los regresores se mantienen en su valor medio y manteniendo la misma especificación solo que agregando una unidad a X_k . Al derivar, se obtiene:

$$\frac{\delta Y}{\delta X_k} = G(\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 \bar{X}_1 + \dots + \hat{\beta}_k(\bar{X}_k + 1) + \dots + \hat{\beta}_j \bar{X}_j) - G(\hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 \bar{X}_1 + \dots + \hat{\beta}_k \bar{X}_k + \dots + \hat{\beta}_j \bar{X}_j) \quad [3]$$

Específicamente, se usa el modelo descrito en la ecuación 4[4 para arrojar estimaciones de los parámetros del modelo tras maximizar la función logarítmica de verosimilitud para una muestra de n observaciones.

$$L(\beta, \alpha) = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^{J-1} I(y_i = j) \log\left(\frac{P(Y \leq j)}{1 - P(Y \leq j)}\right) \quad [4]$$

4. Principales resultados

En la Tabla 6 se presentan los resultados de la estimación de los modelos logit ordenados para estimar la probabilidad sobre la aspiración del crecimiento del negocio de los emprendedores tempranos en Colombia por generación. Las tres columnas de resultados corresponden a las generaciones: Baby Boomers, Generación X y Generación Y-Millennials, en donde se incluyeron las mismas variables justamente esperando encontrar características que diferenciaran a una generación de otra a la hora de emprender.

Las estimaciones se hacen con un pooled desde 2006 hasta el año 2017 y este efecto lo recoge la variable “años”. En esta tabla también se presentan algunos estadísticos sobre el ajuste de las regresiones como, por ejemplo: Log-Likelihood, R cuadrado de McFadden, el criterio de Akaike (AIC) y el tamaño de la muestra.

Sin embargo, los resultados de la estimación de un modelo logit ordenado están en términos del logaritmo de las probabilidades, lo cual dificulta su interpretación. Por esta razón, se prefirió mantener una interpretación que exprese el cambio promedio de la variable dependiente ante un cambio unitario en uno de los regresores, *ceteris paribus*. Mas adelante se presentan los resultados de los efectos marginales en media y su interpretación.

Tabla 6. Resultados del modelo logit ordenado multinomial de la probabilidad de aspiración.

Variables	Baby Boomers (1946-1965)	Generación X (1966-1980)	Generación Y (1981-1995)
Género: femenino	-0.57***	-0.42***	-0.4***
Nivel de Educación	-0.57***	-0.2**	-0.28***
Motivación: Oportunidad	0.55***	0.44***	0.58***
Motivación: Transición	0.68***	0.37***	0.47***
Habilidades	-0.11	0.37***	0.22**
Carrera deseable	-0.15	-0.28***	-0.16
Reconocimiento	0.2*	-0.04	0.03
Innovación	-0.07	0.72*	0.46
Miedo a fallar	-0.31***	-0.18**	-0.22**
Umbral (1->2)	-3.75***	-2.15***	-1.94***

Variables	Baby Boomers (1946-1965)	Generación X (1966-1980)	Generación Y (1981-1995)
Umbral (2->3)	-2.67***	-1.11**	-0.92
Umbral (3->4)	-2.04***	-0.48	-0.31
Umbral (4->5)	-0.61	0.89*	1.14*
Años	Si	Si	Si
Log-Likelihood:	-1747.23	-3226.89	-3063.19
No. Iterations:	5	5	5
McFadden's R ² :	0.04	0.03	0.03
AIC:	3542.46	6501.77	6174.38
Observaciones	1454	2621	2595

* Significancia al nivel del 10%; ** Significancia al nivel del 5%; *** Significancia al nivel del 1%.

Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

En la Tabla 7 se presentan los efectos marginales en media sobre la probabilidad de aspiración al crecimiento del negocio de los emprendedores considerados Baby Boomers. Para esta generación las características más próximas al individuo resultan tener un efecto estadísticamente significativo sobre la aspiración. Algunas de ellas son el género, el nivel de educación, la motivación para emprender, el reconocimiento y el miedo a fallar. Otras características no resultan tener efecto sobre la aspiración como lo son las habilidades para emprender, percibir el emprendimiento como una carrera deseable y tener incorporada la innovación en el emprendimiento.

Tabla 7. Efectos marginales sobre la aspiración al crecimiento del negocio: Baby Boomers.

Variables	Y = 1	Y = 2	Y = 3	Y = 4	Y = 5
Género: femenino	0.022***	0.034***	0.031***	0.054***	-0.141***
Nivel de Educación	0.022***	0.034***	0.031***	0.054***	-0.142***
Motivación: Oportunidad	-0.022***	-0.033***	-0.03***	-0.052***	0.137***
Motivación: Transición	-0.027***	-0.041***	-0.037***	-0.064***	0.17***
Habilidades	0.004	0.007	0.006	0.01	-0.027
Carrera deseable	0.006	0.009	0.008	0.015	-0.038
Reconocimiento	-0.008*	-0.012*	-0.011*	-0.019*	0.049*
Innovación	0.003	0.004	0.004	0.007	-0.017
Miedo a fallar	0.012**	0.019***	0.017**	0.029**	-0.077***
Años	Si	Si	Si	Si	Si

* Significancia al nivel del 10%; ** Significancia al nivel del 5%; *** Significancia al nivel del 1%.

Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

En la Tabla 8 se presentan los resultados de los efectos marginales sobre la probabilidad de aspiración al crecimiento de los negocios en los emprendedores de la Generación X. Para este grupo de emprendedores resultan relevantes todas las variables menos el reconocimiento. Por lo que los emprendedores de esta generación perciben que el reconocimiento o el respeto por iniciar un negocio con éxito no es importante para lo que ellos esperan del crecimiento de su negocio en un futuro. Esta característica del reconocimiento puede no estar relacionada con las cualidades de esta generación que se caracteriza por ser personas objetivas que no tienen en cuenta la percepción de los demás debido a que ingresaron a la dinámica de la globalización por el auge de las herramientas digitales y de comunicación. Se informan más y saben lo que quieren por lo que se salen de los parámetros establecidos sobre los negocios de las generaciones anteriores por el uso del computador personal, el internet y las nuevas herramientas tecnológicas que se intensificaron en su generación.

Tabla 8. Efectos marginales sobre la aspiración al crecimiento del negocio: Generación X.

Variables	Y = 1	Y = 2	Y = 3	Y = 4	Y = 5
Género: femenino	0.019***	0.026***	0.024***	0.037***	-0.105***
Nivel de Educación	0.009**	0.012**	0.011**	0.018**	-0.05**
Motivación: Oportunidad	-0.02***	-0.027***	-0.025***	-0.039***	0.111***
Motivación: Transición	-0.016***	-0.023***	-0.021***	-0.032***	0.092***
Habilidades	-0.016***	-0.023***	-0.021***	-0.033***	0.093***
Carrera deseable	0.013***	0.017***	0.016***	0.025***	-0.071***
Reconocimiento	0.002	0.003	0.002	0.004	-0.011
Innovación	-0.032*	-0.044*	-0.041*	-0.063*	0.179*
Miedo a fallar	0.008**	0.011**	0.01**	0.016**	-0.046**
Años	Si	Si	Si	Si	Si

* Significancia al nivel del 10%; ** Significancia al nivel del 5%; *** Significancia al nivel del 1%.

Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

En la Tabla 9 se presentan los resultados de los efectos marginales sobre la probabilidad de la aspiración al crecimiento del negocio en los emprendedores de la generación Y-Millennials. En esta generación las variables más relacionadas con el individuo como el género, la educación, la motivación, las habilidades y el temor al fracaso resultan tener un efecto sobre la aspiración al crecimiento del negocio. Por otro lado, variables como carrera deseable, reconocimiento e innovación no tienen ningún efecto. Esto puede estar ocurriendo debido a que esta generación nació en la era digital y tienen un profundo conocimiento sobre la tecnología moderna, son nativos digitales. Al estar habituados a informarse recelan de la información que proviene de fuentes más tradicionales y es por esto que su percepción se basa sobre su propia experiencia, características personales y habilidades, desarrolladas en un nuevo contexto al que no estuvieron expuestas las generaciones previas.

Tabla 9. Efectos marginales sobre la aspiración al crecimiento del negocio: Generación Y - Millennials.

Variables	Y = 1	Y = 2	Y = 3	Y = 4	Y = 5
Género: femenino	0.016***	0.022***	0.021***	0.041***	-0.1***
Nivel de Educación	0.011***	0.015***	0.015***	0.029***	-0.069***
Motivación: Oportunidad	-0.023***	-0.032***	-0.031***	-0.06***	0.146***
Motivación: Transición	-0.018***	-0.026***	-0.025***	-0.049***	0.118***
Habilidades	-0.009**	-0.012**	-0.012**	-0.023**	0.055**
Carrera deseable	0.006	0.009	0.008	0.016	-0.04
Reconocimiento	-0.001	-0.002	-0.002	-0.004	0.009
Innovación	-0.018	-0.025	-0.024	-0.047	0.114
Miedo a fallar	0.009**	0.012**	0.012**	0.023**	-0.055**

Variables	Y = 1	Y = 2	Y = 3	Y = 4	Y = 5
Años	Si	Si	Si	Si	Si

* Significancia al nivel del 10%; ** Significancia al nivel del 5%; *** Significancia al nivel del 1%.

Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

Al comparar los efectos marginales sobre la probabilidad de aspiración al crecimiento de los negocios de las tres generaciones (Baby Boomers, Generación X y Generación Y-Millennials), se puede observar que tienen ciertas similitudes, pero existen factores diferenciadores que condicionan la aspiración al crecimiento del negocio para cada una de ellas. Ahora bien, para los Baby Boomers, como para la Generación X y la Generación Y-Millennials, son importantes ciertas cualidades estructurales como el género, el nivel de educación, la motivación y el miedo al fracaso a la hora de iniciar un emprendimiento. De hecho, se mantienen las diferencias intergeneracionales inicialmente mencionadas en torno a la importancia de las habilidades a la hora de emprender, al pensar que ser emprendedor es una carrera deseable en Colombia y ser reconocido por serlo en este país; y al incorporar la innovación en el desarrollo de su actividad empresarial.

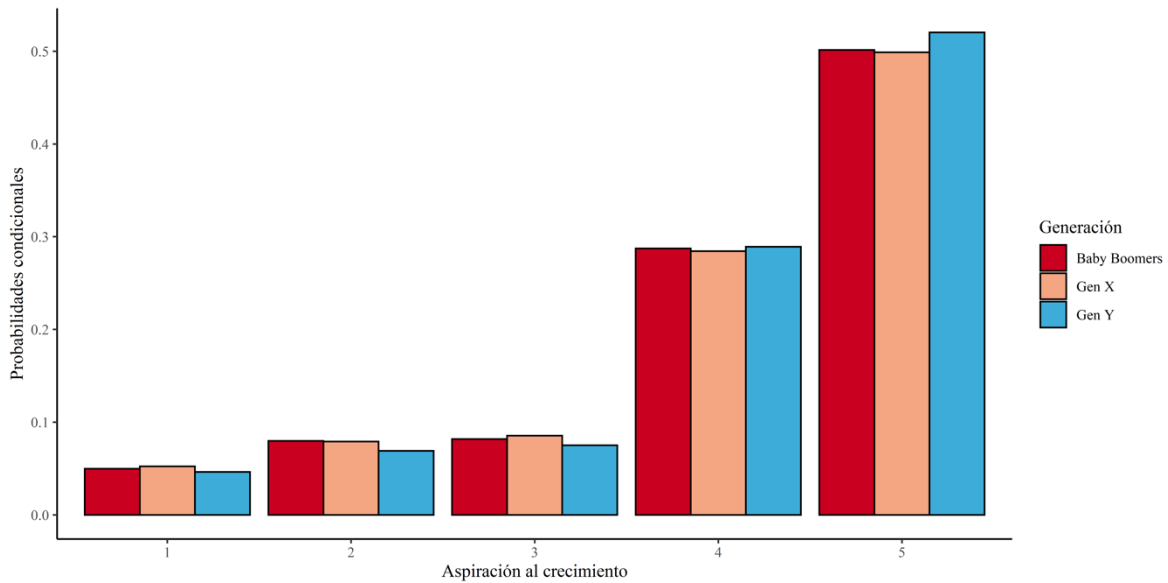
Específicamente, en la Tabla 7 es posible ver que los emprendedores colombianos más longevos (los *Baby Boomers*) consideran importante ser reconocidos para aspirar a que su negocio crezca más. De hecho, la magnitud del efecto aumenta según se aspira a un nivel de crecimiento mayor. Por su parte, revisando la Tabla 8 y la Tabla 9, esta característica no es significativa para los emprendedores pertenecientes a la Generación X y la Generación Y-Millennials, respectivamente.

Ahora bien, los emprendedores nacientes que pertenecen a la Generación X consideran que contar con habilidades externas es importante, de tal forma que entre más habilidades tengan, podrían aspirar a que su negocio crezca más. Sin embargo, pensar que ser emprendedor es una carrera deseable en Colombia parece reducir paulatinamente la probabilidad de aspirar a que su negocio crezca en mayor medida. Sumado a ello, la incorporación de la innovación en el desarrollo de sus actividades es fundamental, sobre todo porque se verá traducida en niveles de aspiración al crecimiento más altos. Por otro lado, ninguna de estas características es relevante para los Baby Boomers.

Los emprendedores de la Generación Y-Millennials comparten una característica con sus coterráneos de la Generación X, ya que para estos también es importante contar con habilidades intrínsecas a la hora de esperar a que su negocio crezca más. Se entiende entonces que no solo el hecho de considerar que ser un emprendedor es una carrera deseable, y algo que genere reconocimiento o respeto por serlo, no es relevante a fin de aspirar a que sus negocios crezcan; sino que incorporar nuevas ideas en sus procesos de diseño, producción o venta de bienes y/o servicios tampoco lo es. Esto último está relacionado con la característica de innovación.

En el Gráfico 2 se presentan las probabilidades condicionales respecto a cada nivel de aspiración al crecimiento de los negocios teniendo en cuenta al individuo promedio dentro de cada generación. Esto permite mencionar dos ideas. La primera es que, sistemáticamente, la probabilidad de que un emprendedor colombiano decida aspirar a un nivel de crecimiento de su negocio aumenta conforme la aspiración es mayor. La segunda idea es que los emprendedores colombianos parecen ser propensos al riesgo e incluso estrechamente ambiciosos y soñadores en sus intenciones de crecer y hacer frente a las adversidades que vengan consigo. Esto puede estar relacionado con los avances del país en su libertad económica y su competitividad. De acuerdo con el índice de libertad económica el país tiene un índice de 68.1 para el año 2021, ubicándolo en el puesto 49 en el mundo entre 178 países y en Latinoamérica como el tercer país por debajo de Chile (19) y Uruguay (44). El mismo GEM resalta que Colombia es uno de los países con mayor TEA del mundo.

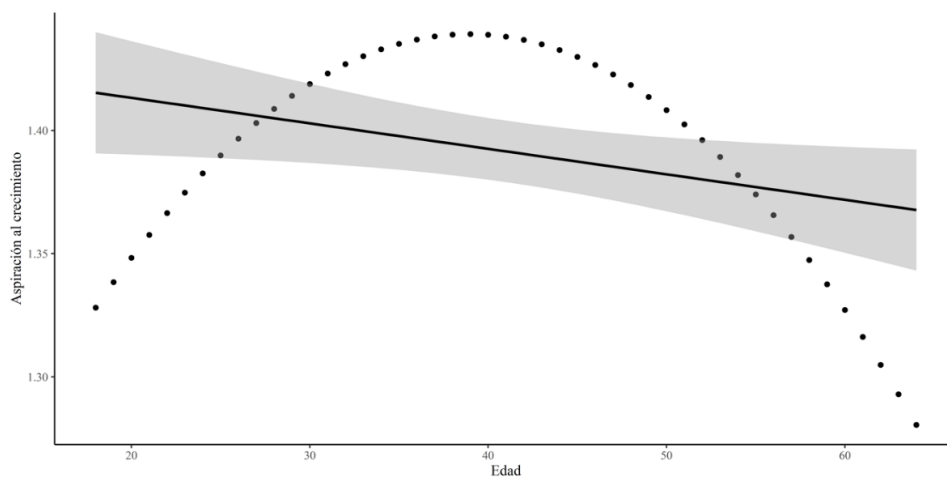
Gráfico 2. Probabilidad de la aspiración al crecimiento de los negocios por generación.



Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

Por último, debido a las diferencias estadísticas encontradas en la probabilidad de la aspiración al crecimiento del negocio de los emprendedores en diferentes generaciones, también se pensó en la relación de la aspiración con la edad en términos continuos. Específicamente, la idea es saber qué ocurría en los niveles iniciales en los que el emprendedor colombiano es más conservador a la hora de aspirar a que su negocio creciera respecto a su edad. En el Gráfico 3 se muestra que los emprendedores más jóvenes (que claramente pertenecen a una generación contemporánea a las anteriores) conforme avanzan en edad tienen aspiraciones al crecimiento de su negocio mayores y a partir de cierta edad el riesgo que asumen disminuye paulatinamente de tal forma que su aspiración se reduce poco después de los cuarenta (40) años de edad. De esta forma, la aspiración al crecimiento del negocio medida por el número de empleados futuros crece hasta los 40 años, momento en el que se llega al máximo. Después de esta edad la aspiración al crecimiento del negocio empieza a decrecer. El gráfico también muestra que entre los 30 y 50 años la aspiración es superior a la del promedio de toda la población colombiana.

Gráfico 3. Relación de la aspiración al crecimiento de los negocios de los emprendedores con la edad.

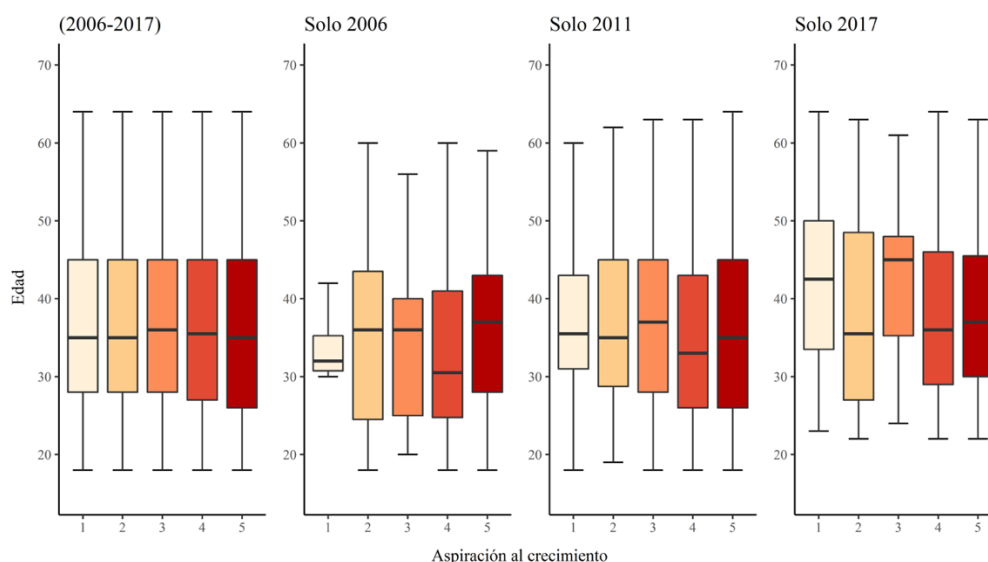


Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

Esto iría entonces en la misma vía del análisis generacional previo, pues, aunque los emprendedores colombianos, en general, parezcan ser más arriesgados, las tres generaciones analizadas dan cuenta de las diferencias entre estos, no solo porque la intuición lleva a pensar que los jóvenes serán más arriesgados que los más longevos, sino porque existen características estructurales y otras generacionales que determinan el riesgo que han de asumir al aspirar a crecer a una escala mayor.

De hecho, en Colombia, al analizar ciertas métricas sobre la edad en el periodo comprendido entre 2006 y 2017, se observó como la edad cambiaba según el nivel de aspiración al crecimiento del negocio que espera el emprendedor. No obstante, la edad promedio para cada categoría se mantiene aproximadamente entre los treinta (30) y cuarenta (40) años de edad, lo cierto es que conforme ha pasado el tiempo la tendencia por categoría ha cambiado. Específicamente, el Gráfico 4 muestra como los emprendedores más longevos, en promedio, esperan que su negocio crezca en uno, dos o tres empleados. Esta idea demuestra la postura conservadora y aversa al riesgo, a la hora de crear una empresa y desenvolverse en su actividad empresarial de la primera generación de emprendedores en comparación con los más jóvenes.

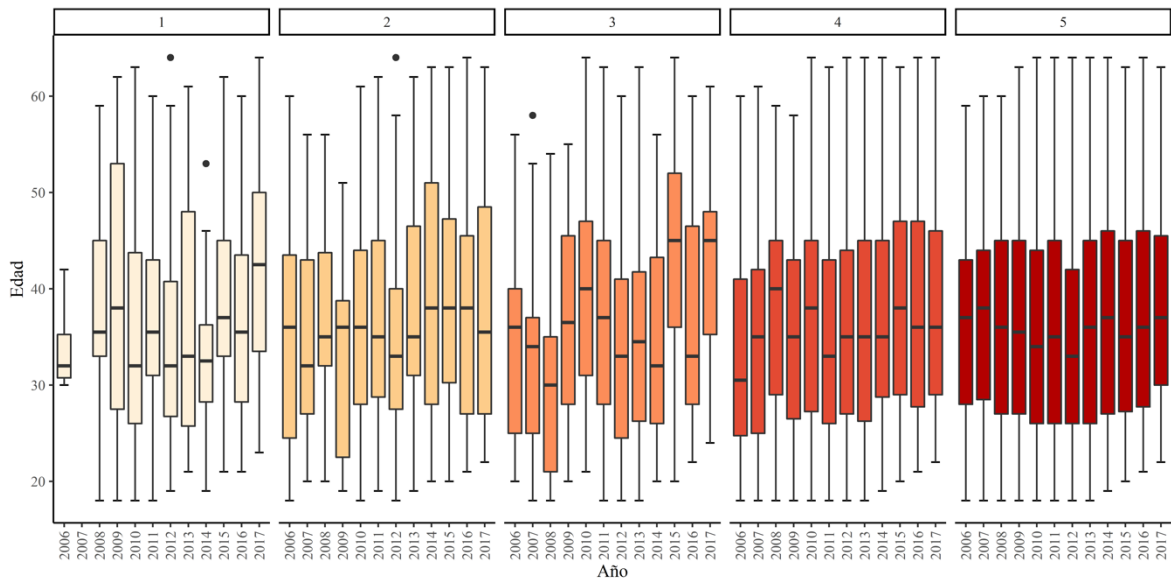
Gráfico 4. Diferencias intercategóricas en la edad a lo largo del tiempo.



Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

De hecho, el Gráfico 5 permite ver cómo cambia la edad en el tiempo en cada categoría de aspiración al crecimiento del negocio. Como se ha de notar, los primeros tres niveles fluctúan mucho más que el nivel cuatro y cinco, lo que quiere decir que han tenido más cambios entre 2006 y 2017. Esto no solo respalda la idea sobre la postura conservadora de los emprendedores colombianos con edades más altas (pues la tendencia va en aumento), y la disposición arriesgada del emprendedor colombiano promedio; sino que permite pensar que estas primeras categorías son transitorias y sirven de tienda de campaña en medio de la tormenta, debido a que representan periodos donde la actividad empresarial ha caído producto de alguna crisis económica nacional o incluso mundial, como por ejemplo la crisis de las hipotecas subprime en 2008.

Gráfico 5. Diferencias intracategorías en la edad a lo largo del tiempo.



Fuente: Elaboración propia con datos del GEM.

5. Conclusiones

Este artículo es una contribución a la comprensión de los potenciales efectos de la generación de nacimiento sobre la probabilidad de aspiración al crecimiento de los negocios de los emprendedores colombianos. Para incluir el efecto de las generaciones se consideraron las siguientes: los Baby Boomers, la Generación X y la Generación Y-Millennials. Esta investigación resulta relevante debido a la tendencia cada vez más común de la sociedad a definir el mundo en términos de generaciones, un hecho relativamente nuevo en la investigación de las ciencias empresariales y económicas. Los datos provienen del General Entrepreneurship Monitor (GEM) para Colombia, desde 2006 hasta 2017.

Esta investigación tiene tres grandes contribuciones. Primero, los principales resultados muestran que pertenecer a una generación particular condiciona la probabilidad de aspirar al crecimiento del negocio de un emprendedor colombiano utilizando un modelo Logit multinomial ordenado. En especial, algunas variables resultan relevantes para unos y no para otros, esto puede explicarse gracias a que los emprendedores más jóvenes tienen una concepción de la vida muy diferente a sus antecesores con relación a la visión de la vida misma, normas, principios y valores. Este resultado se refuerza debido a que aún siendo muy similar la distribución de la aspiración al crecimiento del negocio, las medidas de tendencia central de las características de los emprendedores son diferentes por generación de nacimiento.

Segundo, factores estructurales como el género, la educación y la motivación para emprender resultan significativos para todas las generaciones. Estas variables afectan de forma diferente a algunos tipos de emprendedores dentro de cada generación analizada. Así, los Baby Boomers se caracterizan por tener una probabilidad de aspiración al crecimiento del negocio condicionada a factores como el género, la educación, la motivación, el miedo a fallar y el reconocimiento. Los factores que no influyen son las habilidades, la carrera deseable y la innovación. Para los emprendedores de la Generación X los factores que afectan la probabilidad de aspiración al crecimiento son el género, la educación, la motivación, las habilidades, la carrera deseable, el miedo a fallar y la innovación. En esta generación no influye el reconocimiento. Finalmente, para los emprendedores de la Generación Y-Millennials la probabilidad de aspiración al crecimiento del negocio está condicionada por factores como el género,

la educación, la motivación, las habilidades y el miedo a fallar. En esta generación no existen diferencias estadísticamente significativas con relación a la innovación, el reconocimiento y una carrera deseable.

Tercero, los factores más relacionados con el contexto de la generación de nacimiento tienen efectos diferentes entre las tres generaciones. Existen algunas diferencias que resultan apremiantes de resaltar. El efecto negativo de ser mujer en la aspiración al crecimiento del negocio más alta se va reduciendo para las generaciones más jóvenes, el efecto es mayor para la generación de los Baby Boomers y menos para la generación Y-Millennials. Igualmente, el efecto de la educación es menor para los de la generación más joven. Igualmente, la habilidad para emprender resulta más importante para las generaciones de nacimiento más recientes. El reconocimiento parece ser un factor que afecta positivamente las aspiraciones más altas tanto para la generación de los Baby Boomers, la más vieja, como la para la generación más joven, Y-Millennials.

Estos resultados pueden estar explicados por las características propias de cada generación. Así, por ejemplo, los Baby Boomers se caracterizan por ser individualistas, de espíritu libre, orientados a causas sociales principalmente por nacer en una época de paz y de explosión demográfica. Son la generación de la televisión, los análogos, y muy motivados a los logros personales y laborales. Por otro lado, la Generación X se caracteriza por ser inmigrantes digitales. Son la generación de la tecnología del computador personal (PC), son inconformistas y van más allá por las ganas del éxito personal. Por último, la Generación Y-Millennials se caracteriza por ser la que inicia la digitalización. Su tecnología son los teléfonos inteligentes, smartphone y son en lo personal seguros, orientados al trabajo en equipo y son propensos al uso y familiaridad de las tecnologías digitales.

Estos hallazgos tienen implicaciones prácticas del análisis del emprendimiento y de la investigación sobre el tema con métodos cuantitativos. Finalmente, no solo el Estado colombiano es responsable de crear políticas públicas que busquen establecer un hábitat en el que los emprendedores sean incentivados a incorporar la innovación en sus negocios, consolidar una sana cultura financiera y cambiar su mentalidad mientras se adaptan a nuevos contextos de acuerdo a su generación de nacimiento; también lo son las mismas iniciativas privadas que permiten motivar la consolidación del tejido empresarial colombiano a fin de fomentar el emprendimiento y posteriormente un aumento de las aspiraciones al crecimiento del negocio de los emprendedores nacientes del país.

Esta investigación tiene algunas limitaciones relacionadas con la imposibilidad de seguir a los mismos emprendedores en el tiempo, no poder observar las habilidades efectivas de cada emprendedor y no se puede capturar una parte de la heterogeneidad no observada de los emprendedores. Adicionalmente, en este documento se utilizan los datos públicos del GEM, por lo que existe un retraso de aproximadamente tres años en la información disponible que no permite incluir un análisis sobre los efectos derivados del Covid, la guerra entre Ucrania y Rusia o la recesión económica actual. Algunas futuras líneas de investigación están asociadas con estimar los efectos de las generaciones de nacimiento por sectores que cambian rápidamente, por ejemplo, las industrias disruptivas. Asimismo, existe la posibilidad de estimar estos resultados en otras regiones del mundo y utilizar datos de emprendimiento diferentes al GEM, estos apoyan la visión económica del emprendimiento y no tanto los resultados sociales.

Referencias

- Aiken, L.S., West, S.G., & Reno, R.R. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. US: Sage.
- Ardagna, S., & Lusardi, A. (2008). *Explaining international differences in entrepreneurship: The role of individual characteristics and regulatory constraints* (No. w14012). National Bureau of Economic Research.

- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual variables and nascent entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233-247.
- Autio, E., & Ács, Z.J. (2009). *Institutional influences on strategic entrepreneurial behaviours* (No. 2009, 080). Jena Economic Research Papers.
- Buitrago, J. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración & Desarrollo*, 43(59), 7-21.
- Chávez, B., & Barrera, G. (2017). *Emprendimiento en las 4 generaciones: Baby Boomers, X, Millenials, Z*. <http://www.inacap.cl/web/2019/flippage/reportes-gem/generacion/aysen-generacion/files/AYSEN-ID-GENERACION-07052019-PAGINAS.pdf>
- Cuevas, J.R.T., Martínez, C.L.Z., & Cuevas, L.M.T. (2022). Factores asociados al emprendimiento de migrantes colombianos retornados: una aproximación Bayesiana. *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 33, 408-438.
- Delmar, F., & Wiklund, J. (2008). The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: A longitudinal study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 437-457.
- Díaz, N., Fajardo E. & Romero, H. (2021). Cultura y emprendimiento en Colombia: un estudio correlacional para el 2017. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 17(33), 44-52.
- Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2010). *Entrepreneurship in transition economies: The role of institutions and generational change*. IZA discussion papers.
- Estrin, S., Korosteleva, J. & Mickiewicz, T. (2013). Which Institutions Encourage Entrepreneurial Growth Aspirations? *Journal of Business Venturing*, 28(4), 564-580.
- Foucault, M. (1990). *Tecnologías del yo*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Fox, J., & Monette, G. (1992). Generalized Collinearity Diagnostics, *Journal of the American Statistical Association*, 87, 178-183.
- García, L. M. (2008). Condicionantes del emprendimiento en Colombia. *El Cuaderno Escuela de Ciencias Estratégicas*, 2(4), 167-186.
- GEM (2021). *Reporte GEM Colombia 2021-2022*. Nuestro reto: impacta la dinámica emprendedora colombiana GEM Colombia 2021-2022. <https://gemconsortium.org/report/nuestro-reto-impacta-la-dinamica-emprendedora-colombiana-gem-colombia-2021-2022>
- Guerrero, M., Amorós, J.E., & Urbano, D. (2021). Do employees' generational cohorts influence corporate venturing? A multilevel analysis. *Small Business Economics*, 57(1), 47-74.
- Heidegger, M. (1993). *El ser y el tiempo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Hincapié, A. (2019). Entrepreneurship over the Life Cycle: Where are the Young Entrepreneurs? *International Economic Review*, 61(2), 617-681.
- Johnson, M., & Johnson, L. (2010). *Generation, INC: from boomers to linksters - Managing the friction between generations at work*. American Management Association, EEUU.
- Knight, F. (1942). Profit and entrepreneurial functions. *Journal of Economic History*, 2 (Supplement), 126-132.

- López, H., Lozano, M., Martínez, O., & Tunjo, E. (2020). Determinantes del emprendimiento empresarial en Colombia una mirada desde el mercado informal. *Palermo Business Review*, 21, 169-183.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía industrial*, 383, 23-30.
- Pozos, D., Lucila, F., & Acosta Márquez, M. P. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento & Gestión*, 40, 184-202.
- Puente, R., Cervilla, M., González, C. & Auletta, N. (2017). Determinants of the growth aspiration: a quantitative study of Venezuelan entrepreneurs. *Small Business Economics*, 48, 699-726.
- Puente, R., González, C.G. & Cervilla, M. (2019). Necessity entrepreneurship in Latin America: it's not that simple. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31, 953-983.
- Puente, R., Mora, J., & Pereira, F. (2020). High-growth aspirations of entrepreneurs in Latin America: Do alliances matter? *Sustainability*, 12(7), 2867.
- Romero, H., Fajardo, E., Rodríguez, A., & Rueda, N. (2020). Capital humano y aspiraciones de crecimiento de los emprendedores en Colombia. *Revista cambios y permanencias*, 11(2), 832-874.
- Rosa, H., & Tejeda, A. (2016). Relevo generacional y emprendimiento en PYMES familiares dominicanas: estudio de caso múltiple. *Ciencia y Sociedad*, 41(2), 389-412.
- Schumpeter, J. (1961). Entrepreneurial profit. En *The theory of economic development* (Cap. 4, pp. 128-156). Cambridge: Harvard University Press.
- Tovar, L., Victoria, M., Balanta, S., Coral, Á., & Zuñiga, C. (2021). Factores que inciden en la probabilidad de que las mujeres colombianas retornadas sean emprendedoras. *Contaduría y Administración*, 66(4), 1-17.
- Urbano, D., Audretsch, D., Aparicio, S. & Noguera, M. (2020). Does entrepreneurial activity matter for economic growth in developing countries? The role of the institutional environment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16, 1065-1099.
- Verheul, I., & Van Mil, L. (2011). What Determines the Growth Ambition of Dutch Early-Stage Entrepreneurs? *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(2), 183-207.
- Yang, J., Zhang, M., Ballester-Miquel, J.C., & Ribeiro-Navarrete, S. (2022). Exploring what drives entrepreneurs: Intergenerational differences between entrepreneurs born in the 1980s and 1990s. *Technological Forecasting and Social Change*, 183, 821-885.
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. (2013). *Generations at Work: Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Workplace*. American Management Association.
- Zhang, T., & Acs, Z. (2018). Age and entrepreneurship: nuances from entrepreneur types and generation effects. *Small Business Economics*, 51, 773-809.
- Zhang, T., & Acs, Z. (2019). Does Generation Matter to Entrepreneurship? Four Generations of Entrepreneurs. *Southern Economic Journal*, 86(2), 459-477.