

Pinillos Costa, Maria José

Article

Cultura postmaterialista y variaciones en el espíritu emprendedor

Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa (IEDEE)

Provided in Cooperation with:

European Academy of Management and Business Economics (AEDEM), Vigo (Pontevedra)

Suggested Citation: Pinillos Costa, Maria José (2011) : Cultura postmaterialista y variaciones en el espíritu emprendedor, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa (IEDEE), ISSN 1135-2523, Elsevier, Amsterdam, Vol. 17, Iss. 1, pp. 37-55,
[https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60043-4](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60043-4)

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/54548>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>

CULTURA POSTMATERIALISTA Y VARIACIONES EN EL ESPIRITU EMPRENDEDOR

Pinillos Costa, M^a José*
Universidad Rey Juan Carlos

Recibido: 22 de marzo de 2010

Aceptado: 30 de abril de 2010

RESUMEN: El objetivo de este trabajo es analizar si el nivel de postmaterialismo explica las diferencias de los ratios de actividad emprendedora de las Comunidades Autónomas Españolas. A tal efecto se distingue entre emprendedores potenciales, empresas nacientes, nuevas empresas y empresas establecidas, tal como se definen en el Global Entrepreneurship Monitor (GEM). El postmaterialismo se ha medido según el índice para cuatro ítems de postmaterialismo de Inglehart. Se han incluido variables económicas, demográficas y sociales para investigar el papel independiente que juega el postmaterialismo para predecir los niveles de actividad emprendedora. Los resultados confirman la importancia del postmaterialismo para predecir la actividad emprendedora y cómo su importancia varía en función de la etapa de la creación de empresas que se considere (concepción, nacimiento o permanencia).

PALABRAS CLAVE: Creación de empresas, Valores culturales, Autoempleo, Empresarios potenciales, Nuevas empresas.

CLASIFICACIÓN JEL: P52, Z1, M13, O11, O57.

POSTMATERIALIST CULTURE AND VARIATIONS IN ENTREPRENEURSHIP

ABSTRACT: The aim of this paper is to explore whether postmaterialism explains differences in Total entrepreneurial-activity rates across Spanish Autonomous Communities. A distinction is made between potential entrepreneurs, nascent entrepreneurship, new business formation and Established business, as defined within the Global Entrepreneurship Monitor (GEM). The measure for postmaterialism is based upon Inglehart's four-item postmaterialism index. A set of economic, demographic and social factors is included to identify the independent role postmaterialism plays in predicting entrepreneurial activity levels. Findings confirm the significance of postmaterialism in predicting total entrepreneurial activity and its importance varies depending on the stage of business creation considered (conception, birth or residence).

KEY WORDS: Entrepreneurship, Cultural values, Self-employment, Potential entrepreneurs, New companies.

JEL CLASSIFICATION: P52, Z1, M13, O11, O57.

1. INTRODUCCIÓN

La cultura, entendida como los valores y creencias que prevalecen en una sociedad, es un factor determinante del espíritu emprendedor de las regiones o de los países. Este trabajo se incardina en este planteamiento, y en él se analiza cómo las diferencias en los niveles de postmaterialismo de las distintas comunidades Autónomas Españolas (CCAA) están asociadas a las diferencias en los ratios de actividad emprendedora total de las mismas, después de que los factores estructurales hayan sido controlados.

El término postmaterialismo fue acuñado por Inglehart (1977) y describe el grado en que una sociedad valora ciertos objetivos, tales como el desarrollo personal y la autoestima, sobre la seguridad material. La actividad emprendedora total (*total entrepreneurial activity*, TEA) se define como el porcentaje de adultos de una población (personas entre 18 y 64 años)

*Universidad Rey Juan Carlos, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Campus de Vicálvaro. Paseo de los Artilleros s/n., E-28032 MADRID, e-mail: mariajose.pinillos@urjc.es

que está activamente involucrada en la creación de una empresa con menos de tres meses de vida (empresas nacientes) o es director/propietario de una empresa con 42 meses de vida (nuevas empresas) (Reynolds *et al.*, 2005).

Hasta la última década del siglo XX no habían sido muchos los trabajos (Davidsson y Wiklund, 1997; Davidsson, 1995; Davidsson y Delmar, 1992) que analizaron la relación entre valores culturales y actividad emprendedora; es decir, estudios en los que empíricamente se compararan los valores y las creencias de la población en diferentes localizaciones territoriales y éstos se hubieran relacionado con las diferencias espaciales en los ratios de creación de empresas. Hasta entonces se trataba de explicar las diferencias en el nivel de actividad emprendedora de los países a partir del estudio de las diferencias en factores de naturaleza económica (Uhlener y Thurik, 2007). Podría, por supuesto, argumentarse que el estudio de las relaciones entre cultura y actividad emprendedora era superfluo dado el éxito relativo de los modelos explicativos basados en variables económicas y socio-demográficas. Sin embargo, una elevada cantidad de la varianza de las diferencias del nivel de actividad emprendedora quedaba sin explicar cuando se tenían en cuenta sólo variables de naturaleza económica y socio-demográficas. Todo ello llevó a profundizar en el estudio de los determinantes de las variaciones regionales en la actividad emprendedora, ya que esto merecía una mayor atención. A partir de estos trabajos (Uhlener y Thurik, 2007; Wennekers *et al.*, 2001; Busenitz *et al.*, 2000; Lee y Peterson, 2000; Mueller y Thomas 2001; Tiessen, 1997; Davidsson, 1995; McGrath *et al.*, 1992a) se ha encontrado evidencia empírica de que las diferencias en los ratios de creación de empresas están relacionadas con las diferencias culturales, y que los factores estructurales y culturales, que parecen influir en los niveles de formación de nuevas empresas, están correlacionados positivamente; por lo que no se pueden sacar conclusiones sólidas analizando sólo el impacto de uno de estos factores. Interesa recordar al respecto la opinión de Davidsson y Wiklund (1997) cuando subrayan que el hecho de que los determinantes culturales y estructurales estén correlacionados es muy relevante, porque la amplitud de la variación cultural es la causa real de las variaciones en la formación de nuevas empresas, y los estudios que utilizan sólo variables explicativas estructurales (por ejemplo variables económicas y socio-demográficas) pueden exagerar la influencia de éstas. Por eso, las interpretaciones teóricas, así como también las prescripciones políticas que se derivan de tales estudios podrían estar parcialmente equivocadas.

La mayoría de los trabajos publicados hasta la fecha, que han incorporado dimensiones culturales en el estudio de la actividad emprendedora, han empleado las medidas de la cultura propuestas por Hofstede (1980): individualismo, masculinidad, aversión a la incertidumbre y distancia al poder (Wennekers *et al.*, 2001; Hofstede *et al.*, 2004; Noorderhaven *et al.*, 2004). En menor proporción, se han utilizado otras medidas culturales que recogen otros valores y creencias también vinculados a la actividad emprendedora. Uhlener y Thurik (2007) emplean el nivel de postmaterialismo de Inglehart para constatar que las diferencias en los valores culturales postmaterialistas explican las diferencias en la actividad emprendedora de los países.

Atendiendo la llamada a la investigación hecha por Uhlener y Thurik (2007), este trabajo pretende examinar detalladamente el supuesto papel del postmaterialismo en el espíritu emprendedor en las CCAA españolas, analizando distintas medidas del espíritu emprendedor, tales como empresarios potenciales, empresas nacientes, nuevas empresas, actividad emprendedora total, así como también se contemplan los principales motivos de la TEA: haber detectado una oportunidad o ser fruto de la necesidad. El análisis de las influencias culturales en los ratios de

creación de empresas a nivel de regiones de un mismo país proporciona evidencia empírica que puede resultar de especial utilidad ya que puede servir de base para el desarrollo de políticas específicas destinadas a aumentar la actividad emprendedora de las distintas CCAA.

Entender la influencia de los valores culturales en el comportamiento emprendedor es importante porque las características culturales están enraizadas en la población y cambian más lentamente que lo hacen las condiciones económicas, lo que puede proporcionar una explicación de los diferentes efectos que políticas económicas similares podrían tener dependiendo de la cultura.

En este estudio, empleamos medidas agregadas del nivel de desarrollo económico, de formación, desempleo, y nivel de satisfacción, que han sido consideradas relevantes a la hora de explicar el comportamiento emprendedor de las sociedades. Específicamente, el nivel de renta per capita y las tasas de desempleo se emplean para controlar los factores económicos, y el nivel de formación y la satisfacción con la vida para controlar los efectos sociales.

Las implicaciones, que se derivan de nuestro estudio y que lo justifican, son que la efectividad de las medidas políticas que intenten favorecer la actividad emprendedora estarán condicionadas por factores culturales, por lo que las decisiones que intenten impulsar la actividad emprendedora en las diferentes CCAA deberían ajustarse a los rasgos culturales de éstas.

En este trabajo se ha empezado revisando los conceptos de cultura y postmaterialismo. Luego se explica la razón del vínculo entre postmaterialismo y actividad emprendedora y se formulan las hipótesis del trabajo. Posteriormente se recoge la metodología, y a continuación, se presentan los resultados. Seguidamente se discuten los resultados y, finalmente, se exponen las conclusiones, limitaciones y las principales implicaciones del estudio.

2. CULTURA Y POSTMATERIALISMO

En esta sección revisamos la terminología básica usada con respecto al concepto de cultura. También se analizan algunos antecedentes, asociaciones, y consecuencias del postmaterialismo.

2.1. Definición de cultura

Existen distintas concepciones sobre cultura. Una que ha recibido un gran consenso es la que la define como el conjunto de valores, creencias, y comportamientos esperados que comparten los miembros de una sociedad (Hayton *et al.*, 2002) y que se transmiten de una generación a la siguiente.

La noción de patrones de valores que configuran el comportamiento humano es común a las diferentes definiciones de cultura (Triandis, 1994; Hofstede, 1980; Mueller y Thomas, 2001; Uhlaner y Thurik, 2007). Los valores típicamente culturales se configuran en los primeros años de vida de las personas y tienden a estar “programados” en los individuos, resultando en patrones de comportamiento consistentes con su entorno cultural y que permanecen a lo largo del tiempo.

2.2. Postmaterialismo

El trabajo de Inglehart (1977, 1990, 2000, 2003) sobre postmaterialismo, aunque utilizado con menor frecuencia que los índices culturales desarrollados por Hofstede (1980), como hemos señalado en la introducción, resulta ser una característica cultural bien

establecida. Inglehart usa el concepto de postmaterialismo para explicar los cambios en los valores de las sociedades modernas. Más específicamente, la hipótesis de postmaterialismo describe el grado en que una sociedad persigue objetivos de vida inmateriales, tales como el desarrollo personal y la autoestima, sobre la seguridad material. La hipótesis del postmaterialismo refleja la transformación de las sociedades, desde una cultura dominada por una orientación materialista de los individuos a una sociedad en que se produce un incremento en la proporción de la población que persigue objetivos de vida no materialistas.

La hipótesis de postmaterialismo está basada en dos subhipótesis: la hipótesis de socialización y la hipótesis de escasez. La hipótesis de socialización asume que la relación entre el entorno socioeconómico y las prioridades valorativas no es una relación de ajuste inmediato: se produce un lapso temporal considerable entre el primero y las segundas porque, en buena medida, nuestros valores básicos reflejan las condiciones que predominaron antes de llegar a ser adultos. La hipótesis de escasez asume que las prioridades de un individuo reflejan el entorno socioeconómico: damos mayor valor subjetivo a las cosas de las que existe una oferta relativamente escasa.

Tomadas juntas estas dos hipótesis se nos muestra que, como consecuencia de la prosperidad, se ha producido un cambio intergeneracional de los valores materialistas a los posmaterialistas. Los jóvenes dan mucha más importancia a las metas postmaterialistas que los mayores, y el análisis de cohortes indica que esto refleja más un cambio que un mero efecto de la edad (Inglehart, 2000). Esto es así porque no hay una relación directa entre el nivel económico y el predominio de los valores postmaterialistas, porque estos valores reflejan el sentimiento de seguridad *subjetivo* de las personas, no su nivel económico *per se*. Si bien las personas y las naciones ricas tienden a sentir mayor seguridad que las pobres, estos sentimientos reciben también la influencia del entorno cultural y de las instituciones del bienestar social en las que el individuo se desarrolla. Así, la hipótesis escasez debe interpretarse en conexión con la hipótesis de socialización.

El término “postmaterialista” denota un conjunto de metas a las que la gente da importancia después de haber alcanzado una seguridad material, y porque han alcanzado esa seguridad material.

La seguridad económica alcanzada por algunas sociedades (postindustriales y postmaterialistas) conduce a que se dé una mayor prioridad a los objetivos no materiales, tales como la estima, la autorrealización y la calidad de vida -valores postmaterialistas, a menudo, denominados en la literatura psicológica como “necesidades de orden superior” (Maslow, 1954)-. La jerarquía de las necesidades de Maslow establece una distinción básica entre las necesidades “materiales” de sustento y seguridad fisiológica y las necesidades no fisiológicas tales como la estima, la autoexpresión y la satisfacción estética. En las sociedades en las que prevalece el clima postmaterialista, el énfasis en los resultados económicos es menor que en las sociedades materialistas; apoyando la descripción de Inglehart de las culturas postmaterialistas como de “bajo logro económico”.

El postmaterialismo, como señala Inglehart (2000), refleja un cambio de prioridades: los postmaterialistas no valoran negativamente la seguridad económica y física, la valoran positivamente, como todo el mundo, pero a diferencia de los materialistas, dan prioridad a la autoexpresión y la calidad de vida.

Sin entrar a considerar el sentido de la relación, la mayoría de las investigaciones muestran que los valores culturales cambian muy lentamente dentro de culturas concretas. Además, como hemos señalado en la introducción, la investigación de Inglehart apoya la visión de que el postmaterialismo está sólo parcialmente influido por el clima económico.ç

3.POSTMATERIALISMO Y ACTIVIDAD EMPRENDEDORA: HIPÓTESIS DE TRABAJO

La relación entre cultura y los ratios de formación de nuevas empresas puede en principio producirse por dos razones. La primera porque los valores y creencias que existen en el entorno de un individuo pueden considerar especialmente valiosa la actividad emprendedora. Esta es la perspectiva desarrollada por Etzioni (1987) denominada de la *legitimación social*. Y la segunda está basada en la idea de que si hay más personas en una región con valores “emprendedores” existirá una mayor proporción de personas que presenten un comportamiento emprendedor (Dadvisson, 1995). Esta última explicación, parece estar en línea con el razonamiento de McClelland (1961) que asume que son precisamente las personas que tienen valores más “emprendedores” las que crean empresas. O en otras palabras, en aquellas regiones en las que existe una mayor proporción de personas con valores “emprendedores” existirá, asimismo, un mayor porcentaje de la población involucrada en la creación de empresas. Este es el enfoque que adoptamos en este trabajo.

3.1. Postmaterialismo y nivel de actividad emprendedora

Se ha defendido y encontrado soporte empírico para la hipótesis de que los empresarios están motivados, principalmente, por objetivos materiales (Brockhaus y Horowitz, 1986; Gartner, 1989, McGrath *et al.*, 1992a; Blais y Toulouse, 1990; Robichaud *et al.*, 2001), y puesto que las ganancias materiales, por definición, son menos valoradas entre las personas postmaterialistas, una sociedad que es más postmaterialista será probablemente menos emprendedora, siendo el resto de las cosas igual. Esta premisa está fuertemente relacionada con la perspectiva psicológica agregada que asume que, a nivel agregado, una sociedad con pocas personas materialistas tendrá también pocos emprendedores. Uhlaner y Thurik (2007) han encontrado evidencia empírica para esta relación: cuanto más postmaterialista es la cultura del país más bajo es el nivel de actividad emprendedora total.

3.2. Estabilidad de la cultura e hipótesis

Una de las premisas principales de la teoría de la postmodernización es, según señalan Inglehart y Welzel (2005), que el desarrollo socioeconómico influye profundamente en lo que la gente quiere y hace, de tal forma que cuando las sociedades alcanzan un cierto nivel de desarrollo económico los valores de las sociedades deberían converger (planteamiento de la denominada escuela de la *convergencia*); si bien otros autores han defendido que los valores distintivos de las sociedades persisten incluso cuando se controlan los efectos del desarrollo económico (planteamiento defendido por la escuela de la *persistencia*). De acuerdo con este último planteamiento, recogido por Inglehart y Welzel (2005), las zonas culturales son robustas. Aunque los sistemas de valores de diferentes sociedades se muevan en la misma dirección impulsados por las poderosas fuerzas modernizadoras, sus sistemas de valores no han convergido, como sugieren otras nociones sobre la globalización cultural (Meyer *et al.*, 1997; Stevenson, 1997).

Esto, como señalan Inglehart y Welzel (2005), puede parecer paradójico, pero no lo es. Si las sociedades se están moviendo en la misma dirección y al mismo ritmo, las diferencias entre ellas seguirán siendo tan grandes como lo fueron y nunca convergirán. Indudablemente,

la realidad no es tan simple pero esto ilustra un importante principio: las sociedades postindustriales están cambiando y se mueven en la misma dirección, pero las diferencias entre ellas permanecen. Aunque el desarrollo económico tiende a producir cambios sistemáticos en lo que las personas creen y quieren en la vida, la influencia de las tradiciones culturales no desaparece. Los sistemas de creencias tienen una notable durabilidad y resistencia. Por ello esperamos que las diferencias culturales entre las diversas CCAA hayan permanecido y expliquen las diferencias de *espíritu emprendedor* de las mismas.

Los argumentos anteriores nos llevan a formular las siguientes hipótesis:

H1: Cuanto más postmaterialista sea la cultura más reducida será la tasa de actividad emprendedora total.

H2: Cuanto más postmaterialista sea la cultura más reducido será el porcentaje de empresarios potenciales.

H3: Cuanto más postmaterialista sea la cultura más reducido será el ratio de empresas nacientes.

H4: Cuanto más postmaterialista sea la cultura más reducido será el ratio de empresas nuevas.

H5: Cuanto más postmaterialista sea la cultura más reducido será el ratio de empresas establecidas.

La hipótesis básica de este trabajo es que las diferencias culturales, entendidas como las diferencias existentes en actitudes y valores de las CCAA, son un factor determinante de la variación en la actividad emprendedora. Sin embargo la relación no es tan simple ya que otros factores de naturaleza estructural afectan al comportamiento emprendedor y deben ser tenidos en cuenta. Seguidamente pasamos a describirlos.

Renta per capita y actividad emprendedora

Hemos señalado que la hipótesis de escasez sola no predice un cambio de valores. Entonces, para medir correctamente el impacto del postmaterialismo en el ratio de actividad emprendedora total, es importante controlar los factores económicos. En la investigación de Wenckers *et al.* (2005) se considera la renta per cápita como un predictor económico de las empresas nacientes, y Uhlaner y Thurik (2007) también encuentran que la renta per capita es determinante de las distintas medidas de actividad emprendedora. Esta variable es por lo tanto elegida como una variable de control en el estudio actual.

Nivel de satisfacción con la vida y actividad emprendedora

Otra variable que ha sido considerada relevante en su influencia sobre la actividad emprendedora es el nivel de insatisfacción. (Noorderhaven *et al.*, 2004, Verheul *et al.*, 2006; Uhlaner y Thurik, 2007). La investigación sobre la insatisfacción con la vida y la actividad emprendedora, hasta la fecha, ha llevado a conclusiones contradictorias (Noorderhaven *et al.*, 2004, Verheul *et al.*, 2006). Una corriente de investigación encuentra apoyo empírico al hecho de que en países desarrollados (véase Noorderhaven *et al.*, 2004) una mayor satisfacción con la vida está asociada con una menor actividad emprendedora. Una explicación de esta relación la ofrece Vroom (1982) quien cita varios trabajos empíricos que muestran que aquellos que se sienten insatisfechos con su trabajo se encuentran a menudo insatisfechos con la vida. Y, así, la insatisfacción en el trabajo empujará al autoempleo o a la creación de una empresa propia.

Consideramos, pues, la satisfacción con la vida como otra variable a considerar en el análisis del modelo de postmaterialismo y la actividad emprendedora.

Tasa de desempleo y actividad emprendedora

Otro factor relacionado con la actividad emprendedora es el nivel de desempleo (Davidsson, 1995; Noorderhaven *et al.*, 2004; Uhlaner y Thurik, 2007), aunque la relación no es directa. El desempleo (o la amenaza de éste) actúa básicamente como un factor que mueve el autoempleo (Evans y Leighton, 1989; Acs *et al.*, 1994). En comparación con las personas que tienen un trabajo, los costes de oportunidad para las personas desempleadas son relativamente bajos, lo que favorece la elección del autoempleo o la creación de una empresa propia; aunque otros factores como la existencia de oportunidades de mercado o disponer de las capacidades necesarias también influirán; determinando que sólo una pequeña proporción de las personas desempleadas crearán su propia empresa o se convertirán en autónomos.

Por otra parte, un nivel elevado de paro puede conectarse a una situación de depresión económica que hace poco atractiva la idea de crear una nueva empresa o autoemplearse. Sin embargo, en esta última circunstancia, aún pueden existir desempleados que se sienten empujados a elegir el empleo por cuenta propia, aunque sea de forma “marginal”. Es difícil decir algo más de que habrá un nivel crítico de desempleo para el cual el efecto es lo suficientemente fuerte como para invertir el signo de la variable de desempleo en relación con la creación de una empresa propia (Uhlaner y Thurik, 2007).

Nivel de formación y postmaterialismo

Investigaciones recientes a un nivel de análisis individual sugieren que tanto las empresas nacientes como el autoempleo están influenciados positivamente por el nivel de educación. Sin embargo, la investigación a nivel macro tiende a mostrar el efecto opuesto. Así, en un estudio a nivel macro, Uhlaner *et al.* (2002) señalan que el mayor nivel de educación de un país está acompañado por un nivel reducido de ratios de autoempleo. Puesto que un nivel de educación alto está altamente correlacionado con indicadores económicos, tal como la renta per capita, en los países más ricos, las personas con un nivel superior de educación tienen mayores oportunidades para lograr un estatus social igual o mayor que cuando están empleados para otros. Por lo que, la actividad emprendedora no es la única forma de mejorar de estatus social. Otras investigaciones también apoyan la idea de que la educación puede estar unida indirectamente con niveles más reducidos de actividad emprendedora debido a su relación inversa con el autoempleo.

En otros trabajos se ha mostrado una relación fuertemente positiva entre los niveles de educación y postmaterialismo (Inglehart 1977). El aumento en los niveles de educación conducen a elevar los niveles de valores posmaterialistas. Estos hallazgos, junto con aquellos que vinculan (negativamente) educación y la propiedad de negocios, nos llevan a sugerir que los valores postmaterialistas pueden mediar la relación entre educación y actividad emprendedora. Uhlaner y Thurik (2007) encuentran una relación positiva entre nivel de educación y postmaterialismo. Sin embargo cuando controlan por otros factores, incluyendo el postmaterialismo y la satisfacción con la vida, la educación secundaria y la superior presentan un efecto opuesto en el TEA (la educación secundaria tiene un efecto negativo y la superior tiene un efecto positivo). Los niveles de educación secundaria y superior han sido considerados en nuestro análisis.

4. METODOLOGÍA

En esta sección se presentan las fuentes de datos, las variables empleadas y el modelo de análisis.

4.1. Fuentes de datos

Con el fin de contrastar las hipótesis acerca de la influencia del postmaterialismo en la actividad emprendedora, hemos usado diferentes fuentes de datos, que incluyen el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Reynolds *et al.*, 2002), la Encuesta Mundial de Valores (*World Values Survey*, WVS) e indicadores económicos procedentes del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Se han incluido en el análisis las 17 CCAA españolas, al no disponer datos de WVS para Ceuta y Melilla.

4.2. Variables

Variables dependientes: *Espíritu emprendedor de las CCAA 2007*

El proyecto GEM proporciona distintos indicadores del perfil emprendedor de las distintas CCAA, varios de los cuales se han empleado en este análisis y se describen a continuación.

- *Actividad emprendedora Total 2007*

El índice TEA (*Total Entrepreneurial Activity*), calculado a partir de la encuesta a la población de 18 a 64 años de las distintas CCAA, registra el porcentaje de iniciativas emprendedoras llevadas a cabo en el periodo de un año. El TEA representa el porcentaje de la población adulta de una CCAA que está activamente involucrada en la puesta en marcha de una nueva empresa o es propietario/directivo de un negocio que tiene menos de 42 meses de vida (Reynolds, *et al.*, 2002).

La variable TEA recoge el valor de los índices totales de actividad emprendedora de cada una de las 17 CCAA que participaron en la elaboración del GEM en 2007.

La actividad emprendedora total es la suma de las empresas nacientes y las nuevas empresas.

- *Empresas nacientes 2007*

El ratio de empresas nacientes se define como el número de personas que están activamente involucradas en el nacimiento de una nueva empresa, como porcentaje de la población adulta (18-64 años). Una persona puede ser considerada como un empresario naciente si cumple las tres condiciones siguientes: si ha tomado las medidas para crear nuevo negocio durante 2007, si participa de la propiedad de la nueva empresa y si la empresa no ha pagado salarios durante más de tres meses.

- *Empresas nuevas 2007*

Las nuevas empresas se miden como el porcentaje de personas de 18 a 64 años que están dirigiendo un negocio con una vida inferior a 42 meses en 2007. Una empresa se define como un "nueva empresa" si la empresa ha pagado los sueldos y salarios durante más de 3 meses, pero menos de 42 meses.

- *Empresas establecidas 2007*

Las empresas establecidas o consolidadas se definen como el porcentaje de adultos entre 18 y 64 años involucrados en nuevos negocios como propietarios-directores, que llevan pagando salarios durante más de 42 meses.

- *Empresarios potenciales 2007*

El empresario potencial hace referencia al número de personas de la CCAA comprendidas entre 18 y 64 años que están considerando emprender un negocio en los próximos tres años.

- *TEA oportunidad 2007 y TEA necesidad 2007*

GEM distingue dos tipos de motivos principales en el comportamiento de las personas a la hora de crear una empresa:

- Aquellos que llevan a cabo la creación de una nueva empresa para explotar una oportunidad de negocio (empresarios por oportunidad) (TEA oportunidad).
- Aquellos que se ven abocados a la creación empresarial por la falta de otras alternativas mejores para salir de situaciones de marginalidad o desarrollar una carrera profesional (empresarios por necesidad) (TEA necesidad).

Variable independiente

- *Postmaterialismo*

Inglehart (2000) mide el postmaterialismo a partir de los datos de la Encuesta Mundial de Valores. Las puntuaciones de los entrevistados individuales se obtienen en base a su clasificación para determinados ítems. Para los valores postmaterialistas medidos por 4 ítems se preguntó a los entrevistados que eligieran el primer objetivo más importante de un país y el segundo más importante de los siguientes cuatro ítems: a) mantener el orden en la nación, b) comprobar que la gente tiene más participación en cómo se hacen las cosas en su trabajo y en su comunidad, c) combatir el alza de los precios, y d) proteger la libertad de expresión. Las puntuaciones de este índice varían de 1 a 3:

1= Materialistas: cuando a y c se eligen como primera o segunda elección.

2= Mixto: cuando la primera elección es a o c y la segunda elección es b o d o la primera elección es el ítem b o el d y la segunda elección es el ítem a o c.

3= Postmaterialista: cuando el ítem b es la primera elección y el ítem d es la segunda o cuando el ítem d es la primera elección y el ítem b es la segunda.

La sociedad será tanto más postmaterialista cuanto mayor sea la proporción de su población que opta por la opción 3 sobre las opciones 1 y 2. El índice de postmaterialismo de Inglehart toma valores entre 1 y 3.

El índice de postmaterialismo de Inglehart (2000:503) ha sido ajustado atendiendo al nivel de homogeneidad de la cultura en cada CCAA de acuerdo con la siguiente expresión:

$$\text{Postmaterialismo} = \frac{\text{Índice de Postmaterialismo de Inglehart en la Comunidad}}{\text{Homogeneidad de la cultura en la Comunidad}}$$

La homogeneidad de la cultura o, desde otro punto de vista, el grado de desigualdad de los valores culturales en cada CCAA se ha obtenido a partir del análisis de las desigualdades culturales utilizando como medida del nivel de desigualdad (porcentaje de individuos dentro de cada CCAA que prioriza cada opción) el *coeficiente de variación* adaptado a nuestro estudio¹.

El postmaterialismo depende tanto del índice de postmaterialismo de Inglehart como de la desigualdad en la proporción de personas que valoran cada opción (materialismo /mixto/ postmaterialismo). El grado de representatividad del postmaterialismo aumenta cuando la cultura de la Comunidad Autónoma es más homogénea.

En el anexo I se presentan los porcentajes de personas materialistas, mixto y postmaterialistas de cada CCAA.

Variables de control

- *Renta per cápita 2007*

El nivel de renta per cápita, expresado en euros, de las distintas comunidades autónomas para 2007 ha sido obtenido de los datos publicados por el INE.

- *Desempleo 2007*

Las tasas de desempleo de las CCAA en 2007 se han obtenido de los datos del INE relativos a la encuesta de población activa (EPA).

- *Educación*

Los datos relativos al nivel de educación se han obtenido del INE y representan el porcentaje de adultos de la población de acuerdo con el nivel de formación alcanzado en 2007. Se distingue entre formación secundaria y superior.

- *Satisfacción con la vida*

La encuesta mundial de valores incorpora dos preguntas relacionadas con el nivel de bienestar, que son tenidas en cuenta para determinar el nivel de satisfacción con la vida de cada CCAA. Para calcular este índice se ha procedido en cuatro pasos.

(1) Para la primera pregunta (¿en qué medida es usted feliz últimamente?) se calcula el porcentaje que puntúa alto menos el porcentaje que puntúa bajo:

Códigos 1-2: alto (muy feliz + bastante feliz)

Códigos 3-4: bajo (no muy feliz + nada feliz)

(2) La segunda cuestión relacionada con el nivel de bienestar se pregunta ¿en qué medida está usted satisfecho con su vida en general últimamente? Por favor utilice esta escala para responder: 1= muy insatisfecho... 10=muy satisfecho.

Para cada comunidad se calcula el porcentaje que puntúa alto en esta pregunta y se resta el porcentaje que puntúa bajo en la misma.

Códigos 1-4: bajo

Códigos 7-10: alto

(3) se suman las dos cifras obtenidas en (1) y (2) y

(4) se divide el resultado obtenido en el paso anterior (paso 3) entre 2.

En este índice, una puntuación de “0” indica que la cantidad de gente que se considera infeliz o insatisfecha con su vida en general es la misma que la que se considera feliz o satisfecha. Una puntuación de +100 indica que *todos* los componentes de la sociedad se consideran satisfechos o felices con su vida en general; una puntuación de -100 indica que *todos* los componentes de la sociedad se consideran infelices o insatisfechos con su vida en general².

4.3. Modelo de análisis

Para contrastar la primera hipótesis planteada se ha realizado una regresión lineal simple donde la variable dependiente es la TEA y la variable independiente es el nivel de postmaterialismo de las distintas CCAA. Posteriormente, se han realizado sucesivas regresiones múltiples en series de modelos desarrollados para determinar los posibles efectos del resto de las diferentes variables de control en la actividad emprendedora de las CCAA.

Para contrastar el resto de las hipótesis formuladas se han realizado otras regresiones donde el perfil emprendedor de las CCAA ha sido medido por el número de empresarios potenciales, empresas nacientes, empresas establecidas, el TEA oportunidad y el TEA necesidad.

En suma se han contrastado las hipótesis usando diferentes variables dependientes que incluyen: la actividad emprendedora total, los empresarios potenciales, las empresas nacientes, las empresas nuevas, y las empresas establecidas; pero también se han desarrollado similares modelos de análisis de regresión para la TEA oportunidad y necesidad.

5. RESULTADOS

En la tabla 1 se presentan las correlaciones para todas las variables consideradas en el análisis (independientes, dependientes y de control). Podemos observar, en conformidad con la predicción hecha en nuestras hipótesis, que el postmaterialismo se relaciona negativamente con todas las medidas de “espíritu emprendedor”. La correlación entre postmaterialismo y actividad emprendedora total es negativa y significativa ($r=-0,52, p<0,05$). Examinando los subcomponentes de la actividad emprendedora total separadamente (empresas nacientes y empresas nuevas), vemos que el postmaterialismo está mucho más fuertemente relacionado (negativamente) con las empresas nuevas ($r=-0,55, p<0,05$) que con las empresas nacientes ($r=-0,32$; ns.). Estos resultados coinciden con los obtenidos por Uhlaner y Thurik (2007) para su muestra de 27 países.

Tabla 1. Correlaciones

Variable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. TEA	1												
2. Empresas nacientes (%)	0,78**	1											
3. Empresas nuevas (%)	0,68**	0,08	1										
4. Empresas establecidas (%)	0,15	0,38	-0,22	1									
5. Empresarios potenciales (%)	0,58*	0,59*	0,24	0,31	1								
6. TEA_oportunidad	0,78**	0,66*	0,47	0,25	0,32	1							
7. TEA_necesidad	0,33	0,28	0,20	0,16	0,26	-0,11	1						
8. Renta per capita	-0,11	-0,01	-0,16	-0,07	-0,21	0,02	-0,23	1					
9. Desempleo (Tasa de paro)	0,18	0,06	0,22	-0,20	0,43	-0,06	0,14	-0,75**	1				
10. Educación secundaria	-0,15	-0,02	-0,22	-0,08	-0,02	-0,03	-0,19	0,54**	-0,41	1			
11. Educación superior	-0,20	-0,02	-0,30	-0,04	-0,15	0,00	-0,34	0,90**	-0,60*	0,34	1		
12. Postmaterialismo	-0,52*	-0,32	-0,55*	-0,24	-0,18	-0,60*	-0,32	0,19	0,05	0,12	0,34	1	
13. BienestarSubj	-0,17	-0,24	0,00	-0,58*	-0,53*	0,04	-0,44	0,50*	-0,25	0,19	0,56*	0,21	1

**Correlación significativa al 0,01 (2-colas)

*Correlación significativa al 0,05 (2-colas)

El postmaterialismo está asociado positivamente con la renta per capita ($r=0,19$; ns.), con el nivel de satisfacción ($r=0,21$; ns.), con el nivel de educación secundaria ($r=0,12$; ns.) y con el nivel de educación superior ($r=0,34$; ns.) aunque estas correlaciones no sean significativas, lo que nos lleva a sugerir que las diferencias entre CCAA en niveles de renta, nivel de formación, y nivel de satisfacción no sean realmente significativas, a diferencia de lo que ocurra con el nivel de postmaterialismo.

En la tabla 2 se presenta un resumen de los análisis de regresión múltiple desarrollados sobre la actividad emprendedora total (TEA). Cuando controlamos separadamente primero la renta per cápita³, después el nivel de desempleo, seguidamente el nivel de formación y finalmente el bienestar subjetivo, el R cuadrado ajustado no incrementa su valor respecto al obtenido para el modelo 1. A efectos de predicción el modelo 1 es el que proporciona un mejor ajuste. Aunque en el modelo 3, R aumenta a 0,61, lo que representa un incremento de 0,04 sobre el modelo 1 de regresión, sin embargo el R cuadrado ajustado es el mismo que en el modelo 1 y la variable desempleo no es significativa. De todas las variables consideradas, el postmaterialismo es la variable que presenta un carácter explicativo del comportamiento emprendedor, resultando que el postmaterialismo está asociado de forma negativa y significativa con el TEA.

Tabla 2. Regresiones para TEA variable dependiente

Variable	Postmaterialismo	Postmaterialismo y renta per capita	Postmaterialismo y nivel de desempleo	Postmaterialismo y nivel de formación	Postmaterialismo y bienestar subjetivo	Todas las variables
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6
Postmaterialismo	-0,78**	-0,79**	-0,80**	-0,78**	-0,77**	-0,86**
Renta per capita		$8,05 \times 10^{-6}$				$1,8 \times 10^{-4}$
Desempleo			0,07			0,22
Educación secundaria				-0,03		-0,64
Educación superior				0,05		-0,46
Bienestar subjetivo					-0,04	-0,01
R	0,57	0,57	0,61	0,58	0,58	0,69
R ² Ajustado	0,28	0,23	0,28	0,18	0,24	0,17
Estadístico F	7,30**	3,40*	4,14**	2,18*	3,45**	1,56

* $p < 0,10$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$

En la tabla 3 se recogen los resultados de las regresiones efectuadas en las que se ha buscado maximizar la predicción (incluyendo inicialmente todas las variables –independiente y de control- pero excluyendo finalmente las que no resultan explicativas) para las diferentes variables dependientes, lo que nos lleva a plantear una serie de reflexiones adicionales.

Como se desprende de estos resultados (véase tabla 3), por ejemplo, aunque el R varía de una regresión a otra, en las cinco regresiones que son significativas, la contribución del postmaterialismo a la explicación de la varianza total es mucho mas fuerte para los empresarios potenciales ($B=-0,98$; $p < 0,05$). Para las empresas nacientes el modelo no es estadísticamente significativo, ni ninguna de sus variables. El postmaterialismo predice el ratio de empresas nuevas ($B=-0,46$; $p < 0,05$) pero no predice el ratio de las empresas ya establecidas (no aparece en el modelo). En el TEA oportunidad, una vez más el postmaterialismo muestra su poder predictivo. En el resultado para el TEA necesidad sólo es significativo el nivel de bienestar, y su relación con la variable criterio (como en el resto de las regresiones en las que el nivel de bienestar resulta significativo) es siempre negativa.

Tabla 3. Comparación de regresiones múltiples (todas las variables en cada modelo) y distintas medidas del espíritu emprendedor (distintas variables dependientes)

	Empresarios potenciales	Empresas nacientes	Empresas nuevas	Empresas establecidas	TEA oportunidad	TEA necesidad
Postmaterialismo	-0,98*		-0,46**		-0,78***	
Renta per capita						
Desempleo	0,56***			-2,22*		
Educación secundaria						
Educación superior	0,28***					
Bienestar subjetivo	-0,10***			-0,07**		-0,01*
<i>R</i>	0,82	0,31	0,54	0,67	0,60	0,44
<i>R</i> ² Ajustado	0,56	0,04	0,25	0,37	0,32	0,14
Estadístico <i>F</i>	6,02***	1,66	6,36**	7,41**	8,58***	3,62*

* $p < 0,10$; ** $p < 0,05$; *** $p < 0,01$

En suma, comparando los modelos presentados en la tabla 3, los datos sugieren que el postmaterialismo predice la formación de nuevos negocios (empresas nuevas), en contraste con lo que ocurre tanto con las nuevas empresas como con las empresas establecidas. Los efectos de las distintas variables de control también difieren dependiendo de la variable dependiente que se elija.

El efecto de la renta per cápita no es significativo en ninguna regresión. La educación superior tiene un efecto positivo en los empresarios potenciales, pero no en el resto de las regresiones. Además, la satisfacción con la vida tiene efectos negativos sobre las empresas establecidas, el TEA necesidad y sobre los empresarios potenciales; sin embargo no es un predictor significativo en el resto de las regresiones. Por último destacar que el nivel de desempleo es un predictor positivo del porcentaje de empresarios potenciales y un predictor negativo del porcentaje de empresas establecidas.

6. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Los resultados de este estudio confirman la importancia del postmaterialismo cuando explicamos la actividad emprendedora total, y especialmente el porcentaje de empresarios potenciales y la formación de nuevos negocios. En la revisión inicial nos parecía razonable apoyar la hipótesis que predecía una relación negativa entre postmaterialismo y actividad emprendedora total. El hecho de que las variables de control no hayan resultado significativas cuando se mide la actividad emprendedora total sugiere que a nivel de CCAA las diferencias en estas variables no son realmente importantes en el contexto del país.

El postmaterialismo ejerce siempre un efecto significativo en la actividad emprendedora total cuando se incluyen las distintas variables socioeconómicas de control en los modelos, pero éstas últimas no predicen la actividad emprendedora total. Estos resultados, para las distintas variables de control, son distintos de los que encuentran Uhlaner y Thurik (2007) en su estudio, lo que puede ser debido a que las diferencias entre CCAA en lo relativo a nivel de desarrollo económico, niveles de educación y niveles de desempleo no son tan dispares como las que se observan en los 27 países de la muestra que utilizan Uhlaner y Thurik (2007).

Nuestros resultados dan apoyo empírico al argumento que hemos defendido de que aunque el desarrollo económico tiende a producir cambios sistemáticos en lo que las personas creen y quieren en la vida, la influencia de las tradiciones culturales no desaparece. Los sistemas de creencias tienen una notable durabilidad y resistencia (McGrath *et al.*, 1992b).

Los resultados de nuestro trabajo coinciden con los obtenidos por Wennekers *et al.* (2001) que ven una relación negativa entre la satisfacción con la vida y el autoempleo. Expresado en otros términos, cuanto mayor es el nivel de insatisfacción mayor será la actividad emprendedora. La insatisfacción recoge el grado de malestar de un individuo con su vida. En estudios sobre espíritu emprendedor podemos encontrar diferentes tipos específicos de insatisfacción. Brockhaus (1982) afirma que la insatisfacción derivada de experiencias de trabajo previas está muy relacionada con la decisión de crear una empresa propia. Shapero y Sokol (1982) afirman que los datos de la investigación muestran que es mucho más probable que las personas actúen con información negativa que positiva, y los datos sobre formación de empresas apoyan esta conclusión. Es cierto que en la actividad emprendedora hay factores que empujan y otros que atraen, pero en el computo final los hechos negativos (p.e. verse forzado a emigrar, ser despedido del trabajo y sentirse desanimado y estafado) resultan ser los principales impulsores de la actividad emprendedora. Todo esto encaja con lo que la psicología nos dice acerca de la motivación. En particular, las personas con un alto sentido de auto-eficacia⁴ están motivados por la insatisfacción. Por eso a nivel individual, es probable que una fuerte insatisfacción con la vida en general esté asociada con una elevada propensión al autoempleo o a la creación de una empresa propia. Wennekers *et al.* (2001) recogen este planteamiento y concluyen que lo que se produce a nivel micro también puede existir a nivel macro: los países donde la gente está en general menos satisfecha con su vida tendrán un mayor ratio de autoempleo que los otros países. A nivel regional nuestros resultados confirman esta relación.

Sin embargo, nuestros resultados coincidiendo con los de Wennekers *et al.* (2001), se encuentran en contradicción con los hallazgos de Uhlaner y Thurik (2007) que observan una relación positiva entre satisfacción con la vida y empresas establecidas. La razón principal de estas diferencias puede estar en que Wennekers *et al.* (2001) limitan su estudio a países de la OCDE, países desarrollados, mientras que la muestra de Uhlaner y Thurik (2007) incluye también países pobres. En nuestro caso, aunque existan diferencias en los niveles de renta de unas CCAA a otras, el nivel de todas ellas es el que corresponde a países desarrollados (situación similar a la muestra de países del estudio de Wennekers *et al.*, 2001). Ciertamente se requiere más investigación para examinar esta relación, en vez de asumir que existe una relación lineal entre nivel de bienestar y actividad emprendedora.

Mirando los hallazgos sobre educación hemos encontrado que sólo la educación superior se relaciona positivamente con el porcentaje de empresarios potenciales. Igualmente, en las empresas establecidas también desempeña un papel relevante el nivel de formación superior aumentando la tasa de empresas establecidas. El efecto positivo de la educación superior en la tasa de empresarios potenciales sugiere que un mayor nivel de educación superior puede proporcionar una base de empresarios potenciales que se vean atraídos por las recompensas inmateriales de la actividad empresarial, tales como alcanzar una mayor autonomía (Van Gelderen y Jansen, 2006) o el logro (McClelland, 1975).

7. CONCLUSIONES, LIMITACIONES E IMPLICACIONES PRÁCTICAS

Atendiendo la llamada hecha por Uhlaner y Thurik (2007) a la investigación de las variables culturales a nivel de las distintas regiones de un país, hemos encontrado resultados que queremos destacar.

Este trabajo se ha centrado en el estudio de los factores determinantes de la actividad emprendedora. Un gran parte de la investigación en este campo ha estado dominada por el análisis de factores económicos. Este estudio no pretende descartar el papel que desempeñan las políticas gubernamentales para estimular el autoempleo y el espíritu emprendedor. Sin embargo, los resultados del mismo ofrecen soporte empírico para la conclusión de que los valores culturales, en este caso, el postmaterialismo, puede proporcionar una nueva explicación de los diferentes tipos de actividad emprendedora de las CCAA. Una de las implicaciones de estos resultados es que la eficacia de las diversas políticas pueden aparecer limitadas por factores culturales que escapan al control de los encargados de formular políticas. Alternativamente, las políticas para estimular el espíritu emprendedor en el futuro podrían personalizarse dependiendo de las tendencias culturales de cada región. Así, por ejemplo, en una cultura más postmaterialista, es importante hacer hincapié en los beneficios inmateriales de poner en marcha su propia empresa (la autonomía, la creatividad, etc) y no en los beneficios económicos.

Otro resultado relevante, por sus posibles implicaciones en la efectividad de las medidas que se desarrollen para fortalecer el espíritu emprendedor de las CCAA, es que la importancia de los factores culturales y socioeconómicos depende de la etapa que estemos considerando (empresarios potenciales, empresas nacientes, empresas nuevas, empresas establecidas).

El proyecto GEM profundiza en el análisis de las diferentes fases que se producen en el proceso de creación de la empresa; distinguiendo entre concepción, nacimiento y permanencia. En un inicio, cuando aún no hay empresa, el "empresario potencial" se encuentra en una fase de gestación de la idea y de materialización de sus intenciones, que finalizará (en una elevada proporción) con la constitución de la empresa y el pago de los primeros meses de salarios (empresario naciente). Desde aquí hasta los 42 meses el "nuevo empresario" tratará de afianzar su empresa en el mercado para llegar a consolidarse una vez que hayan transcurrido los tres años y medio.

Centrándonos en las distintas fases por las que pasan las empresas hasta alcanzar la madurez, lo que hemos podido observar es que la importancia de los factores culturales, económicos y sociales varía en cada una de estas etapas. En lo que se refiere a los empresarios potenciales el nivel de postmaterialismo, de desempleo, educación superior y bienestar subjetivo tienen un significativo poder prescriptivo.

Cuando las empresas nacen (durante sus tres primeros meses de vida) se observa una falta de poder prescriptivo para todas las variables sea cual sea su naturaleza (económica, socioeconómica y cultural). Pero transcurrido este periodo, el postmaterialismo recobra su poder prescriptivo del nivel de empresas nuevas, y las restantes variables continúan sin tener poder explicativo. Finalmente, para las empresas establecidas (al menos 42 meses de existencia) los factores culturales dejan de ser importantes y el nivel de desempleo y el bienestar subjetivo se vuelven relevantes a la hora de predecir la supervivencia de las empresas.

Creemos apropiado hacer aquí una advertencia. Nuestro estudio está limitado a un período de tiempo concreto (el año 2007), y las conclusiones recogidas en el mismo podrían verse sólo como una tentativa, en el mejor de los casos. Sin embargo, la fuerza y el tamaño de los hallazgos, con respecto a sus niveles de significación y cantidad de varianza explicada, sugieren que estos resultados no deberían ser despreciados. No cabe duda de que hubiéramos preferido un análisis longitudinal en lugar de transversal. Pero no disponemos de series temporales suficientemente amplias para utilizar esta metodología. Además, dos factores adicionales apoyan la validez de este diseño: (1) las tasas de creación de empresas son relativamente estables en el tiempo, por eso los hallazgos en un momento del tiempo es probable que se mantengan en otro momento, (2) las diferencias culturales en un momento del tiempo pueden explicar también porqué una región es más emprendedora que otra en *un momento del tiempo*.

En resumen, creemos que no se debería ignorar la principal conclusión de este estudio, que muestra que al menos uno de los aspectos de su cultura -los valores postmaterialistas- pueden tener un poderoso efecto en el espíritu emprendedor de las CCAA; especialmente en la tasa de empresarios potenciales y en la tasa de formación de nuevos negocios. Nuestros resultados confirman claramente una relación negativa entre postmaterialismo y la actividad empresarial, marcada por la comprobación de que las regiones menos materialistas tienden a presentar valores más reducidos de actividad emprendedora total.

Los resultados de este trabajo sugieren que merece la pena el esfuerzo de seguir investigando los efectos y el modo en que interactúan entre sí variables económicas, sociales y actividad emprendedora; así como plantear distintos modelos para predecir el porcentaje de empresarios potenciales, empresas nacientes, empresas nuevas y tasas de supervivencia de las empresas.

Las diferencias en las políticas impositivas, la densidad de población, la inversión en infraestructura son otros factores que han demostrado que ayudan a explicar las diferencias regionales en las tasas de nacimientos de empresas (Uhlaner y Thurik, 2007), lo que podría ser considerado e incorporado al análisis; así como también deberían ser contempladas otras dimensiones de la cultura (no sólo el postmaterialismo sino otros valores).

NOTAS

¹ Existen distintas medidas de desigualdad, que han sido desarrolladas principalmente en el ámbito de la economía industrial (véase Clarke, 1993, p. 34 y siguientes). En nuestro caso el *coeficiente de variación (c)* es el ratio de la desviación típica de la proporción de individuos materialistas, mixtos y postmaterialistas de cada CCAA (σ) con respecto a la media ($\bar{x}$) (que sería el caso en que hubiera igual proporción de la población que priorizara cada opción, es decir, un 33,33% de la población fuera materialista, otro 33,33% e la población fuera mixta y otro 33,33% fuera postmaterialista). Es decir, $c = \frac{\sigma}{\bar{x}}$.

² Según Inglehart (2000:506) este índice resta “el porcentaje bajo al porcentaje alto, para controlar por el hecho de que los entrevistados en algunas culturas tienden a dar puntuaciones extremas, mientras en otras culturas tienden a dar puntuaciones moderadas.” Así se minimiza el impacto en la respuesta conjunta que suele ser una fuente particularmente problemática de error de medición en la investigación transcultural.

³ Para la variable renta per cápita, puesto que la investigación pasada sugería un efecto curvilíneo total (Carree *et al.*, 2002; Wennekers *et al.*, 2005; Sternberg y Wennekers, 2005) sobre la actividad emprendedora total, se realizó un análisis preliminar incluyendo tanto el término lineal como el término cuadrado para la de renta per cápita. Sin embargo, puesto que el término cuadrado no añadía nada al modelo no se incluyó finalmente en los modelos.

⁴ La auto-eficacia implica una percepción consciente de la habilidad de uno para ser eficaces, para el control de las acciones o resultados.

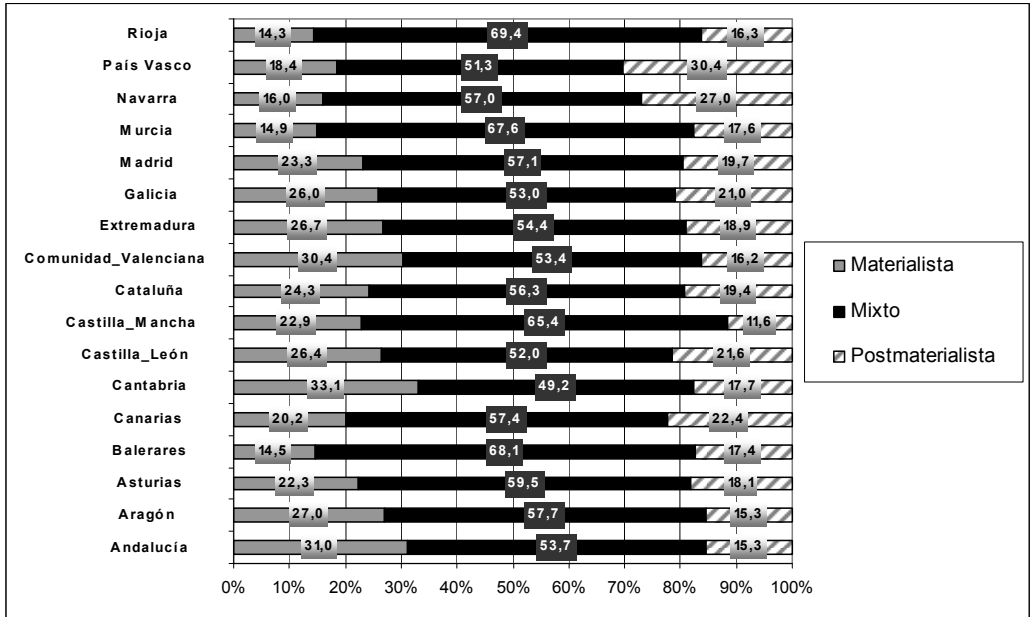
BIBLIOGRAFÍA

- ACS, Z.J., AUDRESTSCH, D.B. y EVANS, D.S. (1994): "The determinants of variations in self-employment rates across countries over time". Artículo de discusión 871. Center for Economic Policy Research. Londres.
- BLAIS, R.A. y TOULOUSE, J. (1990): "National, regional or world patterns of entrepreneurial motivation? An empirical study of 2,278 entrepreneurs and 1,733 non-entrepreneurs in fourteen countries on four continents". *Journal Small Business Entrepreneurship*, 7(2), pp. 3-20.
- BROCKHAUS, R.H. (1982): "The psychology of entrepreneur". En Kent, D.L., Sexton, D.L.; Vesper, K.H., (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 29-57). Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- BROCKHAUS, R.H. y HOROWITZ, P.S. (1986): "The psychology of the entrepreneur". En Sexton D.L. & Smilor R.W. (Eds.). *The art and science of entrepreneurship*, (pp. 25-48). Ballinger, Cambridge, MA.
- BUSENITZ L.W., GÓMEZ C. y SPENCER J.W. (2000): "Country institutional profiles: unlocking entrepreneurial phenomena". *Academy of Management*, 43(5), pp. 994-1003.
- CARREE M., VAN STEL A.J., THURIK A.R. y WENNEKERS A.R.M. (2002): "Economic development and business ownership: an analysis using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996". *Small Business Economics*, 19 (3), pp. 271-290.
- CLARKE, R. (1993): *Economía industrial*, Celeste, Madrid.
- DAVIDSSON, P., (1995). "Culture, structure and regional levels of entrepreneurship". *Entrepreneurship and Regional Development*, 7, pp. 41-62.
- DAVIDSSON, P. y DELMAR, F. (1992): "Cultural values and entrepreneurship". En *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Babson College, Wellesley, MA.
- DAVIDSSON, P. y WIKLUND, J. (1997): "Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates". *Journal of Economic Psychology*, 18 (1-2), pp. 179-199.
- EVANS D.S. y LEIGHTON L.S. (1989): "The determinants of changes in US self-employment, 1968-1987". *Small Business Economics*, 1(2), pp. 319-330.
- ETZIONI, A. (1987): "Entrepreneurship, adaptation and legitimation". *Journal of Economic Behavior and Organization*, 8(2), pp. 175-189.
- GARTNER, W.B. (1989): "Who is an entrepreneur? Is the wrong question". *Entrepreneurship Theory & Practice*, Summer, pp. 47-67.
- HAYTON, J.C., GEORGE, G. y ZAHRA, S.A. (2002): "National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioural Research". *Entrepreneurship Theory & Practice*, 26(4), pp. 33-52.
- HOFSTEDE, G. (1980): *Culture's consequences: International differences in work related values*. Sage Publications, Beverly Hills, CA.
- HOFSTEDE G.; NOORDERHAVEN N.G.; THURIK A.R.; UHLANER L.M.; WENNEKERS A.R.M. y WILDEMAN R.E. (2004): "Culture's role in entrepreneurship: self-employment out of dissatisfaction". En: Ulijn J, Brown T (eds) *Innovation, entrepreneurship and culture: the interaction between technology, progress and economic growth*. (pp. 162-203). Edward Elgar, Cheltenham, UK.
- INGLEHART, R. (1977): *The silent revolution: changing values and political styles*. Princeton University Press, Princeton, NJ.
- INGLEHART R. (1990): *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton University Press, Princeton, NJ.
- INGLEHART, R. (2000): *Modernización y posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*, CIS, Madrid. [Versión original (1997) *Modernization and post-modernization: cultural, economic and political change in 43 societies*. Princeton University Press, Princeton, NJ.].
- INGLEHART, R. (2003): *Human values and social change: findings from the values survey*. Brill, Leiden, The Netherlands.
- INGLEHART, R. y WELZEL, C. (2005): *Modernization, Cultural Change, and Democracy. The Human Development Sequence*. Cambridge University Press, Cambridge.
- LEE S.M. y PETERSON S.J. (2000): "Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness". *Journal of World Business*, 35(4), pp. 401-416.
- MASLOW, A. (1954): *Motivation and personality*. Harper and Row, Nueva York.
- MCCLELLAND, D.C. (1961): *The achieving society*. Van Nostrand, Princeton, NJ.
- MCCLELLAND D.C. (1975): *Power: the inner experience*. Irvington, Nueva York.
- MCCRATH, R.G., MACMILLAN, I.C. y SCHEINBERG, S. (1992a): "Elitists, risk-takers, and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs". *Journal of Business Venturing*, 7(2), pp. 115-136.
- MCCRATH, R.G., MACMILLAN, I.C., YANG, E.A. y TSAI, W. (1992b): "Does culture endure, or is it malleable?" *Journal of Business Venturing*, 7(6), pp. 441-458.
- MEYER, J.W.; BOLI, J.; THOMAS, G.M. y RAMIREZ, F.O. (1997): "World society and the nation-state". *America Journal of Sociology*, 103(1), pp. 144-181.
- MUELLER, S.L. y THOMAS, A.S. (2001): "Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness". *Journal of Business Venturing*, 16(1), pp. 51-75.

- NOORDERHAVEN, N.; THURIK, R.; WENNEKERS, S. y VAN STEL, A. (2004): "The role of dissatisfaction and per capita income in explaining self-employment across 15 European countries". *Entrepreneurship Theory & Practice*, 28(5), pp. 447-466.
- REYNOLDS P.D.; BYGRAVE W.D.; AUTIO E.; COX L.W. y HAY M. (2002): "Global entrepreneurship monitor, Informe ejecutivo 2002". Babson College, Wellesley, MA.
- REYNOLDS P.; BOSMA M.; AUTIO E.; HUNT S.; DE BONO N.; SERVAIS I.; LOPEZ-GARCIA P. y CHIN N. (2005): "Global entrepreneurship monitor: data collection design and implementation 1998-2003". *Small Business Economics*, 24 (3), pp. 205-231.
- ROBICHAUD, Y.; MCGRAW, E. y ROGER, A. (2001): "Toward the development of measuring instrument for entrepreneurial motivation". *Journal Development Entrepreneurship*, 6(2), pp. 189-201.
- SHAPERO, A. y SOKOL, L. (1982): "The social dimension of entrepreneurship". En Kent, C.A.; Sexton, D.L.; Vesper, K.H., (Eds.), *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp. 72-90). Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- STERNBERG, R. y WENNEKERS, S. (2005): "Determinants and effects of new business creation using Global Entrepreneurship Monitor Data". *Small Business Economics*, 24(3), pp.193-203.
- STEVENSON, M. (1997): "Globalization, national cultures, and cultural citizenship". *The Sociological Quarterly*, Berkeley: Winter, 38(1), pp. 41-67.
- TIESSEN, J.H. (1997): "Individualism, collectivism, and entrepreneurship: a framework for international comparative research". *Journal of Business Venturing*, 12(5), pp. 367-384.
- TRIANDIS, H. C. (1994): *Culture and social behavior*. McGraw-Hill, Nueva York.
- UHLANER, L. y THURIK, R. (2007): "Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations". *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), pp. 161-185.
- UHLANER, L.; THURIK, R. y HUTJES, J. (2002): "Postmaterialism: a cultural factor influencing entrepreneurial activity across nations". ERIM report ERS-2002-62-STR. Erasmus Research Institute for Management, Rotterdam.
- VAN GELDEREN M. y JANSEN, P. (2006): "Autonomy as a start-up motive". *Journal of Business and Enterprise Development*, 13(10), pp.23-32.
- VERHEUL, I.; VAN STEL, A.J. y THURIK, A.R. (2006): "Explaining female and male entrepreneurship across 29 countries". *Entrepreneurship and Regional Development*, 18, pp. 51-183.
- VROOM, V.H. (1982): *Work and Motivation*, (2^a ed.). Robert E. Krieger Publishing Company, Malabar, FL.
- WENNEKERS, S.; NOORDERHAVEN, N.; HOFSTEDE, G. y THURIK, R. (2001): "Cultural and economic determinants of business ownership across countries". En Bygrave, W.D., Autio, E., Brush, C.G., Davidsson, P., Greene, P.G., Reynolds, P.D., & Sapienza, H.J. (Eds.). *Frontiers of Entrepreneurship*, Babson College, Wellesley, MA.
- WENNEKERS, S.; VAN STEL A.J. y THURIK, A.R. y REYNOLDS, P. (2005): "Nascent entrepreneurship and the level of economic development". *Small Business Economics*, 24(3), pp. 293-309.

ANEXO

Porcentaje de la población de materialistas, mixto y postmaterialistas por CCAA



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la cuarta Oleada de la Encuesta Mundial de Valores (1999-2004)

