



TRABAJO DE FIN DE GRADO

El impacto de las dimensiones culturales en la
creación de empresas sostenibles.

The impact of cultural dimensions on the creation of sustainable enterprises.

Autor: D. HICHAM EL HADROUJI FELLAH

Tutor/es: D^a. RAQUEL ANTOLÍN LÓPEZ

Grado en Administración y Dirección de Empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

Curso Académico: 2017 / 2018

Almería, junio de 2018

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS, TABLAS Y GRÁFICOS	3
RESUMEN	4
1. INTRODUCCIÓN	5
2. MARCO TEÓRICO: CULTURA Y EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE	6
2.1. <i>Definición de cultura y sus elementos</i>	6
2.1.1. Distancia al poder	8
2.1.2. Individualismo versus Colectivismo	8
2.1.3. Masculinidad versus Femenidad	9
2.1.4. Aversión a la incertidumbre	9
2.1.5. Orientación a largo plazo versus orientación a corto plazo	10
2.1.6. Indulgencia versus Restricción	10
2.2. <i>Definición de Emprendimiento Sostenible</i>	10
2.3. <i>Efecto de la cultura en la intención de crear empresas sostenibles</i>	13
3. METODOLOGÍA	16
3.1. <i>Muestra</i>	16
3.2. <i>Variables</i>	17
3.2.1. Variable dependiente	17
3.2.2. Variables independientes	18
3.2.3. Variables de control	21
3.3. <i>Técnica estadística</i>	22
3.4. <i>Resultados</i>	22
3.4.1. Resultados descriptivos de las variables independientes	22
3.4.2. Resultados de Correlación	28
3.4.3. Resultados de Regresión binaria	31
4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	35
4.1. <i>Discusión de resultados</i>	35
4.2. <i>Conclusiones</i>	39
4.3. <i>Limitaciones del estudio</i>	41
5. REFERENCIAS	42
6. ANEXOS	47

ÍNDICE DE FIGURAS, TABLAS Y GRÁFICOS

Índice de figuras

FIGURA 1. LAS DIMENSIONES CULTURALES DE HOFSTEDE.	8
FIGURA 2. LOS COMPONENTES DE LA SOSTENIBILIDAD.	11
FIGURA 3. ESCALA DE MEDICIÓN DE LA DISTANCIA AL PODER.	18
FIGURA 4. ESCALA DE MEDICIÓN DEL INDIVIDUALISMO.	19
FIGURA 5. ESCALA DE MEDICIÓN DE MASCULINIDAD.	19
FIGURA 6. ESCALA DE MEDICIÓN DE LA AVERSIÓN A LA INCERTIDUMBRE.	20
FIGURA 7. ESCALA DE MEDICIÓN DE LA ORIENTACIÓN AL LARGO.	20
FIGURA 8. ESCALA DE MEDICIÓN DE LA INDULGENCIA.	20
FIGURA 9. VALORES Y CORRELACIÓN DE PEARSON.	29

Índice de tablas

TABLA 1. DIFERENCIAS ENTRE EL EMPRENDIMIENTO AMBIENTAL, SOCIAL, CONVENCIONAL Y SOSTENIBLE.	12
TABLA 2. TABLA DE CORRELACIONES.	30
TABLA 3. RESULTADOS DE LA REGRESIÓN PARA LA CREACIÓN DE EMPRESAS SOSTENIBLES.	33
TABLA 4. RESULTADOS DE LA REGRESIÓN PARA LA INTENCIÓN DE CREAR EMPRESAS SOSTENIBLES.	34
TABLA 5. COMPARACIÓN DE PAÍSES SEGÚN ÍNDICE GINI.	36
TABLA 6. COMPARACIÓN DE PAÍSES SEGÚN PIB PER CÁPITA.	39
TABLA 7. LISTA DE PAÍSES DE LA MUESTRA.	47

Índice de gráficos

GRÁFICO 1. DISTANCIA AL PODER.	23
GRÁFICO 2. INDIVIDUALISMO VS COLECTIVISMO.	24
GRÁFICO 3. MASCULINIDAD VS FEMINIDAD.	25
GRÁFICO 4. AVERSIÓN A LA INCERTIDUMBRE.	26
GRÁFICO 5. ORIENTACIÓN A LARGO PLAZO VS ORIENTACIÓN A CORTO PLAZO.	27
GRÁFICO 6. INDULGENCIA VS RESTRICCIÓN.	28
GRÁFICO 7. DISTANCIA AL PODER N47.	48
GRÁFICO 8. INDIVIDUALISMO VS COLECTIVISMO N47.	49
GRÁFICO 9. MASCULINIDAD VS FEMINIDAD N47.	50
GRÁFICO 10. AVERSIÓN A LA INCERTIDUMBRE N47.	51
GRÁFICO 11. ORIENTACIÓN A LARGO PLAZO VS ORIENTACIÓN A CORTO PLAZO N47.	52
GRÁFICO 12. INDULGENCIA VS RESTRICCIÓN N47.	53

RESUMEN

El emprendimiento sostenible como fenómeno de estudio ha tomado una gran relevancia en el campo del emprendimiento. Investigaciones previas sobre el impacto del contexto cultural se han enfocado en analizar el emprendimiento tradicional y social.

Este estudio pretende explicar la influencia que la cultura de los países tiene sobre la creación de empresas sostenibles. Concretamente se lleva a cabo un estudio entre las seis dimensiones culturales definidas según Geert Hofstede y el emprendimiento sostenible de una muestra que engloba a más de 160.000 individuos en 47 países distintos.

En primera instancia se define el marco teórico de la cultura y las posibles relaciones que tenga sobre la actividad emprendedora sostenible. Posteriormente, se lleva a cabo un análisis empírico con una muestra de 2009 resultante de combinar dos bases de datos de prestigio internacional: Hofstede Datacentre y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Palabras clave: Cultura nacional, Emprendimiento Sostenible, Dimensiones Culturales, Hofstede.

ABSTRACT

Sustainable entrepreneurship as a study phenomenon has taken on great relevance in the field of entrepreneurship. Previous research on the impact of the cultural context has focused on analysing traditional and social entrepreneurship.

This study aims to explain the influence that the culture of the countries has on the creation of sustainable companies. Specifically, a study is carried out between the six cultural dimensions defined by Geert Hofstede and the sustainable entrepreneurship of a sample that encompasses more than 160.000 individuals in 47 different countries.

In the first instance, the theoretical framework of the culture is defined and the possible relationships that it has about the sustainable entrepreneurial activity are defined. Afterwards, an empirical analysis is made with a sample of 2009 resulting from combining two international prestigious databases: Hofstede Datacentre and the Global Entrepreneurship Monitor (GEM).

Keywords: National culture, Sustainable Entrepreneurship, Cultural Dimensions, Hofstede.

1. INTRODUCCIÓN

Los problemas medioambientales y sociales que experimentan los países actualmente han derivado en la formación de nuevos conceptos ligados a la sostenibilidad, donde el desarrollo sostenible se ha convertido en los últimos años en un marco de referencia (Jiménez, 2002). El campo del emprendimiento sostenible se ha planteado como una posible medida a los problemas sociales, económicos y medio ambientales (Antolín-López et al., 2014), ya que de acuerdo con López-Puga (2012), vendría a cohesionar un conjunto de decisiones destinadas a generar bienes considerando tres principales dimensiones: económica, social y ambiental. Este nuevo campo, aún muy poco analizado, dispone de escasas explicaciones tanto teóricas como empíricas (Rodríguez, 2016). Por otra parte, la influencia de la cultura en el espíritu emprendedor ha sido de continuo interés académico y político, donde los investigadores han analizado el efecto tanto de las culturas nacionales como organizacionales en la creación de empresas nuevas (Buitrago, 2014; George & Zahra, 2002). “Existe, por tanto, un gran interés en la comprensión de los factores que determinan los niveles de actividad emprendedora de los diferentes países” (Jaén et al., 2013). La cultura es un concepto nebuloso, complicado, multidimensional e incommensurable (Jaén et al., 2013; Zubieta & Páez, 2004), que puede ser calificado “como el medio para vivir y pensar diseñado por un grupo de personas que se transmite de una generación a otra” (Apetrei et al., 2013). Castells & Martínez (2004) indican que “se ha entrado en un mundo verdaderamente multicultural e interdependiente que sólo puede comprenderse y cambiarse desde una perspectiva plural que articule la identidad cultural, la interconexión global y la política multidimensional”, siendo de vital importancia considerar las particularidades culturales. No obstante, cabe destacar que hasta la fecha los trabajos que se han llevado a cabo se han limitado a analizar el efecto de la cultura o bien sobre el emprendimiento convencional (e.g. Cabrera & Soto, 2007; Gerard & Shaker, 2002;) o bien sobre el de índole social (e.g. Barrón & Ruiz, 2017). Este trabajo tiene como objetivo explicar el fomento del emprendimiento sostenible desde un punto de vista cultural, es decir, a partir de las dimensiones culturales propuestas por Geert Hofstede, se examina la influencia de estas dimensiones sobre la creación de empresas sostenibles.

El trabajo se estructura en dos partes bien diferenciadas: en la primera parte se define el marco teórico aplicado (concepto de cultura, descripción de las dimensiones culturales, relación entre la cultura y el emprendimiento sostenible), y la segunda parte que consiste en un estudio empírico de la relación entre la cultura de un país y la creación de empresas

sostenibles, en la cual se describe la elaboración muestral, las variables utilizadas, los resultados de investigación, una discusión de los mismos y finalmente se concluye con la observación del emprendimiento sostenible y su posible desarrollo en determinados países.

La muestra empleada para el análisis empírico entre la cultura y el emprendimiento sostenible se ha construido cruzando dos bases de datos de prestigio internacional: Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y Hofstede Datacentre. En primer lugar, se ha obtenido la base de datos del 2009 de GEM, de la cual se han seleccionado las variables que contenían preguntas relacionadas específicamente con el emprendimiento sostenible. Éstas comprenden a entrevistas realizadas a 185.093 individuos de 63 países. Posteriormente se han obtenido los datos de las diferentes dimensiones definidas por Hofstede correspondientes a cada país, y las relaciones propuestas se han estudiado a través del paquete estadístico SPSS. Cabe destacar que, debido a que en la base de datos de Hofstede no se recogen los valores de determinados países, la muestra empleada finalmente ha quedado constituida por las respuestas de 168.037 individuos de 47 países diferentes.

2. MARCO TEÓRICO: CULTURA Y EMPRENDIMIENTO SOSTENIBLE

Existe una variedad de estudios que incluyen la cultura como línea de investigación dentro del emprendimiento cuyos principales objetivos son la determinación de los posibles factores culturales que afectan al desarrollo del emprendimiento (Barrón & Ruiz, 2017). Generalmente, se considera que la cultura se corresponde con el modo de vida de los miembros de un determinado país que comparten rasgos comunes (Zapico, 2007). Partiendo de esta premisa, el presente trabajo fin de grado aborda el emprendimiento sostenible desde un punto de vista cultural de los emprendedores, observando así si las dimensiones culturales planteadas por Hofstede pueden explicar por qué determinadas culturas son más intensas en emprendimientos sostenibles que otras (Apetrei et al., 2013).

2.1. Definición de cultura y sus elementos

La UNESCO¹ considera a la cultura como el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a un país. Ello engloba, además de las artes y las letras, los estilos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, sistema de valores, tradiciones, creencias, etc.

¹ <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>

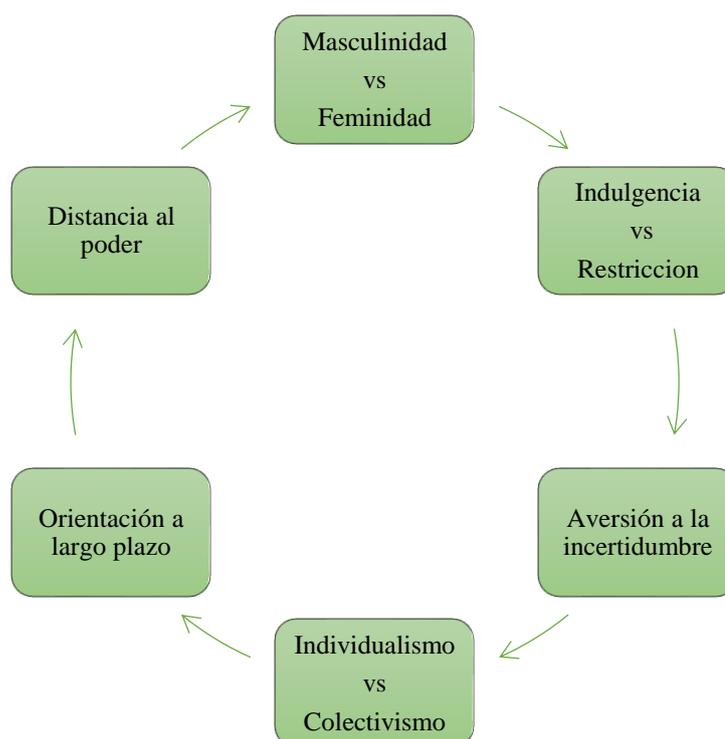
Hofstede (1999) define la cultura nacional como “la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de un grupo o categoría de personas de los demás”. Estos programas mentales colectivos se aprenden en la familia, en la infancia, en los colegios y en las organizaciones (Farías, 2007). Cada país desarrolla factores que posibilitan la formación de una programación mental colectiva común entre sus miembros mediante un lenguaje nacional dominante, medios masivos comunes, sistemas educacionales, políticos, mercados nacionales de productos y servicios, etc. (Hidalgo et al., 2007).

“Hofstede llevó a cabo un extenso y completo estudio acerca de cómo los valores en el lugar del trabajo están influenciados por la cultura y definió seis dimensiones que representan preferencias independientes por un estado de cosas sobre otro que distingue a los países entre sí en lugar de los individuos²”. Tengler & Caldera (2018) consideran una dimensión como “un aspecto de la cultura que puede medirse en comparación con otras culturas”, constituyendo, por lo tanto, las dimensiones para Hofstede (2012), “una manera conceptual de dividir las realidades complejas en elementos básicos independientes”. Cabe destacar que el trabajo realizado por Hofstede en sus inicios identificaba solamente cuatro dimensiones de la cultura nacional, la primera extensión que se llevó a cabo en 1991 contempló una quinta dimensión y no fue hasta 2010 cuando se agregó la sexta dimensión (Duarte & Suárez, 2012; Iborra et al., 2014), por lo que el presente estudio trabaja con la versión más reciente del modelo de Hofstede.

Las dimensiones de Hofstede son las siguientes (ver figura 1): distancia al poder (*Power Distance Index*, PDI), individualismo versus colectivismo (*Individualism vs Collectivism*, IDV), masculinidad versus feminidad (*Masculinity vs Femininity*, MAS), aversión a la incertidumbre (*Uncertainty Avoidance Index*, UAI), orientación a largo plazo versus orientación a corto plazo (*Long Term Orientation vs Short Term Orientation*, LTO); e indulgencia versus restricción (*Indulgence vs Restraint*, IND). En los siguientes apartados se explica en que consiste cada dimensión y sus respectivas características.

² <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

Figura 1. Las dimensiones culturales de Hofstede.



Fuente: Elaboración propia a partir de Hofstede³.

2.1.1. Distancia al poder

La dimensión de distancia al poder (PDI) se define como “el grado en que el que los miembros menos relevantes de las instituciones y organizaciones de un país esperan y aceptan que el poder se distribuye de manera desigual” (Hofstede, 1999).

En países con una alta distancia de poder (PDI), los roles están muy diferenciados y esta diferencia se expresa a través de símbolos que demuestran el estatus de cada uno, que los subordinados responden aceptando este estado de jerarquía (Molero, 2002; Van Oostrom, 2013). Sin embargo, en los países con un bajo PDI, las personas rechazan que el poder se distribuya desigualmente y tratan de igualarlo fomentando la participación (Bretones & Silva, 2009; Cabrera & Soto, 2007).

2.1.2. Individualismo versus Colectivismo

El individualismo (IDV) hace referencia al grado en el cual “los individuos prefieren actuar de forma individual en lugar de actuar como miembros de un grupo” (Steenkamp et al., 1999). En los países individualistas, la vinculación entre los individuos es muy débil y se espera que cada individuo se preocupe por sí mismo y de su entorno más inmediato, por el contrario, en los países colectivistas existe una fuerte integración entre sus individuos donde

la vida se desarrolla en un clima de protección bilateral a cambio de una inquebrantable lealtad (Guillén & Aduna, 2008).

Las culturas individualistas se caracterizan por valorar la autonomía y autosuficiencia del individuo, la prevalencia de los intereses individuales sobre los grupales y por su independencia de los grupos sociales, mientras que en los países colectivistas se defiende la tradición heredada y la priorización de los intereses grupales a los individuales, (Omar, 2014; Gouveia et al., 2011) es decir, son países donde las personas desde su nacimiento están integradas en grupos fuertes y cohesivos (Iborra et al., 2014).

Una cultura con un elevado nivel de individualismo muestra la importancia y superioridad de los derechos individuales respecto a la sociedad en conjunto (Farías, 2007). En dichos países se espera que cada cual se ocupe solamente de sí mismo “enfaticando la independencia y necesidades individuales frente al colectivismo en el que se enfatiza la satisfacción de necesidades grupales” (Bretones et al., 2009). Por lo tanto, un bajo nivel de individualismo es más característico en países colectivistas, donde la identidad del individuo se basa en su pertenencia a una red social, siendo la armonía y el consenso los principales objetivos distintivos de estos países (Hofstede, 1999).

2.1.3. Masculinidad versus Feminidad

La masculinidad (MAS) es la dimensión que mide el grado en que se presentan valores masculinos en un país tales como los logros, el éxito material, el heroísmo, la ambición, la asertividad, la riqueza y se define el género estereotipadamente (Hofstede, 1999; Van Oostrom, 2013). Mientras que un país más “femenino” otorga mayor valor a la gente, la calidad de vida, la ayuda a los demás, la igualdad y la solidaridad. (Fernández & Paéz, 2004; Hidalgo et al., 2007).

Un país con un alto nivel de masculinidad se enfatiza principalmente en la competición, las recompensas materiales y laborales y refuerza la instrumentalidad, mientras que en un país con una baja masculinidad, es decir, con un alto nivel de feminidad se enfatiza en la cooperación, el apoyo social, preservación del medioambiente y el refuerzo de la expresividad (Hofstede, 1999; Moya et al., 2002).

2.1.4. Aversión a la incertidumbre

Esta dimensión puede definirse como el grado en que los miembros de una cultura toleran la incertidumbre y la ambigüedad, es decir si los miembros son propensos o adversos a lo desconocido y arriesgado (Van Oostrom, 2013).

Los países con una alta aversión a la incertidumbre (UAI) se caracterizan por “otorgar un alto valor a la estabilidad, seguridad, rutina y la escasa tensión, siendo las actividades más estructuradas y las reglas más formales” (Sánchez & Peña, 2011). Por el contrario, los países con una baja aversión a la incertidumbre se caracterizan por la mayor aceptación y tolerancia hacia la incertidumbre, estando más abiertos hacia situaciones inesperadas (Hofstede, 1999; Páez & Campos, 2005).

2.1.5. Orientación a largo plazo versus orientación a corto plazo

La dimensión de orientación de Largo Plazo (LTO) se define como “el grado en el cual los miembros del país manifiestan una perspectiva pragmática, orientada al futuro en lugar de una perspectiva convencional histórica o de corto plazo” (De Mooij & Hofstede, 2011). Por lo tanto, los países con una orientación a largo plazo apuestan por una visión lineal del tiempo, enfocándose en el futuro (Tarapuez, 2016). Estos países se caracterizan “por valores como la resistencia, adaptación de la tradición a las nuevas circunstancias, adaptabilidad personal y la idea de que los eventos más importantes ocurrirán en el futuro” (Hurtado et al., 2007), orientándose a las recompensas del futuro (Duarte & Suárez, 2012). Sin embargo, los países con una orientación a corto plazo son más propensos a la perdurabilidad y la consistencia personal, el respeto de las tradiciones y el cumplimiento de las obligaciones sociales (Angulo et al., 2017) y se orientan a la consideración del tiempo como una variable circular, es decir fomentan lo relacionado con el pasado y el presente (Tarapuez, 2016).

2.1.6. Indulgencia versus Restricción

Esta dimensión se puede definir como el “grado hasta el cual un país permite y favorece comportamientos dirigidos al logro de la diversión y el disfrute de la vida, sin la necesidad de que los mismos respondan a un premio o gratificación o estén acotados o regulados por estrictas normas sociales” (Duarte & Suárez, 2012).

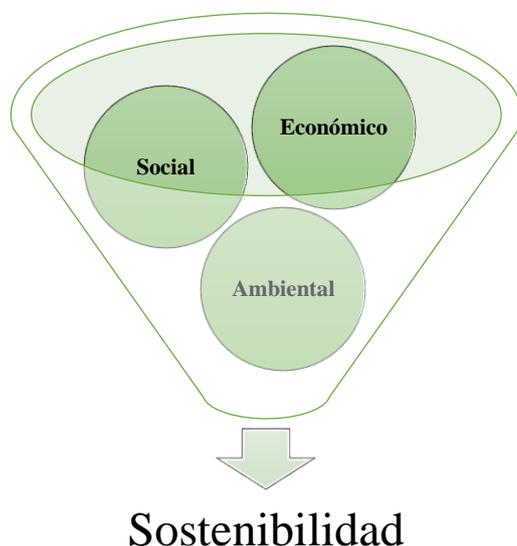
El polo de la indulgencia responde a situaciones de felicidad, prioridad del ocio, control de vida dentro de un país sin conexiones estrechas entre sí, donde predominan valores con una actitud positiva y el optimismo (Angulo et al., 2017; Tengler & Caldera, 2018;). El polo de la restricción es más característico de un país que suprime la satisfacción de las necesidades y las regula mediante normas sociales estrictas (Van Oostrom, 2013).

2.2. Definición de Emprendimiento Sostenible

En lo que respecta al marco teórico del emprendimiento sostenible, cabe destacar que se trata de un nuevo campo de conocimiento que empieza a desarrollarse, no existiendo una convergencia en el término del emprendimiento sostenible, pues hay que tener en cuenta la

falta de una definición universalmente aceptada por los académicos del campo del emprendimiento sostenible. (Antolín-López et al., 2014; Rodríguez, 2016). Se han tenido en cuenta una serie de consideraciones previas a la definición del emprendimiento sostenible. En primer lugar, el concepto de sostenibilidad según Pacheco et al. (2010) “aborda el bienestar social y ambiental”. En la obra de “Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st- Century Business”, John Elkington empleó el concepto de “triple resultado” o “Triple Bottom Line” (ver figura 2) que hace referencia a la consideración en el desempeño empresarial de los componentes sociales y medioambientales, aparte del económico (Rueda, 2016).

Figura 2. Los componentes de la sostenibilidad.



Fuente: elaboración propia a partir de Rueda, 2016.

En segundo lugar, Gawel (2012) considera que emprendimiento y sostenibilidad “no son conceptos mutuamente excluyentes”. Por lo tanto y en línea con Sepulveda & Gutiérrez (2016), hay que tener en cuenta que a pesar de la importancia de la actividad emprendedora, la generación de un impacto significativo en la economía conlleva garantizar la sostenibilidad en dicha actividad. López-Puga (2012) sostiene la idea de que tanto los problemas medioambientales como sociales pueden ser reducidos por la actividad empresarial.

Teniendo en cuenta las anteriores consideraciones, el presente trabajo adopta la definición del emprendimiento sostenible llevada a cabo por Antolín-López et al., (2014) referida de

la siguiente manera: “El emprendimiento sostenible es el fenómeno que abarca el proceso de descubrir, crear y aprovechar las oportunidades económicas por agentes comprometidos con el medio ambiente y la sociedad que llevan a cabo actividades emprendedoras que contribuyen al desarrollo sostenible”. La siguiente tabla muestra las principales diferencias del emprendimiento sostenible respecto a otros campos de emprendimiento: Emprendimiento social, ambiental y convencional (Ver tabla 1).

Tabla 1. Diferencias entre el emprendimiento ambiental, social, convencional y sostenible.

Aspecto / Emprend.	Emprend. ambiental	Emprend. social	Emprend. sostenible	Emprend. convencional
Tipo de oportunidades	Oportunidades ecológicas	Oportunidades sociales	Oportunidades sostenibles	Oportunidades económicas
Principal motivación	Resolución de problemas ambientales y creación de valor económico	Resolución de problemas sociales y creación de valor para la sociedad	Contribuir al desarrollo sostenible a través de un modelo de negocio rentable	Maximización del rendimiento económico
Resultados	Protección y preservación del medio ambiente	Riqueza social, mejora de condiciones sociales y justicia social	Desarrollo sostenible: prosperidad medioambiental, justicia social y crecimiento económico	Riqueza económica y creación de empleo
Creación de valor	Valor medioambiental	Valor social y para la sociedad	Valor medioambiental, social y económico	Valor económico

Fuente: Antolín-López et al., 2014.

Teniendo en cuenta que mientras el emprendimiento ambiental tiene solamente objetivos ecológicos, el emprendimiento social contempla solamente objetivos sociales y el emprendimiento convencional tiene como principal objetivo el beneficio económico, el emprendimiento sostenible, a diferencia de los tres y en línea a las consideraciones antes mencionadas, contempla los tres componentes, es decir, el componente social,

medioambiental y económico, creando, por lo tanto, valor medioambiental, social y económico. Hay que destacar que para el logro de dicha sostenibilidad, “las medidas a tener en cuenta deberían ser económicamente viables, respetar el medio ambiente y ser socialmente equitativas” (Artaraz, 2002). En cambio, mediante “el análisis del emprendimiento convencional desde una perspectiva puramente económica no es suficiente para comprender la naturaleza holística de la actividad emprendedora sostenible, es por ello que la agregación de las dimensiones social y medioambiental a esta dimensión económica, contribuyen a esta maximización de valor a nivel global” (Criado et al., 2015).

2.3. Efecto de la cultura en la intención de crear empresas sostenibles

Generalmente las investigaciones en el campo del emprendimiento son impulsadas por tres principales factores: económicos, psicológicos e institucionales (Álvarez & Urbano, 2013; Antolín-López et al., 2014;). Respecto a este último, referido a que son las instituciones las que condicionan el emprendimiento, se distinguen entre instituciones formales como por ejemplo los organismos de apoyo a la creación de empresas; e instituciones informales como la cultura de un país (Álvarez & Urbano, 2013). Debido a que “todo individuo está inmerso e influenciado hasta cierto punto por la cultura a la que pertenece” (García, 2008), ésta orienta tanto sus acciones como sus decisiones (Bretones & Silva, 2009). Por lo que el desarrollo del emprendimiento en un país pasa porque las instituciones potencien los posibles elementos estructurales que puedan ser favorables para el mismo (Lozano, 2014), como por ejemplo la educación que se considera fundamental para el desarrollo del emprendimiento (Bretones & Silva, 2009; Lozano, 2014; Navarro & Vilches, 2017; Sierra, 2016).

En un contexto tan globalizado como el actual, las soluciones a los problemas de insostenibilidad no deben estar propuestas en términos de conservación de la cultura, sino que deben considerarse en términos de cambios, de procesos y de dinámicas culturales (Hernández & Tilbury, 2006). Es por ello que la cultura nacional puede presentar mayor predisposición emprendedora en ciertos países (Hurtado et al., 2007; Lozano, 2014) mostrando el grado en que un país considera ciertos comportamientos más deseables que otros (Pinillos et al., 2005) y particularmente, indicando si el emprendimiento sostenible es más adecuado al tener que cumplir en concordancia con Parra (2013), con tres condiciones básicas: la solución a los problemas sociales, el respeto al medioambiente y ser económicamente rentables.

El comportamiento emprendedor como actitud posee componentes que rompen con la inercia que arrastra la vida social, es decir tiene un cierto nivel de radicalidad que va más allá de la comodidad y la seguridad, poseyendo rasgos propios del ser gregario y avanzando hacia territorios nuevos, ampliando fronteras y escenarios, teniendo como compañía el riesgo con respecto a lo desconocido e incierto (Bretones & Silva, 2009). Por lo tanto, explorar la actitud del emprendedor permite identificar los motivos principales que lo llevan a la iniciación de ideas de negocio, siendo las tres principales características del emprendedor la capacidad de innovación, de cambio y la asunción de riesgos (Hidalgo, 2014).

Se ha revisado los trabajos que tratan de analizar el efecto de la cultura sobre el emprendimiento y cabe destacar, que hasta la fecha no ha habido ningún estudio que relacione específicamente el efecto de la cultura en el emprendimiento sostenible. Sin embargo, hay estudios que analizan el efecto de la cultura en el emprendimiento social (e.g., Barrón & Castro, 2017), el emprendedor social desde una perspectiva intercultural (Apetrei et al., 2013; Bretones, 2009; Caballero et al., 2013; Davis, 2002), la diversidad cultural y emprendimiento (e.g., Álvarez & Urbano, 2013; Freytag & Thurik, 2010; Hidalgo et al., 2007), la relación de las distintas dimensiones de Hofstede con el emprendimiento (e.g., Fuentelsaz et al., 2015; Hayton et al., 2002; Lee y Peterson, 2000; Marulanda et al., 2014; Tarapuez, 2016; Urban, 2006). Por ello, el objetivo del presente trabajo consiste en la identificación de la relación entre la cultura de un país en el comportamiento emprendedor sostenible. Las hipótesis de partida están basadas en las características de las diferentes dimensiones de Hofstede y del emprendimiento sostenible anteriormente expuestas.

Cabe destacar, por una parte, que los países donde la distancia al poder es más baja, de acuerdo con Bretones & Silva (2009) se desarrollaría en el individuo una mayor percepción acerca de la posibilidad de movilidad laboral, social y económica, por lo que la creación de una empresa sería una salida a dichos propósitos. En el emprendimiento sostenible, por otra parte, al considerar conjuntamente las tres dimensiones, se puede establecer por lo tanto, que:

***H1:** Una cultura con una distancia al poder alta está relacionada negativamente con la creación de empresas sostenibles, por lo tanto, una cultura con una distancia al poder baja está relacionada positivamente con el emprendimiento sostenible.*

En las culturas individualistas, los individuos valoran más su tiempo personal, independencia y satisfacciones propias, por lo que estos individuos tienen mayor necesidad de alcanzar sus propios objetivos ya que los consideran más importantes que los intereses del grupo (Hurtado et al., 2007). Sin embargo, las culturas colectivistas son más propensas al fomento del comportamiento emprendedor social en el contexto corporativo, pues se ha defendido que estas culturas tienen como principal motivación el logro social y el compromiso con el grupo (Pinillos et al., 2005). Teniendo en cuenta que el emprendimiento sostenible, a parte de la consideración de la viabilidad económica, se considera como objetivo primordial una justicia social y una responsabilidad medioambiental que beneficie al grupo en su conjunto, se podría establecer como hipótesis que:

***H2:** Una cultura individualista está relacionada negativamente con el emprendimiento sostenible, por lo tanto, una cultura colectivista está relacionada positivamente con el emprendimiento sostenible.*

Debido a que los países con un elevado nivel de masculinidad se caracterizan por la preferencia al logro, el heroísmo, la ambición y las recompensas (Barrón & Ruiz, 2017) se pueden asociar con un emprendimiento más convencional, aquel cuyo principal objetivo es la maximización del rendimiento económico (ver tabla 1). Sin embargo, en los países con un elevado nivel de feminidad se supone que los individuos son más “modestos, sensibles y preocupados por la calidad de vida” (Cabrera & Soto, 2007), solidaridad e igualdad (Fernández & Páez, 2004), por lo que se pueden asociar con la creación de empresas más sostenibles:

***H3:** Una cultura masculina está relacionada negativamente con la creación de empresas sostenibles, por lo tanto, una cultura femenina está relacionada positivamente con el emprendimiento sostenible.*

Las culturas con un alto nivel de evasión de incertidumbre se suelen caracterizar con países más conservadores y prudentes, por lo que el emprendimiento es escaso, por motivos como la preocupación por la seguridad, los bajos niveles de ambición, el temor al fracaso, el poco riesgo asumido en estas sociedades (Lozano, 2014), mientras que los países con un bajo nivel de evasión de incertidumbre tienen mayor propensión a llevar a cabo proyectos emprendedores, debido a que la asunción de riesgos es una conducta natural, causada por el mayor interés en explorar nuevas formas de hacer las cosas (Cabrera & Soto, 2007). Debido al riesgo asumido en la creación de empresas sostenibles derivado de la fase de desarrollo

del mercado y su composición de clientes localizados de forma fragmentada (Antolín-López et al., 2014; Rodríguez, 2016), se puede establecer que:

H4: Una cultura con una baja aversión al riesgo está relacionada positivamente con la creación de empresas sostenibles, por lo tanto, una cultura con una alta aversión al riesgo está relacionada negativamente con el emprendimiento sostenible.

Debido a que Hofstede³ considera que los países con una orientación a largo plazo tienen en cuenta el futuro, se puede suponer que el emprendimiento sostenible es más característico en estos países, pues según Rodríguez (2016), la sostenibilidad implica una orientación hacia el futuro. Por otro lado, los países con una orientación a corto plazo se enfocan más en el pasado (Tarapuez, 2016). Por lo que se puede establecer que:

H5: Una cultura con una orientación a largo plazo se relaciona positivamente con el emprendimiento sostenible, por lo tanto, una cultura con una orientación a corto plazo se relaciona negativamente con el emprendimiento sostenible.

Un país con un alto nivel de indulgencia puede presentar síntomas de un mayor comportamiento emprendedor debido a que los emprendedores dan mucha importancia a disfrutar con aquello que hacen, ya que entre las razones que tienen de crear su propia empresa es la realización de aquello que realmente les agrada (Moriano et al., 2001), característica propia de aquellas culturas con un elevado nivel de indulgencia donde, según Hofstede³, se permite la libertad de los impulsos humanos básicos relacionados con disfrutar de la vida y divertirse. Por lo que se puede establecer que:

H6: Una cultura con un alto nivel de indulgencia se relaciona positivamente con el emprendimiento sostenible, por lo tanto, una cultura más restrictiva se relaciona negativamente con la creación de empresas sostenibles.

3. METODOLOGÍA

3.1. Muestra

Para el análisis y el contraste de las hipótesis planteadas entre las dimensiones propuestas por Geert Hofstede y el comportamiento emprendedor sostenible se ha elaborado una muestra compuesta por los datos recogidos en el GEM del 2009 y Hofstede Database. El Global Entrepreneurship Monitor es el proyecto con mayor importancia y prestigio en el

³ <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

mundo del emprendimiento. Hofstede Database es una página web⁴ en la cual se puede obtener la puntuación para cada dimensión definida por Hofstede de un total de 76 países.

En cuanto a la elaboración de la base de datos, se ha procedido en primer lugar a la obtención de los datos de 185.093 individuos de 63 países del Global Entrepreneurship Monitor del 2009, seleccionando la variable referida a la ‘creación de empresas sostenibles’ que constituye la variable dependiente principal del presente estudio. Adicionalmente se ha seleccionado la variable de ‘intención de crear una empresa sostenible’ con el fin de dar robustez al estudio empírico. No obstante, debido a que la base de datos de Hofstede no recoge la información sobre determinados países⁵, estos países han sido suprimidos y la base de datos objeto del estudio ha quedado definida en el paquete estadístico de SPSS por 168.037 individuos de 47 países distintos (ver anexo 1).

3.2. Variables

3.2.1. Variable dependiente

A la hora de la elaboración de la base de datos, se ha seleccionado el informe del Global Entrepreneurship Monitor del año 2009 pues es el único informe del proyecto que incluyó por primera vez información recogida respecto del emprendimiento sostenible. El GEM formula una serie de preguntas específicamente relacionadas con el emprendimiento sostenible, por lo que es de vital importancia para el presente trabajo⁶. Concretamente, en el presente estudio se ha considerado la variable de creación de empresas sostenibles como la variable dependiente principal y es asociada a la siguiente pregunta:

- *¿Solo o con otros has iniciado o posees cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa económica que tenga un objetivo particularmente social, ambiental o comunitario?*

La pregunta hace referencia a la creación o no de empresas sostenibles y ha sido parametrizada a través de una variable dicotómica donde se indica si se crea una empresa sostenible o no.

Al objeto de testar las hipótesis planteadas, se ha considerado una variable proxi dicotómica que representa la intención de llevar a cabo emprendimientos sostenibles. Concretamente

⁴ <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>

⁵ Los países suprimidos a la hora de la construcción de la muestra son los siguientes: Argelia, Túnez, Barbados, Uganda, Botsuana, Montenegro, Bosnia y Herzegovina, Macedonia, Bolivia, Azores, Tonga, Vanuatu, Kazajistán, Shenzhen, Yemen y Palestina

⁶ <http://www.gemconsortium.org/about/research-papers/1716>

se ha seleccionado la variable que considera la intención de crear empresas sostenibles que en el Global Entrepreneurship Monitor se ha asociado a la siguiente pregunta:

- *¿Estás solo o con otros actualmente intentando iniciar cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa económica que tenga particularmente un objetivo social, ambiental o comunitario?*

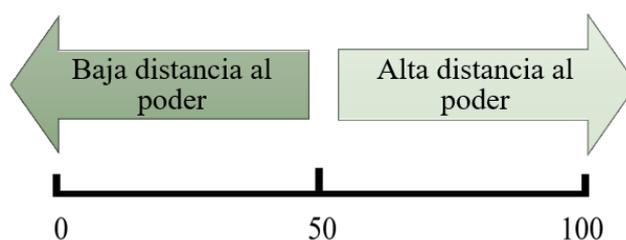
Esta pregunta hace referencia a una variable alternativa tenida en cuenta para dar robustez al estudio empírico, que también se ha parametrizado en una variable dicotómica.

3.2.2. Variables independientes

El objetivo del presente estudio trata de analizar las siguientes variables independientes como antecedentes de la variable de la creación de empresas sostenibles. Las variables independientes están formadas por las seis dimensiones de Hofstede. “Las dimensiones de estas variables son bipolares, donde los encuestados han sido caracterizadas por su nación” (Bach, 2014). Hofstede propuso un sistema de medición que utiliza una escala del 0 al 100 para las seis dimensiones. Estas dimensiones culturales se miden utilizando el cuestionario llamado *Values Survey Module (SVM)*, por sus siglas en inglés) (Ortiz, 2010). Las mediciones de las seis dimensiones han sido extraídas desde la página oficial de Hofstede⁷. Son las siguientes:

- **Distancia al poder:** Un valor por encima de 50 en esta variable corresponde a países con una alta distancia al poder, mientras que una cultura con valores inferiores a 50 tiene menor distancia al poder (Ver figura 3).

Figura 3. Escala de medición de la distancia al poder.

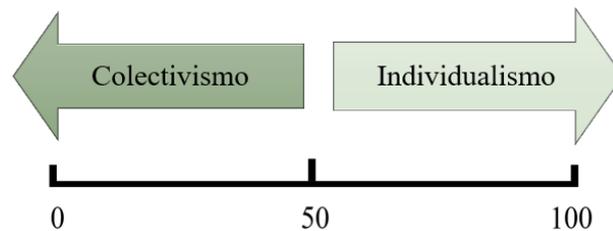


Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

⁷ <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>

- **Individualismo (IDV):** En esta dimensión, una puntuación por encima de 50 significa que la cultura es individualista, mientras que una puntuación inferior a 50 es característico de un país colectivista (Ver figura 4).

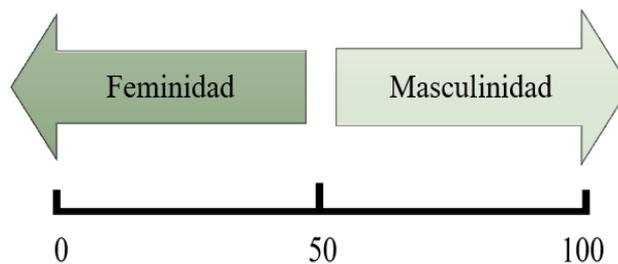
Figura 4. Escala de medición del individualismo.



Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

- **Masculinidad (MAS):** En la escala de Hofstede, una cultura con valores superiores a 50 es una cultura masculina, mientras que una cultura es más femenina si el valor es inferior a 50 (Ver figura 5).

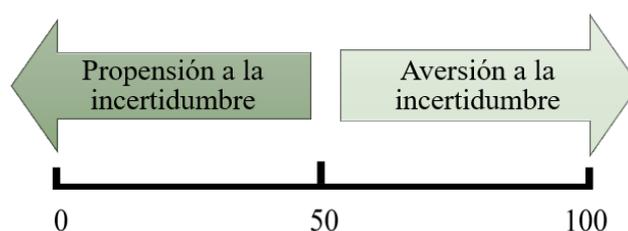
Figura 5. Escala de medición de masculinidad.



Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

- **Aversión a la incertidumbre (UAI):** Un país se caracteriza por una alta aversión a la incertidumbre si tiene un valor superior a 50, mientras que un país que no supere el valor de 50 se correspondería con un país de mayor propensión a la incertidumbre (Ver figura 6).

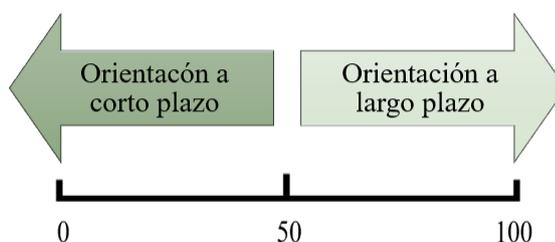
Figura 6. Escala de medición de la aversión a la incertidumbre.



Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

- **Orientación a largo plazo (LTO):** Un país se caracteriza por una orientación a largo plazo si supera el valor 50, mientras que un país tiende a una orientación a corto plazo si es inferior al valor 50 (Ver figura 7).

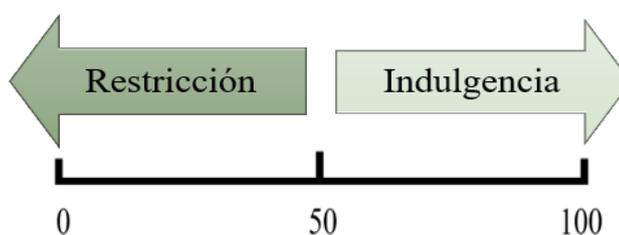
Figura 7. Escala de medición de la orientación al largo.



Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

- **Indulgencia (IND):** La indulgencia es más característica en aquellos países que superan el valor de 50, mientras que la restricción es propia de países que no superan el valor de 50 (Ver figura 8).

Figura 8. Escala de medición de la indulgencia.



Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

3.2.3. Variables de control

Las variables de control son aquellas variables que, sin tener una relación de causalidad con la variable dependiente, pueden tener un efecto significativo en el emprendimiento sostenible y es por ello que este estudio ha tenido en cuenta la incidencia de estas variables en el emprendimiento sostenible. Las variables de control empleadas en el presente estudio son:

- **Género:** la medida en que el género de las personas influye en el emprendimiento sostenible. Esta variable es una variable dicotómica donde 0 indica si el individuo es un hombre, mientras que 1 indica si el individuo es una mujer.
- **Edad:** la medida en que la edad de las personas influye en el emprendimiento sostenible. Esta variable viene medida de menor a mayor edad.
- **Ocupación:** la medida en que la ocupación influye en emprender de forma sostenible. Esta variable se subdivide en las siguientes ocupaciones: estudiantes, desempleados buscando empleo activamente, empleados y autónomos. Su medición es la siguiente:
 - *Estudiantes:* 0 indica que el individuo no es estudiante, mientras que 1 indica que el individuo si es estudiante.
 - *Desempleado busca empleo:* 0 indica que el individuo no busca empleo, mientras que 1 indica que el individuo si busca empleo.
 - *Empleado:* 0 indica que el individuo no está empleado y 1 indica que el individuo si está empleado.
 - *Autónomo:* 0 indica que se trata de un individuo que no trabaja por cuenta propia, mientras que 1 es un individuo que si es autónomo.
- **Contactos:** Esta variable tiene en consideración si los individuos tienen contactos que hayan emprendido una actividad empresarial en un periodo de 2 años. Por lo tanto, es asociada a la siguiente pregunta ¿Conoces a alguien personalmente que comenzó un negocio en los últimos 2 años? Se trata de una variable dicotómica donde 0 indica que el individuo no conoce a nadie que comenzó un negocio en los últimos 2 años, mientras que 1 indica que si conoce a alguien que comenzó un negocio hace dos años.

- **PIB per cápita:** esta variable mide si el PIB per cápita a nivel nacional influye en el desarrollo del emprendimiento sostenible. Esta variable ha sido obtenida de World Bank Datacentre⁸ y es medida en dólar internacional actual.

3.3. Técnica estadística

La finalidad de presente estudio trata de construir un modelo donde se da una explicación a la relación de las dimensiones de Hofstede sobre el comportamiento de la variable del emprendimiento sostenible, de carácter dicotómico. Por lo tanto, la técnica estadística que se emplea y ofrece conclusiones para el estudio es la regresión logística binaria, utilizando para ello el paquete estadístico SPSS.

Para cada una de las regresiones se lleva a cabo dos modelos. El modelo 1 donde solamente se incluyen las variables de control, y el modelo final donde se añaden las variables independientes.

3.4. Resultados

3.4.1. Resultados descriptivos de las variables independientes

Los siguientes gráficos muestran los países con las puntuaciones más altas y bajas correspondientes de cada dimensión cultural de Hofstede. En cuanto a las interpretaciones de las características de cada cultura se ha tenido en cuenta las breves descripciones para cada país en la herramienta de comparación de países disponible en la página oficial de Hofstede⁹.

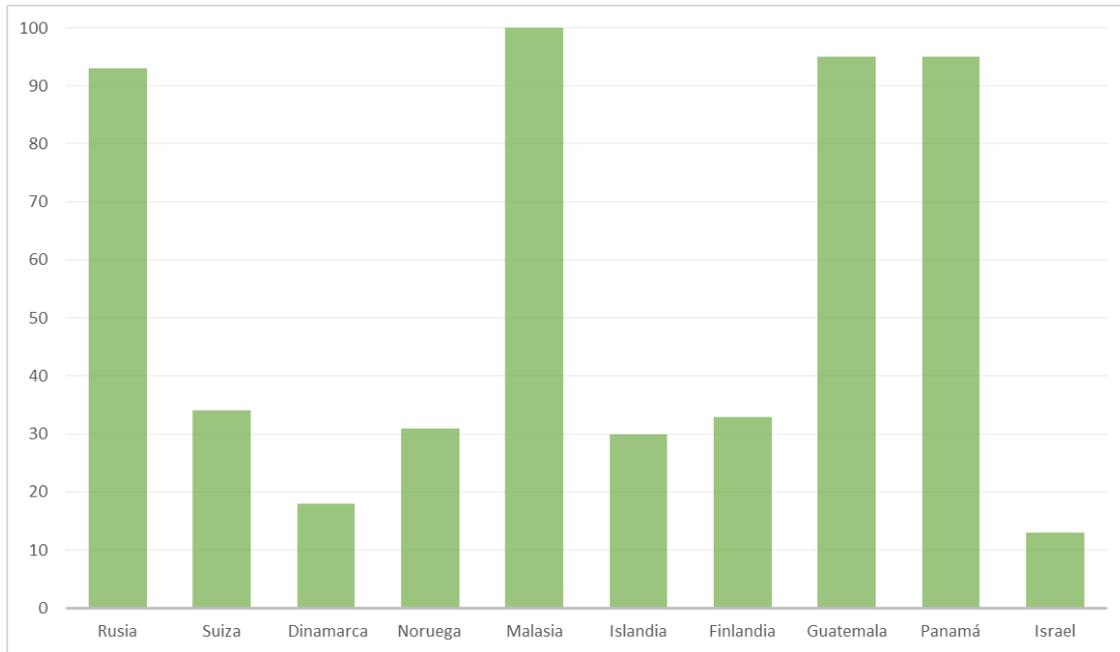
Como se puede observar en el primer gráfico (ver gráfico 1), los países con una puntuación igual o inferior a 50 en la escala de Hofstede, representan un 34% del total de países de la muestra, son principalmente países desarrollados y situados en Europa, sobre todo al norte de Europa (países nórdicos). Esto quiere decir que estos países respetan los derechos humanos y la igualdad, estando el poder distribuido equitativa y democráticamente. La similitud respecto a la distancia de poder en estos países se debe a la proximidad entre dichos países y el parecido entre sus culturas. Sin embargo, los países que presentan mayores valores (superior a 50) de la distancia al poder son países subdesarrollados, donde se presentan mayor grado de corrupción y la existencia de mayores jerarquías formales. Estos países representan un 66% de la muestra. El valor más alto en la distancia al poder corresponde a Malasia. Los malasios, según Hofstede “aceptan un orden jerárquico en el que todos tienen un lugar y que no necesita más justificación”. Mientras que el valor más

⁸ <https://data.worldbank.org/>

⁹ <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>

bajo, es decir donde la distancia de poder es más estrecha corresponde a Israel, que, según Hofstede, “los israelíes tienen una mentalidad igualitaria, creen en la independencia, la igualdad de derechos, los superiores accesibles y la administración facilita y empodera”.

Gráfico 1. Distancia al poder.

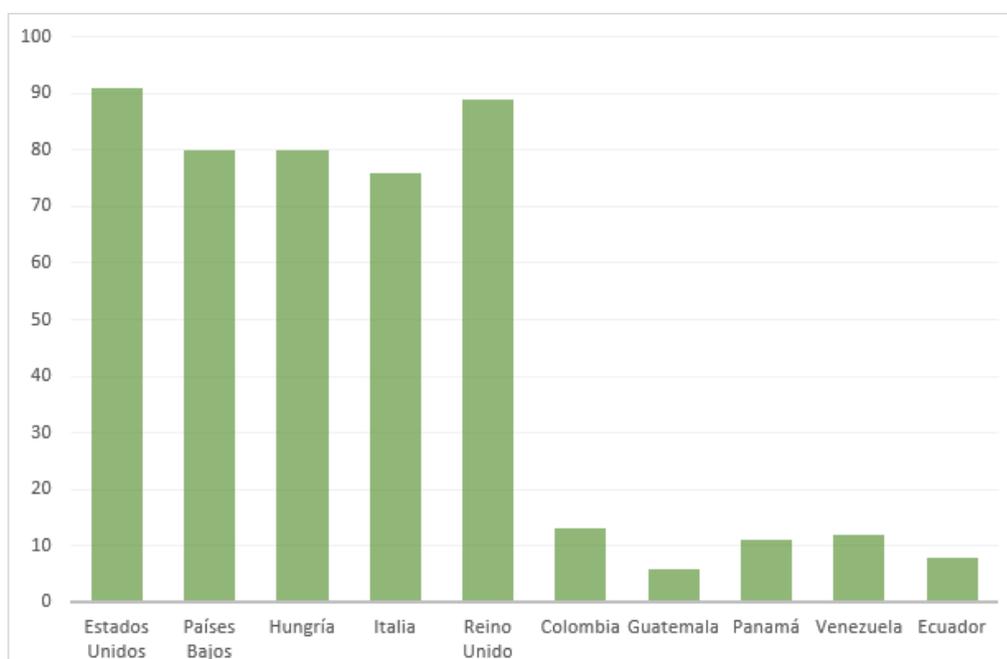


Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

Destacan como países con un alto nivel de individualismo Estados Unidos, Países Bajos, Hungría, Italia y Reino Unido, todos ellos países que Hofstede considera que “se prima la búsqueda del bien propio sin tener en consideración al grupo, y esto, a su vez, unido al deseo de expresar las características de la identidad personal como únicas”. Los países más individualistas, es decir aquellos que tienen una puntuación superior a 50 representan el 63% de la muestra. Por otra parte, países como Guatemala, Colombia, Panamá, Venezuela y Ecuador presentan un bajo índice de individualismo o lo que es lo mismo, un elevado nivel de colectivismo, donde los lazos grupales son fuertes. Los países más colectivistas representan el 36% de la muestra. En los extremos, Hofstede considera a Guatemala, con una puntuación de 6, como “la cultura más colectivista del mundo, dado que los guatemaltecos son un pueblo altamente colectivista, pertenecen a un grupo interno y la alineación con la opinión de ese grupo es muy importante”. En el extremo opuesto, Estados Unidos es el país más individualista del mundo que combinado con una baja distancia al

poder, Hofstede considera que tiene un “énfasis explícito en la igualdad de derechos en todos los aspectos de la sociedad y el gobierno norteamericano” (ver gráfico 2).

Gráfico 2. Individualismo vs colectivismo.



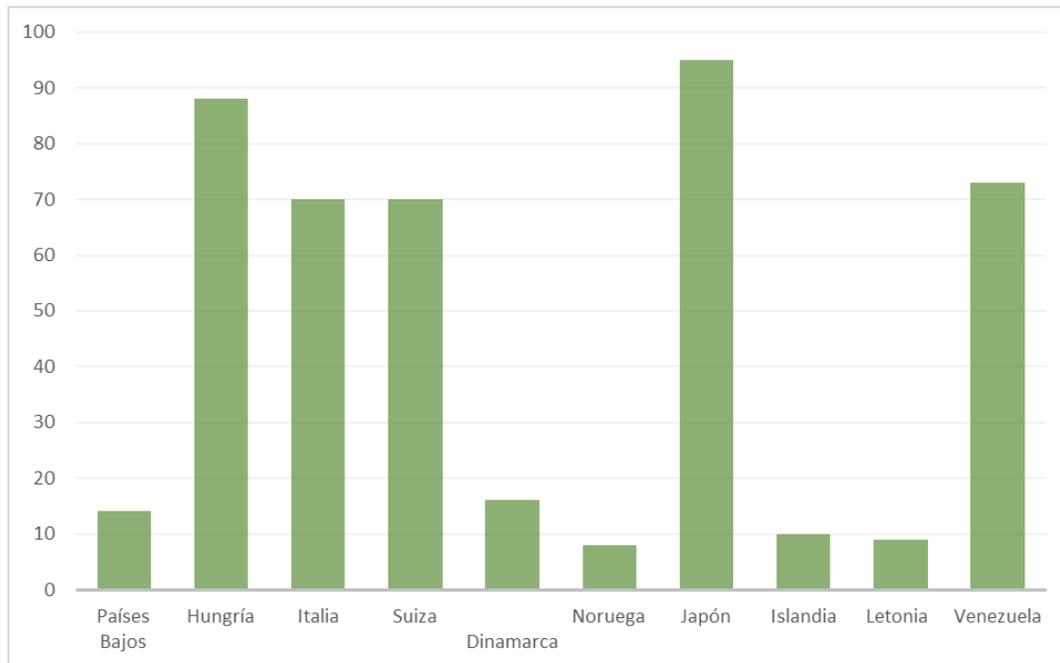
Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

Los países más masculinos son Hungría, Japón y Venezuela, países donde prima la ambición, el logro y la superación. Japón es el país más masculino del mundo según Hofstede, pues “es debido a su enorme competitividad entre grupos como por ejemplo en la empresa japonesa un equipo de empleados se motiva cuando se enfrentan a otro equipo de empleados. Otro síntoma de la masculinidad nipona es el impulso por la excelencia y la perfección en su producción material (monodukuri), en los servicios materiales (hoteles y restaurantes), la presentación en todos los aspectos de la vida y la notoria adicción al trabajo”. En el lado opuesto, es decir los países con mayores niveles de feminidad, son Noruega, Letonia, Islandia, países del norte de Europa, donde prima la atención a los demás sin tener elevados niveles de competencia. Noruega con 8 puntos es el segundo país más femenino del mundo (después de Suecia), donde se antepone aspectos que Hofstede¹⁰ define como “la nivelación con los demás, el consenso, la cooperación independiente, la simpatía por los desvalidos y el cuidado del medioambiente es importante en este tipo de

¹⁰ <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

países”. Los países masculinos representan un 47% de la muestra, mientras que los países femeninos comprenden el 53% (Ver gráfico 3).

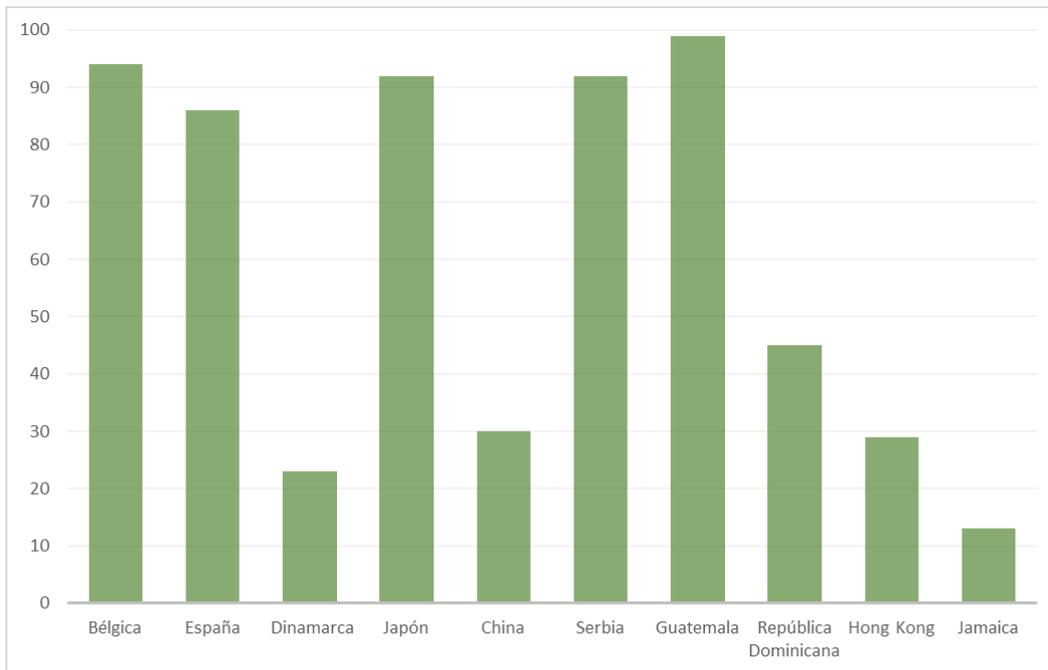
Gráfico 3. Masculinidad vs Femenidad.



Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

Las culturas con una alta aversión a la incertidumbre son Serbia, Guatemala, España, Japón y Bélgica, en las cual se presenta una propensión hacia el orden y la consistencia, teniendo en cuenta las leyes y normas con tal de hacer frente a las situaciones imprevistas. Guatemala con una puntuación de 99, Hofstede la define como una “nación donde las personas buscan mecanismos para evitar la ambigüedad, y con el fin de minimizar la ansiedad, hacen uso de muchos rituales”. En el lado opuesto, países como Jamaica, Dinamarca y China se caracterizan por la tolerancia hacia lo ambiguo e incierto, sin tener ninguna preocupación por seguir órdenes y procedimientos (Campos et al., 2007). Hofstede considera que los jamaicanos tienen “una baja preferencia por evitar la incertidumbre. Jamaica, con una puntuación de 13, pertenece a países que mantienen actitudes más relajadas en la que la práctica cuenta más que los principios y la desviación de la norma es más fácil de tolerar” (ver gráfico 4). En la muestra el 75% representa a los países con una elevada aversión a la incertidumbre (puntuaciones mayores que 50), mientras que el 25% corresponde a países con una baja aversión a la incertidumbre (puntuaciones menores o iguales a 50).

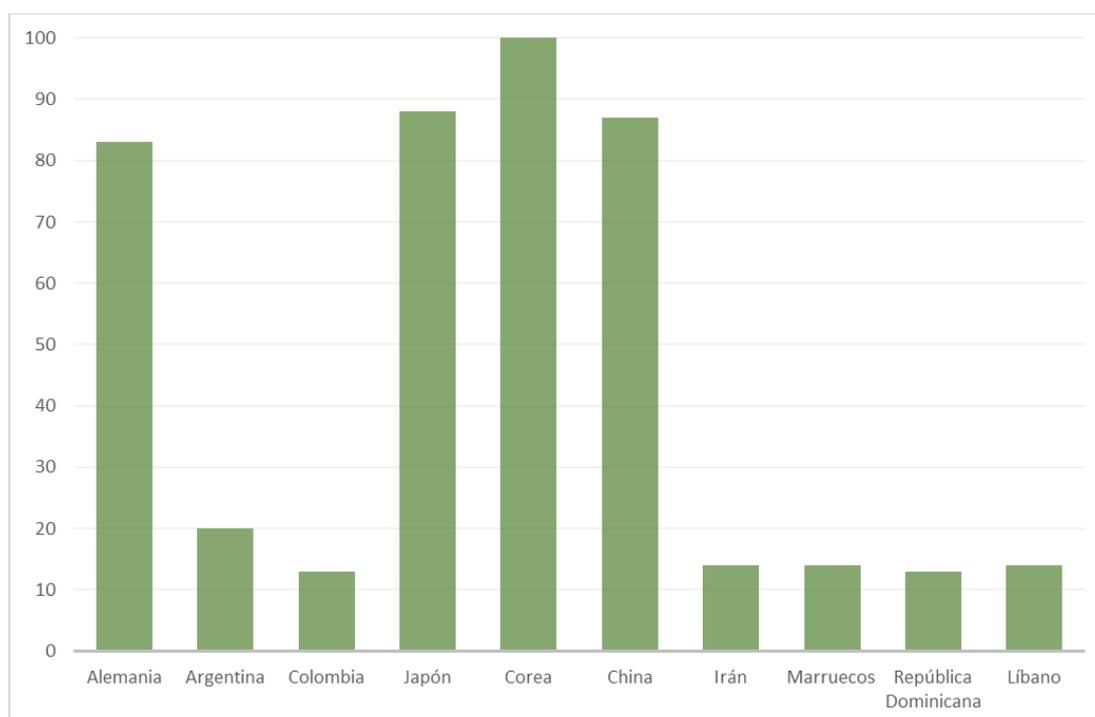
Gráfico 4. Aversión a la incertidumbre.



Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

En la muestra, el 47% representa a las culturas con una orientación a largo plazo, mientras que el 53% representa a las culturas con una orientación a corto plazo. Como se puede observar en el siguiente gráfico (ver gráfico 5), tienen una alta puntuación países como Corea, Japón y China. Países muy próximos entre sí cuyas características más comunes son la valoración de la aceptación del cambio, la recompensa en un futuro, la perseverancia y el ahorro (De Mooij & Hofstede, 2011). Corea del Sur es para Hofstede “el país con la cultura más pragmática y orientada al largo plazo, donde las personas viven sus vidas guiadas por virtudes y buenos ejemplos”. En el lado opuesto se sitúan países como Irán, Marruecos o la República Dominicana, donde se da mayor importancia al gasto inmediato, el éxito inmediato y el fomento de lealtades personales (Duarte & Suárez, 2012). La República Dominicana con una puntuación de 13 tiene una cultura normativa, en la cual según Hofstede “las personas tienen una gran preocupación por establecer la verdad absoluta y son normativos en sus pensamientos”.

Gráfico 5. Orientación a largo plazo vs orientación a corto plazo.

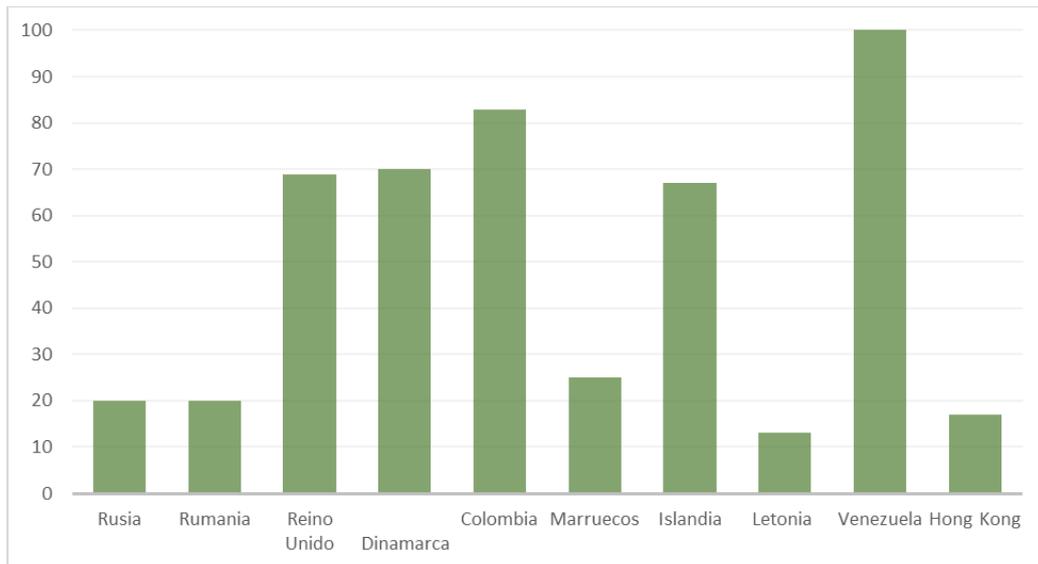


Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

Los países con un elevado nivel de indulgencia son Venezuela, Colombia y el Reino Unido (ver gráfico 6). Venezuela con la máxima puntuación posible tiene, según Hofstede¹¹, “una voluntad de realizar sus impulsos y deseos con respecto a disfrutar de la vida y divertirse, poseyendo una actitud positiva y optimista”. En contraste los países con un elevado nivel de restricción, como Letonia, Rusia y Rumania, todos países muy próximos entre sí, se controlan los deseos e impulsos. Hofstede considera que la cultura letona esta “claramente marcada por la restricción, donde existe una tendencia al cinismo y al pesimismo y no ponen mucho énfasis en el tiempo libre y controlan la satisfacción de sus deseos”. En la muestra, el 54% de los países tienen elevados niveles de indulgencia, es decir puntuaciones superiores a 50, mientras que el 45% son países más restrictivos, con puntuaciones iguales o inferiores a 50.

¹¹ <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

Gráfico 6. Indulgencia vs Restricción.



Fuente: elaboración propia a partir de Hofstede.

En el Anexo 2 se pueden consultar los gráficos de las distintas dimensiones culturales para todos los países de la muestra con sus respectivos valores.

3.4.2. Resultados de Correlación

En la tabla 2 se muestra la matriz de correlaciones entre las variables del presente estudio, incluyendo la media y la desviación típica. La matriz muestra el coeficiente de correlación de Pearson que permite medir tanto la significación como la dirección de las variables estudiadas. Los valores de la correlación de Pearson van desde -1 hasta 1, siendo los valores más próximos a 1 los que mayor correlación presentan entre variables y los valores próximos a 0 los que menor correlación presentan entre variables.

En la siguiente figura (ver figura 9) se muestran los diferentes valores que se corresponden con la correlación de Pearson. Se estimaron dichas correlaciones usando la Tau-b de Kendall debido al carácter dicotómico de las principales variables. Todos los coeficientes de correlación se encuentran por debajo de 0,64, y, por lo tanto, dentro del umbral normalmente aceptado (Antolín-López et al., 2013, 2016).

Figura 9. Valores y correlación de Pearson.

Valor	0-0,2	0,2-0,4	0,4-0,6	0,6-0,8	0,8-1
Correlación	Mínima	Baja	Moderada	Buena	Muy buena

Fuente: elaboración propia a partir de Antolín et al., 2014.

En la matriz de las correlaciones (ver tabla 2) se observa que la creación de empresas sostenibles está relacionada positivamente con las culturas individualistas ($r=0,013$, $p<0,001$) e indulgentes ($r=0,056$, $p<0,001$), mientras que está relacionada negativamente en países con una alta distancia al poder ($r=-0,047$, $p<0,001$), masculinos ($r=-0,017$, $p<0,001$), adversos a la incertidumbre ($r=-0,046$, $p<0,001$), y con países orientados a largo plazo ($r=-0,042$, $p<0,001$).

Los resultados muestran que los países indulgentes, con una baja distancia al poder, con mayor propensión a la incertidumbre y los orientadas al corto plazo son los que se relacionan positiva y moderadamente con la creación de empresas sostenibles. Mientras que los países individualistas y femeninos son los que se relacionan positiva y de forma mínima con la creación de empresas sostenibles.

En lo que respecta a las variables de control empleadas, cabe destacar que la edad tiene una relación baja y negativa respecto a la distancia al poder ($r=-0,218$, $p<0,001$) y positiva respecto al individualismo ($r=0,268$, $p<0,001$). Por otra parte, el autónomo tiene una relación baja y positiva respecto al individualismo ($r=0,208$, $p<0,001$) y una relación moderada y positiva respecto a la edad ($r=0,573$, $p<0,001$). Por último, en cuanto al PIB per cápita, cabe destacar la positiva y buena relación respecto a la indulgencia ($r=0,333$, $p<0,001$); la positiva y buena relación respecto al individualismo ($r=0,636$, $p<0,001$); y la negativa y moderada relación respecto a la distancia al poder ($r=-0,0515$, $p<0,001$).

Otra consideración a tener en cuenta es la mínima relación que presentan las variables de control respecto a la creación de empresas sostenibles: empleados ($r=0,007$, $p<0,01$), género ($r=-0,029$, $p<0,001$), los que tienen contactos que emprenden ($r=0,02$, $p<0,001$), los estudiantes ($r=-0,007$, $p<0,01$), los que buscan empleo ($r=-0,018$, $p<0,001$), los autónomos ($r=-0,032$, $p<0,001$) y el PIB per cápita ($r=0,018$, $p<0,001$).

Tabla 2. Tabla de Correlaciones.

<i>variable</i>	<i>Media</i>	<i>Desv. típica</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. <i>Creación de empresas sostenibles</i>	0,05	0,21	1														
2. <i>Distancia al poder</i>	55,31	19,43	-0,047***	1													
3. <i>Individualismo</i>	53,89	25,51	0,013***	-0,802***	1												
4. <i>Masculinidad</i>	50,7	17,29	-0,017***	-0,112***	0,267***	1											
5. <i>Aversión a la incertidumbre</i>	65,48	23,33	-0,046***	0,489***	-0,508***	-0,339***	1										
6. <i>Orientación a largo plazo</i>	48,05	19,61	-0,042***	-0,071***	0,2***	0,146***	0,033***	1									
7. <i>Indulgencia</i>	51,69	16,98	0,056***	-0,472***	0,408***	0,159***	-0,376***	-0,339***	1								
8. <i>Género</i>	0,53	0,49	-0,029***	-0,049***	0,044***	0,021***	-0,038***	0,008**	0,048***	1							
9. <i>Edad</i>	43,89	15,27	-0,014***	-0,218***	0,268***	0,036***	-0,138***	0,068***	0,171***	0,026***	1						
10. <i>Estudiante</i>	0,06	0,23	-0,007**	0,053***	-0,066***	-0,042***	0,051***	-0,053***	-0,038***	-0,014***	-0,361***	1					
11. <i>Búsqueda de empleo</i>	0,08	0,27	-0,018***	0,016***	-0,032***	-0,015***	0,051***	-0,006*	-0,043***	-0,033***	-0,116***	-0,073***	1				
12. <i>Empleado</i>	0,1	0,3	0,007**	-0,086***	0,079***	0,036***	-0,043***	0,039***	0,057***	0,115***	-0,049***	-0,085***	-0,099***	1			
13. <i>Autónomo</i>	0,15	0,15	-0,032***	-0,138***	0,208***	0,046***	-0,13***	0,03***	0,131***	0,003	0,573***	-0,106***	-0,124***	-0,145***	1		
14. <i>Contactos</i>	0,39	0,49	0,02***	-0,026***	0,045***	-0,037***	0,018***	0,089***	-0,05***	-0,190***	-0,138***	-0,201***	-0,234***	-0,273***	-0,342***	1	
15. <i>PIB per cápita</i>	29.364,75	12.770,37	0,018***	-0,515***	0,636***	-0,034***	-0,164***	0,298***	0,333***	-0,002	0,193***	-0,037***	-0,064***	0,057***	0,113***	0,123***	1

Nota: significación: *p<5%, **p<1%, ***p<0,1 %.

Fuente: elaboración propia.

3.4.3. Resultados de Regresión binaria

Como se puede observar en la tabla 3, se muestran los resultados de la relación entre la variable dependiente “creación de empresas sostenibles” y las diferentes variables independientes y de control mostrados tanto en el modelo base como en el modelo 1.

Todas las variables de control son significativas, a excepción de la variable “empleado” y “PIB” que son marginalmente significativas. Por otra parte, cabe destacar la relación negativa que existe entre las variables base de cada variable de control, a excepción de la variable PIB. Por lo tanto, se puede interpretar que en cuanto a la variable género, en la base de datos la variable base es “hombre” respecto ser “mujer”, al tener una relación negativa, quiere decir que los hombres tienen menores probabilidades de crear empresas sostenibles, por ende, las mujeres son las que tienen mayor probabilidad de crear empresas sostenibles. Por lo tanto, se puede interpretar que los perfiles con mayores probabilidades a la hora de crear empresas sostenibles son aquellos que tienen menor edad, los estudiantes, los que buscan empleo, los autónomos y los que tienen contactos que iniciaron una actividad emprendedora (ver tabla 3).

En lo referido a las variables independientes, todas las variables son significativas respecto a la variable de creación de empresas sostenibles y negativas respecto a ésta, a excepción de la “indulgencia vs restricción” que es significativa y tiene una relación positiva con la “creación de empresas sostenibles”. Esto quiere decir, que las culturas con mayores probabilidades de desarrollar un emprendimiento más sostenible son aquellas que se caracterizan por una distancia al poder baja, colectivistas, femeninas, con tolerancia al riesgo, orientadas al corto plazo y con alta indulgencia. Por lo tanto, se confirman las hipótesis H1, H2, H3, H4 y H6, rechazándose H5.

Con respecto a la distancia al poder (hipótesis 1), se puede observar que se cumple la relación entre la distancia al poder y la creación de empresas sostenibles, pues constituye un predictor negativo y significativo ($\beta = -0,027$, $p < 0,001$), por lo que se acepta la hipótesis. En la hipótesis 2, se ha propuesto que la relación entre emprendimiento sostenible y país individualista es negativa. Como resultado se ha obtenido una relación significativa con un coeficiente de regresión negativo ($\beta = -0,018$, $p < 0,001$), por lo que se confirma dicha hipótesis. Respecto a la hipótesis 3, que proponía la negativa relación entre la masculinidad y el emprendimiento sostenible, se ha obtenido un resultado significativo y negativamente relacionado ($\beta = -0,03$, $p < 0,01$), por lo que se acepta la hipótesis planteada. La hipótesis 4, que sugería que las culturas con una baja aversión al

riesgo son las que menores probabilidades tenían de desarrollar un emprendimiento sostenible, es soportada en los resultados. Un bajo nivel de aversión a la incertidumbre es significativo y está negativamente relacionado con la creación de empresas sostenibles ($\beta=-0,01$, $p<0,001$).

En cuanto a la hipótesis 5, se proponía que la relación entre un país orientado al largo plazo es más susceptibles de crear empresas sostenibles, no se obtiene en los resultados de la regresión, pues la orientación a largo plazo es significativa y se relaciona negativamente con el emprendimiento sostenible ($\beta=-0,004$, $p<0,001$). Esto puede deberse a la percepción del emprendimiento sostenible como una estrategia que proporcione una ventaja competitiva para competir en el mercado y adecuarse a las necesidades del país, sin tener un compromiso más allá de la consideración del componente económico.

Respecto a que una cultura con una elevada tasa de indulgencia se relaciona positivamente con el emprendimiento sostenible (hipótesis 6), encontramos que esta variable presenta una relación positiva y significativa con la creación de empresas sostenibles ($\beta=0,009$, $p<0,001$).

En lo referido a las variables de control, la edad, el género, la ocupación y los contactos resultaron ser significativos y estar relacionados negativamente con la creación de empresas tanto en el modelo 0 como en el modelo 1. Sin embargo, el PIB per cápita no sigue la misma tendencia, pues se relaciona positivamente y no tiene un nivel de significación aceptable ($\beta=0,000$, $p>0,378$) en el modelo 1.

Tabla 3. Resultados de la regresión para la creación de empresas sostenibles.

Variable	Creación de empresas sostenibles	
	Modelo Base	Modelo 1
Variables de control		
Género	0,755 ^{***}	0,743 ^{***}
Edad	0,998 [*]	0,997 [*]
Estudiante	0,712 ^{***}	0,726 ^{***}
Búsqueda de empleo	0,557 ^{***}	0,6 ^{***}
Empleado	0,923 [†]	0,914 [†]
Autónomo	0,549 ^{***}	0,564 ^{***}
Contactos	0,863 ^{***}	0,907 ^{**}
PIB per cápita	1 ^{***}	1
Variables independientes		
Distancia al poder		0,973 ^{***}
Individualismo vs colectivismo		0,982 ^{***}
Masculinidad vs feminidad		0,997 ^{**}
Aversión a la incertidumbre		0,990 ^{***}
Orientación a largo plazo		0,996 ^{***}
Indulgencia		1,009 ^{***}
Constante	0,063 ^{***}	1,512 [*]
Test H-L	76,81 ^{***}	358,35 ^{***}
% clasificación	95,4%	95,4%

Nota: los datos en la tabla se corresponden con los coeficientes de regresión β estandarizados. ***, **, * y † indican que el coeficiente es significativo al 0,1%, 1%, 5% y 10% respectivamente.

Fuente: elaboración propia.

Alternativamente se ha realizado el mismo estudio de regresión sobre la variable dependiente alternativa “intención de crear una empresa sostenible” (Ver tabla 4).

Respecto a las variables de control se obtienen los mismos resultados, siendo todas significativas (excepto “empleado” que es marginalmente significativa) y negativamente relacionadas con la variable de “intenciones de crear una empresa sosteniblemente”.

En cuanto a las variables independientes, se obtienen las mismas conclusiones que los obtenidos en los resultados de la variable de “creación de empresas sostenibles”. Por lo

que las culturas que mayores probabilidades de desarrollar una intención de crear una empresa sostenible son aquellas que se oponen a una alta distancia al poder, las que tienen una actitud más colectivista, las culturas femeninas, las culturas con mayor propensión al riesgo, las culturas con una orientación a corto plazo y las culturas con mayor indulgencia.

Tabla 4. Resultados de la regresión para la intención de crear empresas sostenibles.

Variable	Intención de emprender sosteniblemente	
	Modelo Base	Modelo 1
Variables de control		
Género	0,736***	0,743***
Edad	0,988***	0,989***
Estudiante	0,782**	0,83*
Búsqueda de empleo	0,773***	0,871 [†]
Empleado	0,977	1,051
Autónomo	0,561***	0,632***
Contactos	0,847**	0,939
PIB per cápita	1**	1
Variables independientes		
Distancia al poder		0,979***
Individualismo vs colectivismo		0,979***
Masculinidad vs feminidad		0,995***
Aversión a la incertidumbre		0,993***
Orientación a largo plazo		0,992***
Indulgencia		1,01***
Constante	0,076***	1,01
Test L-H	38,59***	214,41***
% clasificación	97,6	97,6

Nota: los datos en la tabla se corresponden con los coeficientes de regresión β estandarizados. ***, **, * y [†] indican que el coeficiente es significativo al 0,1%, 1%, 5% y 10% respectivamente.

Fuente: elaboración propia.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión de resultados

En lo que respecta a los países con una baja distancia al poder, se obtiene en los resultados que son los que mayores probabilidades tienen de emprender sosteniblemente. En línea con Silberstein & Galli (2016), los emprendedores sostenibles son aquellos agentes de cambio que cooperan en la inclusión social, la erradicación de la pobreza, la equidad, garantizan el acceso a la salud y a la educación, la igualdad de género, todos estos rasgos son característicos de un país que busca la igualdad de todos sus integrantes.

Los países que mayores probabilidades han presentado de crear empresas más sostenibles han sido los escandinavos, que para Hofstede¹², se caracterizan por ser países con una baja distancia al poder y femeninos donde predominan valores como el cuidado de los demás y la calidad de vida. Se puede intuir que los países nórdicos presentan un mayor comportamiento sostenible en comparación con el resto de los países europeos, que de acuerdo con Ruiz & García (2013) la tasa de la actividad emprendedora es más estable en dichos países en comparación con sus vecinos europeos.

Se ha realizado una breve revisión del índice Gini¹³ (Ver tabla 5), que indica el grado en que la distribución del ingreso entre individuos o hogares dentro de una sociedad se desvía de una distribución perfectamente igual, va de 0 a 100, donde 0, representa la igualdad perfecta (todos tienen el mismo ingreso) y 100 representa la máxima desigualdad (todos los ingresos son acumulados por un solo hogar). Se puede observar en la tabla que los países nórdicos están por debajo del 28, mientras que países como Reino Unido, Alemania, Suiza e Italia todos ellos países masculinos superan la cifra del 29. Las diferencias no son tan grandes teniendo en cuenta el marco geográfico considerado, pues todos los países de la tabla tienen un muy alto desarrollo humano conforme el PNUD¹⁴, sin embargo cabe resaltar la ligera segmentación de los países nórdicos en comparación con los demás países europeos, donde se puede comprobar la existencia de sociedades más femeninas en los países nórdicos, donde según Hofstede la atención se centra en "trabajar para vivir", los gerentes se esfuerzan por lograr el consenso, las personas valoran la igualdad, la solidaridad y la calidad en sus vidas laborales.

¹² <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

¹³ <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>

¹⁴ <http://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/hdr.html>

Tabla 5. Comparación de países según Índice Gini.

Países	Índice Gini (2016)	IDH (2015) *	Dimensión Hofstede
Noruega	25	0,949	<i>Países femeninos</i>
Dinamarca	27,7	0,925	
Islandia	24,1	0,921	
Finlandia	25,4	0,895	
Reino Unido	31,5	0,909	<i>Países masculinos</i>
Alemania	29,5	0,926	
Suiza	29,4	0,939	
Italia	33,1	0,887	

* Los datos del IDH han sido extraídos del informe sobre Desarrollo Humano 2016 que se encuentra en la página oficial del PNUD¹⁵.

Fuente: elaboración propia a partir del Eurostat (2016).

Aquellos países con rasgos más colectivistas han confirmado su positiva relación con la creación de empresas sostenibles, pues en dichos países se tiende, según Hofstede¹⁶ hacia una mayor preocupación por la comunidad y el bienestar general, rasgos singulares en los emprendedores sostenibles ya que entre sus objetivos destacan la satisfacción de las necesidades de las personas produciendo lo que realmente demandan las comunidades (Peralta et al., 2016), sobre todo teniendo la consideración de dichos emprendedores referida al respeto medioambiental y llevar a cabo prácticas sociales, que pueden ser claves a la hora de la decisión de comprar o invertir (Reficco & Feldman, 2015).

Países colectivistas como Colombia, Guatemala y Perú obtienen una puntuación de 13, 6 y 16 en la escala de Hofstede respectivamente. Estos países según el GEM caracterizan por tener una percepción positiva del emprendimiento desde el punto de vista sociocultural (alrededor del 73%), donde factores como el apoyo financiero, las políticas y programas gubernamentales, la educación y entrenamiento, la infraestructura comercial y profesional, la apertura de mercados y las bajas barreras de entrada, son factores de apoyo a los emprendedores en dichos países.

En lo referido a la dimensión de aversión a la incertidumbre, hay que considerar que tan solo 6 países están por debajo de una puntuación de 36 en la escala de Hofstede, mostrando mayores probabilidades a emprender más sosteniblemente, sin embargo, los

¹⁵ <http://www.undp.org/content/undp/es/home/librarypage/hdr.html>

¹⁶ <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>

41 países restantes superan la barrera de los 45, donde se ajustan a un perfil donde los emprendedores son más propensos o indiferentes al riesgo, sin embargo, en los resultados de regresión no se aprecia que se trate de emprendedores sostenibles. Aunque normalmente se defiende la idea de que los emprendedores son propensos al riesgo, según Contín (2007) “la investigación más actual señala que los emprendedores no tienen por qué ser más propensos al riesgo que el resto de la población, sino que podría ocurrir que tiendan a subestimar los riesgos asociados a la puesta en marcha de nuevas iniciativas empresariales”.

Por otra parte, la mayor aversión al riesgo presentada por la mayoría de los países que componen la muestra puede estar motivada por miedo al fracaso. Este miedo al fracaso puede deberse a como se ha planteado anteriormente, a la segmentación mundial de los clientes sostenibles que se ubican en los países más desarrollados (Rodríguez, 2016), la aun fase de desarrollo que todavía está experimentando este nuevo campo de investigación (Antolín-López et al., 2014) y la escasa financiación con la que pueden contar los emprendedores a la hora de desarrollar sus ideas, debido en parte a la escasa información completa que pueden llegar a tener de la verdadera situación de su proyecto o del potencial económico-financiero de los proyectos de generar futuros ingresos (Crecente, 2009).

Países con una orientación a corto plazo como Líbano, Jordania, Marruecos, Irán, Arabia Saudí se caracterizan según el GEM (2009) por el creciente interés de los políticos en las nuevas empresas debido a su contribución a la creación de empleo y al crecimiento sostenible y productivo. Estos países consideran a las nuevas empresas como un importante motor para su crecimiento económico. Por otra parte, países como Estados Unidos e Israel que también presentan una orientación a corto plazo en la escala de Hofstede, acogen seis de las 10 mejores ciudades¹⁷ para emprender según el Global Startup Ecosystem Report, 2017¹⁸ entre otras cosas por las instalaciones y apoyo de los gobiernos. Cabe resaltar que determinadas ciudades de países latinoamericanos como Argentina (Buenos Aires), Colombia (Medellín), Brasil (Sao Paulo) y Chile (Santiago de Chile) también son consideradas como lugares atractivos para emprender.

¹⁷ Las ciudades según Global Startup Ecosystem Report por orden son: Silicon Valley, Nueva York, Boston, Tel Aviv, Los Ángeles y Seattle.

¹⁸ <https://startupgenome.com/thank-you-enjoy-reading/>

“La mujer suele utilizar estrategias de riesgo e inversión más sensatas y calculadas y es por ello que aquellas mujeres que inician una actividad empresarial, crean habitualmente pequeños negocios que les permiten obtener resultados inmediatos” (Morales, 2001). Según el GEM (2009), cuando las mujeres emprenden una actividad empresarial lo hacen más por necesidad que por oportunidad. Hay que tener en cuenta unas consideraciones relacionadas con el emprendimiento llevado a cabo por mujeres. En primer lugar, el emprendimiento femenino cuenta con mayores obstáculos a la hora de emprender que los hombres tales como las responsabilidades familiares, falta de calificaciones, barreras sociales y culturales que deniegan el ingreso de la mujer en el ejercicio del empleo y es por ello que la creación de empresas son con frecuencia la única alternativa de que disponen las mujeres para obtener unos ingresos que les permitan asegurar su subsistencia y la de sus hijos (Carosio, 2004).

En segundo lugar, la sostenibilidad está más presente en aquellas empresas donde operan mayor número de mujeres, de acuerdo con el informe *Behind every Global Goal: Women leading the world to 2030*¹⁹, las organizaciones con mayores presencias de mujeres en sus direcciones toman en consideración las cuestiones medioambientales y son más propensas a gestionar los impactos sociales. Esto puede explicar porque los países femeninos tienen mayores probabilidades de crear empresas más sostenibles que los países masculinos, principalmente, por los valores femeninos de dichos países.

El emprendimiento sostenible difiere significativamente en función del nivel del PIB per cápita entre países, donde según (Minnit, 2012) “la actividad emprendedora es generalmente mayor en países con niveles más bajos de PIB que en países con rentas altas, pero se vuelve a elevar en las economías más ricas, siendo esta relación en forma de U, motivada por los distintos niveles de desarrollo que determinan el ambiente en el que se toman las decisiones emprendedoras y, como resultado, el tipo, la calidad y la cantidad de emprendimiento que existe en un país”. Es por ello que en la muestra se observa que distintos países de diferente desarrollo tienen mayores probabilidades de emprender sosteniblemente en función de diferentes dimensiones de Hofstede, pese a su gran diferencia en términos de PIB per cápita. Por ejemplo, se observa que países latinoamericanos son más emprendedores sosteniblemente según el criterio de

¹⁹ <http://businesscommission.org/our-work/behind-every-global-goal-women-leading-the-world-to-2030>

colectivismo, mientras que los países nórdicos también son propensos a la creación de empresas sostenibles, pero siguiendo el criterio de baja distancia al poder (Ver tabla 6).

Tabla 6. Comparación de países según PIB per cápita.

Países	Distancia al poder	Individualismo	PIB per cápita
Noruega	31	69	62698,29
Dinamarca	18	74	43.385,63
Finlandia	33	63	20.414,19
Islandia	30	60	40.189,63
Guatemala	95	6	6.669,99
Ecuador	78	8	9.183,55
Panamá	95	11	14.838,54
Venezuela	81	12	17.053,93

Fuente: elaboración propia a partir de World Bank²⁰.

4.2. Conclusiones

El objetivo del presente estudio ha sido avanzar en el conocimiento de la influencia de las dimensiones culturales de Hofstede respecto al emprendimiento sostenible. De los resultados obtenidos pueden establecerse algunas conclusiones relevantes.

De las variables estudiadas relacionadas con el emprendimiento sostenible, se puede observar que la cultura de los países tiene un efecto en la creación de empresas sostenibles. En lo que respecta a las dimensiones culturales, las culturas con mayores probabilidades de crear empresas sostenibles son las que tienen una baja distancia al poder, las que son más colectivistas, las culturas femeninas, las culturas con mayor propensión al riesgo, las culturas con una orientación a corto plazo y las culturas con mayor indulgencia.

En cuanto a los países con una baja distancia al poder, al ser consideradas según Hofstede como aquellos países que buscan mayor igualdad entre los individuos presentan mayores

²⁰ <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD>

características del emprendimiento sostenible, pues la sostenibilidad se preocupa por el bienestar social y la salud de los ecosistemas que les rodea (Fernández & Gutiérrez, 2013), es decir, el emprendimiento sostenible tiene en cuenta los problemas que puedan tener los demás individuos del país respetando el medio en que operan.

Los países más colectivistas afirman la hipótesis planteada, pues al ser países que según Hofstede manifiestan un compromiso a largo plazo con todos los individuos del país, son sociedades caracterizadas con mayor propensión a la creación de empresas más sostenibles, ya que consideran los problemas sociales y medioambientales que puedan surgir y buscar la forma de afrontarlos asumiendo para ello responsabilidades todos los miembros del país.

En lo que respecta a los países más femeninos son las que mayores probabilidades de crear una empresa sostenible tienen ya que su foco está en el bienestar de todos los miembros, donde se valora la igualdad, solidaridad y la calidad de vida. En cambio, los países más masculinos no son propensas a crear empresas sostenibles pues las características de los países masculinos son más compatibles con las del emprendimiento convencional, ya que se valora la competencia, el rendimiento, las riquezas y la ambición.

Se ha obtenido que los países con una baja aversión a la incertidumbre son aquellas que mayores probabilidades de crear empresas sostenibles tienen, esto puede deberse al incipiente desarrollo del campo del emprendimiento sostenible, a la escasa financiación de los proyectos de emprendimiento y la segmentada distribución de los clientes que demandan acciones más sostenibles alrededor del mundo al desarrollarse en escasos países que apuestan por la creación de empresas más sostenibles.

Por otra parte, los países a corto plazo han presentado resultados que ponen de manifiesto que son las que mayores probabilidades de crear empresas sostenibles tienen, esto puede deberse a la importancia concedida por dichos países acerca del emprendimiento sostenible derivado de sus ventajas tales como el crecimiento sostenible y la creación de empleo considerando según Hofstede la creación de empresas sostenibles como una oportunidad para obtener resultados rápidos, en lugar de una solución a los grandes problemas sociales y medioambientales actuales.

Los países más indulgentes se caracterizan por el optimismo de sus individuos que puede presentar mayores comportamientos de emprender sosteniblemente. Esto puede deberse

a la convicción de que se puede cambiar el mundo mediante las acciones de los individuos y el hecho de disfrutar de aquello que realmente les apasiona.

Por otra parte, la consideración de variables como el género, la edad, la ocupación, los contactos y el PIB también tienen una incidencia sobre la creación de empresas sostenibles. De los resultados se han obtenido que las mujeres, los más jóvenes, los estudiantes, los que buscan empleo y los que tienen contactos son los perfiles de los individuos que mayores probabilidades tienen de crear empresas sostenibles. Mientras que el PIB per cápita no tiene relación sobre la creación de empresas sostenibles. Esto puede deberse a que el emprendimiento sostenible no está influenciado directamente por el PIB per cápita, pues distintos países de diferentes PIB per cápita han presentado que tienen mayores probabilidades de emprender sosteniblemente en función de distintas dimensiones de Hofstede.

4.3. Limitaciones del estudio

Hay que considerar las críticas que tiene el estudio de Hofstede tales como la errónea clasificación que se hace de las personas que trabajaban en IBM a la hora de realizar el estudio, pues a pesar de no representar a todo el país un individuo, no todos los individuos de un mismo país tienen los mismos valores culturales o en la misma intensidad. Por otra parte, la consideración de las dimensiones culturales de Hofstede como válidas sin tener en cuenta otros trabajos sobre la cultura (e.g. Inglehart, Hall, Schwartz & el estudio GLOBE) que son estudios de gran prestigio e importancia a la hora de valorar las culturas, ya que pueden proporcionar una visión más enriquecedoras acerca de la cultura. Por lo tanto, futuros trabajos de investigación podrían completar este trabajo estudiando la cultura a través de otras clasificaciones como las mencionadas anteriormente, con el objetivo de confirmar las hipótesis planteadas y avanzar hacia una mayor generalización de los resultados obtenidos en el presente trabajo.

Por último, la limitación del presente este estudio se asocia a su principal tema de estudio, el emprendimiento sostenible, ya que las fuentes de información en este aspecto del emprendimiento son limitadas, solamente el GEM del año 2009 incluye un análisis respecto al emprendimiento sostenible. Cabe destacar, por otra parte, que los índices para medir el emprendimiento sostenible son nuevos y algunos están en fase de desarrollo, por lo que el presente estudio se limita al estudio de los países cuya información sobre emprendimiento sostenible se encontraba disponible.

5. REFERENCIAS

- Álvarez, C., & Urbano, D. (2013). Diversidad cultural y emprendimiento. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 19(1), pp. 154-169.
- Antolín-López, R., Martínez-del-Río, J., & Céspedes-Lorente, J. (2013). Cooperación y competencia como antecedentes de la innovación de producto. ¿Aplican las empresas nuevas y establecidas una lógica diferenciada? *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(1), pp. 53-62.
- Antolín-López, R., Martínez-del-Río, J., & Céspedes-Lorente, J. (2016). Fomentando la innovación de producto en las empresas nuevas: ¿Qué instrumentos públicos son más efectivos? *European Research on Management and Business Economics*, 22(1), pp. 38-46.
- Antolín-López, R., Céspedes Lorente, J., & Martínez del Río, J. (2014). *Emprendimiento sostenible: una revisión de la literatura y agenda de investigación* (pp. 79-98). Almería: Ana Concepción López Fernández.
- Angulo, G., Vega, E., & Campo, P. (2017). Dimensiones culturales de Hofstede en Colombia, influencia de la cultura de las negociaciones. *Negocios INN*, 1(2), pp. 6-7.
- Apetrei, A., Ribeiro, D., Roig, S., & Mas Tur, A. (2013). El emprendedor social – una explicación intercultural. CIRIEC-España, *Revista De Economía Pública, Social Y Cooperativa*, (78), pp. 37-52.
- Artaraz, M. (2002). Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. *Revista Ecosistemas*, 11(2).
- Bach, S. S. (2014). *Imágenes culturales constructivistas y esencialistas de empleados argentinos y noruegos*. University of Bergen.
- Barrón Pérez, E., & Ruiz Castro, L. (2017). *XXII Congreso internacional de contaduría, administración e informática*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Bretones, F. D., Martí, E. G., Jiménez, C. R., Román, M. J., & Ortiz, M. J. H. (2009). Actitudes, valores y comportamientos emprendedores en la población universitaria. *Ponencia presentada al II Congreso Internacional y X Seminario Iberoamericano Motiva: La Universidad y El Emprendimiento, celebrado entre el 27 y el 30 de octubre en Valencia* (Vol. 27).
- Bretones, F. D. y Silva, M. (2009). Cultura, sociedad, educación y comportamiento emprendedor. En F. D. Bretones (coord.) *Comportamiento emprendedor en el ámbito universitario: personas y sociedad*. Granada: Editorial de la Universidad de Granada pp. 93-110.
- Buitrago Nova, J. (2014). Emprendimiento en Colombia. *Administración Y Desarrollo*, 43(59), 7-21. <https://doi.org/10.22431/25005227.101>
- Cabrera, A. M. G., & Soto, M. G. G. (2007). Diferencias culturales y comportamiento emprendedor: un análisis Cross-cultural intrapaís. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 16(4), pp. 47-68.
- Carosio, A. (2004). Las mujeres y la opción emprendedora. Consideraciones sobre la gestión. *Revista Venezolana De Estudios De La Mujer* 9, (23), pp. 79-112.

- Castells, M., & Martínez Gimeno, C. (2004). *La era de la información* (pp. 12-31). México: Siglo XXI.
- Contín Pilart, I., Larraza Kintana, M., & Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos evidencia a partir de los datos REM de Navarra. *Revista De Empresa La Fuente De Ideas Del Ejecutivo*, (20), pp. 10-19.
- Crecente Romero, F. (2009). *Análisis de la financiación de la actividad emprendedora* (Doctorado). Universidad de Alcalá.
- Criado Gomis, A., Iniesta Bonillo, M., & Cervera-Taulet, A. (2015). *Orientación al emprendimiento sostenible: Análisis desde una perspectiva de marketing estratégico*. Universidad de Almería.
- De Mooij, M., & Hofstede, G. (2011). Cross-cultural consumer behaviour: A review of research findings. *Journal of International Consumer Marketing*, 23(3-4), pp. 181-192.
- Farías Nazel, P. (2007). Cambios en las distancias culturales entre países: Un análisis a las dimensiones culturales de Hofstede. *Opción*, 23 (52), pp. 85-103.
- Fernández, L., & Gutiérrez, M. (2013). Bienestar Social, Económico y Ambiental para las Presentes y Futuras Generaciones. *Información Tecnológica* 24, (2), pp. 121-130.
- Fernández Sedano, I., & Paéz Rovira, D. (2004). *Psicología social, cultura y educación* (pp. 195-207). Madrid: Pearson Educación.
- García Campos, T. (2008). Cultura tradicional y masculinidad feminidad. *Interamerican journal of psychology*, 42(1), pp. 59-68.
- Gawel, A. (2012). Entrepreneurship and sustainability: do they have anything in common? *The Poznan University of Economics Review*, 12(1), p. 5.
- George, G., & Zahra, S. (2002). Culture and its Consequences for Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 26(4), pp. 5-9.
- Gouveia, V., & Milfont, T., & Martínez, M., & Paterna, C. (2011). Individualism-collectivism as predictors of prejudice toward Gypsies in Spain. *Interamerican Journal of Psychology*, 45 (2), pp. 223-233.
- Guillén Mondragón, I., & Aduna Mondragón, A. (2008). La influencia de la cultura y del estilo de gestión sobre el clima organizacional. Estudio de caso de la mediana empresa en la delegación Iztapalapa. *Estudios Gerenciales* 24, (106), pp. 47-64.
- Hernández Ramos, M., & Tilbury, D. (2006). Educación para el desarrollo sostenible, ¿nada nuevo bajo el sol? *Revista Iberoamericana De Educación*, (40), pp. 99-109.
- Hidalgo Campos, P., & Manzur Mobarec, E., & Olavarrieta Soto, S., & Farías Nazel, P. (2007). Cuantificación de las distancias culturales entre países: un análisis de Latinoamérica. *Cuadernos de Administración*, 20 (33), pp. 253-272.
- Hidalgo Proaño, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. *Alternativas* 15, (1), pp. 46-50.

- Hofstede, G. (2012). Culturas nacionales, culturas organizacionales y el papel de la gestión empresarial - OpenMind. Retrieved from <https://www.bbvaopenmind.com/articulo/culturas-nacionales-culturas-organizacionales-y-el-papel-de-la-gestion-empresarial/?fullscreen=true>
- Hofstede, G. (1999). *Culturas y organizaciones: el software mental: la cooperación internacional y su importancia para la supervivencia* (pp. 1-31). Madrid (España): Alianza Editorial.
- Hurtado, N., Pozo, E. C., & Barrio, M. E. S. (2007). Efectos de la cultura nacional en la relación entre orientación emprendedora y el resultado de la innovación de producto: el caso del sector farmacéutico. *Cuadernos económicos de ICE*, (73), pp. 135-150.
- Iborra Juan, M., González, T., Aldás, J., & Puig Payá, V. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas: conceptos y habilidades directivas* (2nd ed., pp. 195-197). Madrid: Paraninfo.
- Jaén, I., Fernández Serrano, J., & Liñán, F. (2013). Valores culturales, nivel de ingresos y actividad emprendedora. *Revista De Economía Mundial*, (35), pp. 35-51.
- Jiménez Herrero, L. (2002). Cooperación mundial para el desarrollo sostenible. *Revista Española De Desarrollo Y Cooperación*, (9), pp. 9-46.
- López Duarte, C., & Vidal Suárez, M. (2012). Culturas y organizaciones: el software de la mente. La cooperación intercultural y su importancia para la supervivencia (3a edición revisada y ampliada). *Cuadernos De Economía Y Dirección De La Empresa CEDE 15*, (2), pp. 104-105. Retrieved from <http://www.elsevier.es/es-revista-cuadernos-economia-direccion-empresa-cede-324-articulo-culturas-organizaciones-el-software-mente--S1138575812000199?referer=buscador>
- López Puga, J. (2012). Modelos actitudinales y emprendimiento sostenible. *Cuides. Cuaderno Interdisciplinar De Desarrollo Sostenible*, (8), pp. 111-132.
- Lozano Frutos, A. (2014). *Características personales y culturales de los emprendedores potenciales y su influencia en el autoempleo*. Universidad de Salamanca.
- Minniti, M. (2012). El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones. *Economía Industrial*, (383), pp. 23-30.
- Molero, F. (2002). Cultura y liderazgo. Una relación multifacética. *Boletín de Psicología*, 76, pp. 53-75.
- Morales, M. O. G. (2001). Actitudes y motivaciones hacia el trabajo y la creación de empresas según género. *Boletín Económico De ICE, Información Comercial Española*, pp. 21-30.
- Moriano León, J., Palací Descals, F., & Trejo, E. (2001). El perfil psicosocial del emprendedor un estudio desde la perspectiva de los valores. *Revista De Psicología Social 16*, (2), pp. 229-243.
- Moya, M., Páez, D., Glick, P., Fernández, I., & Poeschl, G. (2002). Masculinidad-feminidad y factores culturales. *Revista española de y Motivación y Emoción*, 3, pp. 127-142.

- Navarro Díaz, M., & Vilches Alonso, J. (2017). Educación para el emprendimiento: un enfoque social y medioambiental - BsocialLab. Retrieved from <https://bsociallab.com/educacion-emprendimiento-social/>
- Omar, A. (2014). Justicia organizacional, individualismo-colectivismo y estrés laboral. *Psicología y salud*, 16(2), pp. 207-217.
- Ortiz Rivera, E. (2010). Los índices culturales de Hofstede y su impacto en los estilos de liderazgo en empresas extranjeras que operan en Puerto Rico. *Fórum Empresarial* 15, (2), pp. 59-81.
- Pacheco, D. F., Dean, T. J., & Payne, D. S. (2010). Escaping the green prison: Entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development. *Journal of Business Venturing*, 25(5), pp. 464-480.
- Páez Rovira, D., Campos Manzano, M., Fernández Sedano, I., Ubillos Landa, S., & Zubieta, E. (2005). *Psicología social, cultura y educación* (pp. 537-552). Madrid: Pearson Educación.
- Parra, S. (2013). Exploring the Incorporation of Values for Sustainable Entrepreneurship Teaching/Learning. *Journal Of Technology Management & Innovation* 8, (1), pp. 11-20.
- Peralta, C. M. P., Araque, Y. D. V. C., & De Meriño, C. Y. M. (2016). Emprendimiento social sostenible en comunidades vulnerables: casos altos de la sabana de la ciudad de Sincelejo, sucre, Colombia. *Universidad-Ciencia-Innovación y Sociedad: Desde la Perspectiva Laboral*, 22, p. 233.
- Pinillos Costa, M., Soriano Pinar, I., & Reyes Recio, L. (2005). El impacto del espíritu emprendedor en los resultados una aplicación a las empresas españolas cotizadas. *Revista Europea De Dirección Y Economía De La Empresa* 14, (3), pp. 149-164.
- Reficco, E., & Feldman, P. (2015). Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra y disposición a pagar de consumidores bogotanos. *Estudios Gerenciales Journal of Management And Economics For Iberoamerica* 31, (137), pp. 373-382.
- Rodríguez Moreno, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. *Katharsis*, (21), pp. 449-479.
- Rueda López, R. (2016). *La ética como fundamento de la responsabilidad social: el fomento de la perspectiva de género como praxis socialmente responsable en la universidad* (Doctorado). Universidad de Córdoba.
- Ruiz Navarro, J., & García Montesinos, C. (2013). El Fenómeno Emprendedor y La Convergencia Norte-Sur en Europa evidencias del Observatorio GEM. *Revista De Economía Mundial*, (35), pp. 53-65.
- Sánchez, R., & Peña Vincas, J. (2011). Diversidad entre empleados y mejoras en el rendimiento de las organizaciones. Retrieved from <https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/19608/diversidad-entre-empleados-y-mejoras-en-el-rendimiento-de-las-organizaciones>

- Sepulveda Rivas, C. I., & Gutiérrez Walter, R. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos: Un análisis de los factores determinantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 21(73), pp. 33-49.
- Sierra Villamil, G. M. (2016). Liderazgo educativo en el siglo XXI, desde la perspectiva del emprendimiento sostenible. *Revista EAN*, (81), pp. 111-129.
- Silberstein, D., & Galli Basualdo, M. (2016). ¿Cuál es el vínculo entre el emprendimiento social y el desarrollo sostenible, y cómo los emprendedores sociales contribuyen a la inclusión social y a la erradicación de la pobreza? *Tecsisistecatl* 8, (20). Retrieved from <http://www.eumed.net/rev/tecsistecatl/n20/emprendimiento.html>
- Steenkamp, J., Hofstede, F., & Wedel, M. (1999). A Cross-National Investigation into the Individual and National Cultural Antecedents of Consumer Innovativeness. *Journal Of Marketing*, 63(2), pp. 55-69.
- Tarapuez Chamorro, E. (2016). Las dimensiones culturales de Geert Hofstede y la intención emprendedora en estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia). *Pensamiento Y Gestión*, (41), pp. 60-90.
- Tengler, F. y Caldera González, D. (2018). Análisis de las diferencias culturales en empresas México-alemanas a través del modelo de Hofstede. *Revista CEA*, 4(7), pp. 49-65.
- Van Oostrom, M. (2013). El giro cultural en los estudios de innovación. *Revista Atlántida*, (5), pp. 95-110.
- Zapico Aldeano, L. (2007). Comparación de escalas de medida de la cultura social aplicadas a la creación empresarial. In *Empresa global y mercados locales XXI Congreso Anual AEDEM Vol. 1* (p. 4). Madrid: Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC.

Páginas web consultadas:

- <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/>
- <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- <http://www.gemconsortium.org/about/research-papers/1716>
- <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>
- <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD>
- <http://businesscommission.org/our-work/behind-every-global-goal-women-leading-the-world-to-2030>
- <http://www.gemconsortium.org/report>
- <https://startupgenome.com/thank-you-enjoy-reading/>

6. ANEXOS

- Anexo I

Tabla 7. Lista de países de la muestra.

Estados Unidos	Perú	Croacia
Rusia	Argentina	Eslovenia
Sudáfrica	Brasil	Guatemala
Grecia	Chile	Panamá
Países Bajos	Colombia	Venezuela
Bélgica	Malasia	Ecuador
Francia	Japón	Uruguay
España	Corea	República Dominicana
Hungría	China	Hong Kong
Italia	Estonia	Jamaica
Rumania	Serbia	Líbano
Suiza	Irán	Jordania
Reino unido	Marruecos	Siria
Dinamarca	Islandia	Arabia Saudí
Noruega	Finlandia	Emiratos Árabes Unidos
Alemania	Letonia	Israel

- Anexo II. Variables independientes.

Gráfico 7. Distancia al poder N47.

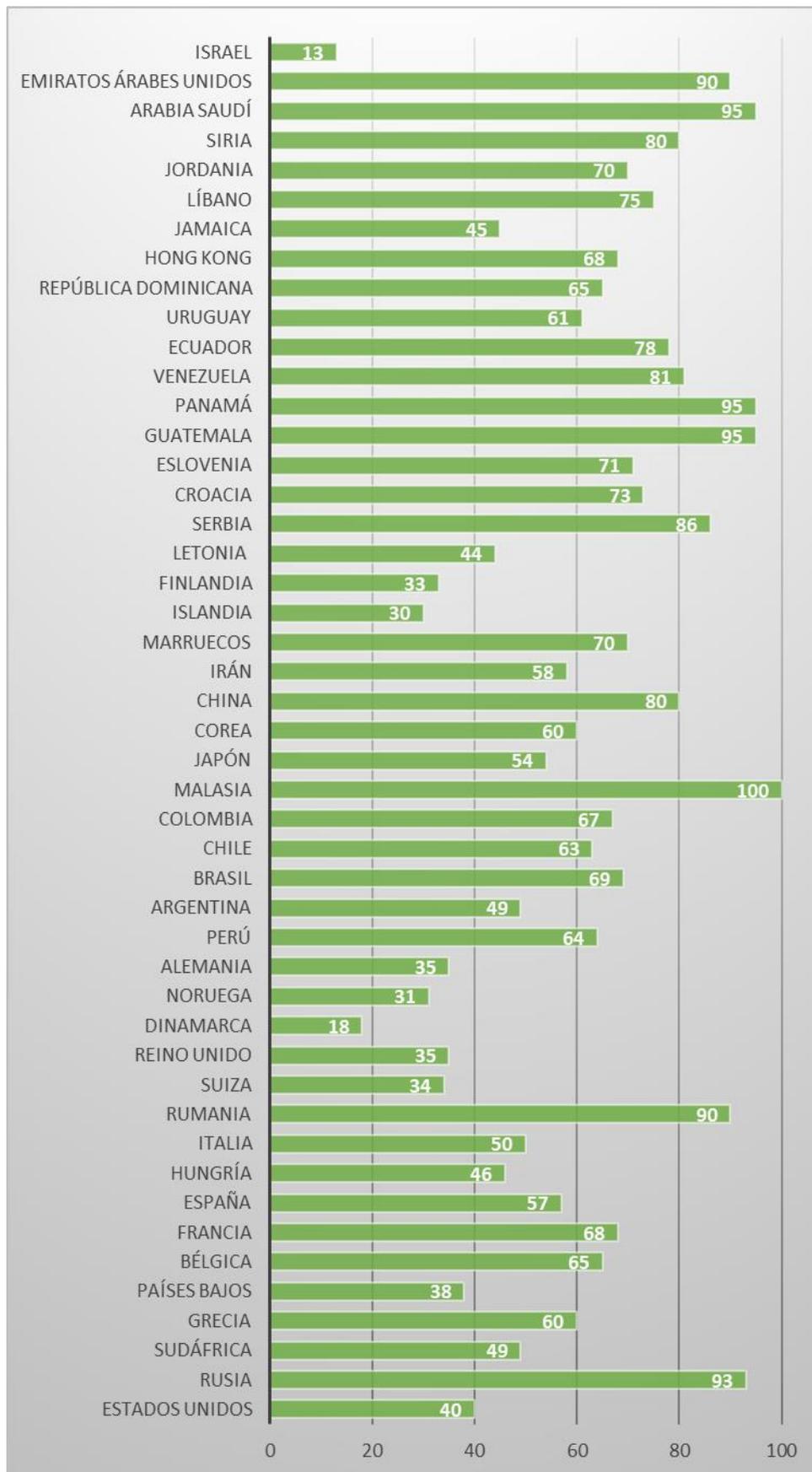


Gráfico 8. Individualismo vs Colectivismo N47.

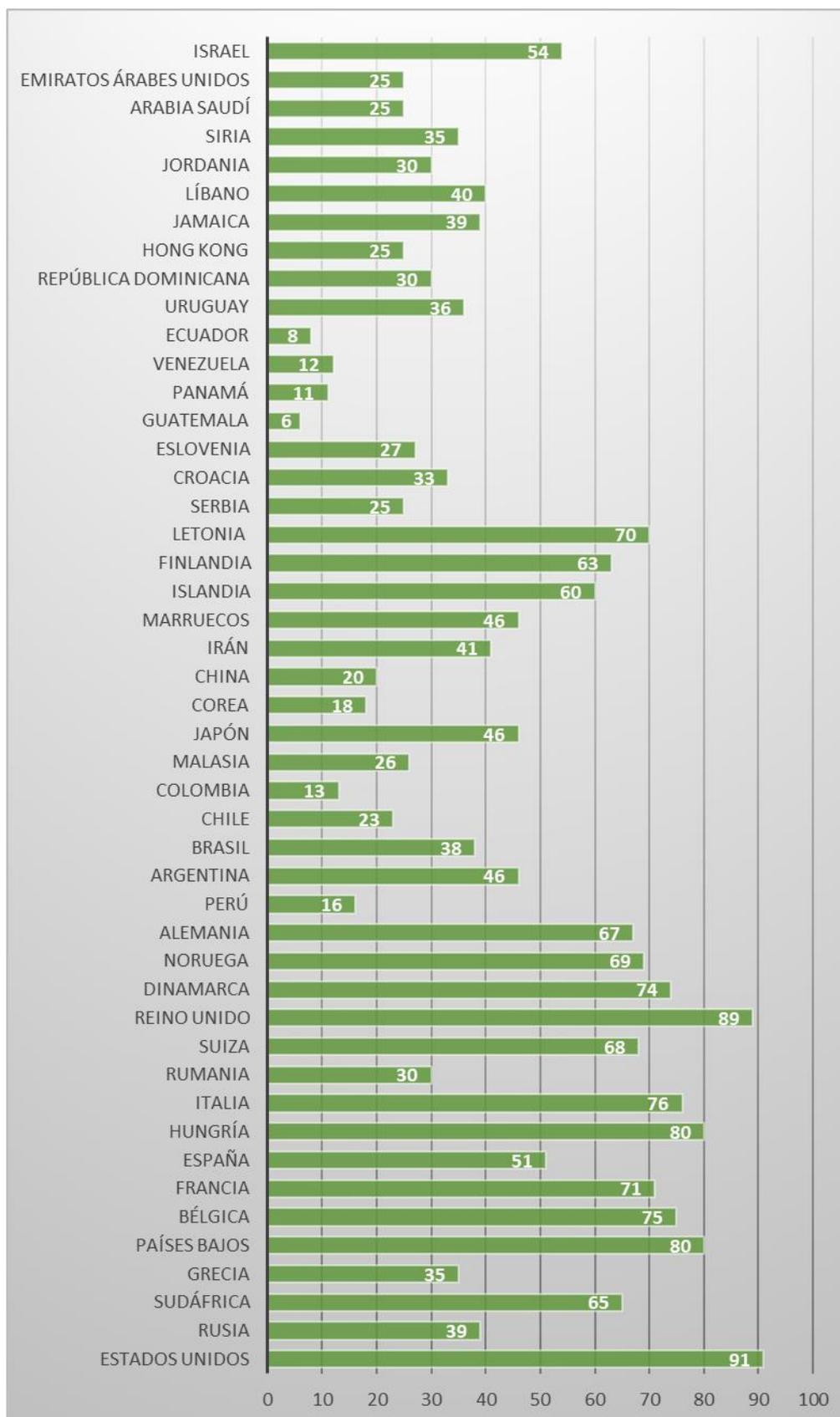


Gráfico 9. Masculinidad vs Feminidad N47.

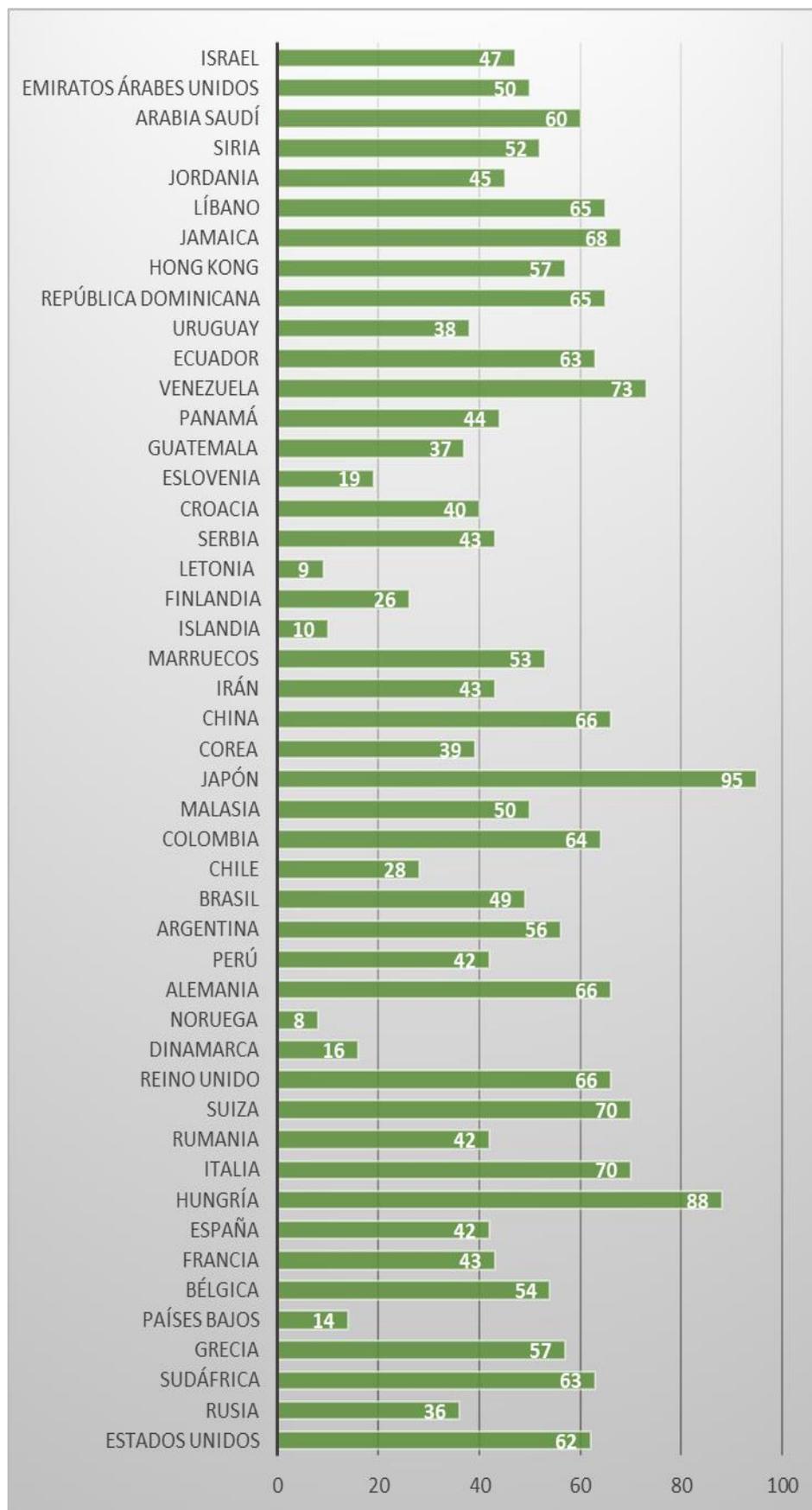


Gráfico 10. Aversión a la incertidumbre N47.

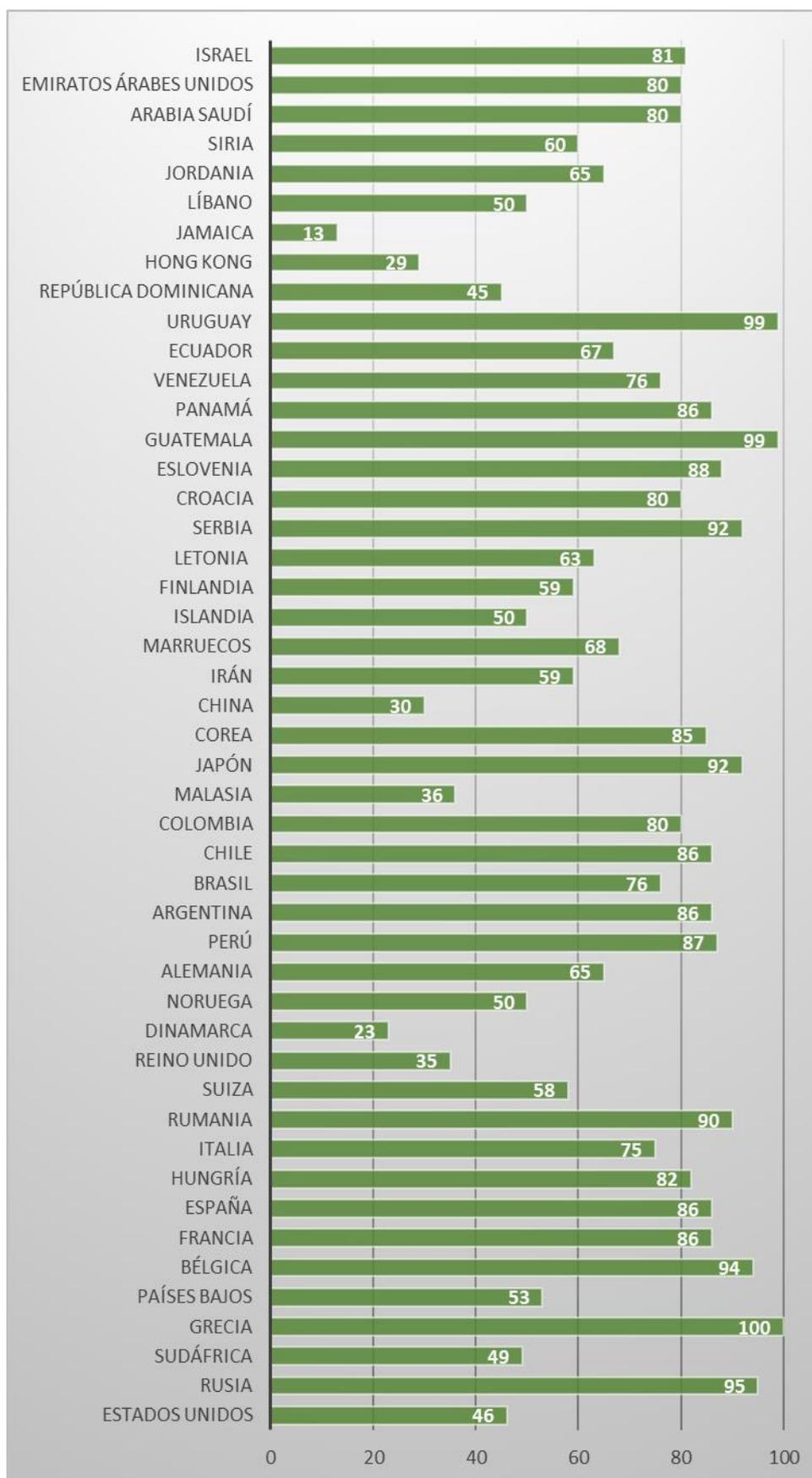


Gráfico 11. Orientación a largo plazo vs orientación a corto plazo N47.

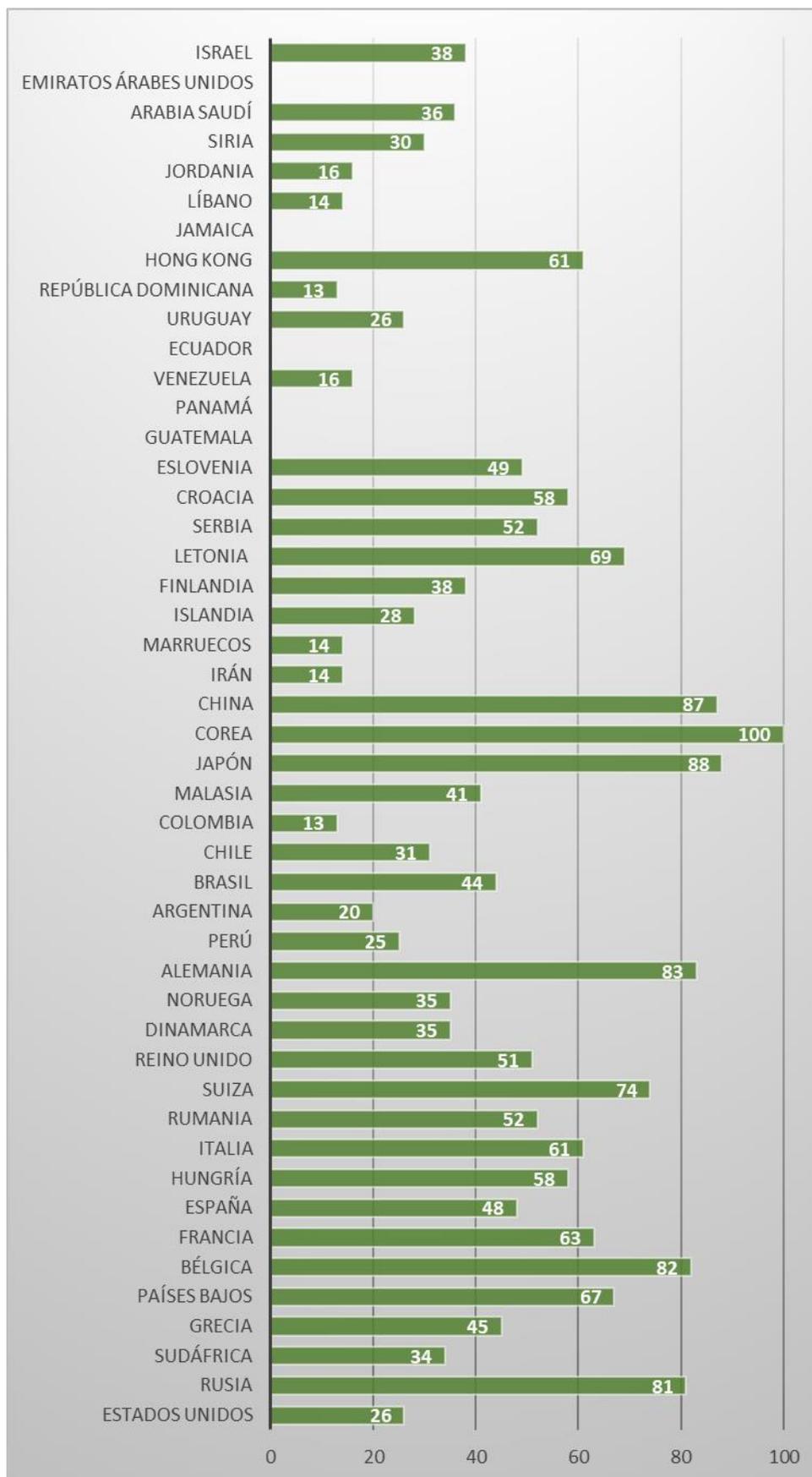


Gráfico 12. Indulgencia vs Restricción N47.

