



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL P. P. PARA LA EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA



**Estudio sobre el Efecto de los Valores Socio-Culturales en la Actividad
Emprendedora**

Autores:

Beltrán Gabriel

Páez Eduardo

Valencia, Abril de 2016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
MINISTERIO DEL P. P. PARA LA EDUCACIÓN
UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA



**Estudio sobre el Efecto de los Valores Socio-Culturales en la Actividad
Emprendedora**

Área Temática: Política macroeconomía, aspectos macroeconómicos de los valores culturales.

Autores:

Beltrán Gabriel

Páez Eduardo

Tesis de Grado Presentada para Optar por el Título de Economista

Valencia, Abril de 2016

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA
CAMPUS BÁRBULA

CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**Estudio sobre el Efecto de los Valores Socio-Culturales en la Actividad
Emprendedora**

TUTOR:

Domingo Sifontes

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Economía
Por: Domingo Sifontes

Valencia, Abril de 2016

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA
CAMPUS BÁRBULA

CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**Estudio sobre el Efecto de los Valores Socio-Culturales en la Actividad
Emprendedora**

TUTOR:
Francisco López

Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Economía
Por: Francisco López

Valencia, Abril de 2016

AGRADECIMIENTOS

A nuestras madres, por habernos guiado adecuadamente hasta este momento.

A nuestras familias, por su apoyo y constante colaboración a lo largo de nuestra formación y, sobre todo, al llevar a cabo esta investigación.

A nuestros tutores, por sus horas dedicación y sin cuya orientación no hubiese sido posible la realización de este trabajo.

DEDICATORIA

A mi madre, por su incansable lucha en el proceso de mi formación.

A mi padre, por entender por compartir mi perspectiva en muchas situaciones.

A Inés Alejandra, con quien he estado más de la mitad de la carrera. Gracias por tu compañía a pesar de las dificultades.

A cada uno de mis tíos(as) y abuelos(as), sin cuyo apoyo nada de esto sería posible.

A Diana, mi querida hermana, por ser incondicional en todo momento.

A mis compañeros, colegas y amigos: Eduardo, José Carlos, Octavio, Carlos y Luis; con quienes he compartido y debatido ideas a lo largo de estos cinco años.

Gabriel Beltrán

Estudio sobre el Efecto de los Valores Socio-culturales en la Actividad Emprendedora

AUTORES

Beltrán Gabriel

CI: 22.408.831

E-mail: gabobelt15@gmail.com

Tlf: 0412-8900822

Páez Eduardo

CI: 23.577.887

E-mail: paez7_94@hotmail.com

Tlf: 0416-5126804

TUTORES

López Francisco, CI: 11.855.910

Sifontes Domingo, CI: 13.770.794

RESUMEN

El presente trabajo, tiene como propósito estudiar el impacto de la confianza, la creatividad y la corrupción (como valores socio-culturales), sobre el emprendimiento para un grupo de países en vías de desarrollo. Para ello, se realizó una revisión de la literatura existente a fin de conocer cuáles, son los factores que afectan a la actividad emprendedora y su posible conexión con la confianza, creatividad y corrupción. Posteriormente, se recopilaron datos de las variables mencionadas y se estimó un modelo de regresión lineal múltiple con la técnica de mínimos cuadrados ordinarios estándar. De dicha estimación se reporta que la creatividad y el crecimiento económico afectan positiva y significativamente al emprendimiento, a la vez que el desempleo lo hace de manera negativa.

Palabras Clave: Emprendimiento, Valores Socio-culturales, Regresión Lineal Múltiple, Mínimos Cuadrados Ordinarios.

Abril, 2016

Study on the Effect of Socio-Cultural Values in Entrepreneurial Activity

WRITTEN BY

Beltrán Gabriel

CI: 22.408.831

e-mail: Gabobelt15@gmail.com

Tlf: 0412-8900822

Páez Eduardo

CI: 23.577.887

e-mail: Paez7_94@hotmail.com

Tlf: 0416-5126804

TUTORS

López Francisco, CI: 11.855.910

Sifontes Domingo, CI: 13.770.794

ABSTRACT

The purpose of this research is study the impact that creativity, trust and corruption, as socio-cultural values, have on entrepreneurship for underdeveloped countries. On this wa a bibliographic review was made about which elements affect entrepreneurship and its possible connection with trust, creativity and corruption. Later, relevant data was gathered for multiple lineal regression estimation by using ordinary least squares technique. The estimation reported that creativity and economic growth affect entrepreneurship in a positive way while unemployment does it negatively.

Key Words: Entrepreneur, Sociocultural Values, Multiple Lineal Regression, Ordinary Least Squares.

April, 2016

Estudo sobre o Efeito dos Valores Socioculturais na Atividade Empreendedora

AUTORES

Beltrán Gabriel

CI: 22.408.831

E-mail: Gabobelt15@gmail.com

Tlf: 0412-8900822

Páez Eduardo

CI: 23.577.887

E-mail: Paez7_94@hotmail.com

Tlf: 0416-5126804

TUTORES

López Francisco, CI: 11.855.910

Sifontes Domingo, CI: 13.770.794

RESUMO

O trabalho tem como objetivo estudar os valores socioculturais e o seu efeito na atividade empreendedora. Para estudar os valores socioculturais foi selecionada a criatividade, a confiança e a corrupção como variáveis pra definir os valores. O estudo foi feito pra os países da América Latina no ano 2012. Para isso, se fiz uma revisão da literatura existente, a fim de conhecer os fatores que afetam a atividade empresarial e sua possível conexão com a confiança, a criatividade e a corrupção. Depois, se pesquisaram os dados e se fiz uma estimação com o modelo de regressão linear múltipla, por meio do método dos mínimos quadrados ordinários. A partir desta estimação se mostra que a criatividade e o crescimento económico têm um efeito positivo e relevante sobre o empreendimento, enquanto o desemprego mostra-se uma relação negativa, mas importante sobre o empreendimento.

Palavras-chaves: atividade empreendedora, valores socioculturais, regressão linear, ordinária quadrados múltipla.

Abril, 2016

CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	v
DEDICATORIA	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT	viii
RESUMO	ix
CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	17
1.1. Planteamiento del Problema.....	17
1.2. Objetivo General.....	23
1.3. Objetivos Específicos.....	23
1.3.1. Revisar la literatura sobre el concepto del emprendimiento y los factores que lo determinan.	23
1.3.2. Estudiar la relación entre confianza, creatividad y corrupción (como valores socio-culturales) y su posible impacto en las iniciativas de emprendimiento.....	23
1.3.3. Estimar a través de un modelo econométrico la relación que tiene la confianza, creatividad y corrupción en la actividad emprendedora para los países en vías de desarrollo.	23
1.4. Justificación de la Investigación.....	24
CAPITULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA	26
2.1. Introducción	26
2.2. Definición de Emprendimiento.....	26

2.3. Factores Determinantes de la Actividad Emprendedora.....	29
2.3.1. Factores de Entorno	29
2.3.2. Factores Personales.....	31
2.4. Valores Socio-Culturales y Emprendimiento.....	33
2.5. Confianza, Creatividad y Corrupción como Valores Socio-Culturales.....	38
2.6. Confianza y Emprendimiento	40
2.6.1. Evidencia Empírica de la Incidencia de la Confianza sobre el Emprendimiento	42
2.7. Creatividad y Emprendimiento	44
2.7.1. Evidencia Empírica de la Incidencia de la Creatividad sobre el Emprendimiento	46
2.8. Corrupción y Emprendimiento.....	47
2.8.1. Evidencia Empírica de la Incidencia de la Corrupción sobre el Emprendimiento	49
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO	54
3.1. Introducción.....	54
3.2. Tipo de Investigación.....	54
3.3. Diseño de la Investigación	55
3.4. Los Datos.....	55
3.4.1. Tasa de Emprendimiento.....	56
3.4.2. Creatividad	57
3.4.3. Confianza	58
3.4.4. Corrupción.....	59
3.4.5. Variables de Control	62
3.5. Estrategia Empírica.....	64

3.6. Diagnóstico y Validación del Modelo.....	66
CAPITULO IV: ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	69
4.1. Introducción	69
4.2. Estimación del Modelo.....	69
4.2.1. Estimación del Modelo Base	70
4.2.2. Estimación del Modelo Extendido	74
4.2.3. Contraste de Estimaciones.....	79
4.3. Robustez de los Resultados Obtenidos.....	82
4.4. Conclusiones y Recomendaciones Finales.....	88
REFERENCIAS	91
APÉNDICE	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1: Estadísticos Básicos de los Indicadores de Emprendimiento, Creatividad, Confianza y Corrupción para los países en vías de desarrollo en el año 2012	60
Tabla 3.2: Matriz de Correlación de Emprendimiento, Creatividad, Confianza y Corrupción para los países en vías de desarrollo en el año 2012.....	61
Tabla 3.3: Observaciones por Países de las Variables de Emprendimiento, Creatividad, Confianza, y Corrupción año 2012.....	62
Tabla 4.1: Resumen de las Estimaciones del Modelo Base.....	71
Tabla 4.2: Resumen de las Estimaciones del Modelo Extendido	75
Tabla 4.3: Resumen de Pruebas Estadísticas para los Modelos Relevantes.....	84

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento, sus causas y consecuencias ha sido un importante campo de estudio, no sólo en la ciencia económica, sino también en las ciencias sociales a lo largo del siglo XX y lo transcurrido del actual. Dicha importancia se debe a la complejidad que representa la actividad emprendedora en cuanto a su definición y determinantes se refiere, además de la gran cantidad de efectos que trae consigo a nivel social, cultural y económico. En este sentido, en la literatura económica se han realizado diversos estudios que intentan determinar el origen de esta actividad emprendedora, así han surgido trabajos que relacionan variables socio-culturales con macroeconómicos.

En el presente trabajo se utilizan los valores socio-culturales, definidos y estudiados mediante la manifestación de la confianza, creatividad y corrupción, para medir su impacto o influencia en el surgimiento de iniciativas emprendedoras para un grupo de países en el año 2012. Para ello, la investigación se estructuró en cuatro capítulos en los cuáles se presenta el problema a estudiar, se presenta un marco teórico de estudio, se describe la metodología a emplear y, finalmente, se presentan los resultados y conclusiones obtenidas.

Así pues, en el capítulo I, se plantea el problema a estudiar, donde se menciona la importancia del emprendimiento para los países, se destaca la importancia de los valores socio-culturales en la formación del mismo y, por último, se presenta un estado de insatisfacción respecto a la literatura que trata a ambos elementos juntos. Posteriormente, se presentan el objetivo principal de la investigación y los distintos objetivos específicos que permitirán alcanzarlo. Por último, se muestra la justificación de la

investigación, donde se menciona la importancia y utilidad de la misma, además de su pertinencia y grado de alcance.

Una vez planteado el problema, se hizo necesario un marco teórico que permita comprender más profundamente la problemática a través de los antecedentes a la investigación. Para ello, se muestra el capítulo II, donde se definen adecuadamente cada uno de los elementos considerados en la investigación y se presentan las principales teorías que, según la literatura consultada sirven de apoyo y referencia para el presente trabajo. Este capítulo consta de ocho secciones donde se conceptualiza cada una de las variables (explicadas y explicativas), se muestra cómo fueron usadas por distintos autores y, además, se presenta su conexión tanto teórica como empírica, de acuerdo a cada uno de los autores revisados.

Por su parte, en el capítulo III, una vez planteado el problema y definido su marco teórico, se realiza una descripción del método a utilizar para realizar las estimaciones. En este capítulo, primeramente, se menciona el tipo y nivel de la investigación, además, se describen los datos a utilizar, la fuente de donde se obtuvieron, y qué miden exactamente sus indicadores, también se mencionan indicadores alternativos a los utilizados. Finalmente, en este capítulo, se describe el tipo de modelo a utilizar, dada la naturaleza de los datos recopilados, además de la técnica de estimación a emplear (MCO).

Una vez expuestos adecuadamente los elementos necesarios, en el capítulo IV se presentan los resultados obtenidos en cada de una de las estimaciones de cada uno de los modelos seleccionados. Así pues, se presentan catorce resultados de catorce modelos distintos y se evalúan en siete pares, haciendo contrastes entre los modelos básicos y los modelos extendidos (con variables de control incluidas), que sirven para escoger el

modelo óptimo. Posteriormente se realiza un análisis de robustez, donde presentan cada una de las pruebas y supuestos que deben cumplir los modelos para ser estadísticamente significativos y eficientes y, finalmente, se contrastan los resultados obtenidos con la información encontrada en la revisión de la literatura, de donde se derivan las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación.

Finalmente, es importante destacar que la investigación está enmarcada en los países en vías de desarrollo y en el año 2012. Respecto a la selección de la muestra, dichos países fueron escogidos debido a que Venezuela forma parte de ese grupo, y ya que no se consiguieron datos para dicho país, se buscaron países con características socio-económicas similares; por otra parte, en las regiones mencionadas se percibieron altos niveles de creatividad y corrupción, por lo que resultaron llamativos para el estudio, a fin de comprobar su influencia sobre el emprendimiento. En cuanto al año de estudio, las observaciones de la base de datos del World Value Survey están estructuradas en intervalos de 4 años, por lo que habiendo seleccionado el último intervalo (2010-2014), se hizo necesario seleccionar un año de estudio intermedio (2012) para el muestreo en otras bases de datos. Cabe destacar que la selección de dicho intervalo, nos brindó el mayor número de observaciones de países en vías de desarrollo.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

En la literatura existente se encuentran diversas definiciones para el emprendimiento; sin embargo, gran cantidad de éstas resultan insuficientes o incompletas. Ello se debe, principalmente, a la complejidad que representa enmarcar y definir adecuadamente dicho fenómeno por lo amplio que resulta en cuanto a sus causas y alcance. Así, por ejemplo, muchos de estos conceptos de emprendimiento van más bien enfocados a definir quién es el emprendedor, y no a las actividades que realiza propiamente. Para la presente investigación se considerarán aquellas definiciones que vayan enfocadas a la actividad de emprendimiento.

En este sentido, el Global Entrepreneurship Monitor¹ (2007), le define como un fenómeno complejo enfocado como el rol que desempeña un individuo en el proceso de creación de empresas. Sin embargo, Shane y Venkataraman (2000) consideran que dicho fenómeno puede ir más allá de la creación de la empresa, definiéndole así como un proceso que va desde descubrir, evaluar y desarrollar oportunidades existentes para mejorar procesos productivos, hasta desarrollar nuevos productos, mejorar procesos organizacionales o cualquier otra mejora que afecte de manera positiva el desempeño de una organización. Por su parte, Gutiérrez (2013) se refiere al emprendimiento como un cambio radical o una renovación estratégica que puede darse dentro de una organización (mejora de un proceso productivo) o fuera de la misma (creación de una nueva empresa).

¹ Estudio global sobre el fenómeno del emprendimiento, a través de encuestas y entrevistas directas, creado en 1999 por un consorcio de universidades, abarcando un gran grupo de países. De aquí en adelante se usarán las siglas GEM para referirlo.

Una vez revisado el concepto de la actividad emprendedora, se hace necesario conocer los diversos determinantes que, según la literatura, dan origen al emprendimiento. Así, diversos autores han realizado estudios para determinar cuáles son los principales factores que influyen en tal actividad, siendo la propuesta del GEM una de las más completas, donde se clasifican dichos determinantes en dos grandes grupos: entorno y personales; también llamados factores macro y micro en otros trabajos.

Los factores de entorno o macro, como su nombre lo indica, hacen referencia a los factores que forman parte de lo que rodea al sujeto emprendedor. Variables macroeconómicas, demográficas y políticas son de las principales tratadas dentro de esta clasificación; investigaciones como las de Buendía y Carrasco (2014); y Álvarez et al. (2011) se enfocan en elementos de calidad institucional y su impacto sobre el emprendimiento. Asimismo, respecto a la demografía se encuentra la teoría ecológica de la población (Baumol, 1993) y las investigaciones realizadas por Crecente (2009) quienes proponen un impacto sobre el emprendimiento. En este mismo sentido, hay gran cantidad de investigaciones que relacionan variables de carácter macroeconómico con el emprendimiento; tal es el caso de Formichella (2004) quien estudia la relación entre empleo y emprendimiento. Es importante resaltar que de ellas depende el surgimiento de oportunidades para el emprendedor, lo cual podría representar una fuente de incentivos o desincentivos.

Por otra parte, están los factores personales, normalmente ligados a factores psicológicos y/o familiares, como la creatividad, el deseo de superación, la independencia, la moralidad, entre otros. Estos factores van ligados a los deseos de emprendimiento por parte de los individuos. Cabe destacar que dentro de la mencionada clasificación, los valores socio-

culturales se consideran factores de entorno, a la vez que influyen sobre los factores internos, pues todo individuo desenvuelve su psique en un entramado social, y éste está contenido dentro de un entorno cultural.

Respecto a la clasificación propuesta por el GEM, los autores Mancilla y Amorós (2012), afirman que hay diversos factores que pueden afectar la actividad emprendedora donde son los aspectos socio-culturales los que tienden a generar un efecto más significativo. En el mismo orden de ideas, Veciana (1999) en Ramírez (2013), afirma que la decisión de ser empresario y crear empresas está condicionada por factores socio-culturales y, por su parte, Zimmer (1986) sostiene que la importancia de los valores socio-culturales en el emprendimiento es vital, ya que este fenómeno está incrustado dentro del contexto social. Sin embargo, pese a los significativos aportes de estos autores, se percibe una insuficiencia de investigaciones empíricas que relacionen a los valores socio-culturales directamente con el emprendimiento, ya que la mayoría de los trabajos se enfoca en variables netamente macroeconómicas o variables institucionales de corte formal. Cabe destacar, que otra situación que se observa con frecuencia en la literatura actual es la vinculación teóricamente débil entre los valores socio-culturales e instituciones informales.

Para entender la conexión existente entre emprendimiento y valores socio-culturales, se hace necesario definir adecuadamente qué es la cultura o el contexto cultural. El autor Rodríguez (2012) define al contexto cultural como las creencias adoptadas por los individuos de una sociedad, tanto las racionales, como las que no lo son, y a su vez afirma que dichas creencias tienen un efecto en el desempeño económico. Al respecto, North (1990) afirma que compartir los mismos valores socio-culturales, reduce la divergencia entre modelos mentales, lo que la convierte en el medio

adecuado para la transferencia de percepciones. Asimismo, Hall (1973 en Ribeiro-Soriano et al. 2011) enuncia que la cultura es la forma en que las sociedades organizan su desenvolvimiento y conocimiento.

Dentro del contexto cultural, se encuentran los mencionados valores socio-culturales, definidos por Hofstede (1980) citado en Ribeiro-Soriano (2011) como la programación mental colectiva que distingue a un grupo humano de otro y que condiciona su relación con el entorno. Se observa, entonces, que los valores socio-culturales, incrustados dentro de la cultura, determinarán en gran medida el surgimiento u omisión de ciertos fenómenos, de acuerdo al entorno al contexto en el que se encuentren.

En este sentido, de los valores socio-culturales estudiados en la literatura, para la presente investigación se utilizarán la confianza, la creatividad y la corrupción. Cabe destacar, que al ser éstas variables de corte cualitativo, su medición se hace mediante la realización de encuestas a una muestra que, en algunos casos son individuos aleatorios y, en otros, se realizan a una muestra que cumpla con determinadas características (empresarios, políticos, etc.). Tal es el caso del World Values Survey² donde se obtienen porcentajes de confianza, creatividad y corrupción para diferentes países tras entrevistar a una muestra de su población. Alternativamente, la organización Transparency International realiza una encuesta similar, pero sólo a un grupo de importantes empresarios. Otras formas de medir creatividad que se observaron en la literatura es a partir de la medición de la inversión en investigación y desarrollo³.

² Proyecto de investigación creado en 1981 por un grupo de científicos sociales con la finalidad de estudiar, mediante encuestas, los valores de las personas, sus cambios en el tiempo y cómo estos afectan social y políticamente a los países. Se utilizarán las siglas WVS para referirlo.

³ A partir de ahora se denotará como I+D

En cuanto a la confianza, se considera un factor socio-cultural importante por su relación con las iniciativas de emprendimiento, ya que puede distorsionar la detección y reconocimiento de oportunidades y ventajas empresariales. Asimismo, la confianza, en términos interpersonales, es la percepción que tiene una persona con respecto a otra(s), donde se espera que ninguna de ellas ejecute alguna acción perjudicial para las demás, Rodríguez (2012). De acuerdo al mismo autor, las sociedades cultivan valores con el fin de mejorar y hacer más eficiente actividades económicas, y es el cumplimiento de estos valores los que determinan el desarrollo de la confianza y el nivel de cooperación entre individuos. Tras lo expuesto por el autor, se infiere sobre la importancia que puede tener la confianza sobre las iniciativas de emprendimiento, pues si una sociedad goza de altos niveles de confianza, disminuyen los costos de transacción generados por la incertidumbre, tras lo cual, emprender una propia organización resulta más racional en términos económicos.

Así que, en la literatura económica se considera que la confianza tiene una relación positiva con el emprendimiento, al ver que cambios porcentuales en la primera, generan cambios porcentuales en la segunda en la misma dirección. Las autoras Buendía y Carrasco (2014) utilizaron el barómetro de confianza de Edelman y le relacionaron con las nuevas cooperativas europeas para demostrar la correlación mencionada.

Respecto a la creatividad, Punset (2013) le define como la capacidad de obtener o crear información con el fin de utilizarla como conocimiento para la resolución de problemas. Del mismo modo, Schumpeter (1942) menciona que la esencia de la actividad emprendedora es la habilidad que poseen los individuos para introducir nuevas combinaciones de productos, procesos y mercados o innovaciones. Esta “habilidad” innovadora a la que hace

referencia el autor es la creatividad. El mencionado conocimiento creativo mejora las capacidades de percepción de oportunidades, debido a que brinda un sistema diferente de detección, análisis y solución de problemas, lo que puede derivar en la obtención de resultados diferentes a los conseguidos previamente (Ferreira, Prado y Ramos 2005). Así, la creatividad podría jugar un papel vital dentro del fenómeno del emprendimiento, ya que brinda una mayor detección de oportunidades.

Por otro lado, parte de la literatura hace énfasis en la corrupción como todo acto con beneficio propio a expensas de un daño ajeno; por lo cual, es estudiada como un factor de desincentivos para el emprendimiento, condicionante y dañino para el capital social. Dichos desincentivos se expresan a través de la pérdida de confianza de los agentes económicos, y el aumento de costos de transacción durante procesos de negociación (Tanzi, 1995; citado en Begovic, 2005). Debido a esto, en la literatura se considera que la existencia de corrupción representa una deficiencia en los valores socio-culturales, razón por la cual será tomada como variable explicativa en este trabajo.

Respecto a la conexión entre corrupción y emprendimiento, Ackerman (2006), menciona que la corrupción genera un mayor impacto en las personas pobres y en las que intentan abrir un negocio, a causa de la creación de grupos de interés que afectan la asignación de los recursos necesarios para la inversión; además, se generan limitaciones en el acceso a servicios básicos como seguridad, infraestructura, entre otros. En otro sentido, en cuanto a la correlación de la corrupción con el emprendimiento, la literatura empírica las relaciona mediante la utilización de la percepción de la corrupción y tasas de emprendimiento, aunque existen grandes divergencias en cuanto al signo de la relación. Algunos autores afirman una relación

positiva debido a la disminución de la incertidumbre, mientras que otros afirman que la existencia de canales alternativos más rápidos hacen más eficiente el proceso.

Al considerar que los valores socio-culturales son factores de entorno que afectan la existencia del emprendimiento y que, a su vez, tienen una relación simbiótica con los factores de orientación personal (que también influyen sobre el emprendimiento), se dimensiona la gran importancia que dichos valores tiene sobre este contexto. Sin embargo, se observa que en la literatura económica se le da una baja importancia a esta temática, centrándose la mayoría de los trabajos en variables macroeconómicas e institucionales. Dada la situación, surge la siguiente interrogante: ¿Qué influencia tienen la confianza, la creatividad y la corrupción sobre la actividad de emprendimiento en los países en vías de desarrollo para el año 2012?

1.2. Objetivo General

Analizar el impacto de la confianza, creatividad y corrupción (como variables socio-culturales) en la actividad emprendedora en los países en vías de desarrollo para el año 2012.

1.3. Objetivos Específicos

1.3.1. Revisar la literatura sobre el concepto del emprendimiento y los factores que lo determinan.

1.3.2. Estudiar la relación entre confianza, creatividad y corrupción (como valores socio-culturales) y su posible impacto en las iniciativas de emprendimiento.

1.3.3. Estimar a través de un modelo econométrico la relación que tiene la confianza, creatividad y corrupción en la actividad emprendedora para los países en vías de desarrollo.

1.4. Justificación de la Investigación

El crecimiento y desarrollo económico son dos de los temas de mayor importancia a nivel mundial actualmente, por lo cual resultan de gran importancia profundizar en el estudio de los elementos que pueden ayudar a fomentarlos. Tal es el caso del emprendimiento, el cual impacta positivamente en el crecimiento económico (Brunet y Alarcón, 2004), ya que la suma de iniciativas empresariales podría traducirse en un aumento en la innovación y/o en investigación y desarrollo, esto genera un aumento en la productividad y una mejora en el capital humano, logrando así un aumento de la producción nacional. Por otra parte, la creación de nuevas empresas también provocaría un aumento del empleo y, como consecuencia un aumento en el ahorro y consumo nacional, situación que en conjugación con lo anteriormente mencionado, tiene gran impacto sobre el crecimiento económico.

Por lo tanto, la presente investigación toma importancia en el sentido de que pretende analizar la influencia de valores socio-culturales en la actividad de emprendimiento en los países en vías de desarrollo. Asimismo, esta investigación pretende hacer notar la importancia del entorno socio-cultural, más específicamente de los valores socio-culturales en la actividad de emprendimiento, las cuales, frecuentemente, suelen ser dejadas en segundo plano y no se les atribuye la ponderación económica pertinente. El presente estudio también espera brindar una herramienta de estudios útil en cuanto a los efectos nocivos que genera la corrupción sobre el sistema de valores y, a su vez, como afecta de manera negativa las iniciativas de emprendimiento de los ciudadanos. Además, se espera reforzar la importancia de los valores socio-culturales en los procesos de crecimiento económico, especialmente en naciones en vías de desarrollo como las de América Latina, a través del estudio de la confianza y la creatividad.

Del mismo modo, el estudio espera ser un marco de referencia a nivel bibliográfico en la búsqueda de factores que influyeran el emprendimiento en países subdesarrollados y, considerando que en Latinoamérica hay gran cantidad de países en dicha condición, el estudio toma gran pertinencia e importancia. Finalmente, esta investigación pretende servir de inspiración para futuros estudios de esta índole, ya que, en la literatura actual acerca del emprendimiento, hay escasa evidencia de factores socio-culturales y la presente investigación buscará aportar contenido al respecto. Del mismo modo, se espera servir de base metodológica y documental para investigaciones futuras a estudiantes de la escuela en cualquier otra dimensión cultural y emprendimiento.

CAPITULO II: REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Introducción

En el presente apartado de la investigación, se pretende exponer los distintos conceptos y determinantes de emprendimiento según el área de estudio y, a su vez, enfocarse en los valores socio-culturales y el entorno económico, pues se considera que dichos factores son de importancia al momento de explicar el emprendimiento como fenómeno económico y social. En cuanto a los factores socio-culturales, se procederá a definir, y a desglosar los diversos enfoques de la literatura, estudiando posteriormente su incidencia en el emprendimiento. De este modo, el presente trabajo será desarrollado bajo el análisis de la confianza, la creatividad y la corrupción como valores culturales donde se estudiará su papel sobre la actividad emprendedora.

Para ello, se desarrollarán siete secciones adicionales a esta, que estarán conformadas por el emprendimiento y sus factores determinantes, la influencia de los valores socio-culturales en el emprendimiento, la consideración de la creatividad, confianza y corrupción como valores culturales, además se estudiará la conexión entre la creatividad y el emprendimiento, la confianza y el emprendimiento, y la relación entre corrupción y emprendimiento. Cabe destacar, que cada sección proveerá evidencia empírica que constatará la influencia de las variables estudiadas sobre el emprendimiento.

2.2. Definición de Emprendimiento

El emprendimiento es un proceso que atraviesa diferentes etapas, entre las que está la oportunidad de emprender, la actitud o motivación para

hacerlo y la actividad de emprendimiento propiamente, siendo la actividad emprendedora definida como *el rol que tiene el individuo en el proceso de emprendimiento* (GEM, 2007), es decir, aquellos procesos y pasos en los que incurren las personas para gestionar su empresa, los cuales van desde conseguir financiamiento hasta pagar salarios.

Al respecto, García, Martínez y Fernández (2007), mencionan que la actividad de emprender es un fenómeno multidimensional, donde el emprendedor puede ser visto como *una función en la economía; creador o propietario de una pequeña o mediana empresa*, considerando emprendimiento como la conducta y acciones que toma el individuo para llevar a cabo sus proyectos. Sin embargo, los autores consideran que definir puntualmente la actividad de emprendimiento presenta dificultades dado que el estímulo del emprendedor puede ser generado por diferentes variables y, a su vez, puede afectar diferentes niveles dentro de la misma organización, lo que complica la determinación de las consecuencias y causas del cambio en el emprendimiento.

De acuerdo a Alonso y Fracchia (2009), gran parte del desarrollo económico viene determinado por el emprendedor y su capacidad de generar cambios e innovar procesos productivos. Es así como los autores afirman que dicha figura no es solo aquella persona poseedora o creadora de una empresa, sino también aquella con la capacidad de gerenciar eficientemente. Del mismo modo, García (2014), considera que el emprendimiento es aquel proceso mediante el cual se crea conocimiento e innovación, aprovechado por el emprendedor para el desarrollo y crecimiento de la empresa. En ese sentido, Schumpeter (1957) destaca que tener una empresa a cargo no es condición suficiente para ser emprendedor, sino más bien para ser gerente

de empresas. Según el autor, el emprendedor actúa en función de una innovación constante y no de manera rutinaria.

Por su parte, Venkataraman (1997) considera que el emprendimiento es un proceso que va más allá del hecho de crear y poseer un nuevo negocio, concluye que el emprendimiento puede consistir en *crear, descubrir y explotar* constantemente las oportunidades que brinda el mercado con el fin de mejorar y aumentar los rendimientos y ganancias en el futuro (Venkataraman, 1997; Shane y Venkataraman, 2000). Por otro lado, Rodríguez (2009) menciona que el emprendimiento es un fenómeno multidisciplinario que consiste en el desarrollo de características, motivaciones, y directrices que permiten alcanzar de manera eficaz un objetivo, permitiendo en las empresas un desempeño óptimo que genera un aporte importante en su crecimiento.

Con todo esto, se puede definir de manera general al emprendimiento como una actividad gerencial que comienza con la iniciativa de la mejora de algún proceso y puede abarcar hasta la creación de un proceso distinto. Esto es llevado a cabo a través del uso innovador de los recursos financieros y/o intelectuales, además, está íntimamente relacionado con la aversión al riesgo. Estos procesos podrían implicar mejoras operativas de un proceso productivo, la creación de una empresa, la creación de una línea de producción, o cualquier otra mejora que añada un valor agregado al proceso.

Es por ello que la literatura económica señala de manera generalizada que el emprendimiento tiene un impacto favorable, donde hay diversas corrientes sobre la manera en que dichos efectos son percibidos. En ese sentido, García (2014) afirma que la figura del emprendedor fue ensanchando el tejido empresarial y productivo con un crecimiento no visto

anteriormente debido a la capacidad de adaptación de los empresarios a las adversidades del mercado donde, además, se cita el ejemplo de la crisis española más reciente. También se considera que es por medio del dinamismo y capacidad del emprendedor que la empresa consolida los beneficios obtenidos por la oportunidad, siendo relacionado con la satisfacción de necesidades, y la sensación de estabilidad y seguridad económica (Costa y Pinar, 2008).

2.3. Factores Determinantes de la Actividad Emprendedora

En la sección anterior, se mencionaba la diversa variedad de conceptos que con los que se engloba al emprendimiento; así pues, en este apartado corresponde exponer los principales determinantes del emprendimiento según la literatura económica.

La versatilidad y dinamismo del emprendedor permite que las investigaciones se centren en analizar las diferentes motivaciones y condicionantes que lo incitan llevar a cabo todas y cada una de las actividades necesarias para emprender. Entre éstas se encuentran vertientes psicológicas, individuales, de arraigo cultural o familiar, de management, etc. (Crecente 2009). Sin embargo, este estudio se fundamentara en el enfoque del GEM, dicho enfoque afirma que el emprendimiento es afectado por factores de entorno y factores personales, o factores micro y macro. Así que, se procederá a describir los factores determinantes del emprendimiento:

2.3.1. Factores de Entorno

Al revisar la bibliografía existente respecto al fenómeno del emprendimiento, se encuentra una gran cantidad de trabajos e

investigaciones, tanto de corte empírico como documental, donde se consideran los factores de entorno como principal determinante del mismo.

En este sentido, Crecente (2009) afirma que las investigaciones han utilizado en gran medida variables demográficas tales como edad, género, grado académico y, en algunos casos, la raza, al momento de estudiar el emprendimiento. Al respecto existe la teoría ecológica de la población, que según Baumol (1993) afirma que el emprendimiento o la creación de nuevas empresas están principalmente determinados por factores de entorno y no por factores individuales del sujeto. Asimismo Alarcón y Brunet (2004) afirman que la finalidad de esta teoría es determinar cómo los factores demográficos afectan a la tasa de creación de nuevas empresas.

Acerca de esta temática, en el Informe del GEM (2007) se afirma que en algunos casos la motivación para emprender surge debido a la ausencia de otra forma de ganarse la vida caso que, como acaba de mencionarse puede deberse al desempleo en una edad avanzada (que dificultaría conseguir otro trabajo) o a la imposibilidad de los jóvenes inexpertos al entrar al campo laboral. Storey (1994) propone una relación negativa entre el desempleo y el emprendimiento, puesto que el desempleo como producto de una posible recesión vendría acompañado de una contracción de la demanda agregada situación que desincentivaría la inversión; aunque, también afirma que al prolongarse dicha recesión, el autoempleo se convierte en una necesidad más que en una opción y así la relación se volvería positiva.

En este sentido, a pesar de que un individuo pueda tener la intención y capacidad para emprender, si el entorno económico no resulta amigable, puede que todo quede en nada más que simples intenciones (Crecente, 2009). Es precisamente allí donde toman importancia las ayudas públicas por

parte del estado, pues, a través de políticas públicas se pueden crear incentivos y regulaciones que permitan la transformación y adecuación de un entorno adecuado para emprender. El acceso a financiamiento, las políticas fiscales y las políticas de apoyo no económicas figuran entre las principales ayudas públicas que ofrece el estado para incentivar al emprendimiento (Buendía y Carrasco, 2014; Álvarez, Cordura, Ruiz-Navarro y Urbano, 2011).

Buendía y Carrasco (2014) emplean una amplia diversidad de variables, entre ellas el capital social, el cambio de valores y el acceso a financiamiento para demostrar la influencia positiva de ambos en el sector cooperativo en Europa (entendido en esa investigación como emprendimiento).

2.3.2. Factores Personales

Los autores Shapero y Sokol (1983) intentan explicar al emprendimiento desde una perspectiva más específica, en la que factores situacionales, como los individuales, se conjugan y pretenden explicar el origen de los eventos desencadenantes de emprendimiento.

Alonso y Fracchia (2009) afirman que el individuo emprendedor no se basa en la mera racionalidad económica de maximizar los recursos para maximizar su consumo factible, sino que, además, busca ganar otras ciertas cosas como posición social, independencia, satisfacción al crear y/o innovar, superioridad, entre otras metas. Asimismo, Olson (2000) en Crecente (2009), resalta la ambición como una característica importante del emprendedor, así como también la asunción de riesgos, por lo que, con todos estos rasgos, se puede afirmar que la persona emprendedora tiene un perfil altamente individualista, independiente, ambicioso y osado; características que se hacen necesarias para asumir riesgos que el común de las personas no estarían dispuestas.

De esta manera, se observa como la propia estructura mental o personalidad del individuo es un factor importante al momento de entender por qué emprende o qué lo lleva a emprender, aunque, según McClelland (1965) en Crecente (2009) estas características o habilidades propias del individuo se ven estimuladas o, por el contrario, desincentivadas por el entorno en el que se desenvuelvan, lo que permite afirmar que los factores psicológicos por si solos no son suficiente para explicar el origen de la actividad emprendedora.

Por otra parte, están los estudios realizados por Schumpeter (1957) quien realizó una descripción del perfil psicológico del emprendedor, destacando en éste la necesidad de innovar y el rechazo a actuar de manera rutinaria. Al respecto, Alonso y Fracchia (2009) propusieron el hecho de que el individuo emprendedor no actúa únicamente en función de maximizar sus ingresos para maximizar su consumo factible sino que, por el contrario, busca obtener beneficios sociales tales como respeto y conocimiento. Concha y Solikova (2002) mencionan que a través de la confianza se garantiza que las relaciones entre proveedores-compradores sean duraderas en el largo plazo, lo cual sirve de incentivo para los procesos de gestión de negocios.

Ahora bien, habiendo descrito los factores de entorno y personales, y su efecto sobre el emprendimiento surge la necesidad de proponer un factor adicional a los propuestos por el GEM. Dichos factores serian *mixtos o multidisciplinarios* y surgen debido a la penuria de clasificar las variables socio-culturales. Ya que, si bien es cierto que factores como la honestidad, frugalidad, resiliencia, confianza, creatividad, respeto, y orgullo son factores individuales, estos se desarrollan dentro de un entorno cultural, el cual tiene incidencia y condiciona su desarrollo. Asi pues, estos factores no pueden ser

analizados de manera separada a pesar de ser factores asociados a la personalidad y psiquis de un individuo debido a que el entorno cultural juega un papel fundamental en el surgimiento o desarrollo de cada cualidad.

En otro sentido, los factores individuales y personalidad del individuo pueden afectar a los factores de entorno, reestructurando así el contexto cultural y afectando la incidencia sobre el emprendimiento. De este modo, factores como racismo, cambio en la tendencia sexual, impuntualidad, idiosincrasia, o el altruismo de los individuos podrían afectar el marco cultural de la sociedad generando una evolución condicionada por los factores individuales. De esta manera, los factores de entorno no podrían ser analizados de manera ajena a los individuales, ya que los factores individuales son los que determinan las pautas de la evolución o modificación de los factores de entorno.

De ahí que, la presente investigación será desarrollada bajo la perspectiva de los valores socio-culturales, los cuales, según el enfoque descrito, pertenecen a aspectos tanto de entorno como personales considerados como factores *mixtos o multidisciplinares*, pues si bien, cualidades como la creatividad, confianza y corrupción podrían ser factores personales, estas son condicionadas a través del entorno donde se desarrollan, generando que se inhiban o fomenten dichas cualidades. A su vez, dichas variables condicionan el entorno cultural debido a que condicionan el tejido social, modificando el entorno cultural dificultando su discriminación en cuanto a la naturaleza de su efecto sobre el emprendimiento.

2.4. Valores Socio-Culturales y Emprendimiento

En los últimos años, la literatura económica ha visto un crecimiento importante respecto a estudios que abordan el emprendimiento; desde sus beneficios y virtudes hasta sus causas y/o determinantes. Tal es el caso de las investigaciones empíricas que mediante modelos econométricos intentan estimar qué influencia tienen los valores socio-culturales sobre el emprendimiento. En esta sección se hará una revisión de los diferentes conceptos de cultura, citando algunos artículos en los que los autores utilizaron variables similares a las que se emplearán en este trabajo con el fin de medir la influencia de los aspectos socio-culturales sobre el emprendimiento.

Entre las primeras definiciones de cultura se encuentra la de Boas (1903), donde señala que la cultura es la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan el comportamiento de las personas, los cuales forman parte de un grupo social. Asimismo, Bernstein (1985) afirma que la cultura es un sistema de ideas, valores, aptitudes, afirmaciones éticas, expresado a través de esquemas o patrones dándole estabilidad a la sociedad debido a que influye en su conducta y en su estructura. La cultura consiste en conocimientos, pautas de conducta que han sido socialmente aprendidas.

Por otro lado, Pinillos y Soriano (2008) definen a la cultura como una compleja totalidad que incluye los conocimientos, las creencias, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otras capacidades adquiridas por el hombre como miembro de una sociedad. De igual modo, Hayton, George y Zahra (2002) hablan de valores compartidos, comportamientos esperados y creencias de una determinada sociedad al momento de referirse a la cultura. Por otra parte, Sandoval (2007) afirma que la cultura está conformada por los valores, los cuales son formados y transmitidos en el proceso de

socialización donde los agentes como la familia, la escuela, los medios de comunicación, los grupos de amigos, tienen mucha importancia. Allí, que los valores generan las actitudes y orientan los comportamientos la significación de las matrices comportamentales las cuales no pueden ser elucidadas sin referirse a los valores de la cultura a la cual pertenecen.

Boyd y Richerson (1995) utilizan su definición de cultura para explicar cómo las costumbres se transfieren a través de generaciones. Afirman que la cultura es la que permite la transmisión generacional, a través de la enseñanza, de conocimientos, valores y otros factores que influyen en la conducta.

Con todas las definiciones mencionadas anteriormente, se puede afirmar que la cultura tiene incidencia sobre el emprendimiento. Álvarez y Urbano (2008), alegan que el individuo es un ente catalizador de información, por ende, sus decisiones y actos están condicionados a la información que el reciba, las cual puede ser transmitida a través de generación en generación o puede ser aprendida a través del entorno social donde se desenvuelve. Asimismo, Veciana (1999) en Ramírez (2013), afirma que la decisión de ser empresario y crear empresas está condicionada por factores de entorno, factores socio-culturales e institucionales que infieren en la convicción del empresario, determinando el momento y lugar de creación de su empresa. De igual modo, a través de los procesos de socialización e intercambio de conocimientos se pueden generar incentivos para la negociación lo cual representa un ápice fundamental para el surgimiento del emprendedor.

En ese sentido, y a través de un trabajo empírico, Carrasco y Castaño (2008), tomando una muestra de 21 países midió la influencia del capital social sobre la actividad emprendedora; tomando como indicador para la variable explicada a la Tasa de Emprendimiento Activa por Oportunidad (TEA

por oportunidad) del GEM, la cual mide el número de iniciativas de emprendimiento que surgen para el aprovechamiento de una actividad de negocios. A su vez, como medida para el capital social, se utilizaron datos de afiliación tanto formales como informales obtenidos del WVS. Las autoras demostraron y concluyeron que, mediante la aplicación de dos modelos, existe una relación positiva entre el capital social (entorno socio-cultural) y las iniciativas emprendedoras.

En la misma corriente se encuentra la investigación de Thanh, Tai y Turkina (2013) cuyo modelo determinó el impacto del capital social sobre el emprendimiento en inmigrantes de 34 países de la Organización para la cooperación económica y el desarrollo (OECD). Aquí, una vez más, se usaron datos del WVS para medir el capital social, con indicadores de redes sociales, confianza interpersonal, confianza institucional y honestidad. En el caso de la variable explicada se utilizaron porcentajes de emprendedores inmigrantes y porcentaje de emprendedores inmigrantes en industrias de alta tecnología. Ambas de la base de datos de la OCDE. Esta investigación demostró el efecto positivo y significativo estadísticamente de casi todos los indicadores utilizados para el capital social sobre el emprendimiento. La única excepción fue el indicador referido a la honestidad el cual se demostró que no tiene relevancia en cuanto a la determinación del emprendimiento.

Buendía y Carrasco (2014), demuestran la influencia de diversos factores culturales, entre ellos el capital social, sobre el cooperativismo en las iniciativas de emprendimiento de 29 países de Europa mediante el uso de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales. Estas autoras midieron el capital social mediante dos indicadores: uno fue la cantidad de voluntarios que los países tienen en la UE, obtenido de la base de Monzón y Chaves (2012) y, por otro lado, tomaron el indicador de confianza en las

empresas del barómetro de confianza de Edelman, ambos fueron utilizados en función de la variable presencia cooperativa, medida a través de tres indicadores (número de empresas cooperativas, número de miembros en las cooperativas y empleados en las cooperativas), tomado de la base de datos de Cooperatives Europe. Finalmente, las autoras lograron verificar la hipótesis de que a mayor capital social, existe una mayor presencia cooperativa en el emprendimiento.

Ahora bien, en la literatura económica también existen investigaciones que relacionan a los valores socio-culturales con el emprendimiento, desde una perspectiva distinta al capital social, una perspectiva que se amolda más a la dimensión cultural-cognitiva explicada previamente.

En este sentido, se encuentra el trabajo realizado por Amorós y Mancilla (2012) sobre la influencia de factores socio-culturales en el emprendimiento para el caso de Chile en el período 2007-2010. Para la variable explicada los autores utilizaron la tasa de emprendimiento activa del GEM y para las variables explicativas utilizaron el miedo social al fracaso y el modelo de rol (conocer personalmente a un emprendedor), además de una gran cantidad de variables dummies para el control de los resultados (género, edad, grado de estudio, etc.). Los resultados obtenidos por estos autores revelaron que el miedo social al fracaso disminuye las probabilidades de emprender y que, por el contrario, el modelo de rol (conocer personalmente a un individuo) impacta positivamente sobre la actividad emprendedora.

Esta misma corriente es seguida por Pinillos y Soriano (2008) quienes también utilizaron la TEA para medir la actividad emprendedora y como variables explicativas utilizaron la motivación al logro, el control y la independencia, obtenidos del WVS, además del carácter colectivista o

individualista de la cultura obtenida de Hofstede (2001). Las autoras demostraron que mientras más individualista sea la cultura de una sociedad menor es su propensión a emprender y comprobaron que la independencia y el control tienen un impacto positivo y significativo sobre el emprendimiento.

Finalmente, está la investigación realizada por Bernardes et al. (2011), donde demostraron que la confianza, considerada como valor cultural, tiene un impacto negativo y estadísticamente significativo sobre los costos de negociación y monitoreo en una economía, lo cual, repercute positivamente en el emprendimiento, ya que reduce la incertidumbre y disminuye los costos de negociación.

2.5. Confianza, Creatividad y Corrupción como Valores Socio-Culturales

Resulta complicado dar una definición acertada y, sobre todo, suficiente sobre la cultura, debido a que ésta va intrínsecamente arraigada al dinamismo y complejidad del humano y su interacción, de tal modo que, existen puntos de encuentro dentro de los conceptos observados en la literatura: el carácter social de la misma y su representación a través de creencias y valores compartidos son las principales convergencias. Tomando esto en consideración, definir a la cultura a través de estos valores socio-culturales, representa una buena alternativa para evitar el problema de “indefinición de la cultura”, como le llama el autor Güell (2008).

En este sentido, se entiende por valores socio-culturales a aquellos modelos de conducta, considerados por los individuos que los comparten. Estos modelos son generados a lo largo del tiempo a través de la interacción de los agentes y se transmiten mediante su ejemplificación en la vida social, (Sanmartín, 2001). Por otra parte, Parsons (1951) en Antón y Grueso (2015) establece que los valores socio-culturales son aquellos que determinan la

selección entre diversas alternativas y que están sumergidos dentro de la cultura. Al respecto, Schwartz (1992) en Antón y Grueso (2015) señala que dichos valores se adquieren a través de la socialización y que motivan o restringen el comportamiento de los individuos

Por otra parte, la dimensión cultural-cognitiva propuesta por Scott (1995), guarda gran similitud y proximidad con la dimensión normativa. Así pues, como su nombre lo indica, esta dimensión refleja la estructura cognitiva de los agentes y su interpretación del entorno. Esto se puede interpretar, bajo el contexto de este trabajo y fundamentado hacia el emprendimiento o las iniciativas emprendedoras de los agentes de distintos países están influenciadas por los valores y el entorno sociocultural de los mismos. En ese mismo orden de ideas, Bravo (2013) afirma que los valores son bienes inmateriales aprendidos en el seno familiar y son los que configuran el comportamiento y actitudes de los individuos. No obstante, la autora agrega que la influencia externa al seno familiar es importante, ya que le permite contrastar su conducta con el entorno lo que le facilita mantener relaciones sanas y ampliar su perspectiva cognitiva sobre el entorno, mejorando su desenvolvimiento.

Una vez aclarado qué es la cultura y qué son los valores socio-culturales, el presente punto pretende exponer por qué la confianza, creatividad y corrupción se consideran valores socio-culturales en la literatura económica. En el caso de la confianza, es considerada un valor cultural debido a que es una característica o valor adquirido a través del entorno, es decir, que es transmitido mediante la relación de un individuo con la sociedad; mediante experiencias, rasgos similares, empatía, entre otros. También, de acuerdo a los conceptos dados, la confianza es un valor socio-

cultural en la medida que condiciona la elección entre diversas alternativas y motiva o restringe el comportamiento.

En otro sentido, en el caso de la creatividad y corrupción, ambas son consideradas valores culturales debido surgen del reflejo la estructura cognitiva de los agentes y su interpretación del entorno, es decir, ambos valores están relacionados con la percepción de los individuos sobre su entorno, si la estructura cognitiva del individuo es vanguardista o innovadora suele ser llamada creativa

La corrupción puede ser analizada como la percepción ante situaciones negativas o irregulares dentro de su entorno (Fundão y Pires 2012; Hayton, George y Zahra 2002). El caso es que ambas actitudes surgen y/o se refuerzan con la interacción de los agentes y la ejemplificación de los mismos se transmite a través de la conducta en toda la sociedad.

Una vez expuesto y descrito qué son los valores y porque la creatividad, la confianza y la corrupción son consideradas valores culturales, se hará una revisión de los trabajos empíricos existentes que demuestren una relación satisfactoria entre cada variable y la actividad emprendedora.

2.6. Confianza y Emprendimiento

La confianza se define como la esperanza de que la relación con otra persona u organización generará un beneficio o utilidad en el futuro, sin perjudicar los intereses propios (Buendía y Carrasco, 2014; Coll y Cuñat, 2006; Concha y Solikova, 2000; Fundão y Pires, 2012; Gonzalo, 2008; Laso, 2010; Mascarenhas, Loureiro, Salvato y Bernardes, 2011; Zapata y Rojas, 2010); es decir, que puede ser vista como una relación *suma positiva* donde la interacción de una o más personas generará ganancias para todos.

Rodríguez (2012), menciona que la confianza es consecuencia del condicionamiento social, debido a que por medio de ésta surge la solidaridad, cuestión que ensancha el capital social y empieza a formar parte de las costumbres y valores de una comunidad, siendo vista como una característica que beneficia a los grupos sociales ya que les permite crear redes de apoyo para alcanzar fines comunes.

Por su parte, Herrera (2008), enuncia que la confianza es uno de los factores más importantes en cuanto a relaciones se refiere, ya que es por medio de las relaciones de alta confianza que los individuos interactúan y crean lazos de amistad, compromiso, solidaridad, y redes de cooperación, además, se dice que el surgimiento de dichas redes se establece en el largo plazo, ya que es ahí donde la confianza a nivel interpersonal cobra credibilidad y legitimidad (Concha y Solikova, 2000)

Se concluye, entonces, que la confianza es un espectro amplio, el cual afecta de diferentes maneras a las organizaciones mejorando su rendimiento, como consecuencia del plus que genera en el proceso de relaciones. Laso (2010) considera a la confianza como *el espíritu que anima a las sociedades*, es así como menciona tipos o clasificaciones de confianza, los cuales no son más que la segmentación de los componentes de la confianza según la relación entre los agentes económicos. De allí que Zapata y Rojas (2010) clasifican a la confianza según los agentes que interactúan en la relación, siendo: persona-persona, persona-organización, organización-organización

Por otra parte, según Mascarenhas, Loureiro, Salvato y Bernardes (2011) la confianza es utilizada como mecanismo para lograr eficiencia entre las organizaciones, mediante la dimisión de la incertidumbre y facilidad de transmisión de información, es de allí de donde surgen las redes

organizacionales, para brindar soluciones económicas y eficaces a los procesos sociales.

2.6.1. Evidencia Empírica de la Incidencia de la Confianza sobre el Emprendimiento

Como ya fue mencionado anteriormente, la confianza puede afectar de diversas maneras la proliferación de un entorno de emprendimiento, dado que actúa de manera directa sobre dicha actividad, y ésta, a su vez afecta a la economía en general (García, 2014; Pinillos y Soriano, 2008; Fundação y Pires, 2012). Entre dichos efectos se mencionarán la influencia de ciertos aspectos económicos, los cuales influyen de una manera u otra el entorno de percepción del emprendedor, generando un clima de oportunidades aprovechables.

- Influencia en las Relaciones Comerciales y Contratos

Una de las maneras en que el emprendimiento se ve afectado por la confianza es a través de la disminución de la incertidumbre, lo cual se ve promovido mediante las relaciones comerciales y el crecimiento de grupos de cooperación. Esto puede ser apreciado en Concha y Solikova (2000), donde se realiza un estudio sobre la relación entre compradores y proveedores tomando en cuenta la importancia de la tecnología y la confianza. Dicha investigación concluyó que la confianza, y el apoyo en el comportamiento tecnológico son factores importantes en la determinación de relaciones comerciales en corto y largo plazo; también, se infirió que los compradores valoran significativamente el hecho de compartir tecnología y tienen en cuenta que proveedor realice una inversión para satisfacer las necesidades específicas del comprador. Es así como, la existencia de confianza entre comprador y proveedor puede dictaminar la dinámica comercial en una

industria, y a su vez puede inferir en el desarrollo comerciales en el largo plazo (Concha y Solikova 2000; Fundão y Pires 2012).

- Influencia en los Costos de Transacción

Mascarenhas, Loureiro, Salvato y Bernardes (2011), realizaron un estudio sobre el impacto de la confianza en los costos de transacción, dicho estudio considera que la ausencia de confianza afecta de dos maneras los costos de transacción y esto, a su vez, tiene un efecto sobre el desenvolvimiento de la empresa, una de ellas es *antes* de la negociación y otra es *después* de la negociación. Para los autores, los costos de transacción *antes* de la negociación están relacionados con los esfuerzos, y costos incurridos para disipar la incertidumbre, de otro modo, los costos incurridos *después* de la negociación hacen alusión a recursos monetarios o no monetarios utilizados para implementar, y supervisar luego de la negociación. Para ello tienen en consideración que hay una relación negativa entre la confianza y costos de transacción en el desarrollo empresarial, debido a que la incertidumbre en el entorno genera incentivos para que los agentes actúen de manera deshonestas e intenten obtener un beneficio de dicha desinformación.

Por su parte, el estudio señala que los costos de implementación y recolección de información no son los que tienen la mayor cuantía dentro del proceso de negociación, sino, por el contrario, los de negociación y monitoreo.

- Influencia en la Cooperación y Asociatividad

Buendía y Carrasco (2014), elaboraron un estudio sobre los factores institucionales de la actividad de emprendimiento, en donde se hace un

análisis del cooperativismo europeo. Este trabajo estudia aspectos como la relación entre capital social y los niveles de cooperativismo, a través del mencionado trabajo se concluye que los emprendedores utilizan el trabajo cooperativo como mecanismo de solventar crisis.

De forma similar, Coll y Cuñat (2006), que realizaron una investigación sobre los factores que influyen en la creación de cooperativas de trabajo asociado, donde discriminan el proceso de creación de empresas en 4 fases: gestación, creación, lanzamiento, y consolidación, en donde se reconoce la importancia de la creación de redes y apoyo, basadas en personas u organizaciones con el fin promocionar y mejorar la afluencia de información que permita mejorar la parte operativa y organizacional de la empresa.

2.7. Creatividad y Emprendimiento

En términos económicos, la creatividad ha sido importante por permitir generar nuevas ideas que han servido de insumos a avances tecnológicos, los cuales han sido utilizados por las empresas como ventaja competitiva, cuestión que toma importancia ya que debido a la globalización estas ventajas han sido más necesarias para la estabilidad y supervivencia en el mercado (Pizarro, Real y Sousa, 2000). Es por ello que la creatividad ha tomado un peso importante en términos de educación, economía y política. Debido a esto, las empresas demandan en sus nuevos trabajadores un perfil psicológico que cuente con capacidad creativa e innovación, además, de conocimientos técnicos, motivación, perseverancia y honestidad (Fernández y Peralta, 1998).

La creatividad es un tema poco abordado, y es hace pocos años donde se empieza a reconocer la importancia que tiene sobre el desarrollo y

crecimiento de un país y de la sociedad, surgiendo así diversas definiciones con el fin de etiquetar tan complejo fenómeno.

En ese mismo orden de ideas, autores como Punset (2013), mencionan que la creatividad es la habilidad de construir nueva información, para ser transformada en conocimiento y ser aprovechado para solucionar problemas, Punset sostiene que la sociedad como conjunto avanza hacia una sociedad creativa, ya que cada vez procesamos mejor la información, lo que nos permite entenderla mejor y tener la habilidad de crearla. Asimismo, Esquivias (2004) describe a la creatividad como un proceso sofisticado y complejo, y considera que a pesar de las distintas definiciones y conceptos, consta básicamente de un *Aporte o Innovación* a alguna actividad, además agrega que es afectada por diferentes factores (sociales, educativos, evolutivos) y que la importancia es tal, que empresas como Dupont, Ford, Apple, y Google las reconocen sus “activos intangibles”.

Peñaherrera y Cobos (2012) considera que dicha capacidad es estimulada a través de la educación, siendo así considerada importante dentro de los valores y cultura deseable de una sociedad (Paiva, 2007). La creatividad permite ver los problemas con otra óptica, y obtener soluciones diferentes. En el caso de las dinámicas actuales de mercado son necesarias diversas ópticas con el fin de obtener una respuesta eficiente, cuestión que es asociada a la innovación (Peñaherrera y Cobos, 2012).

En otro sentido, la creatividad suele ser estudiada desde el punto de vista de la psicología ya que se suele relacionar con un talento o habilidad innata. No obstante, existe cierta incapacidad de amalgamar las visiones, es

allí donde Fernández y Peralta (1998) desarrollan un trabajo que abarca la definición de tres modelos de creatividad que engloban las causas y efectos de dichos procesos creativos.

2.7.1. Evidencia Empírica de la Incidencia de la Creatividad sobre el Emprendimiento

La creatividad y el talento como facultades, sumado al emprendimiento como acción, actividad y/o actitud, son elementos fundamentales para la generación de procesos de innovación (Gutiérrez, 2013) , los cuales generan a sus vez procesos de crecimiento debido a la influencia que tienen sobre la tecnología, y en sí, la eficiencia de los procesos productivos.

En ese sentido, Mendes, Prado y Ramos (2005) desarrollaron un trabajo donde se analizó el potencial de emprendimiento teniendo en cuenta el liderazgo creativo, dicho estudio fue basado en el emprendedor de una construcción en Curitiba. Para dicho estudio realizaron una encuesta sobre la relación de emprendimiento, liderazgo creativo y el desempeño de las organizaciones, los autores concluyeron que los propietarios-gerentes de la empresa tienen un alto nivel de emprendimiento.

Además, por medio de dicho estudio se concluyó que el género no influye en el potencial emprendedor, sin embargo, es significativamente sensible al nivel de introducción educativa, de la misma manera se determinó que el índice de emprendimiento disminuye para los individuos a partir de 40 años, es así como el liderazgo creativo tiene inferencia sobre el potencial de emprendimiento. Asimismo, Larraza, Contin y Bayona (2007) realizaron un estudio sobre la actividad económica y en la innovación donde tomaron en cuenta a España como caso de estudio durante 1995-2004, los autores consideran que el proceso creativo tiene como resultado procesos de

innovación, y que dichos procesos son fomentados a través de inversiones en I+D.

Fernández, Montes y Vásquez (2010), desarrollaron un trabajo empírico donde pretendía describir los efectos de los factores intangibles sobre la competitividad y el crecimiento de la empresa, en donde definieron al capital tecnológico, capital humano, reputación, y capital organizativo como aquellos activos intangibles con los cuales cuenta la empresa para ampliar su competitividad en el mercado. De esta manera, determinaron que la ventaja y crecimiento de una empresa está relacionada con la facultad de detectar *recursos imperfectos* como lo son los activos intangibles, los autores concluyen que los activos intangibles son una herramienta bastante útil para la resolución de problemas, sumado a la gestión de dichos recursos los que pueden potenciar en mayor medida la competitividad de la empresa.

2.8. Corrupción y Emprendimiento

La corrupción es considerada relevante por su asociación con la perversión y depreciación de los valores morales de una sociedad, no obstante, existe cierta dificultad ante la definición de la corrupción debido los diversos enfoques con los que se estudia (económico, político, legal, institucional, y moralista). Ferreira (1991), analiza que un valor cultural como la moralidad, puede desincentivar a la corrupción como fenómeno social; ya que esto aumenta el costo de los actos socialmente aceptados, el autor cita el caso de la religión como el ejemplo histórico de dicho argumento

En otro sentido, Andrade (1996) hace referencia que el fenómeno de la corrupción tiene diferentes definiciones según los diversos factores que pueden originarla (mercado, interés público, regulaciones, y opinión pública), y que el juicio emitido ante cada acción de corrupción será emitido de

acuerdo la estructura de valores. Ackerman (2006), menciona que la corrupción está relacionada con los actos burocráticos o cualquier acto que desincentive a las personas a invertir en pequeños y medianos negocios. Además, Ackerman agrega que puede erosionar la distribución equitativa del crecimiento en las organizaciones cuestión que puede afectar el carácter de legitimidad del Estado, siendo el garante de la generación de incentivos de la sociedad.

Por su parte, Begovic (2005) menciona que deben existir dos condiciones para la determinación de corrupción, una de ellas es el *incumplimiento intencional del mecanismo de imparcialidad*, se dice que este principio se considera válido solo si se beneficia a una persona intencionalmente, si existe asimetría de información o desconocimiento del proceso, no es considerado corrupción. La segunda condición hace alusión a que debe existir cierta ventaja para el que rompe el principio de imparcialidad, de otro modo, el simple hecho de romper la imparcialidad no necesariamente está relacionado con corrupción. Asimismo, Uslaner (2007) en Laso (2010) señala que ausencia de confianza puede generar situaciones de inequidad y corrupción, reconociendo que existe una relación negativa entre confianza y percepción de la corrupción en los países, el autor menciona que la relación no es bilateral. Es decir, las variaciones en confianza tienden a disminuir la percepción de corrupción.

Por otro lado, Estévez (2005) menciona que la corrupción tiene orígenes públicos debido a que surge como una debilidad en las instituciones o reglas formas, sin embargo, el autor destaca que afecta directamente y con gran importancia sobre los intereses privados e inversión. Este efecto es plausible en cuanto a la disminución de la inversión nacional y extranjera, y en el aumento en la concentración de riqueza y recursos. Argandoña (2007)

define a la corrupción como el abuso de una posición privilegiada con el fin de un beneficio deshonesto, además, agrega que toda acción u omisión que intente saltar las reglas de juego o normas de una sociedad es un acto corrupto ya que le proporciona ventajismo en cuanto a los demás agentes económicos.

Finalmente, la Ley Anticorrupción de Venezuela, promulgada en Gaceta Oficial N° 5.637 el 07 de Abril de 2003, establece en sus artículos 46 y 47 que la corrupción hace referencia al enriquecimiento ilícito del patrimonio (lucro), por parte de los funcionarios públicos, así como de cualquier agente que ejecute un contrato

2.8.1. Evidencia Empírica de la Incidencia de la Corrupción sobre el Emprendimiento

Existen dos corrientes en cuanto a efectos de la corrupción se refiere, la primera sostiene que la corrupción genera eficiencia y es la principal herramienta para luchar contra la burocracia e ineficiencia estatal (Hodgson y Jiang, 2008). No obstante, en la presente investigación será tomado en cuenta el segundo enfoque de los efectos de la corrupción, el cual hace referencia a los costos y perjuicios de la corrupción, y será analizado a través de trabajos empíricos, teniendo en cuenta su impacto sobre la creación de empresas y las iniciativas de emprendimiento (Ackerman, 2006; Begovic, 2005).

La corrupción genera de diversas maneras costos de transacción, ya que básicamente es un contrato ilegal que aumenta el precio de los bienes y servicios a consumir, tales costos son apreciables como el costo de oportunidad de los recursos destinados al soborno, y a la pérdida de legitimidad de los valores y de la figura del Estado (Begovic, 2005).

Asimismo, el crecimiento de los costos genera incentivos al incumplimiento de contratos, estado de derecho y propiedad privada siendo factores que determinan la eficiencia de los mercados, de esta manera, la corrupción actúa como desincentivo para el emprendimiento ya que genera costos de transacción y erosiona la percepción de derecho de propiedad

Espinosa y Mata (2004), desarrollaron un trabajo donde describen los efectos de la corrupción sobre la inversión extranjera directa (FDI, por sus siglas en inglés), acreditando una reforma institucional como solución. Dicho estudio señala que una estructura institucional sólida es condición necesaria para altos niveles de FDI, ya que debe existir cierta garantía que se podrá recuperar la inversión realizada; y en escenarios de corrupción dicha garantía es difusa. Además, se considera que en escenarios de corrupción la estructura tributaria es más costosa.

De acuerdo al Informe del Consejo Privado de Competitividad (2012), la corrupción representa un gran desincentivo a la inversión, ya que genera una distorsión y desviación de las oportunidades en los habitantes, a la vez que disminuye el nivel de competitividad entre las empresas. Dicha ineficiencia o falta de competitividad se debe a la existencia de normas jurídicas *confusas* y *dispersas* que aumentan los costos de información de los individuos, mermando la capacidad de desarrollar factores competitivos que generen ventaja al emprendedor. En ese sentido, Argandoña (2007) menciona que la corrupción en términos microeconómicos afecta severamente a las empresas debido a que dificulta la competencia y altera la eficiencia de las reglas de juego a las cuales son sometidos los empresarios.

Además, el autor comenta que en las economías con altas tasas de corrupción, las empresas suelen incurrir en actos de corrupción para saltar

las barreras burocráticas que dificultan o merman su capacidad de eficiencia. Lo cual aumenta los costos operativos del empresario, debido al riesgo de captura y puede mermar o socavar la reputación de la empresa o el empresario, cuestión que erosionaría cualquier ventaja competitiva que tenga en el mercado.

De igual modo, Anechiarico (2010) señala que el impacto más desfavorable de la corrupción en la creación de empresas se debe a la formación y crecimiento de los grupos de interés, ya que dichos grupos ejercen presión por acaparar las oportunidades disponibles en el mercado y generan barreras a la entrada en los mismos, aprovechándose de la debilidades institucionales que regulen o controlen dichos actos.

Según Estévez (2005), los países con mayores niveles de corrupción son los que reportan las tasas más altas de economía informal, el autor agrega que dicho fenómeno se debe a los altos costos de información por lo que los agentes económicos obtienen lucro de la información privilegiada. Así, a pesar de que el aprovechamiento de dicha ventaja puede ser considerado como fomento al emprendimiento, esa oportunidad no se encuentra al alcance de todos los agentes económicos. Solo un pequeño grupo de personas aledañas a las estructuras institucionales son los que suelen contar con la información privilegiada. Es por ello, que en lugar de fomentar las oportunidades negociación, e intención de emprendimiento, la corrupción tiende a mermar la iniciativa de emprendimiento, creatividad y confianza de los empresarios

En 2005, el departamento de desarrollo industrial de la ONU estudió el efecto de la corrupción sobre las pymes y las grandes empresas a través de un informe basado en encuestas, dicho informe enunciaba que las pymes y

las grandes empresas son sometidas frecuentemente a situaciones de corrupción a través de la exigencia de pagos extraordinarios o sobornos por algún trámite burocrático. Asimismo, el informe menciona que las pymes son las que cuentan con la mayor probabilidad de pago por concepto de sobornos ya que tienen una necesidad creciente de solicitar permisos y trámites burocráticos para su expansión. De acuerdo a los empresarios encuestados, este fenómeno castiga severamente a las pymes debido a que cuentan con menos recursos y tienen un acceso más restringido al financiamiento, es por ello que incidencia de sobornos mutila la capacidad financiera de la pequeña y mediana empresa, mermando cualquier iniciativa de mejora, competitividad que pueda aportar el empresario.

A lo largo de todo el capítulo se ha hecho mención de los diversos conceptos de emprendimiento, también, se ha considerado los factores que afectan a dicho fenómeno del emprendimiento donde han sido analizados bajo el enfoque del GEM. Asimismo, se ha indagado sobre la importancia de los valores culturales y su influencia sobre el emprendimiento, además, se menciona a la creatividad, la confianza, y la corrupción como elementos que forman parte del contexto cultural, mismo que se expone la evidencia empírica que existe entre los valores culturales y el emprendimiento, mencionando los casos específicos de la influencia de la creatividad, confianza y corrupción sobre el emprendimiento.

A pesar de todo ello, existe cierto grado de insatisfacción en cuanto a la literatura existente que relacione a los valores socio-culturales y al emprendimiento. En términos generales, gran parte de la literatura está desarrollada hacia la relación entre las instituciones y el emprendimiento, donde se encuentra un error semántico debido a que varios autores consideran a la cultura un axioma de las instituciones informales, cuando en

la realidad la relación de causalidad es inversa. Aunado a ello, la poca literatura que contemplaba a los valores culturales como factores determinantes del emprendimiento no analiza los casos específicos de la influencia de la creatividad, confianza y corrupción en el emprendimiento.

Es por ello que, en el próximo capítulo se presentara la metodología empírica que permitirá desarrollar un modelo de estimación econométrica con el fin de generar aportes en términos analíticos y empíricos sobre influencia de las variables socio culturales y el emprendimiento, a través de la relación de la creatividad, confianza, y corrupción sobre el emprendimiento.

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Introducción

El propósito del presente trabajo es analizar qué influencia tienen la confianza, creatividad y corrupción sobre el emprendimiento. Para ello, se hace necesaria la búsqueda de indicadores que representen adecuadamente las mencionadas variables y que, además, sean sensibles de relacionarse con los respectivos indicadores de emprendimiento. Cabe destacar que al realizar la recopilación de datos, surgieron varios indicadores alternativos a los escogidos, por lo cual se hace importante demostrar que éstos son la mejor elección. A su vez, también es importante resaltar correlación de estos con los indicadores de emprendimiento.

Por lo tanto, en el presente capítulo se precisará el tipo y diseño de la investigación de este trabajo, además, se presentaran los indicadores utilizados para medir dichas variables, mencionando sus respectivas bases de datos. De igual modo, se procederá a describir la estrategia empírica que será utilizada con su respectivo método y características, justificando la elección metodológica. En donde se planteara un modelo econométrico que permita la estimación de la influencia las variables explicativas sobre la actividad emprendedora. Finalmente, el capítulo contara con una sección de validación estadística donde se hará manifiesto de las técnicas y métodos utilizados para verificar la robustez de los resultados obtenidos.

3.2. Tipo de Investigación

Según sus características, la presente investigación es de naturaleza empírica y será desarrollada bajo el método hipotético-deductivo, ya que se pretende analizar la relación de los valores socio-culturales sobre el emprendimiento en los países sub-desarrollados o en vías de desarrollo a

través de la observación, creación de hipótesis, deducción, y verificación o comprobación de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia. De igual modo, de acuerdo a Fernández (2006) la presente investigación es de tipo exploratoria ya que utiliza la escasa literatura sobre el tema, con el fin de obtener un conjunto de proposiciones contrastables según la teoría.

3.3. Diseño de la Investigación

El diseño de este trabajo es cuantitativo, no experimental, por lo que se catalogó como ex post-facto, dado que trabaja con variables cuantificables pero éstas no pueden ser alteradas por los investigadores, quienes sólo se limitan a estudiar su comportamiento y a estimar posibles relaciones con otras variables (Vega, 2015). De esta manera, la investigación se fundamenta en una estrategia empírica, estructurada en fases, en donde la primera fase consiste en el planteamiento de la problemática a estudiar y los objetivos a cumplir por los investigadores. Posteriormente, se recopilan los mencionados datos cuantitativos y se plantea una ecuación base. Finalmente, se realiza una estimación con los datos utilizando la ecuación base para estudiar su relación tras los resultados obtenidos. Respecto a la naturaleza de los datos y a la estimación, se afirma que es un estudio de corte transversal, pues los datos recogidos, tanto de variables explicativas como de la explicada, responden a un solo momento en el tiempo (2012). Para estimar las posibles relaciones, se realiza una regresión múltiple a través de MCO estandarizados; técnica que será explicada más adelante.

3.4. Los Datos

El objetivo principal del trabajo es estudiar la influencia que tienen los valores socio-culturales sobre la actividad emprendedora, para la ejecución de dicha investigación se seleccionó la confianza, la creatividad y la

corrupción como variables para medir y aproximar a los valores socio-culturales, consideradas como variables independientes. Dicha selección fue hecha bajo el marco de estudio del GEM, en donde se argumenta que el emprendimiento se ve afectado por factores personales, y de entorno. En donde se considera a la creatividad, confianza y la corrupción como factores de esa índole.

Además, el trabajo fue enfocado en los países sub-desarrollados o en vías de desarrollo de acuerdo a la clasificación del Índice de Desarrollo Humano (IDH) creado por las Naciones Unidas, seleccionando a los países entre las categorías *Alto* y *Medio* durante el año 2012, dicho índice toma en cuenta la riqueza, salud y educación para la categorización de los países. La selección de países surge como una posible respuesta al rezago en crecimiento económico y desarrollo que los mismos han tenido, sobre todo, si se considera que gran cantidad de las teorías de desarrollo han sido incapaces de proponer un modelo que fomente un crecimiento sostenido para estos países. Así pues, dado que en gran parte de la literatura sobre emprendimiento se considera que afecta positivamente al crecimiento mediante aumento de innovación, producción y empleo, este trabajo toma pertinencia para la región latinoamericana dado que pretende aumentar el interés sobre esta temática y, sobre todo, pretende mostrar la importancia de los valores socio-culturales dentro del contexto económico. En ese sentido, se recolectaron datos de fuentes secundarias con el fin de operacionalizar las mencionadas variables de estudio, llevando a la inclusión de 21 países.

3.4.1. Tasa de Emprendimiento

Como ya fue mencionado, la presente investigación procura analizar la influencia que ejercen los valores socio-culturales sobre el emprendimiento en un grupo de países.

Para la variable explicada, se recurrió a los indicadores del GEM del año 2012, donde se clasifica al emprendimiento según de tres factores: Aptitud y Percepción, Aspiraciones, y Actividad. Cada clasificación cuenta con al menos seis variables de estudio. Es así, que por extensión de información se seleccionó esta base de datos como el pilar para la investigación. En ese sentido, se seleccionó un indicador que formara parte de la clasificación actividad, ya que, se adecuada más a los objetivos establecidos por la investigación.

Dentro de clasificación *Actividad* se encuentran diversos índices como Informal Investors Rate, Nascent Entrepreneurship Rate, New Business Ownership Rate, Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA). Sin embargo, fue seleccionada como variable explicada del modelo base, el indicador TEA que mide el porcentaje entre 18 y 64 años que están en búsqueda de abrir una empresa o que abrieron una en los últimos tres meses, debido a que engloba un fenómeno más amplio del concepto del emprendimiento, ya que considera tanto a los individuos que abrirán una empresa, como a aquellos que la abrieron hace poco tiempo, y a su vez, por la amplia aceptación dentro de la literatura ya que es utilizado por diversos estudios similares. Dicha variable con fines del análisis econométrico, será denotada con las siglas: **TEA**.

3.4.2. Creatividad

Para la medición de esta variable se procedió a buscar indicadores que permitan inferir sobre los niveles de creatividad en cada país. Es así como se encontró el *Índice de Creatividad Global* (GCI), donde se analiza el crecimiento y prosperidad sostenible a través de porcentaje de graduandos, tecnología e inversión en investigación, y tolerancia y aceptación a las minorías, factores que de acuerdo a este indicador son determinantes en la

creatividad. De igual modo, fue estudiada la base de datos del WVS donde fue seleccionada para la estimación estadística, ya que proporciona mayor rigor metodológico, y permite comparar con menor riesgo los resultados entre regiones. Las encuestas de esta base de datos se realizaron por olas y para el caso de esta investigación se tomaron los resultados obtenidos en la sexta ola (2010-2014) dado que engloba al año de estudio.

La encuesta realizada por el WVS consiste en describir a una persona de perfil creativo, bajo la afirmación: “Es importante para esta persona pensar en nuevas ideas y ser creativo para hacer las cosas a su modo”, tras lo cual, los encuestados deberán establecer qué tanto parecido tienen con dicha afirmación, en una escala que va desde “en absoluto como yo”, hasta “bastante parecido a mí” representando el valor más alto y el porcentaje de personas que considera a sí misma como bastante creativas. Debido a ello, se utilizara como variable básica para el modelo base. De esta manera, se estaría midiendo el porcentaje de la población encuestada que se considera a sí mismo creativo. Dicha variable con fines del análisis econométrico, será denotada con las siglas: **CRET**.

3.4.3. Confianza

Para la medición de esta variable se procedió a buscar indicadores que permitan inferir sobre los niveles de confianza en cada país. Debido a la extensa literatura sobre la definición de confianza, la selección del indicador no fue sencilla ya que se encontró diversos índices de acuerdo diversos axiomas del fenómeno de la confianza.

El indicador utilizado para la variable de confianza fue obtenido también de la sexta ola del WVS (2010-2014), debido a que la mencionada matriz de datos, procura medir los distintos valores culturales mediante la realización de encuestas. En ese sentido, se obtuvo cuatro indicadores de confianza

basados en diferentes preguntas de la encuesta, las cuales hacían alusión del nivel confianza de una persona con un grupo y según el periodo de haberlo conocido. De ahí, que se seleccionó un índice cuya pregunta fue: *Si consideraban que la mayoría de las personas de su entorno eran de confiar*, a lo cual, tenían sólo dos opciones para responder “se debe ser cuidadoso” o “se puede confiar en la mayoría”.

Para efectos de la estimación, se considera el porcentaje de personas que respondieron que se puede confiar en la mayoría, ya que representa una buena medida de la confianza interpersonal que existe en las sociedades estudiadas y captura un nivel de confianza general, no sólo entre conocidos. Dicha variable con fines del análisis econométrico, será denotada con las siglas: **CONF**.

3.4.4. Corrupción

Para el caso de esta variable, se efectuó una búsqueda de información sobre las diferentes formas de medir la corrupción en cada país⁴. Es así como fue elegido el índice de percepción de corrupción, en donde los datos fueron obtenidos a través de la organización Transparency International (2012), quienes también realizan una encuesta (esta vez a analistas y empresarios) donde los mismos deben responder una serie de preguntas respecto a su percepción de la corrupción en donde se le asigna al país un valor entre 0 y 100, siendo 0 “altamente corrupto” y 100 “muy limpio o escasos niveles de corrupción”.

⁴ Se encontró de la base de datos del WVS cuatro índices basados en respuesta de encuestas las cuales hacen alusión a la extensión de la corrupción en los negocios, y en el gobierno, además, de una de las encuestas hacía referencia a nivel de corrupción percibido durante los recientes 5 años, y cuestionaba sobre la participación del Gobierno por acabar con la corrupción. No obstante, a pesar que las respuestas a estas 4 preguntas puede ser bastante útil para la investigación, ninguna de esas preguntas fue respondida en la encuesta del WVS

El mencionado índice es utilizado frecuentemente en análisis sobre la corrupción de un país, además, contempla la opinión de empresarios y analistas lo cual lo otorga un carácter más robusto a los resultados obtenidos. De igual modo, presenta facilidades al momento de realizar comparaciones entre países. Dicha variable con fines del análisis econométrico, será denotada con las siglas: **CRRP**

En la siguiente tabla se presentaran los estadísticos de tendencia central y estadísticos principales de las variables relevantes para el estudio, con el fin de analizar el conjunto de datos observados y visualizar los valores que mejor expresan el comportamiento o tendencia de cada variable:

Tabla 3.1: Estadísticos Básicos de los Indicadores de Emprendimiento, Creatividad, Confianza y Corrupción para los países en vías de desarrollo en el año 2012

Variables	Estadísticos Principales						
	Obs	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Desv. Típica.	Asimetría
TEA	21	14,7%	12,2%	4,3%	36,5%	9,0%	1,193
CONF	21	16,9%	13,8%	3,2%	60,3%	13,2%	1,773
CRET	21	24,4%	24,9%	7,8%	52,8%	10,9%	0,427
CRRP	21	40	39	27	72	10,9	1,275

Fuente: Elaboración propia, a partir de la base de datos del WVS, Transparency International, y GEM.

Asimismo, se agregará la matriz de correlación de cada variable, con la finalidad analizar la relación que existe entre cada una de las variables relevantes del modelo. En el caso de la confianza, de acuerdo a la literatura se esperaría que exista una relación directa con el emprendimiento, ya que la confianza genera un escenario propicio para los procesos de negociación y reduce la incertidumbre del entorno, situación que fomentaría emprender a través de grupos de apoyo. De igual forma para la creatividad, donde se esperaría una relación directa con el emprendimiento debido a que la creatividad permite al emprendedor generar soluciones eficaces y

vanguardistas en la búsqueda de oportunidades por explotar. Finalmente, en cuanto a la corrupción se esperaría una relación inversa con el emprendimiento, ya que ante escenarios de corrupción los costos de transacción son más elevados. De igual modo, surgen grupos de interés que acaparan las oportunidades disponibles en el mercado, por ello, se estimaría que el emprendimiento se vea mermado ante escenarios de corrupción. Con esto en mente, en la siguiente tabla se presentara la matriz de correlación de cada variable relevante para el estudio:

Tabla 3.2: Matriz de Correlación de Emprendimiento, Creatividad, Confianza y Corrupción para los países en vías de desarrollo en el año 2012

		TEA	CONF	CRET	CRRP
TEA	Correlación de Pearson	1	-,300	,526**	-,163
	Sig. (unilateral)		,093	,007	,241
	N	21	21	21	21
CONF	Correlación de Pearson	-,300	1	-,497*	-,057
	Sig. (unilateral)	,093		,011	,403
	N	21	21	21	21
CRET	Correlación de Pearson	,526**	-,497*	1	-,342
	Sig. (unilateral)	,007	,011		,065
	N	21	21	21	21
CRRP	Correlación de Pearson	-,163	-,057	-,342	1
	Sig. (unilateral)	,241	,403	,065	
	N	21	21	21	21
** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (unilateral).					
* . La correlación es significativa al nivel 0,05 (unilateral).					

Fuente: Elaboración propia, a partir de la base de datos del WVS, Transparency International, y GEM.

Por último, se presentará el conjunto final de observaciones de las variables relevantes e importantes para el estudio de los países sub-desarrollados o en vías de desarrollo para el año 2012:

Tabla 3.3: Observaciones por Países de las Variables de Emprendimiento, Creatividad, Confianza, y Corrupción año 2012

País	CONF	CRET	CRRP	TEA
Algeria	17,2%	31,2%	34	8,8%
Brasil	7,1%	18,6%	43	15,4%
China	60,3%	7,8%	39	12,8%
Colombia	4,1%	33,5%	36	20,1%
Ecuador	7,2%	30,9%	32	26,6%
Egipto	21,5%	24,9%	32	7,8%
Ghana	5,0%	32,3%	45	36,5%
Malasia	8,5%	11,6%	49	7,0%
México	12,4%	19,6%	34	12,1%
Nigeria	15,0%	52,8%	27	35,0%
Pakistán	22,2%	33,1%	27	11,6%
Perú	8,4%	25,3%	38	20,2%
Rumania	7,7%	23,1%	44	9,2%
Rusia	27,8%	11,8%	28	4,3%
Sudáfrica	23,3%	25,6%	43	7,3%
Taiwán	30,3%	8,0%	61	7,5%
Tailandia	32,1%	10,6%	37	18,9%
Trinidad y Tobago	3,2%	27,7%	39	15,0%
Túnez	15,5%	35,4%	41	4,8%
Turquía	11,6%	24,4%	49	12,2%
Uruguay	13,8%	24,3%	72	14,6%

Fuente: Elaboración propia, a partir de la base de datos del WVS, Transparency International, y GEM.

3.4.5. Variables de Control

A las estimaciones se agregarán cuatro variables de control a fin de verificar la robustez de los resultados y de esta manera evitar el sesgo por omisión de variables. Asimismo, la adición de estas variables busca disminuir el error de estimación al incluir variables que influyen al emprendimiento y que no estaban siendo consideradas por el modelo base.

➤ **Crecimiento PIB Per Cápita:** la literatura económica sugiere que el crecimiento económico tiene una influencia positiva sobre el emprendimiento,

por lo cual, se utilizará tasa de crecimiento porcentual anual del PIB per cápita del año 2012 a precios constantes, la cual se calcula sin hacer deducciones por depreciación de bienes manufacturados o por agotamiento y degradación de recursos naturales. Los datos se expresan en dólares de los Estados Unidos a precios constantes del año 2005, y fueron obtenidos del Banco Mundial. Dicha variable será denotada con las siglas: **VPIBper**

➤ **Desempleo:** De acuerdo a diversos autores existe una relación positiva entre desempleo y emprendimiento, para expresar dicha relación se utilizará la tasa de desempleo del año 2012, que consiste en el porcentaje de personas económicamente activas que buscan trabajo y no lo tienen. Dichos datos fueron obtenidos del Banco Mundial. Para efectos del análisis econométrico, dicha variable será denotada con las siglas: **DESMP**

➤ **Nivel de Educación:** La literatura económica afirma que existe una relación positiva entre el nivel educativo y el emprendimiento, por ello, se utilizara un índice de educación obtenida, el cual consiste en una encuesta realizada en la sexta ola del WVS (2010-2014) donde se le pregunta a las personas el nivel actual de educación alcanzado, como variable de investigación, se seleccionó el porcentaje de personas que al menos hayan culminado la secundaria, ya que según diversos autores el conocimiento adquirido en la secundaria brinda las herramientas básicas y esenciales para la formación y desarrollo profesional de las personas. Dicha variable será denotada con las siglas: **Level School**

➤ **Estado de Derecho:** Según la economía neo-institucional, es ampliamente aceptado que las instituciones tienen un efecto positivo sobre el emprendimiento, por ello, se seleccionó el índice de derechos de propiedad, el cual es un componente del índice de libertad económica desarrollado por la fundación Heritage donde se mide en una escala de 0-100 donde “0” es

totalmente reprimido y “100” es totalmente libre, para ello, se seleccionaron datos para año 2012 de la base de datos de la Fundación Heritage. Para efectos del análisis, dicha variable será denotada con las siglas: **Property Rights**

3.5. Estrategia Empírica

La presente investigación será desarrollada mediante un análisis econométrico de corte transversal. De esta manera, se pretende dar respuesta al objetivo central de la investigación y analizar el efecto de los valores socio-culturales sobre la actividad emprendedora, para ello se presentara un modelo base con el fin de estimar los efectos de dichas variables sobre el emprendimiento:

$$\widehat{TEA}_t = \beta_0 + \beta_1 CRET_t + \beta_2 CONF_t - \beta_3 CRRP_t + \varepsilon$$

Este modelo está basado en los argumentos teóricos planteados en el Capítulo II de esta investigación, de esta manera, el modelo plantea que el porcentaje estimado de emprendedores en un año t, es afectado de manera positiva por la creatividad de un año t, esto mediante el coeficiente de estimación β_1 . Asimismo, se plantea que la confianza en un año t, afecta de manera positiva al emprendimiento a través del coeficiente estimación β_2 . De igual modo, se espera que la corrupción tenga un efecto negativo sobre la actividad emprendedora, este efecto es captado por el coeficiente estimación β_3 . En ese mismo orden de ideas, el coeficiente de estimación β_0 representa el término independiente de la ecuación, representa la tasa natural de emprendimiento. Es decir, representa el porcentaje de emprendimiento sin tener en cuenta algún otro factor. Por su parte, el coeficiente ε representa las perturbaciones aleatorias por causa de la

omisión de variables no contempladas por el modelo, lo que genera un error entre el valor estimado y el valor real observado.

Cabe destacar, que el modelo base presentado en el párrafo anterior puede estar incompleto, ya que existen otras variables que pueden tener efecto en el emprendimiento y no están siendo consideradas. Por ello, se hace necesaria la inclusión de un conjunto de variables de control que permitan reconocer la influencia real de la creatividad, confianza, y corrupción sobre la actividad de emprendimiento, lo que permitiría reducir el error de estimación al considerar al considerar ciertas variables importantes omitidas por el modelo base, lo que implicaría un modelo extendido tal que:

$$\widehat{TEA}_t = \beta_0 + \beta_1 CRET_t + \beta_2 CONF_t - \beta_3 CRRP_t + X' \beta_k + \varepsilon$$

Donde, $X' \beta_k$ representa los parámetros de la matriz de las variables de control que serán utilizadas con el fin de disminuir el error de estimación del modelo.

Ahora bien, para obtener estimaciones significativas de los modelos de regresión existen diversos métodos, para el presente estudio se utilizarán los Mínimos Cuadrados Ordinarios los cuales, según la literatura económica, suelen cumplir el principio de Mejor Estimador Linealmente Insesgado (MELI). Este método busca minimizar los errores del modelo, es decir, serán utilizados aquellos parámetros para la variable independiente que, al ser comparados con el valor real, arrojen una diferencia menor. De esta manera se estaría buscando computar el error en cada uno de los parámetros y, como regla general, serán tomados aquellos en los que la suma del cuadrado de sus errores, sea la más baja.

Por ello, se considera idóneo el método de estimación de MCO, además, será utilizado el modelo estándar de dicho método ya que se considera pertinente de acuerdo a la naturaleza de los datos y la limitación de la muestra, bajo consenso general este método es bastante útil en la estimación de parámetros poblacionales. Ahora bien, en muchas ocasiones, por la naturaleza de los datos o por las técnicas de muestreo, el modelo deseado no cumple con los supuestos y/o requisitos para poder desarrollarse, por lo cual se desarrollan técnicas de corrección a las violaciones del modelo, por lo cual podrían ser utilizadas extensiones del modelo MCO estándar, esto con el fin de obtener resultados útiles para generar pronósticos.

3.6. Diagnóstico y Validación del Modelo

Para poder trabajar modelos de corte transversal basados en mínimos cuadrados ordinarios, son necesarios ciertos supuestos o condiciones a cumplir, para ello se hace necesaria la realización de algunas pruebas que validen el modelo estadísticamente. Dichas pruebas surgen con la finalidad de corregir los errores muestrales que generen distorsión en los resultados. Entre las pruebas se pueden mencionar, el análisis de los coeficientes de variación estándar de los coeficientes β_i estimados, pruebas de hipótesis de los coeficientes estimados sobre la variable explicada, intervalos de confianza sobre el verdadero efecto de los coeficientes estimados sobre la variable explicada, pruebas de significación global del modelo, y error promedio estándar de estimación.

En otro sentido, para el uso de un modelo de regresión lineal se deben cumplir diversos supuestos, estos supuestos cumplen la función de brindar robustez y simplificar las estimaciones muestrales. Cabe destacar, que es necesario distinguir entre los supuestos necesarios para dar propiedades

útiles a los MCO, y los supuestos necesarios para dar validez a la técnica de MCO.

Tal es el caso de la corrección de heterocedasticidad, para lo cual, se debe solucionar el inconveniente tras la utilización de la estimación robusta o, por ejemplo, el uso de MCO ponderados. En el caso de la heterocedasticidad, existen diversas formas de probarla, sin embargo, en el presente estudio, se utilizará el *Contraste de Heterocedasticidad de White*, la cual es una prueba de hipótesis donde se asume como hipótesis nula la condición de homocedasticidad, por lo cual, se debe obtener un p-value lo bastante alto, donde autores alegan que debe ser mayor a 0,1 para poder rechazar dicha hipótesis y asumir la heterocedasticidad. Para la realización de la prueba, el primer paso es la estimación del modelo por MCO, una vez realizada la estimación, se obtiene el cuadrado de los residuos de MCO. Finalmente, se realiza una prueba F en la que, si el valor p se haya por debajo del nivel de significancia elegido, se rechaza la hipótesis nula y hay presencia de heterocedasticidad. Caso contrario, si el valor p se encuentra por encima del nivel de significancia, no se puede rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, no se puede afirmar la existencia de heterocedasticidad.

En cuanto a la colinealidad, cabe destacar que siempre habrá correlación entre estas variables pero que ésta no debe ser muy elevada, ya que al serlo, se dificulta la cuantificación del efecto que cada variable por separado tiene sobre la variable dependiente. La colinealidad podría deberse a la naturaleza misma de las variables, ya que dos variables pueden capturar la explicación del mismo fenómeno, es por ello que no existe un contraste estadístico formal, no obstante, existen ciertas técnicas que se pueden aplicar que permitan detectar su posible existencia. Entre ellas, el agrandamiento de la varianza o factor de inflación de varianza (VIF), que,

como su nombre indica, consiste en tomar la varianza observada del regresor y ver que tanto crece si se asume que X se correlaciona con el resto de regresores. La mayoría de los autores converge en que, si dicha varianza agrandada es mayor que 10, existe colinealidad.

En otro caso, si no se cumple el supuesto de normalidad de los errores, las pruebas t y F de hipótesis, no puede llevarse a cabo, por lo cual, se hace importante comprobar si la distribución de éstos es de manera normal, a través del contraste de los residuos mediante un histograma del paquete estadístico usado; así, el mismo se compara con la gráfica de la distribución normal y, si tienen el mismo comportamiento, se asume la normalidad en la distribución, ya que debe tener medio igual a cero y una varianza constante.

Finalmente, es relevante destacar que de acuerdo a la naturaleza de las variables de estudio, es probable que la estimación presente problemas de endogeneidad debido a que el emprendimiento podría afectar de manera paralela a la confianza, creatividad y corrupción generando una relación simbiótica. No obstante, por efectos prácticos y de estudio, la presente investigación hará caso omiso al posible caso de endogeneidad que se pueda presentar, aun así, se reconocerá la posibilidad de endogeneidad en la estimación.

CAPITULO IV: ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Introducción

El objetivo principal de este estudio es analizar si existe una relación estadística significativa entre los valores socio-culturales y el nivel de emprendimiento de un país. Es importante destacar, que la investigación utilizo a la creatividad, confianza y a la corrupción como variables para representar el ámbito de los valores socio-culturales, siendo un fenómeno muy extenso se hacía necesario seleccionar medidas concretas para cuantificar la relación. Este estudio, está basado principalmente en los países en vías de desarrollo o subdesarrollados según la consideración alto y medio del IDH. En ese sentido, los resultados que serán presentados a continuación procuraran profundizar y estimar la significación de la influencia de las mencionadas variables sobre el emprendimiento, además, dichos resultados intentarán avalar lo mencionado por la literatura económica respecto a la efecto de cada variable sobre el emprendimiento a partir del contraste de las estimaciones obtenidas de las observaciones de los países en vías de desarrollo.

Los modelos fueron estimados con los paquetes estadísticos SPSS 19, y Gretl. En el caso de Gretl, fue utilizado para obtener, además de las estimaciones, los estadísticos principales, las pruebas de normalidad de los residuos, el contraste White para la prueba de heterocedasticidad, y el factor de inflación de varianza con el fin de evaluar la colinealidad de los coeficientes de estimación. En cuanto a SPSS 19, fue utilizado para obtener la matriz de correlación de las variables, y estimaciones alternativas con el fin de contrastar los resultados obtenidos.

4.2. Estimación del Modelo

En esta sección se presentaran los resultados, por medio de la estimación de un modelo de regresión lineal a través del método de MCO, en donde se tiene al emprendimiento como variable explicada, y a la confianza, creatividad y corrupción como variables explicativas definidas en este trabajo como valores socio-culturales. Posteriormente se realizará el análisis extendido donde se incluirá un set de variables de control con el fin de evitar el sesgo por omisión de variables y brindar mayor robustez a los resultados estimados. Para concluir, se hará un contraste entre los resultados obtenidos por el modelo base y el modelo extendido en donde se analizarán los modelos más significativos y se evaluará la mejora o el empeoramiento del efecto de las variables explicativas al incluir el set de variables de control.

4.2.1. Estimación del Modelo Base

En esta sección, se procederá a presentar el modelo base, incluyendo un análisis parcial de las variables explicativas con respecto al emprendimiento, a fin de estudiar la incondicionalidad de la relación entre la confianza, creatividad, y corrupción sobre el emprendimiento y evaluar la robustez estadística ante cada escenario del modelo base. Esto con el fin de avalar que la creatividad, la confianza y la corrupción tienen un efecto significativo sobre la actividad emprendedora de los países. Para ello, se presenta un contraste entre las estimaciones de cada modelo base a través de la siguiente tabla:

Tabla 4.1: Resumen de las Estimaciones del Modelo Base

Variables	Modelo A1	Modelo A2	Modelo A3	Modelo A4	Modelo A5	Modelo A6	Modelo A7
Const	0,04032 (0,04292)	0,18104*** (0,03166)	0,20062** (0,07786)	0,05128 (0,06639)	0,03245 (0,09631)	0,24221*** (0,08153)	0,04799 (0,12650)
CRET	0,43515** (0,16127)			0,41422** (0,19073)	0,44069** (0,17628)		0,41710* (0,21710)
CONF		-0,20464 (0,14925)		-0,0347 (0,15733)		-0,21166 (0,15083)	-0,03324 (0,16857)
CRRP			-0,00133 (0,00186)		0,000161053 (0,00175)	-0,00148211 (0,00181)	5,80E-05 (0,00187)
Países	21	21	21	21	21	21	21
F				3,482*	3,454*	1,255	2,192
R²	0,277	0,09	0,0264	0,2789	0,2773	0,1224	0,279
<p>*. El coeficiente es significativa al nivel 0,1 **. El Coeficiente es significativo al nivel 0,05 ***. El Coeficiente es significativo al nivel 0,01 Entre paréntesis se encuentra la desviación típica robusta de los coeficientes de estimación</p>							

Fuente: Elaboración propia, a partir de la base de datos del WVS, Transparency International, y GEM.

En la tabla 4.1, se presenta la influencia que tiene cada variable tanto de manera individual como de manera conjunta sobre el emprendimiento, además, puede apreciarse el nivel de significación ante cada escenario. En términos individuales, a través del **modelo A1**, se aprecia una relación positiva y estadísticamente significativa entre la creatividad (CRET) y el emprendimiento cuestión que es avalada por la literatura económica, donde se menciona que la creatividad es un factor importante en la búsqueda de soluciones alternativas ante los escenarios de adversidad del emprendedor. De igual modo, en el **modelo A2** se aprecia una relación inversa entre el nivel de confianza de las personas (CONF) y el emprendimiento, cuestión que contradice la literatura económica que afirma que la importancia de la confianza es un factor relevante en los procesos de negociación, no

obstante, el coeficiente de estimación no se muestra estadísticamente significativo. En cuanto a la corrupción (CRRP), en **el modelo A3** se puede distinguir una relación negativa entre la corrupción y el emprendimiento, de tal modo que es el signo esperado de acuerdo a la literatura económica manejada en el Capítulo II de esta investigación. Sin embargo, el coeficiente de estimación obtenido fue muy cercano a cero y no fue estadísticamente significativo, esto permite afirmar que si bien la corrupción genera desincentivos al emprendimiento, esos efectos negativos no afectan de manera importante a la actividad emprendedora.

En búsqueda de mejorar las estimaciones individuales, se procedió a realizar estimaciones alternativas permutando las variables, esto en búsqueda de mejorar la significación estadística de los coeficientes de estimación de cada variable, ya que al aumentar el tamaño de la muestra se esperaría reducir el error de estimación. Con respecto al análisis conjunto, en **el modelo A4 y A5** se puede apreciar que la creatividad sigue siendo un factor significativo y positivo como determinante del emprendimiento, además, se visualiza que la estimación de la confianza y corrupción contradicen la literatura económica, ya que la confianza presenta un efecto negativo sobre el emprendimiento y la corrupción un efecto positivo sobre el emprendimiento, sin embargo el efecto de la corrupción es insignificante. En el caso del **modelo A6**, se aprecia que la confianza y la corrupción presentan un efecto negativo sobre el emprendimiento, y en el caso de la corrupción ese efecto no es estadísticamente significativo. Finalmente, en **el modelo A7** se analiza el efecto conjunto de la creatividad, confianza y corrupción sobre el emprendimiento, en dicho modelo se visualiza que la creatividad sigue teniendo un efecto significativo y directo sobre el emprendimiento, en cuanto a la confianza y la corrupción se obtuvo que ambas tienen un efecto negativo sobre el emprendimiento, pero en el caso de la corrupción ese efecto es casi

nulo e insignificante, este modelo reflejó el mayor coeficiente de determinación con 27,9%, muy similar al 27,89% obtenido en el modelo A4. Un hecho que cabe resaltar, es que el estadístico F fue diferente de cero, lo que implica que la inclusión de dichas variables resultaría útil para la explicación de la actividad emprendedora, no obstante, el estadístico no mostro ser estadísticamente significativo.

Con todo esto, se podría afirmar que la creatividad es la variable más significativa del modelo básico, ya que en todos los escenarios resultó estadísticamente significativa como mínimo al 90%, y en cuanto a la estimación individual es la que explica de mejor forma el fenómeno del emprendimiento. En el caso de la confianza, en cada escenario se encontró un coeficiente de estimación negativo, lo cual es contrario a lo expresado en la literatura económica, además, cabe destacar, que en modelo de estimación individual A2 su importancia en el fenómeno de emprendimiento no fue llamativamente alto, ya que presento un R^2 de apenas 9%. Finalmente, en el caso de la corrupción se podría concluir que su efecto es insignificante sobre el emprendimiento ya que en cada escenario que fue analizado su coeficiente de estimación estuvo cercano a cero, lo que permite prever que su aporte sobre el emprendimiento es casi nulo, además, al incluir la corrupción dentro de la estimación del modelo base A7 su aporte al coeficiente de determinación no fue especialmente relevante ya que el R^2 del modelo sin la corrupción solo disminuye en 0,1%.

Ahora bien, se hace necesario incluir un set de variables de control con la finalidad de verificar la robustez de las estimaciones, evaluar la importancia cada variable sobre el emprendimiento, y evitar los sesgos de estimación debido a la falta de inclusión de variables. Asimismo, la adición de estas variables busca disminuir el error de estimación al incluir variables que influyen al emprendimiento y que no estaban siendo consideradas por el

modelo base. Con todo esto, en la siguiente sección se presentaran estimaciones a través de un modelo extendido.

4.2.2. Estimación del Modelo Extendido

En esta sección, se presentará el modelo extendido en donde se incluye un set de cuatro variables de control: variación del Pib per cápita, tasa de desempleo, derecho de propiedad y nivel de educación, con la finalidad de evaluar la influencia real de la creatividad, confianza y corrupción sobre el emprendimiento, para ello, se realizará un análisis parcial de las variables explicativas, y variables de control con respecto al emprendimiento, sumado a un análisis de todas las variables simultáneamente. Esto con el fin de avalar que la creatividad, la confianza y la corrupción tienen un efecto significativo sobre la actividad emprendedora de los países. Para ello, se presenta un contraste entre las estimaciones de cada modelo extendido a través de la siguiente tabla:

Tabla 4.2: Resumen de las Estimaciones del Modelo Extendido

Variables	Modelo B1	Modelo B2	Modelo B3	Modelo B4	Modelo B5	Modelo B6	Modelo B7
Const	-0,11838 (0,07231)	0,20484** (0,08953)	0,17758* (0,09516)	-0,10521 (0,09191)	-0,10689 (0,08189)	0,21754** (0,09384)	-0,09814 (0,09825)
CRET	0,78825** (0,14448)			0,76685** (0,17276)	0,77415*** (0,15464)		0,75944*** (0,18060)
CONF		-0,31445* (0,16400)		-0,03112 (0,12667)		-0,28257 (0,17559)	-0,02363 (0,13364)
CRRP			-0,00341 (0,00314)		-0,00068 (0,00202)	-0,00190 (0,00313)	-0,00061 (0,00213)
VPIBper	2,19005*** (0,63551)	1,80701* (0,993896)	1,46822 (1,04177)	2,22263** (0,669649)	2,22459*** (0,663026)	1,89102* (1,02486)	2,24557*** (0,697399)
Desmp	-0,882459** (0,30577)	-0,150906 (0,412185)	-0,0452265 (0,438177)	-0,870962** (0,319271)	-0,869438** (0,317552)	-0,145048 (0,421249)	-0,86212** (0,331735)
Property Rights	0,00079 (0,00094)	-0,000708 (0,00155)	0,00266333 (0,00259)	0,00067 (0,00109)	0,001242 (0,00163)	0,000659 (0,00276)	0,00110239 (0,00187)
Level School	0,298032 (0,20525)	-0,09008 (0,29061)	-0,298594 (0,28631)	0,303579 (0,21320)	0,290165 (0,21286)	-0,104241 (0,29783)	0,295229 (0,22248)
Países	21	21	21	21	21	21	21
F	8,645***	1,858	1,208	6,763***	6,798***	1,545	5,428***
R^2	0,7423	0,3825	0,2871	0,7435	0,7444	0,3984	0,7451
* . El coeficiente es significativa al nivel 0,1							
** . El Coeficiente es significante al nivel 0,05							
*** . El Coeficiente es significante al nivel 0,01							
Entre paréntesis se encuentra la desviación típica robusta de los coeficientes de estimación							

Fuente: Elaboración propia, a partir de la base de datos del WVS, Transparency International, y GEM.

En la tabla 4.2, se presenta la influencia que tiene cada variable tanto de manera individual como de manera conjunta sobre el emprendimiento pero esta vez con la presencia de un set de variables que procuraran mejorar su nivel de significación. En términos individuales, a través del **modelo B1**,

se aprecia una relación positiva entre la creatividad (CRET) y el emprendimiento avalando lo mencionado en la literatura, además, se aprecia una relación positiva entre la variación de Pib per cápita (VPibper), nivel de educación (Level School), y derecho de propiedad (Property Rights) sobre el emprendimiento, e inversa en cuanto al desempleo (DESMP), pero esa relación es significativa únicamente por parte de la variación de Pib per cápita y el desempleo, mientras que la relevancia de los derechos de propiedad es considerablemente baja.

Por otra parte, en el **modelo B2** se aprecia una relación inversa entre el nivel de confianza de las personas (CONF) y el emprendimiento, contradiciendo la literatura económica y lo esperado por esta investigación, cabe destacar que la mencionada relación se muestra estadísticamente significativa pero dicha significación no se mantiene en algún otro modelo. En cuanto a las variables de control, se aprecia una relación negativa entre el desempleo, nivel de educación, derecho de propiedad sobre el emprendimiento en los tres casos, contrario a la lógica económica. En cuanto a la corrupción, en el **modelo B3** se puede distinguir una relación negativa entre la corrupción (CRRP) y el emprendimiento, sin embargo, el coeficiente de estimación no resulta estadísticamente, y posee un valor muy cercano a cero. En el caso de las variables de control, el nivel de estudios y el desempleo presentan una relación inversa sobre el emprendimiento, y existe una relación directa entre los derechos de propiedad y la variación de Pib per cápita sobre el emprendimiento, pero el efecto de los derechos de propiedad es cercano a cero como para ser considerado relevante.

De igual modo que en la sección anterior, se procedió a realizar estimaciones alternativas permutando las variables explicativas, en búsqueda de mejorar la significación estadística de los coeficientes de estimación de las variables, ya que al aumentar el tamaño de la muestra se esperaba

reducir el error de estimación. En cuanto al análisis conjunto, en el **modelo B4 y B5** se puede apreciar que la creatividad y la corrupción tienen un efecto positivo sobre el emprendimiento, sin embargo, en ambos modelos se observa que la variable creatividad resulta estadísticamente significativa como un factor determinante en cuanto a la generación de emprendimiento, mientras que el aporte de corrupción es casi nulo e insignificante estadísticamente. Además, se visualiza que la estimación de la confianza continua contradiciendo la literatura económica. Con respecto a las variables de control, se aprecia una relación positiva entre la variación de Pib per cápita, nivel de educación, y derecho de propiedad sobre el emprendimiento, e inversa en cuanto al desempleo, pero esa relación es significativa únicamente por parte de la variación de Pib per cápita y el desempleo. En el caso del **modelo B6**, se aprecia que la confianza y la corrupción presentan un efecto negativo sobre el emprendimiento, y en el caso de la corrupción ese efecto no es significativo, en cuanto a las variables de control, el nivel de estudios y el desempleo presentan una relaciones inversa sobre el emprendimiento, y existe una relación directa entre los derechos de propiedad y la variación de Pib per cápita sobre el emprendimiento, sin embargo, el efecto de los derechos de propiedad es considerablemente bajo.

Para concluir, en el **modelo B7** se analiza el efecto conjunto de la creatividad, confianza, corrupción, variación del Pib per cápita, desempleo, derechos de propiedad, y nivel académico alcanzado sobre el emprendimiento. En dicho modelo se visualiza que la creatividad sigue teniendo un efecto significativo y directo sobre el emprendimiento, en cuanto a la confianza y la corrupción se obtuvo que ambas generan un efecto negativo sobre el emprendimiento, pero en el caso de la corrupción ese efecto es casi nulo, y en ambos casos el coeficiente de estimación resulto insignificante estadísticamente. Este modelo reflejo el mayor coeficiente de

determinación con 74,5%, muy similar al 74,4% obtenido en el modelo B5, además, este modelo posee un valor estadístico F diferente de cero y significativo a más del 99%, lo que implica que las variables de estudios seleccionadas, tiene injerencia para explicar la actividad de emprendimiento. Para el caso de las variables de control, se aprecia una relación positiva entre la variación de Pib per cápita, nivel de educación, y derecho de propiedad sobre el emprendimiento, e inversa en cuanto al desempleo, pero esa relación es significativa únicamente por parte de la variación de Pib per cápita y el desempleo, mientras que la relevancia de los derechos de propiedad es casi nula debido a que su coeficiente está casi cero y no es significativo estadísticamente.

Para resumir, se puede afirmar que la creatividad es la variable más consistente y significativa del modelo extendido, ya que en todos los escenarios resultó significativa al menos al 95%, e individualmente es la variable que mejor explica el fenómeno del emprendimiento. En el caso de la confianza, en cada escenario se encontró un coeficiente de estimación negativo, lo cual es contrario a lo expresado en la literatura económica y contrario a las suposiciones planteadas en el marco teórico de esta investigación, además, esa relación fue estadísticamente significativa en un solo escenario. Es importante resaltar, que en la estimación individual presento un R^2 de apenas 38% con la inclusión de las variables de control. Finalmente, en el caso de la corrupción se podría concluir que su efecto es insignificante sobre el emprendimiento ya que en cada escenario que fue analizado su coeficiente de estimación estuvo muy cercano a cero y en ningún escenario mostro significación estadística.

Para ampliar el análisis, en la siguiente sección se procederá a contrastar el efecto de las variables de control sobre las variables explicativas con la finalidad de evaluar la influencia real de la confianza, creatividad, y

corrupción sobre el emprendimiento. Además, se agregara un análisis a las variables de control, para estudiar cuales resultaron significativas para la estimación del emprendimiento. Asimismo, se procederá a analizar el modelo extendido en búsqueda de explicar el efecto simultáneo de las variables sobre el emprendimiento.

4.2.3. Contraste de Estimaciones

A través del contraste de los modelos expresados en la sección anterior se puede estimar la influencia real de la creatividad, confianza y corrupción sobre el emprendimiento. En el presente apartado se hará un contraste de los modelo A1, A2, y A3 con los modelos B1, B2, y B3 con la finalidad de analizar el efecto de la inclusión del set de variables de control sobre las variables explicativas del modelo, y de esta manera, examinar la consistencia de los coeficientes de estimación. Del mismo modo, también se hará un contraste entre los modelos de los modelos A7 y B7, donde se examinara el efecto simultaneo de las variables explicativas sobre el emprendimiento, teniendo en cuenta la influencia generada por las variables de control. Posteriormente, se seleccionará el modelo definitivo para el estudio.

En el caso del **modelo A1 y B1**, se aprecia que al incluir las variables de control el coeficiente de estimación aumenta en significación estadística, a la vez que se reduce su desviación típica, aumentando el impacto de la creatividad en el emprendimiento y volviendo más eficiente a la variable para el uso de estimaciones al cumplir los principios MELI. A su vez, puede apreciar que el coeficiente de determinación del modelo aumenta de 27% hasta los 74%, lo cual evidencia el gran peso que tiene la creatividad y las variables de control utilizadas para explicar cambios en el emprendimiento. En el caso de la confianza, a través del **modelo A2 y B2** se aprecia que la incluir las variables de control el coeficiente de estimación se mostró

significativo al 10%, cosa que no ocurría en el modelo A2, sin embargo, el coeficiente mantiene su signo negativo contradiciendo la literatura que describe el efecto positivo de la confianza sobre el emprendimiento. A su vez, se observa que el coeficiente de determinación aumento de 9% hasta 38%. También, es importante resaltar que al incluir las variables de control, el estimador F presento un valor cercano a uno pero que dicho valor no fue estadísticamente significativo. Finalmente, en cuanto a la estimación individual de la corrupción, mediante los **modelos A3 Y B3** se observa que la inclusión de la variables de control no mejora el efecto de la corrupción sobre el emprendimiento, ya que en ambos casos el coeficiente de estimación estuvo cercano a cero, incluso, el coeficiente se acercó más a cero al incluir dichas variables, esto también puede ser observado a través del aumento de la desviación típica del estimador. Con esto, se puede evidenciar que la corrupción por sí misma no tiene un efecto significativo sobre el emprendimiento, además, a nivel estadístico su uso no garantiza ser un buen estimador linealmente insesgado para explicar el comportamiento de la actividad de emprendimiento.

Ahora bien, mediante el contraste de los **modelos A7 y B7**, se analiza el efecto de las variables de control sobre la creatividad, confianza y corrupción simultáneamente. Así, se apreció el aumento del coeficiente de estimación de la creatividad, a la vez que el aumento el nivel de significación de dicho coeficiente de 90% hasta 99%. En el caso de la confianza y corrupción, la inclusión de las variables de control disminuyó ambos coeficientes de estimación con respecto al modelo A7, haciendo que el aporte de la corrupción al emprendimiento sea casi nulo. En términos generales, el coeficiente de determinación del modelo sufrió un aumento significativo, pasando de 27,9% hasta los 74,5%, y en cuanto al valor F, se evidenció un aumento del mismo, demostrando la pertinencia de las variables

utilizadas para explicar al emprendimiento; sumado a esto el valor F del modelo extendido presentó una significación de 99%, cuestión que no ocurrió en el modelo base A7. Esto permite afirmar que la inclusión de las variables de control brinda una mayor significancia estadística y agrega robustez al modelo, del mismo modo, que potencia el efecto de la creatividad sobre el emprendimiento y reprueba a la confianza y corrupción como estimadoras apropiadas y estadísticamente significativas para explicar la actividad de emprendimiento. Por todo lo mencionado, se seleccionó al modelo B7 como el modelo óptimo e ideal para analizar la influencia de la creatividad, confianza y corrupción sobre el emprendimiento.

Para concluir, se puede afirmar que la creatividad es la variable que mejor explica el fenómeno del emprendimiento, y que al incluir variables de control, mejora en cuanto al tamaño del coeficiente, en cuanto al nivel de significación y en cuanto a su capacidad de explicar cambios en el emprendimiento. Por su parte, la confianza presentó un efecto negativo sobre el emprendimiento, y al incluir variables de control ese efecto no se vio alterado, contradiciendo la literatura económica, además, al incluir dichas variables el aporte en términos de coeficientes, no aumentó significativamente en más de un modelo. Por otro lado, la corrupción resultó un factor poco influyente en la explicación del fenómeno del emprendimiento, esto fue demostrado a través de las estimaciones de los modelos A3, A5, A7, además, al incluir las variables de control la influencia de la corrupción incluso disminuyó, lo cual es visible en la estimación de los modelos B3, B5, y B7.

Con respecto a las variables de control, se evidencia que la variación del Pib per cápita y desempleo son variables relevantes para la explicación del fenómeno del emprendimiento, ya que resultaron significativas para el modelo seleccionado con un 99% y 95% respectivamente, además, el

coeficiente de estimación de ambas variables resulto alto, en caso de la variación del Pib per cápita la influencia es positiva, y negativa en el caso del desempleo. Con respecto a los derechos de propiedad y el nivel de educación alcanzado, se afirma que ambos tienen un impacto positivo sobre el emprendimiento, sin embargo, se observó que el aporte de los derechos de propiedad sobre el emprendimiento es poco significativo y muy cercano a cero en cuanto al coeficiente de estimación, esto en cada escenario que fue planteado.

Para respaldar dichas afirmaciones, en la siguiente sección se presentara un análisis estadístico evaluando la significación de los modelos parciales y el modelo principal, con el fin de brindar robustez a través de la evaluación, tales como, heterocedasticidad mediante el contraste de White, la prueba de normalidad del error a través del análisis de los residuos, y la colinealidad mediante el factor de inflación de varianzas.

4.3. Robustez de los Resultados Obtenidos

Una vez estimados los 14 modelos que se consideraron pertinentes, se hace necesaria una evaluación estadística que permita comprobar el nivel de significación de los coeficientes además, del cumplimiento de los principales supuestos de la técnica de los MCO, lo cual sirve de base para afirmar si las variables seleccionadas garantizan estimaciones linealmente insesgadas. Así pues, existen tres supuestos básicos que deben cumplir las regresiones lineales para ser trabajadas a través de MCO: la varianza de los errores no debe ser heterocedástica, el error debe distribuir normalmente y no debe existir demasiada colinealidad entre las variables. En la presente sección se comprobará el cumplimiento los tres supuestos en los modelos y, a su vez, se analizará la prueba del estadístico F, así como a la estimación del coeficiente de determinación. Todo esto con la finalidad de evaluar la robustez

del modelo escogido y estudiar con mayor detalle el efecto de las variables de control sobre el modelo base.

En este sentido se considerarán a los modelos A1, A2, A3, B1, B2, B3, A7 y B7 para realizar el análisis de robustez debido a que en ese grupo se está considerando el efecto de cada variable explicativa por separado (con y sin variables de control), así como los dos modelos que contienen a las tres variables explicativas de manera simultánea. En la siguiente tabla adjunta se observa un resumen del análisis de robustez de los modelos mencionados:

Tabla 4.3: Resumen de Pruebas Estadísticas para los Modelos Relevantes

Modelos	R ²	Estadístico F	Contraste de White	Prueba de Normalidad	VIF	Variables
A1	0,2770		0,2856	0,4567		
A2	0,0900		0,8156	0,0230		
A3	0,0265		0,6558	0,0517		
A7	0,2790	2,1920	0,2716	0,5042	1,626 1,44 1,228	CRET CONF CRRP
B1	0,7424	8,645***	0,7817	0,2208	1,778 1,421 1,998 1,225 2,128	CRET vPIBper Desmp Property Rights Level School
B2	0,3825	1,8580	0,9374	0,0144	1,405 1,45 1,515 1,416 1,779	CONF vPIBper Desmp Property Rights Level School
B3	0,2871	1,2080	0,9240	0,2010	3,081 1,38 1,483 3,359 1,496	CRRP vPIBper Desmp Property Rights Level School
B7	0,7451	5,428***	0,4500	0,2751	2,434 1,958 3,455 1,499 2,06 4,226 2,189	CRET CONF CRRP vPIBper Desmp Property Rights Level School
Se expresa el p-value del contraste de White, para la prueba de heterocedasticidad Se expresa el p-value de la prueba de normalidad de los residuos La columna VIF representa el valor del factor de inflación de varianza						

Fuente: Elaboración propia, a partir de la base de datos del WVS, Transparency International, y GEM.

A través de la tabla 4.3, se aprecian los modelos que incluyen a la variable creatividad, así se observa que el **modelo A1 y B1** presentan valores para el coeficiente de determinación, de 27,7 y 74,2% respectivamente, a través de esto se puede apreciar que la creatividad por sí

sola tiene un efecto relevante sobre el emprendimiento. En cuanto al valor F, se observa que el modelo B1 tiene un valor de 8,645 lo que afirma la pertinencia del uso de la creatividad para explicar la actividad de emprendimiento, además, dicho valor tiene una significación estadística de significativo de 99%. En lo que a la prueba de heterocedasticidad respecta, la situación es similar, ya que ambos modelos aceptan la hipótesis nula de no heterocedasticidad, sin embargo, el nivel de rechazo del modelo con variables de control es más elevado respecto al modelo base. En la prueba de normalidad de residuos sucede lo contrario, ya que anexar variables de control hace que el nivel de aceptación de la hipótesis nula disminuya, sin embargo, en ambos modelos se cumple el supuesto adecuadamente. Por último, en el modelo B1 no se observan niveles importantes de colinealidad, ya que todos los valores se encuentran por debajo del valor tope permitido de colinealidad.

En cuanto a otra variable, la situación de los **modelos A2 y B2** es similar, si bien la confianza por si sola es capaz de explicar un 9% de los cambios en el emprendimiento, cuando se agregan las variables de control, el coeficiente se eleva hasta un 38,2%, evidenciando una vez más la mejora que traen las variables de control. Por otro lado el valor F de B2 se muestra superior a cero, sin embargo, no es significativo al 90%, por lo cual no es un resultado fiable. En cuanto al contraste de White, ambos modelos aceptan la hipótesis nula, sin embargo el modelo extendido lo hace con un valor de mayor significación. Respecto a la prueba de normalidad, el modelo A2 acepta la hipótesis nula de la prueba a un 95%, mientras que el modelo B2 no pasa la prueba al 90%, lo cual representa una desmejora. En cuanto a la colinealidad, no se observan valores atípicos que representen problemas en los modelos. Con todo lo mencionado, se podría afirmar la confianza no es una variable adecuada para estudiar cambios en la actividad emprendedora

aunque a ésta se agreguen variables de control, ya que la inclusión de las variables de control no mejora al modelo en cuanto al signo esperado de acuerdo a la lógica económica, además, el valor del estadístico F a pesar de ser diferente de cero no resulta estadísticamente significativo, y la inclusión de dichas variables no es suficiente para aceptar la hipótesis nula de la distribución normal del error.

Respecto a los modelos con **corrupción A3 y B3**, el coeficiente de determinación aumenta desde un 2,6% hasta un 28,7% en el modelo extendido. El valor del estadístico F, a pesar de ser diferente de cero es el más bajo de los ocho modelos considerados en el análisis de robustez y no es significativo estadísticamente. En lo que a la prueba de heterocedasticidad respecta, ambos modelos aceptan la hipótesis nula de no heterocedasticidad, sin embargo, el nivel de rechazo del modelo con variables de control es más elevado respecto al modelo base. En cuanto a la prueba de normalidad, el modelo A3 rechaza a la hipótesis nula a un nivel de significación del 5%, mientras que en B3 se acepta la hipótesis nula, afirmando que el error se distribuye normalmente. Finalmente el modelo B3 no representa colinealidad. Al analizar todo esto, se evidencia que la inclusión de las variables de control mejora el modelo base en términos de violación de los supuestos; no obstante, dicha mejora no es significativa para considerar a la corrupción como un buen estimador para explicar el comportamiento del emprendimiento, ya que a pesar de aceptar la hipótesis nula de distribución normal de los residuos (cosa que no ocurría en el modelo base), el coeficiente de estimación, el coeficiente de determinación y el estadístico F no son significativos en ninguno de los modelos donde se incluyó a la variable corrupción.

Finalmente, se encuentran los **modelos A7 y B7**, que contienen a las tres variables sin y con variables de control, respectivamente, en el caso del

primer modelo el coeficiente es de casi 28%, evidenciando que las variables explicativas de la investigación explican casi un tercio de los cambios el emprendimiento, que si bien no es una cuantía llamativamente alta, representa de igual forma un porcentaje importante del cambio el emprendimiento, sin embargo al incluir el set de variables de control, dicho coeficiente se eleva hasta un 74,5%, siendo el modelo que mejor explica al emprendimiento de todos los estudiados, con tres cuartas partes. En el caso del valor F, el modelo extendido muestra un nivel de significación al 99% al incluir las variables de control, y si se toma en cuenta que el modelo base no era significativo ni al 90%, tal mejora es significativa; además, el valor del estadístico F aumenta de 2,19 a 5,42, alejándose de cero y demostrando un aumento en la robustez estadística del modelo. Para el caso de la heterocedasticidad, ambos modelos aceptan la hipótesis nula, sin embargo, el modelo extendido acepta esta hipótesis con un mayor nivel de significación. En cuanto a la prueba de normalidad, en ambos modelos el error se distribuye normalmente, pero en el caso del modelo base, se acepta con un nivel mayor de significación. Finalmente, también se puede argumentar que ninguno de los dos modelos sufre problemas de colinealidad.

Al comparar cada uno de los modelos, tanto los individuales, como los conjuntos, con aquellos que contienen variables de control, se observa que en todos los casos, las variables de control añaden una mayor robustez al modelo, es decir, los hacen estadísticamente más significativos y eficientes, pues aumenta su porcentaje de injerencia sobre los cambios en el emprendimiento, a la vez que les hace más significativos; ayudando al cumplimiento de los principios MELI, no obstante, a pesar de dicha contribución, no todas las variables son califican como estimadores eficientes como en el caso de corrupción y confianza.

4.4. Conclusiones y Recomendaciones Finales

- Tras estudiar la literatura seleccionada se puede afirmar que el emprendimiento es una actividad gerencial que comienza con la iniciativa de la mejora de algún proceso y puede abarcar hasta la creación de un proceso distinto. Esto es llevado a cabo a través del uso innovador de los recursos financieros y/o intelectuales, además, está íntimamente relacionado con la aversión al riesgo.
- Para el presente trabajo se utilizó la clasificación de determinantes de emprendimiento propuesta por el GEM (factores externos y factores personales), sin embargo se concluyó que la cultura es un factor mixto, por lo cual, debido a la relación simbiótica que existe entre factores.
- Pese a lo importante que podrían resultar los valores socio-culturales para el emprendimiento, existen pocos trabajos que relacionen estos dos elementos, ya que la mayoría de ellos se enfocan en variables de corte macroeconómico e institucional.
- Se mostró que la cultura, expresada mediante los valores socio-culturales, es un elemento de entorno que actúa como determinante del emprendimiento; sin embargo, los valores culturales también afectan a la parte interna o personal, pues el individuo jamás puede mantenerse totalmente ajeno al entorno donde se desenvuelva. Asimismo, se observó que existen grandes insuficiencias y contradicciones en la literatura al momento de definir a la cultura y los valores socio-culturales.
- Con los indicadores utilizados para la estimación, sólo la creatividad resultó estadísticamente significativa y consistente a lo largo de todas las pruebas realizadas, además se obtuvo que afecta de manera positiva e importante a la actividad de emprendimiento, algo esperado según lo planteado en la literatura económica. Con respecto a la confianza, se observó una incidencia negativa sobre el emprendimiento, y a su vez, dicha

incidencia no fue consistente, situación que contradice todo lo expuesto en la literatura y rechazando lo esperado por esta investigación. En cuanto a la corrupción, no se dilucido una influencia importante sobre la actividad emprendedora, además, se evidencio un efecto difuso debido a que estadísticamente no mostro beneficiar ni perjudicar de manera consistente al emprendimiento.

➤ La contradicción de las estimaciones con respecto a la teoría, de las variables confianza y corrupción deben ser contrastadas con estimaciones de otros indicadores alternativos a fin de estudiar si dichas contradicciones obedecen a aristas diferentes de la misma variable o si por el contrario, los estimadores seleccionados no engloban el fenómeno de confianza y corrupción adecuadamente.

➤ Se observó que al incluir un set de variables macroeconómicas e institucionales (variables de control), el beneficio de la creatividad sobre el emprendimiento fue mayor. Por su parte, la confianza y corrupción no mejoraron significativamente como factores relevantes para el emprendimiento.

➤ El crecimiento del PIB de manera positiva y el desempleo de manera negativa fueron las únicas variables de control que resultaron relevantes como factor determinante de la actividad emprendedora. En el caso del desempleo, contradiciendo el argumento teórico que la necesidad de buscar empleo puede ser la que origine la iniciativa de ser emprendedor.

➤ Finalmente, se concluyó que los factores socio-culturales pueden ser de gran influencia en el fenómeno del emprendimiento, y dicha efecto puede ser evidenciado a través de la variable creatividad. A pesar de que, la corrupción y confianza no resultaran ser considerablemente significativas para explicar la actividad emprendedora. Sin embargo, es importante comentar que estos resultados se toman con parsimonia debido a que el

estudio solo se enfoca en una muestra segmentada, y tales resultados podrían variar al analizar un conjunto diferente de países u otras regiones.

- Se recomienda ampliar la muestra a otros grupos de países y establecer una comparación entre el efecto de los valores socio-culturales entre países desarrollados y sub-desarrollados.
- Definir los valores socio-culturales mediante otras variables y comparar los resultados obtenidos con su efecto sobre el emprendimiento podría brindar mayor profundidad al análisis.
- Considerar el uso de varios indicadores de emprendimiento y estimar cuál de ellos responde de manera más satisfactoria en relación a las variables utilizadas como posible medida para mejorar los resultados obtenidos.
- Complementar el análisis del emprendimiento utilizando variables explicativas de corte institucional y/o macroeconómico, abarcando así una mayor amplitud dentro del fenómeno.
- En la presente investigación el análisis de los resultados se lleva a cabo mediante un contraste con la evidencia conseguida en la revisión de la literatura, se recomienda ampliar este análisis mediante la obtención de evidencia empírica actualizada a fin de verificar su cumplimiento en el momento actual y profundizar el estudio.
- Por último, es importante señalar que los valores socio-culturales y culturales no son exactamente iguales, ya que los socio-culturales cambian de acuerdo a la idiosincrasia del país de estudio. En ese sentido, sería bastante pertinente realizar un estudio con la metodología de datos de panel, a fin de conocer el efecto individual en cada país y cada año de las variables socio-culturales sobre el emprendimiento. Esto a través del efecto fijo y variable de dicho método de estimación.

REFERENCIAS

Ackerman, S. (1996). **Corrupción y Competencia**. Revista de Ciencia Política, Vol.18, Nº1 y 2, 43-51.

Ackerman, S (2006, Agosto). **La Corrupción tiene un Efecto en la Gente de Escasos Recursos Impidiendo que Comience un Negocio**. Themis Revista de Derecho, 52, 337-340.

Alonso, C., y Fracchia, E (2009). **El Emprendedor Schumpeteriano. Aportes a la Teoría Económica Moderna**. XLIV Reunión Anual

Álvarez, C y Urbano, D. (2008). **Entorno e Iniciativa Empresarial: Una Perspectiva Internacional**. Documents de Treball, 08/7, 1-36.

Álvarez, C y Urbano, D (2011). **Cultural-Cognitive Dimension and Entrepreneurial Activity: A Cross Country Study**. Revista de Estudios Sociales, No. 44. 146-157.

Álvarez, C y Urbano, D (2011). **Environmental Factors and Entrepreneurial Activity in Latin America**. Revista Latinoamericana de Administración, 48. 31-45.

Álvarez, C; Coduras, A; Ruiz-Navarro, J y Urbano D (2011). **Environmental Conditions and Entrepreneurial Activity: A Regional Comparison in Spain**. Small Business Economics, 18. No 1. 120-140.

Amorós, J; Álvarez, C y Urbano D. (2014). **GEM Research: Achievements and Challenges**. Small Business Economics, 42. 445-465.

Andrade, Z (1996). **Corrupção: Dificuldades para Definição e para um Consenso**. RIO DE JANEIRO 30 (I) 64-77. JAN./FEV. 1996

Anechiarico, F. (2010). **La Corrupción y el Control de la Corrupción como Impedimentos para la Competitividad Económica**. Gestión y política pública, 19(2), 239-261.

Antón, M y Grueso, M (2015). **Valores culturales en redes interorganizacionales: Una propuesta desde el Modelo de Shalom Schwartz**. Investigación y Desarrollo, Vol 23, N° 2.

Argandoña, A. (2007). **La Corrupción y las Empresas**. Recuperado de: <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-07-21.pdf>.

Begovic, B. (2005). **Corrupción: Conceptos, Tipos, Causas y Consecuencias**. CADAL, 26, 1-8.

Bernstein, B. (1985). **Clases sociales, Lenguaje y Socialización**. Revista colombiana de educación, 15, 25-44.

Boas, F. (1903). **The Mind of Primitive Man**. Scientific American, 55, 22798-22799.

Baumol, W (1993). **Entrepreneurship, management and the structure of payoffs**. Nueva York: MIT Press

Boyd, R., & Richerson, P. J. (1995). **Why does culture increase human adaptability?**. Ethology and sociobiology, 16(2), 125-143.

Bravo, R. (2013). **Dos Perspectivas de la Confianza: Resiliencia y Valor Moral**. Revista Educación en Valores. Universidad de Carabobo. Julio - Diciembre 2013, Vol. 2, 20.

Brunet, I y Alarcón, A (2004). **Teorías sobre la figura del emprendedor**. Universitat Rovira i Virgili. Depart de Sociol, 73, 81-103.

Buendía, I y Carrasco, I (2014). **Impacto de los Factores Institucionales en la Actividad Emprendedora: Un Análisis del Cooperativismo Europeo**. Revista de Economía Mundial, 38. 175-200.

Carrasco, I y Castaño, M. (2008). **El Emprendedor Schumpeteriano y el Contexto Social**. ICE, 845, 121-134.

Costa, M y Pinar, I. (2008). **Valores, motivaciones y actividad emprendedora. Estableciendo puentes en una economía global**. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC, p. 103.

Coll, V y Cuñat, Rubén. (2006). **Análisis de los Factores que Influyen en el Proceso de Creación de una Cooperativa de Trabajo Asociado**. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, primer cuatrimestre, 128-161.

Concha, J y Solikova, A. (2000). **Relaciones a Largo Plazo entre Compradores y Proveedores: La Importancia de la Tecnología en el Desarrollo de Confianza**. Estudios Gerenciales, 76, 13-25.

Crecente, F (2009). **Análisis de la Financiación de la Actividad Emprendedora**, Tesis Doctoral, Universidad de Alcalá

Espinosa, R y Mata, A. (2004). **Corrupción, Inversión Extranjera Directa y Reformas Institucionales**. EconoQuantum, 1(1), 17-39.

Esquivias, M. (2004). **Creatividad: Definiciones, Antecedentes y Aportaciones**. Revista digital universitaria, 5(1).

Estévez, A. (2005). **Reflexiones Teóricas sobre la Corrupción: sus Dimensiones Política, Económica y Social**. Revista Venezolana de Gerencia, 10(29).

Fernández, E; Montes, J; y Vázquez, C. (2010). **Los Recursos Intangibles como Factores de Competitividad de la Empresa**. Dirección y organización, (20).

Fernández, R y Peralta, F. (1998). **Estudio de Tres Modelos de Creatividad: Criterios para la Identificación de la Producción Creativa**. FAISCA. Revista de Altas Capacidades, 6, 67-83.

Fernández, V. (2006): **Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales**. Departamento de Organización de Empresas, Universidad Politécnica de Cataluña.

Ferreira, M (1991). **A CORRUPÇÃO COMO FENÔMENO SOCIAL E POULITICO**. R. Dir. Adm, Rio de Janeiro, 185:1-18, jul./set. 1991

Ferreira, J; Prado, F; Ramos. (2005). **Potencial empreendedor e liderança criativa: um estudo com varejistas de materiais de**

construção da cidade de Curitiba. Primer Encontro Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração, 29.

Formichella, M (2004). **El Concepto de Emprendimiento y su Relación con la Educación, Empleo y el Desarrollo.** Loca. Rivadavia 1439 (1033) Buenos Aires, Argentina.

Fundão, M y Pires, C (2012). **O papel mediador entre confiança e desempenho organizacional.** Revista de Administração, São Paulo, v.49. n.1, 45.58.

García, A. (2014). **La Actividad Emprendedora, Incertidumbres y Retos. En España: crecer en la nueva economía global** (133-150). España: Fundación de Estudios Financieros.

García, C; Martínez, A; y Fernández, R. (2007). **Análisis de los Factores Determinantes de la Creación de Empresas: Una Evidencia Empírica de Castilla y León.** Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa: XX Congreso anual de AEDEM, Vol. 1, pág. 40.

Güell, P. (2008). **¿Qué se dice cuando se dice Cultura? Notas sobre el Nombre de un Problema.** Revista de sociología, p. 37-64.

Global Entrepreneur Monitor. (2007) **La Actividad Emprendedora del Mundo: Los Resultados del GEM 2007.** Revista de Antiguos Alumnos del IEEM. 1-43.

Gonzalo, G. (2008). **Confianza y Capital Social.** El Comercio, 1-2.

Gutiérrez, F (2013). **Conocimiento, creatividad, Emprendimiento e Innovación.** Rev. Tribuna complutense. Opinión pág., 4.

Hayton, J., George, G., and Zahra, A. S. (2002). **National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research.** Entrepreneurship Theory and Practice, 26: 33- 49.

Herrera, H. (2008). **Investigación sobre redes sociales y emprendimiento: revisión de la literatura y agenda futura.** INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, Enero-Abril, 19-33.

Hodgson, G y Jiang, S. (2008). **La Economía de la Corrupción y la Corrupción de la Economía: Una Perspectiva Institucionalista**. Revista de Economía Institucional, v10: n.º 18, pp. 55-80.

Larraza, M; Contin, I y Bayona, C. (2007). **Actividad Emprendedora, Innovación y Desarrollo Económico en España. Economía Industrial**, Nº 363, 119-128.

Laso, E. (2010). **La Confianza como Encrucijada: Cultura, Desarrollo y Corrupción**. Athenea Digital. Revista De Pensamiento E Investigación Social, 0(17), 97-117.

Mancilla, C y Amoros, J (2012). **La Influencia de Factores Socio-Culturales en el Emprendimiento, Evidencia en Chile 2007 – 2010**. Multidisciplinary Business Review, Vol. 5, N°1 (Junio 2012). 16-40.

Mascarenhas, C; Loureiro, S; Salvato, M y Bernardes, P. (2011). **A relação entre confiança e custos de transação em Relacionamentos Interorganizacionais**. RAC, 15, n° 4, art 3, 608-630.

Mendes, J; Prado, F y Ramos, S. (2005). **Potencial Empreendedor e Liderança Criativa: um Estudo com Varejistas de Materiais de Construção da Cidade de Curitiba/Pr**. Revista de Administração da UNIMEP, v. 3, n. 3, 45-69.

Monzon, J., & Chaves Ávila, R. (2012). **La economía social en la Unión Europea**.

North, D (1990). **Institutions, Institutional Change, and Economic Performance**. Nueva York, Cambridge University Press.

ONUDI y ONUDD. (2008). **La Lucha contra la Corrupción**. Informe de Prevención de la Corrupción para Fomentar el Desarrollo de las Empresas Pequeñas y Medianas: Ayuda contra la corrupción a pequeñas empresas en países de desarrollo. Vol. 1, 13-38.

Paiva, A. (2007). **La Creatividad: Valor Trascendental**. Revista educación en valores, (7), 62-74.

Peñaherrera, M; y Cobos, F. (2012). **La Creatividad y el Emprendimiento en Tiempos de Crisis**. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación, v. 10, n. 2

Pinillos, M y Soriano, I (2008). **Valores, Motivaciones y Actividad Emprendedora**. Estableciendo puentes en una economía global. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing, ESIC. p.103

Pizarro, I; Real, J; y Sousa, E. (2000). **El Emprendedor Como Motor de la Creación de Conocimiento**. XIV Congreso Nacional De AEDEM: Inteligencia Empresarial. La gestión del conocimiento en la empresa.

Ramírez, M (2013). **Instituciones Informales y Actividad Emprendedora, una Aproximación Metodológica desde D. North**. Rev. Ciencias Estratégicas. Vol. 21.29. (p. 15-30)

Rodríguez, A. (2009). **Nuevas Perspectivas para Entender el Emprendimiento Empresarial**. Pensamiento & Gestión, (26), 94-119.

Rodríguez, M. (2012). **Economía y Cultura en La Confianza de Francis Fukuyama**. Ciencia Económica, 1(1), 99-105.

Sandoval, M. (2007). **Sociología de los Valores y Juventud**. Última Década, diciembre, 95-118.

Sanmartín, R (2001). **Etnografía de los Valores**. Teoría de la educación, Nº 12, 2000. 129-141.

Schumpeter, J. (1942). **Creative destruction. Capitalism, socialism and democracy**, p.82-5.

Schumpeter, J. (1957). **Teoría del desenvolvimiento económico: una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico**. Sección de Obras de Economía.

Scott, W (1995). **Institutions and Organizations. Ideas, Interests and Identities**. Thousand Oaks: Sage, v.1, p. 360. ISBN: 978-142242224

Shane, S y Venkataraman, S. (2000). ***The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research***. *Academy of Management Review*, 25, No. 1, 2, 217-226.

Shapero, A., y Sokol, L., (1983). ***The Social Dimensions of Entrepreneurship***, in C. Kent, D. Sexton, and K. H. Vesper (eds.) *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. 72-90.

Stephen, F; Urbano, D y Van Hemmmen, S (2005). ***The Impact of Institutions on Enterpreneurial Activity***. *Managerial and Decision Economics*, 26. 413-419.

Sternberg, R.J. y Lubart, T.I. (1993). ***Creative Giftedness: A Multivariate Investment Approach***. *Gifted Child Quarterly*, 37(1), pp. 7–15.

Storey, D. (1994). ***Understanding the small business sector***. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.

Thornton, P; Ribeiro-Soriano, D y Urbano, D (2011). ***Social-Cultural factors and entrepreneurial activity: An Overview***. *International Small Business Journal*. 29 (2), 105-118

Treffinger, D.J.; Feldhusen, J.F. y Isaksen, S.G. (1990). ***Organization and Structure of Productive Thinking***. *Creative Learning Today*, 4(2), pp. 6–8.

Turkina, E y Than, M (2013). ***Social Capital, networks, trust and immigration entrepreneurship: A cross-country analysis***. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global*. 7, n° 2. 108-124.

Urban, K. (1990). ***Recent Trends in Creativity Research and Theory in Western Europe***. *European Journal for High Ability*, v.1, pp. 99–113.

Urban, K. (1995). ***Different Models in Describing, Exploring, Explaining and Nurturing Creativity in Society***. *European Journal for High Ability*, 6, pp. 143–159.

Vega, C. (2015). ***Pape de trabajo, Aspectos Epistemológicos de la Estimación Estadística de los modelos: Investigación Ex.post-Facto.*** IMYCA, Universidad de Carabobo, Facultad de Ingeniería. Abril. 1-8.

Venkataraman, S. (1997). ***The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research.*** Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth, 3(1), 119-138.

Zapata, C y Rojas, M. (2010). ***Una Revisión Crítica al Modelado de la Confianza a Nivel Organizacional.*** Estudios gerenciales, 26(116), 193-208.

Zimmer, C. (1986). ***Entrepreneurship through social networks. The art and science of entrepreneurship.*** Ballinger, Cambridge, MA, 3-23.

APÉNDICE

Modelo A1: Estimación del Efecto de la Creatividad sobre Emprendimiento

Modelo A1: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21				
Variable dependiente: TEA				
<i>Variable</i>	<i>Coeficiente</i>	<i>Desv. típica</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>valor p</i>
const	0,0403261	0,0429215	0,9395	0,35925
CRET	0,435152	0,161278	2,6982	0,01425 **
Media de la var. dependiente=0,146524 Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303 Suma de cuadrados de los residuos = 0,116942 Desviación típica de los residuos = 0,0784528 $R^2 = 0,277017$ R^2 corregido = 0,238966 Grados de libertad = 19 Log-verosimilitud=24,7036 Criterio de información de Akaike = -45,4072 Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -43,3181 Criterio de Hannan-Quinn = -44,9538				
Contraste de heterocedasticidad de White - Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad Estadístico de contraste: $TR^2 = 2,50648$ con valor p = $P(\text{Chi-Square}(2) > 2,50648) = 0,285578$				
Contraste de normalidad de los residuos - Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 1,56725 con valor p = 0,456747				

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo A2: Estimación del Efecto de la Confianza sobre el Emprendimiento

Modelo A2: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21				
Variable dependiente: TEA				
<i>Variable</i>	<i>Coefficiente</i>	<i>Desv. típica</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>valor p</i>
const	0,181041	0,0316641	5,7175	0,00002***
CONF	-0,204646	0,149253	-1,3711	0,18631
Media de la var. dependiente = 0,146524 Desviación típica de la var. dependiente= 0,0899303 Suma de cuadrados de los residuos = 0,147186 Desviación típica de los residuos = 0,0880148 $R^2 = 0,0900387$ R^2 corregido = 0,042146 Grados de libertad = 19 Log-verosimilitud = 22,2884 Criterio de información de Akaike = -40,5768 Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -38,4878 Criterio de Hannan-Quinn = -40,1235				
Contraste de heterocedasticidad de White - Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad Estadístico de contraste: $TR^2 = 0,407749$ con valor p = $P(\text{Chi-Square}(2) > 0,407749) = 0,815565$				
Contraste de normalidad de los residuos - Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente Estadístico de contraste: $\text{Chi-cuadrado}(2) = 7,54214$ con valor p = 0,0230274				

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo A3: Estimación del Efecto de la Corrupción sobre el Emprendimiento

Modelo A3: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21				
Variable dependiente: TEA				
<i>Variable</i>	<i>Coefficiente</i>	<i>Desv. típica</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>valor p</i>
const	0,20062	0,0778687	2,5764	0,01849**
CRRP	-0,0013365	0,0018602	-0,7185	0,4812
Media de la var. dependiente = 0,146524 Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303 Suma de cuadrados de los residuos = 0,157471 Desviación típica de los residuos = 0,0910381 $R^2 = 0,0264512$ R^2 corregido = -0,0247882 Grados de libertad = 19 Log-verosimilitud= 21,5792 Criterio de información de Akaike = -39,1584 Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -37,0693 Criterio de Hannan-Quinn = -38,705				
Contraste de heterocedasticidad de White - Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad Estadístico de contraste: $TR^2 = 0,843752$ con valor p = $P(\text{Chi-Square}(2) > 0,843752) = 0,655815$				
Contraste de normalidad de los residuos - Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 5,92349 con valor p = 0,0517285				

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo A4: Estimación del Efecto de la Creatividad y Confianza sobre el Emprendimiento

Modelo A4: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21					<ul style="list-style-type: none"> • Contraste de heterocedasticidad de White -
Variable dependiente: TEA					
Variable	Coefficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p	Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
const	0,0512851	0,0663955	0,7724	0,44989	Estadístico de contraste: $TR^2 = 4,59054$
CRET	0,414229	0,190737	2,1717	0,04349**	con valor p = $P(\text{Chi-Square}(5) > 4,59054) = 0,467861$
CONF	-0,0347015	0,157339	-0,2206	0,82792	<ul style="list-style-type: none"> • Contraste de normalidad de los residuos -
Media de la var. dependiente = 0,146524 Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303 Suma de cuadrados de los residuos = 0,116627 Desviación típica de los residuos = 0,0804939 $R^2 = 0,278966$ R^2 corregido = 0,198851 Estadístico F (2, 18) = 3,48207 (valor p = 0,0527) Log-verosimilitud = 24,7319 Criterio de información de Akaike = -43,4639 Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -40,3303 Criterio de Hannan-Quinn = -42,7838					Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 1,37679 con valor p = 0,502381
					<ul style="list-style-type: none"> • Factores de inflación de varianza (VIF) Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad
					3) CRET 1,329 2) CONF 1,329 $VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, donde R(j) es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes Propiedades de la matriz X'X: norma-1 = 29,667 Determinante = 1,3005881 Número de condición recíproca = 0,003483108

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo A5: Estimación del Efecto de la Creatividad y Corrupción sobre el Emprendimiento

Modelo A5: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21 Variable dependiente: TEA					<ul style="list-style-type: none"> • Contraste de heterocedasticidad de White - Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad Estadístico de contraste: $TR^2 = 7,30714$ con valor $p = P(\text{Chi-Square}(5) > 7,30714) =$
Variable	Coeficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p	
const	0,0324553	0,096311	0,337	0,74003	
CRET	0,440691	0,176281	2,4999	0,02231*	
CRRP	0,00016105	0,00175213	0,0919	0,92778	
Media de la var. dependiente = 0,146524 Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303 Suma de cuadrados de los residuos = 0,116887 Desviación típica de los residuos = 0,0805836 $R^2 = 0,277356$ R^2 corregido = 0,197063 Estadístico F (2, 18) = 3,45427 (valor $p = 0,0537$) Log-verosimilitud = 24,7085 Criterio de información de Akaike = -43,417 Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -40,2835 Criterio de Hannan-Quinn = -42,737					<ul style="list-style-type: none"> • Contraste de normalidad de los residuos - Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = con valor $p = 0,468427$ • Factores de inflación de varianza (VIF) Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que pueden indicar un problema de colinealidad 3) CRET 1,132 4) CRRP 1,132 $VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, donde $R(j)$ es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes Propiedades de la matriz norma-1 = 37849,301 Determinante = 10511,164 Número de condición recíproca = 3,9863718e-006

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo A6: Estimación del Efecto de la Confianza y Corrupción sobre el Emprendimiento

Modelo A6: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21					<ul style="list-style-type: none"> • Contraste de heterocedasticidad de White -
Variable dependiente: TEA					
<i>Variable</i>	<i>Coefficiente</i>	<i>Desv. típica</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>valor p</i>	Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
const	0,242215	0,0815336	2,9707	0,00819***	Estadístico de contraste: $TR^2 = 1,60497$
CONF	-0,211668	0,150832	-1,4033	0,17753	con valor p = $P(\text{Chi-Square}(5) > 1,60497) = 0,900648$
CRRP	-0,001482	0,0018174	-0,8155	0,42544	<ul style="list-style-type: none"> • Contraste de normalidad de los residuos -
Media de la var. dependiente = 0,146524					Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente
Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303					Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 5,40054
Suma de cuadrados de los residuos = 0,141941					con valor p = 0,0671874
Desviación típica de los residuos = 0,088801					<ul style="list-style-type: none"> • Factores de inflación de varianza (VIF)
$R^2 = 0,122461$					Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0
R^2 corregido = 0,024957					pueden indicar un problema de colinealidad
Estadístico F (2, 18) = 1,25596 (valor p = 0,309)					2) CONF 1,003
Log-verosimilitud = 22,6694					4) CRRP 1,003
Criterio de información de Akaike = -39,3387					VIF(j) = $1/(1 - R(j)^2)$, donde R(j) es el coeficiente de correlación
Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -36,2052					múltiple entre la variable j y las demás variables independientes
Criterio de Hannan-Quinn = -38,6587					Propiedades de la matriz X'X:
					norma-1 = 37791,719
					Determinante = 17434,747
					Número de condición recíproca = 7,6609935e-006

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo A7: Estimación del Efecto de la Creatividad, Confianza y Corrupción sobre el Emprendimiento

Modelo A7: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21 Variable dependiente: TEA					<ul style="list-style-type: none"> • Contraste de heterocedasticidad de White - Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad Estadístico de contraste: $TR^2 = 11,0605$ con valor p = $P(\text{Chi-Square}(9) > 11,0605) = 0,271586$ • Contraste de normalidad de los residuos - Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 1,3697 con valor p = 0,504165 • Factores de inflación de varianza (VIF) Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad
Variable	Coeficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p	
const	0,0479909	0,126503	0,3794	0,70911	
CRET	0,417101	0,217101	1,9212	0,07163*	
CONF	-0,0332484	0,16857	-0,1972	0,84598	
CRRP	5,80E-05	0,0018751	0,0309	0,97568	
Media de la var. dependiente = 0,146524 Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303 Suma de cuadrados de los residuos = 0,11662 Desviación típica de los residuos = 0,0828252 $R^2 = 0,279006$ R^2 corregido = 0,151772 Estadístico F (3, 17) = 2,19286 (valor p = 0,126) Log-verosimilitud = 24,7325 Criterio de información de Akaike = -41,465 Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -37,287 Criterio de Hannan-Quinn = -40,5583					<ul style="list-style-type: none"> 3) CRET 1,626 2) CONF 1,440 4) CRRP 1,228 VIF(j) = $1/(1 - R(j)^2)$, donde R(j) es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes Propiedades de la matriz X'X: norma-1 = 37991,02 Determinante = 2537,5534 Número de condición recíproca = 2,0194204e-006

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo B1: Estimación del Efecto de la Creatividad sobre Emprendimiento, Incluyendo Variables de Control

Modelo B1: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21				
Variable dependiente: TEA				
Variable	Coeficiente	Desv. típica	Estadístico <i>t</i>	valor p
const	-0,118384	0,0723107	-1,6372	0,1224
CRET	0,788251	0,14448	5,4558	0,00007***
vPIBper	2,19005	0,63551	3,4461	0,0036***
Desmp	-0,882459	0,305772	-2,886	0,01131**
property_rights	0,000798222	0,000942456	0,847	0,41033
Level_School	0,298032	0,205256	1,452	0,1671
<p>Media de la var. dependiente = 0,146524</p> <p>Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303</p> <p>Suma de cuadrados de los residuos = 0,0416668</p> <p>Desviación típica de los residuos = 0,0527047</p> <p>$R^2 = 0,742399$</p> <p>R^2 corregido = 0,656532</p> <p>Estadístico F (5, 15) = 8,64591 (valor p = 0,000505)</p> <p>Log-verosimilitud = 35,5393</p> <p>Criterio de información de Akaike = -59,0786</p> <p>Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -52,8115</p> <p>Criterio de Hannan-Quinn = -57,7185</p>				

- Contraste de heterocedasticidad de White -
Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
Estadístico de contraste: $TR^2 = 6,38815$
con valor p = $P(\text{Chi-Square}(10) > 6,38815) = 0,781667$
- Contraste de normalidad de los residuos -
Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente
Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 3,0208
con valor p = 0,220821
- Factores de inflación de varianza (VIF)
Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad

3)	CRET	1,778
6)	vPIBper	1,421
5)	Desmp	1,998
10)	property_rights	1,225
14)	Level_School	2,128

VIF(j) = $1/(1 - R(j)^2)$, donde R(j) es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes

Propiedades de la matriz X'X:

norma-1 = 43303,354

Determinante = 0,45354422

Número de condición recíproca = 1,2407133e-007

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo B2: Estimación del Efecto de la Confianza sobre Emprendimiento, Incluyendo Variables de Control

Modelo B2: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21				
Variable dependiente: TEA				
Variable	Coefficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p
const	0,204846	0,0895384	2,2878	0,03709**
CONF	-0,314455	0,164007	-1,9173	0,07444*
vPIBper	1,80701	0,993896	1,8181	0,08907*
Desmp	-0,150906	0,412185	-0,3661	0,71939
property_rights	-0,000708472	0,00156875	-0,4516	0,65801
Level_School	-0,0900843	0,290612	-0,31	0,76084
<p>Media de la var. dependiente = 0,146524</p> <p>Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303</p> <p>Suma de cuadrados de los residuos = 0,0998728</p> <p>Desviación típica de los residuos = 0,0815977</p> <p>$R^2 = 0,382546$</p> <p>R^2 corregido = 0,176728</p> <p>Estadístico F (5, 15) = 1,85866 (valor p = 0,162)</p> <p>Log-verosimilitud = 26,3603</p> <p>Criterio de información de Akaike = -40,7206</p> <p>Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -34,4534</p> <p>Criterio de Hannan-Quinn = -39,3604</p>				

- Contraste de heterocedasticidad de White -
Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
Estadístico de contraste: $TR^2 = 4,21007$
con valor p = $P(\text{Chi-Square}(10) > 4,21007) = 0,937373$
- Contraste de normalidad de los residuos -
Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente
Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 8,4833
con valor p = 0,0143838
- Factores de inflación de varianza (VIF)
Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad

2)	CONF	1,405
6)	vPIBper	1,450
5)	Desmp	1,515
10)	property_rights	1,416
14)	Level_School	1,779

VIF(j) = $1/(1 - R(j)^2)$, donde R(j) es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes

Propiedades de la matriz X'X:
norma-1 = 43231,119
Determinante = 0,84365721
Número de condición recíproca = 1,2289911e-007

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo B3: Estimación del Efecto de la Corrupción sobre Emprendimiento, Incluyendo Variables de Control

Modelo B3: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21					<ul style="list-style-type: none"> • Contraste de heterocedasticidad de White - Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad Estadístico de contraste: $TR^2 = 4,46483$ con valor $p = P(\text{Chi-Square}(10) > 4,46483) = 0,923952$ • Contraste de normalidad de los residuos - Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 3,20927 con valor $p = 0,200962$ • Factores de inflación de varianza (VIF) Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad 4) CRRP 3,081 6) vPIBper 1,380 5) Desmp 1,483 10) property_rights 3,359 14) Level_School 1,496 VIF(j) = $1/(1 - R(j)^2)$, donde R(j) es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes Propiedades de la matriz X'X: norma-1 = 81766,269 Determinante = 2649,3408 Número de condición recíproca = 7,128165e-008
Variable dependiente: TEA					
Variable	Coefficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p	
const	0,177583	0,0951699	1,866	0,08172*	
CRRP	-0,00341074	0,00314471	-1,0846	0,29523	
vPIBper	1,46822	1,04177	1,4093	0,17913	
Desmp	-0,0452265	0,438177	-0,1032	0,91916	
property_rights	0,00266333	0,00259598	1,0259	0,32118	
Level_School	-0,298594	0,286311	-1,0429	0,31351	
Media de la var. dependiente = 0,146524 Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303 Suma de cuadrados de los residuos = 0,115306 Desviación típica de los residuos = 0,0876761 $R^2 = 0,287128$ R^2 corregido = 0,0495043 Estadístico F (5, 15) = 1,20833 (valor $p = 0,352$) Log-verosimilitud = 24,8515 Criterio de información de Akaike = -37,7029 Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -31,4358 Criterio de Hannan-Quinn = -36,3428					

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo B4: Estimación del Efecto de la Creatividad y Confianza sobre Emprendimiento, Incluyendo Variables de Control

Modelo B4: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21				
Variable dependiente: TEA				
Variable	Coefficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p
const	-0,105219	0,091913	-1,1448	0,2715
CRET	0,766857	0,172767	4,4387	0,00056***
CONF	-0,0311297	0,126674	-0,2457	0,80944
vPIBper	2,22263	0,669649	3,3191	0,00507***
Desmp	-0,870962	0,319271	-2,728	0,01634**
property_rights	0,000676555	0,00109211	0,6195	0,54554
Level_School	0,303579	0,213202	1,4239	0,17638
Media de la var. dependiente = 0,146524 Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303 Suma de cuadrados de los residuos = 0,0414878 Desviación típica de los residuos = 0,0544373 $R^2 = 0,743505$ R^2 corregido = 0,633579 Estadístico F (6, 14) = 6,76367 (valor p = 0,00158) Log-verosimilitud = 35,5845 Criterio de información de Akaike = -57,169 Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -49,8574 Criterio de Hannan-Quinn = -55,5822				

- Contraste de heterocedasticidad de White -
Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
Estadístico de contraste: $TR^2 = 6,74989$
con valor p = $P(\text{Chi-Square}(12) > 6,74989) = 0,873689$
- Contraste de normalidad de los residuos -
Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente
Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 2,61673
con valor p = 0,270262
- Factores de inflación de varianza (VIF)
Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad
 - 2) CONF 1,883
 - 3) CRET 2,383
 - 6) vPIBper 1,479
 - 5) Desmp 2,042
 - 10) property_rights 1,542
 - 14) Level_School 2,152 $VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, donde R(j) es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes
 Propiedades de la matriz X'X:
 norma-1 = 43443,204
 Determinante = 0,083760219
 Número de condición recíproca = 1,1834155e-007

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo B5: Estimación del Efecto de la Creatividad y Corrupción sobre Emprendimiento, Incluyendo Variables de Control

Modelo B5: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21				
Variable dependiente: TEA				
Variable	Coefficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p
const	-0,106895	0,0818996	-1,3052	0,21287
CRET	0,774159	0,154646	5,006	0,00019***
CRRP	-0,000685248	0,00202338	-0,3387	0,73989
vPIBper	2,22459	0,663026	3,3552	0,00471***
Desmp	-0,869438	0,317552	-2,7379	0,01602**
property_rights	0,00124296	0,00163354	0,7609	0,45934
Level_School	0,290165	0,212866	1,3631	0,19436
<p>Media de la var. dependiente = 0,146524</p> <p>Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303</p> <p>Suma de cuadrados de los residuos = 0,0413282</p> <p>Desviación típica de los residuos = 0,0543325</p> <p>$R^2 = 0,744492$</p> <p>R^2 corregido = 0,634989</p> <p>Estadístico F (6, 14) = 6,7988 (valor p = 0,00154)</p> <p>Log-verosimilitud = 35,625</p> <p>Criterio de información de Akaike = -57,25</p> <p>Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -49,9383</p> <p>Criterio de Hannan-Quinn = -55,6631</p>				

- Contraste de heterocedasticidad de White -
Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
Estadístico de contraste: $TR^2 = 9,08967$
con valor p = $P(\text{Chi-Square}(12) > 9,08967) = 0,695253$
- Contraste de normalidad de los residuos -
Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente
Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 2,95484
con valor p = 0,228226
- Factores de inflación de varianza (VIF)
Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad

3)	CRET	1,917
4)	CRRP	3,322
6)	vPIBper	1,456
5)	Desmp	2,028
10)	property_rights	3,463
14)	Level_School	2,153

VIF(j) = $1/(1 - R(j)^2)$, donde R(j) es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes

Propiedades de la matriz X'X:
norma-1 = 81978,354
Determinante = 327,02542
Número de condición recíproca = 6,4995413e-008

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo B6: Estimación del Efecto de la Confianza y Corrupción sobre Emprendimiento, Incluyendo Variables de Control

Modelo B6: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21				
Variable dependiente: TEA				
Variable	Coefficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p
const	0,217545	0,0938412	2,3182	0,03608**
CONF	-0,282571	0,175597	-1,6092	0,12988
CRRP	-0,00190352	0,00313352	-0,6075	0,55326
vPIBper	1,89102	1,02486	1,8452	0,08627*
Desmp	-0,145048	0,421249	-0,3443	0,73572
property_rights	0,000659932	0,00276466	0,2387	0,81479
Level_School	-0,104241	0,297837	-0,35	0,73155
<p>Media de la var. dependiente = 0,146524</p> <p>Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303</p> <p>Suma de cuadrados de los residuos = 0,0973079</p> <p>Desviación típica de los residuos = 0,08337</p> <p>$R^2 = 0,398403$</p> <p>R^2 corregido = 0,140576</p> <p>Estadístico F (6, 14) = 1,54523 (valor p = 0,235)</p> <p>Log-verosimilitud = 26,6335</p> <p>Criterio de información de Akaike = -39,2669</p> <p>Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -31,9553</p> <p>Criterio de Hannan-Quinn = -37,6801</p>				

- Contraste de heterocedasticidad de White -
Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
Estadístico de contraste: $TR^2 = 5,75917$
con valor p = $P(\text{Chi-Square}(12) > 5,75917) = 0,927732$
- Contraste de normalidad de los residuos -
Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente
Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 6,82593
con valor p = 0,0329433
- Factores de inflación de varianza (VIF)
Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad
 - 2) CONF 1,543
 - 4) CRRP 3,384
 - 6) vPIBper 1,477
 - 5) Desmp 1,515
 - 10) property_rights 4,213
 - 14) Level_School 1,790

$VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, donde $R(j)$ es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes

Propiedades de la matriz $X'X$:

norma-1 = 81906,119

Determinante = 597,2029

Número de condición recíproca = 6,4481654e-008

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.

Modelo B7: Estimación del Efecto de la Creatividad, Confianza y Corrupción sobre Emprendimiento, Incluyendo Variables de Control

Modelo B7: estimaciones MCO utilizando las 21 observaciones 1-21				
Variable dependiente: TEA				
Variable	Coefficiente	Desv. típica	Estadístico t	valor p
const	-0,0981453	0,0982563	-0,9989	0,33609
CRET	0,759443	0,180603	4,205	0,00103***
CONF	-0,0236348	0,133646	-0,1768	0,86235
CRRP	-0,00061099	0,00213887	-0,2857	0,77964
vPIBper	2,24557	0,697399	3,2199	0,00671***
Desmp	-0,86212	0,331735	-2,5988	0,02206**
property_rights	0,00110239	0,00187047	0,5894	0,56572
Level_School	0,295229	0,222487	1,3269	0,20736
<p>Media de la var. dependiente = 0,146524</p> <p>Desviación típica de la var. dependiente. = 0,0899303</p> <p>Suma de cuadrados de los residuos = 0,041229</p> <p>Desviación típica de los residuos = 0,0563158</p> <p>$R^2 = 0,745105$</p> <p>R^2 corregido = 0,607854</p> <p>Estadístico F (7, 13) = 5,42878 (valor p = 0,00434)</p> <p>Log-verosimilitud = 35,6502</p> <p>Criterio de información de Akaike = -55,3004</p> <p>Criterio de información Bayesiano de Schwarz = -46,9442</p> <p>Criterio de Hannan-Quinn = -53,4869</p>				

- Contraste de heterocedasticidad de White - Hipótesis nula: No hay heterocedasticidad
Estadístico de contraste: $TR^2 = 13,9967$
con valor p = $P(\text{Chi-Square}(14) > 13,9967) = 0,44996$
- Contraste de normalidad de los residuos - Hipótesis nula: el error se distribuye normalmente
Estadístico de contraste: Chi-cuadrado(2) = 2,58102
con valor p = 0,27513
- Factores de inflación de varianza (VIF)
Mínimo valor posible = 1.0 y Valores mayores que 10.0 pueden indicar un problema de colinealidad

3)	CRET	2,434
2)	CONF	1,958
4)	CRRP	3,455
6)	vPIBper	1,499
5)	Desmp	2,060
10)	property_rights	4,226
14)	Level_School	2,189

$VIF(j) = 1/(1 - R(j)^2)$, donde R(j) es el coeficiente de correlación múltiple entre la variable j y las demás variables independientes

Propiedades de la matriz X'X:
norma-1 = 82118,204
Determinante = 58,067137
Número de condición recíproca = 6,2535412e-008

Fuente: Elaboración Propia, a partir de base de datos del Transparency International, GEM, WVS.