

FUCAPE FUNDAÇÃO DE PESQUISA E ENSINO

PATRICIA AKEMI SAKAGUTI MOTOKI

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA NO EMPREENDEDORISMO:
diferenças entre as percepções das culturas portuguesa e
espanhola**

**VITÓRIA
2020**

PATRICIA AKEMI SAKAGUTI MOTOKI

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA NO EMPREENDEDORISMO:
diferenças entre as percepções das culturas portuguesa e
espanhola**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração, da Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Orientador: Professor Dr. Emerson Wagner Mainardes

**VITÓRIA
2020**

PATRICIA AKEMI SAKAGUTI MOTOKI

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA NO EMPREENDEDORISMO:
diferenças entre as percepções das culturas portuguesa e
espanhola**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração.

Aprovada em 05 de outubro de 2020.

COMISSÃO EXAMINADORA

Profº Dr.: EMERSON WAGNER MAINARDES
Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino

Profª Dra.: SILVANIA NERIS NOSSA
Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino

Profª Dra.: ARILDA MAGNA CAMPAGNARO TEIXEIRA
Fucape Fundação de Pesquisa e Ensino

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais pelo apoio e incentivo aos estudos e por me ensinarem que a educação é um bem valioso.

Ao meu marido, por sempre me incentivar e encorajar a buscar novos desafios, pelo apoio incondicional e por ser meu porto seguro.

Às minhas filhas, Asami e Mai, por serem minhas fontes de amor, coragem e motivação.

Aos meus sogros, Celina e Carlos, por cuidarem das minhas filhas e assim, me proporcionarem uma caminhada mais tranquila durante o mestrado.

Ao meu cunhado, Fabio, pela oportunidade de trabalhar na BBR e cursar o mestrado, coisas que nunca havia cogitado fazer na vida, mas que me revitalizaram.

À equipe da Secretaria de Pesquisa, Lorene, Ana Rosa, Michelle, Maria e Kamila, pelo acolhimento, amizade, companheirismo, e por tornarem o dia a dia de trabalho mais alegre.

Aos colegas, Diego, Anália, Abraão, Henrique, Rafael, Thiago e Demetrius, e professores do curso de Mestrado, pelo convívio e crescimento durante essa jornada.

Ao Professor Emerson, por aceitar ser meu orientador, pela disponibilidade e excelência no processo de orientação. Toda a minha admiração e respeito pelo seu trabalho e por sua atitude como profissional.

À FAPES – Fundação de Amparo à Pesquisa, pelo apoio no desenvolvimento deste estudo.

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi verificar se a cultura nacional exerce influência na percepção de oportunidades e intolerância ao risco dos empreendedores de países de língua portuguesa e espanhola. Embora Portugal e Espanha tenham origem na Península Ibérica, ambos desenvolveram culturas distintas, transmitidas às suas respectivas colônias juntamente com as suas línguas. Empregando-se a linguagem como *proxy* para herança cultural, Portugal e Espanha foram analisados em conjunto com suas antigas colônias utilizando os dados de 2011 a 2015 fornecidos pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (2018). O primeiro modelo indica que os indivíduos da cultura portuguesa que possuem conhecimentos e habilidades prévios têm uma chance maior de perceber oportunidades quando comparados aos indivíduos de cultura espanhola. Este mesmo modelo mostra também que os indivíduos de cultura portuguesa que apresentam algum grau de intolerância ao risco, da mesma forma, têm maior probabilidade de perceber oportunidades. Os resultados do segundo modelo indicam um efeito direto da cultura nacional, sugerindo que os indivíduos de cultura portuguesa são mais propensos a serem intolerantes ao risco do que os de cultura espanhola. No entanto, um efeito indireto sinaliza que nos países de cultura portuguesa, os conhecimentos e habilidades prévios têm um efeito ainda maior na redução da intolerância ao risco. Esses achados podem impactar a forma de gerir o empreendedorismo em países de tais culturas. Além disso, contribuem para o desenvolvimento de políticas públicas mais direcionadas para o desenvolvimento empreendedor de uma nação e para transposição dessas políticas entre países com contexto cultural comum.

Palavras-chave: Cultura nacional; Empreendedorismo; Percepção de oportunidades; Intolerância ao risco; Cultura portuguesa; Cultura espanhola.

ABSTRACT

The aim of this research is to verify if national culture influences the perception of opportunities and risk intolerance of entrepreneurs from Portuguese and Spanish speaking countries. Although Portugal and Spain are in the Iberian Peninsula, both developed distinct cultures, transmitted to their respective colonies along with their languages. Using language as a proxy for cultural heritage, Portugal and Spain were analyzed together with their former colonies using data from 2011 to 2015 provided by the Global Entrepreneurship Monitor (2018). The first model indicates that individuals from Portuguese culture who have previous knowledge and skills have an increased chance of perceiving opportunities when compared to Spanish culture individuals. This same model also shows that individuals of Portuguese culture who have some degree of risk intolerance are also more likely to perceive opportunities. Results from the second model indicate a direct effect of the national culture, suggesting that individuals of Portuguese culture are more prone to be risk intolerant than those of Spanish culture. However, an indirect effect signals that in Portuguese culture countries, previous knowledge and skills have an even greater effect of reducing risk intolerance. These findings may impact the way of managing entrepreneurship in countries possessing these Iberian cultures. In addition, they contribute to the development of public policies more targeted to the entrepreneurial development of a nation and to the transposition of these policies between countries with a common cultural context.

Keywords: National culture; Entrepreneurship; Opportunity perception; Risk intolerance; Portuguese culture; Spanish culture.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	12
2.1. TRAÇOS DE PERSONALIDADE E EMPREENDEDORISMO	12
2.2. ESTUDOS COMPARATIVOS NO ÂMBITO DE PAÍS	17
2.3. CULTURA NACIONAL E EMPREENDEDORISMO	21
2.4. DESENVOLVIMENTO DA HIPÓTESE	26
3. METODOLOGIA DA PESQUISA.....	30
3.1. CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA	30
3.2. BASE DE DADOS	31
3.3. MODELO DE REGRESSÃO	31
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	37
4.1. RESULTADO DAS REGRESSÕES	41
4.2. ANÁLISE DA INTERAÇÃO ENTRE CULTURA NACIONAL E ASPECTOS DO EMPREENDEDORISMO	45
4.3. ANÁLISE DOS CONTROLES	48
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	51
REFERÊNCIAS.....	55
APÊNDICE A – NÚMERO DE OBSERVAÇÕES POR PAÍS.....	63
APÊNDICE B – EQUAÇÕES E RESULTADOS DOS MODELOS LOGIT E DE PROBABILIDADE LINEAR	64

Capítulo 1

1. INTRODUÇÃO

O objetivo desta pesquisa foi verificar se a cultura nacional exerce influência na percepção de aspectos do empreendedorismo (percepção de oportunidades e intolerância ao risco) dos empreendedores de países de língua portuguesa e espanhola. Embora Portugal e Espanha tenham origem na Península Ibérica, ambos desenvolveram culturas distintas, transmitidas às suas respectivas colônias juntamente com as suas línguas (Böröcz & Sarkar, 2012; McAlister, 1984). Portanto, postula-se aqui que os empreendedores desses países têm diferentes percepções relativas a aspectos do empreendedorismo.

As nações têm se empenhando em criar uma cultura empreendedora com o intuito de gerar novos empregos, já que características como a avaliação positiva da tomada de riscos podem desempenhar um papel determinante no crescimento econômico (Baumol, Litan, & Schramm, 2007; Mthanti & Ojah, 2017). Pesquisas anteriores ligam fatores culturais à atividade empreendedora, indicando que a cultura pode ser um importante determinante do empreendedorismo (Alesina & Giuliano, 2015; Autio, Pathak, & Wennberg, 2013; Bruton, Ahlstrom, & Li, 2010; Clercq, Lim, & Oh, 2013; R. Fernandez, 2011; Hechavarria, 2016; Hechavarria & Reynolds, 2009; Laskovaia, Shirokova, & Morris, 2017; Stephan & Pathak, 2016; Uhlaner & Thurik, 2007; Urbano & C. Alvarez, 2014; Woodside, Bernal, & Coduras, 2016).

A cultura nacional molda os valores e comportamentos sociais, afetando todas as atividades de sua sociedade (Alesina & Giuliano, 2015; Hofstede et al., 2004). Portanto, pode-se supor que a cultura nacional afeta a percepção dos indivíduos sobre diversos aspectos relacionados ao empreendedorismo, como percepção de

oportunidades, tolerância ao risco, desenvolvimento do conhecimento, percepção da sociedade em relação ao empreendedorismo e as razões para empreender (Hayton, George, & Zahra, 2002; Hayton & Cacciotti, 2013; Hofstede et al., 2004).

Em vista disso, esta pesquisa enquadra-se no contexto da cultura nacional como determinante do desenvolvimento do empreendedorismo e, em última instância, do desempenho econômico (Fayolle, Basso, & Bouchard, 2010; Hayton et al., 2002; Urbano, Aparicio, & Audretsch, 2018), ao mesmo tempo em que estende a análise da cultura para o campo da linguagem (Terjesen, Hessels, & Li, 2016). Embora existam estudos prévios sobre empreendedorismo e linguagem (por exemplo, Jones-Evans, Thompson, & Kwong, 2011), a abordagem deste se difere, uma vez que a linguagem aqui é uma *proxy* para uma herança cultural comum subjacente em diferentes países.

Dessa forma, este estudo baseia-se na linguagem como um substituto para a cultura. A linguagem ajuda a definir uma pessoa, incluindo como pensa e se identifica com um determinado grupo étnico, e pode ser usada para criar um senso de identidade nacional (Watson, 2007). Assim, a língua e a cultura estão intrinsecamente relacionadas e devem ser analisadas em conjunto (Sapir, 1929; Whorf, 2012).

Principalmente por causa da linguagem, os países colonizados tendem a adquirir a cultura de seu colonizador (Taras, Kirkman, & Steel, 2010; Watson, 2007). Como a cultura nacional é um determinante importante do desenvolvimento do empreendedorismo (Fayolle et al., 2010; Hayton et al., 2002; Urbano et al., 2018), uma melhor compreensão de como a cultura se relaciona com os aspectos dos empreendedores pode facilitar a transposição de políticas relacionadas ao empreendedorismo entre os países.

Vários países com uma história colonizadora, como Portugal e Espanha, espalharam suas culturas, juntamente com suas línguas, por meio de suas antigas

colônias. A cultura tem efeitos duradouros (Greif, 1994), e geralmente considera-se ser transmitida de forma bastante inalterada de geração em geração (Alesina & Giuliano, 2015). Além disso, Valliere (2017) argumenta que um contexto comum, como a religião, pode estar relacionado ao empreendedorismo. Dessa forma, é razoável supor que as antigas colônias apresentem características semelhantes ao país colonizador no que diz respeito ao empreendedorismo.

Os países de cultura portuguesa e espanhola são de especial interesse. Portugal e Espanha foram os dois países europeus mais expansivos em termos de estratégia de colonização antes do século XIX (Fieldhouse, 1982). Ademais, a maioria de suas antigas colônias são latino-americanas, uma região importante com carência de estudos envolvendo empreendedorismo (C. Alvarez, Urbano, & Amorós, 2014).

A presente pesquisa também tenta preencher uma lacuna entre duas vertentes na literatura dos determinantes do empreendedorismo, relacionando as características do empreendedor no nível individual com a cultura nacional, um fator de nível macro (Autio et al., 2013; Dheer, 2017; Laskovaia et al., 2017). Ao mesmo tempo, também responde ao chamado de C. Alvarez, Urbano e Amorós (2014) para mais pesquisas com países latino-americanos usando o conjunto de dados do *Global Entrepreneurship Monitor* - GEM.

Dessa forma, o desenho deste estudo baseia-se em micro dados de nível empresarial fornecidos por pesquisas realizadas entre 2011 e 2015 pelo GEM (Global Entrepreneurship Monitor, 2018). A base de dados do GEM fornece informações sobre atividades e percepções empreendedoras em escala global. E visto que o foco desta investigação é nos empreendedores, foram considerados no conjunto de dados apenas indivíduos classificados como TEA (atividade empreendedora em estágio inicial), que compreende a população em idade ativa que iniciou ou está administrando

um negócio próprio de até 42 meses. Aqueles que não pertencem à TEA foram eliminados. Este critério, bem como os requisitos de dados, deu origem a 27.040 observações de 3 países de cultura portuguesa e 14 de cultura espanhola.

A pesquisa aplicou modelos de probabilidade linear para relacionar as variáveis dependentes, percepção de oportunidades e intolerância ao risco, com a cultura nacional, demais aspectos empreendedores (conhecimentos e habilidades prévios, intolerância ao risco, percepção da sociedade e razão para empreender) e um conjunto de controles (Hayton et al., 2002; Hofstede et al., 2004). A variável intolerância ao risco atua como dependente em um modelo e como explicativa em outro. Os modelos também examinam as interações entre a cultura nacional e as demais variáveis independentes e controles com o intuito de identificar possíveis efeitos diferenciais entre as culturas portuguesa e espanhola. Por fim, levam em conta fatores em nível de país (Índice de Desenvolvimento Humano, Índice de Liberdade Econômica, Índice de Percepção de Corrupção, Delta do PIB e Delta da População), assim como efeitos fixos de país e ano da pesquisa.

O modelo de determinantes da percepção de oportunidades indica que os indivíduos de cultura portuguesa que possuem conhecimentos e habilidades prévios têm uma maior probabilidade de perceber de oportunidades quando comparados aos indivíduos de cultura espanhola, reforçando o efeito direto observado dos conhecimentos prévios. Esse mesmo modelo também mostra que aqueles que pertencem à cultura portuguesa e que apresentam algum grau de intolerância ao risco também têm maior probabilidade de perceber oportunidades, contrabalançando parcialmente a relação direta negativa entre intolerância ao risco e percepção de oportunidades. Quanto aos determinantes de intolerância ao risco, os resultados indicam efeito direto da cultura nacional, sugerindo que os indivíduos de cultura

portuguesa têm maior probabilidade de serem intolerantes aos riscos do que os de cultura espanhola. No entanto, um efeito indireto sinaliza que nos países de cultura portuguesa, conhecimentos e competências anteriores têm um efeito ainda maior na redução da intolerância ao risco.

Diante do exposto, observa-se que há indícios de que a proximidade cultural é uma dimensão importante sobre como as pessoas percebem experiências (Kastenholz, 2010), e pode afetar resultados financeiros (Fisman, Paravisini, & Vig, 2017), comércio internacional (Felbermayr & Toubal, 2010) e, por fim, crescimento econômico (Urbano et al., 2018). A novidade deste estudo vem da comparação de duas culturas com origens semelhantes e uma história entrelaçada, mas que, no entanto, desenvolveram diferenças. A inclusão de ex-colônias também aparece como um novo elemento na pesquisa sobre empreendedorismo e cultura nacional, testando traços culturais duradouros transmitidos pelo colonizador.

Esta pesquisa aprofunda a compreensão das diferenças de percepções de indivíduos com intenções empreendedoras de acordo com sua própria cultura, podendo auxiliar no desenvolvimento de políticas públicas mais direcionadas para o desenvolvimento empreendedor de uma nação (Hayton et al., 2002; Hayton & Cacciotti, 2013), enquanto indica caminhos para transpor essas políticas entre países com uma cultura herdada comum. Essa nova abordagem do empreendedorismo e da cultura nacional mostra relevância não apenas para a ciência, mas também para a economia e para a sociedade em geral.

Capítulo 2

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O empreendedorismo pode ser analisado de duas maneiras, pelas perspectivas da demanda e da oferta (Freytag & Thurik, 2007). Na primeira, seu desenvolvimento baseia-se nas mudanças dos padrões de vida, avanços tecnológicos e globalização (Freytag & Thurik, 2007). Na outra, decorre de características populacionais, como crescimento populacional, composição etária, níveis de renda e desemprego, e da forma como influenciam a decisão dos indivíduos em se tornarem empreendedores (Freytag & Thurik, 2007). A esse respeito, um indivíduo pode ser motivado a empreender pelas oportunidades, com o objetivo de se tornar independente e aumentar seus ganhos, ou pela necessidade, quando da escassez de opções no mercado de trabalho (Friedman & Aziz, 2012).

Além das características pessoais, o ambiente de negócios é fundamental para o progresso ou declínio da atividade empreendedora (Freytag & Thurik, 2007). Aspectos como legislação fiscal, regulamentos do mercado de trabalho e burocracias administrativas determinam o dinamismo empresarial de uma economia (Freytag & Thurik, 2007). Nesse contexto, a cultura nacional é também crucial. Ela é capaz de atuar na difusão do empreendedorismo, sendo que algumas delas criam cenários mais favoráveis à sua evolução do que outras (Huggins & Thompson, 2014).

2.1. TRAÇOS DE PERSONALIDADE E EMPREENDEDORISMO

Segundo Kerr, Kerr e Xu (2018), o início da pesquisa sobre traços de personalidade dos empreendedores se deu em 1921 com a publicação de Frank

Knigh, “*Risk, Uncertainty and Profit*”. As investigações em torno desse assunto passaram então a abordar características individuais específicas de empreendedores, além de motivações pessoais e objetivos que os levam a empreender e os sustentam durante sua trajetória empreendedora (Kerr, Kerr, & Xu, 2018).

Contudo, essa literatura sofreu um choque negativo devido a uma crítica de Gartner (1988), no seu artigo “*Who is an entrepreneur? Is the wrong question*”. O mesmo questionou a busca por uma definição das características de personalidade de um empreendedor e considerou-a improdutiva devido à falta de consenso entre os estudos anteriores (por exemplo, Thorne & Ball, 1981; Wainer & Rubin, 1969; Welsch & Young, 1982). Ainda argumentou que, ao invés disso, o foco de estudo deveria ser nas ações e no comportamento do empreendedor, pois é o que o levará à criação de um novo empreendimento.

Mais recentemente, McKenzie, Ugbah e Smothers (2007) contra argumentaram essa crítica, afirmando que o caminho percorrido após Gartner (1988) foi capaz de trazer respostas mais claras, e reivindicam um retorno do estudo do empreendedor como indivíduo. Portanto, o presente estudo vem a retomar essa literatura impactada por uma lacuna temporal.

Traços de personalidade podem ser definidos como padrões regulares de comportamento, sentimento e pensamento (Kajonius & Giolla, 2017). Compreendem competências (ex.: inteligência emocional), motivações (ex.: necessidade de realização), atitudes e valores, e características de um indivíduo (ex.: modelo *Big Five*) (Brandstätter, 2011).

As pesquisas a respeito de traços de personalidade têm utilizado predominantemente o modelo *Big Five* (Kerr et al., 2018). Esse modelo emprega cinco macro características para definir a personalidade de um indivíduo: abertura para a

mudança, conscienciosidade (orientação para deveres e objetivos), extroversão, agradabilidade e neuroticismo (instabilidade emocional, reações emocionais negativas) (Kerr et al., 2018). Entretanto, devido a limitações deste modelo para o estudo do perfil empreendedor, os pesquisadores adicionaram “traços específicos”, como auto eficácia, capacidade de inovação, locus de controle, atitudes para o risco, necessidade de realização e alerta empreendedor (Kerr et al., 2018; Lecuna, Cohen, & Chavez, 2017).

A auto eficácia consiste na convicção de um indivíduo quanto a sua capacidade para execução de tarefas e funções (Cassar & Friedman, 2009). É consequência do investimento em capital humano (como experiência e conhecimento) (Lecuna et al., 2017). Assim, indivíduos que possuem essa característica tem maior percepção de suas capacidades (conhecimento e habilidades prévios) e estão mais preparados para reconhecer oportunidades por vezes imperceptíveis aos olhos de outros (Lecuna et al., 2017).

A percepção de oportunidades também está relacionada ao atributo nomeado alerta empreendedor (Lecuna et al., 2017), definido como a capacidade de perceber oportunidades, até então negligenciadas, sem que haja necessidade de persegui-las (Kirzner, 1979). O alerta empreendedor envolve habilidades distintas de percepção e cognição que conduzem ao reconhecimento de oportunidades (Gaglio & Katz, 2001). Dessa forma, o empreendedor percebe as mudanças no ambiente de mercado, relaciona as informações captadas com aquelas que já possui e avalia a presença de oportunidades lucrativas (Obschonka, Hakkarainen, Lonka, & Salmela-Aro, 2017).

Os empreendedores diferenciam-se pela habilidade de percepção e atuação sobre as oportunidades, apesar da incerteza e do risco a que estão expostos (Kerr et al., 2018). A intolerância ao risco ou medo do fracasso afasta os indivíduos de

situações percebidas como negativas em que há grande probabilidade de fracasso (Kollmann, Stöckmann, & Kensbock, 2017). O insucesso de um empreendimento não está relacionado apenas a prejuízos financeiros, mas também interfere na auto definição de um indivíduo (Kollmann et al., 2017). Assim, indivíduos que possuem uma maior tolerância ou propensão ao risco tem maior probabilidade de serem atraídos pela atividade empreendedora, considerada altamente arriscada (Kerr et al., 2018). Contudo, a literatura não esclarece se as atitudes de risco podem afetar o desempenho das empresas no longo prazo (Kerr et al., 2018).

Em relação às razões para empreender, a literatura segrega os empreendedores em dois grupos: aqueles movidos pelas oportunidades, que buscam crescimento e reconhecimento, e aqueles voltados para necessidade, que empreendem por falta de opção (Kerr et al., 2018). Certamente esses indivíduos apresentam diferentes traços de personalidade (Kerr et al., 2018). Conforme constata Block, Sandner e Spiegel (2015), empreendedores motivados pelas oportunidades são mais dispostos a assumir riscos. Adicionalmente, Boudreaux, Nikolaev e Klein (2019) verificam que a auto eficácia, o alerta empreendedor e a tolerância ao risco relacionam-se a empreendedores por oportunidade.

Apesar da atribuição de diversos traços de personalidade a indivíduos empreendedores, os estudos mostram que esse grupo é heterogêneo (Antoncic, Bratkovic Kregar, Singh, & DeNoble, 2015; Envick & Langford, 2000; Kerr et al., 2018; Zhao & Seibert, 2006). Além do que, não existe um padrão bem definido de personalidade, ou um “perfil ideal”, que torna um indivíduo mais propenso a empreender (Sexton & Bowman, 1984, 1985; Vesper, 1980).

De acordo com Kerr et al. (2018), a maioria das divergências entre os estudos pode ser resultado de amostras não representativas, porém é pouco provável que

esse seja o único motivo. Pode ser reflexo da ação do ambiente sobre os traços de cada população empreendedora, de forma que se torna impossível generalizar populações, indústrias e culturas (Kerr et al., 2018). Assim, é importante que mais estudos sejam realizados, para que seja possível distinguir a distorção de pequenas amostras das reais diferenças nos traços de personalidade dos empreendedores em circunstâncias diversas (Kerr et al., 2018).

Consoante, Stewart e Roth (2007) defendem que países e contextos sob a influência de diferentes fatores culturais afetam traços de personalidade como motivação empreendedora e orientação para realização. Como mostram S. C. Chen e Elston (2013), o desenvolvimento econômico de um país não é um fator determinante de motivação para iniciar um negócio. Da mesma forma, ganhar dinheiro ou ser o próprio patrão também não são motivações suficientes (Barba-Sanchez & Atienza-Sahuquillo, 2011). Kerr et al. (2018) afirmam que traços de personalidade, capital humano e ambiente inseridos em um contexto cultural específico compõem o cenário para iniciar e gerir um novo negócio.

Segundo Kerr et al. (2018), uma alta necessidade de realização pressupõe a entrada no empreendedorismo, embora isso possa ser contestado em circunstâncias específicas. Como é o caso de estudantes de empreendedorismo suecos que, conforme Hansemark (2003), não apresentam a característica de necessidade de realização. Consoante, Mueller e Thomas (2001) afirmam que os empreendedores suíços têm uma necessidade maior de realização do que os empreendedores do Reino Unido, sugerindo que a característica varia entre culturas e países.

Em linha a isso, Obschonka e Stuetzer (2017) sugerem que futuras pesquisas devem esclarecer se as diferenças culturais exercem influência no comportamento empreendedor. Tais pesquisas serão capazes de observar os traços mais ou menos

relevantes para o empreendedorismo em determinado contexto (por exemplo: país, cultura).

Descobertas relacionadas à personalidade e a outros atributos dos empreendedores, bem como a relação entre essas características e o desempenho do negócio, sugerem a importância de desenvolver essas características na formação empreendedora (Kerr et al., 2018). Além disso, a compreensão dos traços específicos dos empreendedores e da sua heterogeneidade pode ajudar a adequar melhor os potenciais empreendedores a cenários apropriados para seus traços mais salientes (Kerr et al., 2018). Da mesma forma, líderes empresariais e formuladores de políticas podem construir ambientes mais favoráveis para apoiar o empreendedorismo com base nas características dos empreendedores do seu país ou de países com o mesmo contexto cultural (Kerr et al., 2018).

2.2. ESTUDOS COMPARATIVOS NO ÂMBITO DE PAÍS

Os estudos comparativos entre países abordam, em sua maioria, países desenvolvidos, destacando-se Estados Unidos, Canadá, Austrália, Nova Zelândia, Alemanha, França, Itália e outras economias europeias (Kerr et al., 2018; Terjesen et al., 2016). Terjesen, Hessels e Li (2016) classificam esses estudos em quatro níveis: indivíduo, empresa, indústria e país.

No nível individual, os estudos possuem enfoque nas características dos variados tipos de empreendedores (Terjesen et al., 2016). Como é o caso da pesquisa de Cowling (2000), que estudou as diferenças entre empreendedores e não empreendedores em países da União Europeia. As principais distinções foram idade, gênero e educação (Cowling, 2000). Na Itália, os empreendedores eram, em sua

maioria, bem instruídos, enquanto na Grécia e na Espanha os empreendedores exibiam níveis mais baixos de educação (Cowling, 2000).

Outro exemplo é o estudo de Tajeddini e Mueller (2008), que associou características como autonomia, propensão a assumir riscos e locus de controle a tecno-empreendedores britânicos. Já aos tecno-empreendedores suíços, foram atribuídos traços como necessidade de realização, tolerância à ambiguidade, inovatividade e confiança.

As pesquisas em nível de empresa são mais abundantes e com foco principal nas características e nos resultados de empresas empreendedoras (Terjesen et al., 2016). Como Deshpandé, Grinstein, Kim e Ofek (2013), que exploraram as diferenças entre firmas empreendedoras dos EUA e do Japão em relação à orientação e desempenho estratégicos, enfocando a necessidade de realização de seus fundadores. O estudo mostrou que os fundadores de empresas japonesas e americanas são mais parecidos do que a literatura sugere. Para empresas de ambas nacionalidades, a orientação para o cliente demonstra estar positivamente relacionada à lucratividade, embora o efeito seja mais pronunciado nos EUA, e a orientação para o custo não tem relação com a lucratividade.

No âmbito da indústria, a pesquisa concentra-se nas características da indústria de empresas empreendedoras, pequenas e médias empresas, empresas de capital de risco e do setor informal (Terjesen et al., 2016). Contudo, esse tipo de pesquisa é limitado devido à dificuldade de se obter dados comparáveis e não apresenta resultados consistentes (Terjesen et al., 2016).

Por exemplo, a pesquisa de Bruton e Ahlstrom (2003), que comparou a indústria de capital de risco do Leste Asiático com a do Ocidente. Seus resultados demonstram que o ambiente institucional na China gera diferenças significativas nas

ações dos capitalistas de risco. Os autores destacam que o governo chinês pode ter uma forte influência nos objetivos das empresas.

Os estudos em nível de país compreendem uma ampla variedade de atividades empreendedoras nos países e as dimensões cultural, política, ambiental, social, tecnológica, ecológica e legal (Terjesen et al., 2016). Embora esse tipo de estudo forneça comparações relevantes, contribuindo com percepções a respeito do predomínio de diferentes tipos de empreendedores nos países e dos contextos institucionais em que eles atuam, é restrito em relação às informações sobre os recursos que estimulam e resultam dessas diferenças (Terjesen et al., 2016).

Boa parte desses estudos relacionam fatores culturais com a atividade empreendedora (Terjesen et al., 2016). Por exemplo, Mueller e Thomas (2001), em seu estudo envolvendo empreendedores de nove diferentes países da Ásia, Europa e América do Norte, afirmam que algumas culturas são mais favoráveis ao empreendedorismo do que outras.

Liñán e Fernandez-Serrano (2014) apresentam uma visão interessante sobre as culturas dentro da União Europeia (UE). Seus resultados indicaram que tanto o empreendedorismo quanto as variáveis relacionadas à cultura ajudam a explicar o desenvolvimento econômico em 56 países. Além disso, encontraram grupos de países da UE culturalmente semelhantes e mostraram que a atividade empreendedora varia entre esses grupos.

Em outro estudo dentro da União Europeia, Junco e Brás-dos-Santos (2009) apresentaram uma investigação sobre valores e atitudes baseada na análise cultural de empreendedores da Alemanha, Itália e Espanha. Os resultados mostraram valores pessoais semelhantes para as três nacionalidades. Todos eles indicam o propósito da independência como uma das principais razões para criação de um negócio.

Saindo da União Europeia, Friedman e Aziz (2012) exploraram as motivações de empreendedores da Turquia e dos EUA. Os empreendedores turcos eram motivados principalmente pela necessidade, já que não haviam vagas disponíveis no mercado de trabalho e porque queriam independência. Os americanos, em contraste, eram motivados pela oportunidade e lutavam pelo desenvolvimento e reconhecimento pessoal.

Em outro estudo também com empreendedores turcos e americanos, porém acrescentando indianos, Gupta e C. Fernandez (2009) investigaram características associadas a esses empreendedores. Todas as três nacionalidades apresentaram alguns atributos em comum, como competência, forte necessidade de realização, autoconfiança, curiosidade, inteligência e lealdade. No entanto, diferenças também surgiram, e Gupta e C. Fernandez (2009) sugerem que pessoas em países culturalmente diferentes atribuem características ou traços diferentes aos empreendedores.

Em outro estudo envolvendo os EUA, mas comparando com a intenção empreendedora da Irlanda, Pillis e Reardon (2007) usaram variáveis de persuasão e personalidade. Pillis e Reardon (2007) consideraram que os fatores culturais tornam o empreendedorismo mais natural no contexto americano do que no irlandês, indicando que a decisão de empreender ocorre de forma distinta em diferentes culturas.

Os estudos comparativos entre países possibilitam, além da constatação de semelhanças e diferenças, a replicação e a generalização dos resultados específicos de determinados países para outros contextos nacionais (Terjesen et al., 2016). Ao encontrar padrões similares do fenômeno empreendedor em diferentes países, torna-

se possível valer-se das mesmas causas em situações diversas (Terjesen et al., 2016).

Além disso, os resultados desse tipo de estudo proporcionam o conhecimento das circunstâncias que promovem ou impedem o desenvolvimento da atividade empreendedora em diferentes países (Terjesen et al., 2016). Auxiliam também na elaboração de políticas e programas governamentais que favoreçam o empreendedorismo e seus resultados em contextos nacionais diversos (Terjesen et al., 2016).

2.3. CULTURA NACIONAL E EMPREENDEDORISMO

Hofstede et al. (2004) argumentam que a cultura é um fenômeno coletivo e pode ser definida em vários níveis: cultura ocupacional ou profissional, cultura organizacional ou corporativa, cultura do setor ou da indústria e cultura nacional. Apesar de segregados, os níveis interagem entre si, e diferem em relação ao grau de enraizamento (Hofstede et al., 2004). A cultura nacional, objeto de estudo desta pesquisa, é a mais profunda e perdurável (Hofstede et al., 2004). Devido às fronteiras que frequentemente dividem grupos, regiões e sociedades, ela é classificada por aspectos de civilização local (Hofstede et al., 2004).

Dessa forma, dentre as várias definições usadas para cultura, este estudo define a cultura como “o conjunto de valores, crenças e comportamentos que são compartilhados” (Hayton et al., 2002, p. 33), social ou politicamente. Também pode ser vista como uma complexa fusão de conhecimento, leis, costumes, capacidades e habilidades que as pessoas em uma sociedade adquirem, compartilham, modificam e transmitem a outros em seus grupos (Huggins & Thompson, 2014).

Assim, a cultura é um dos elementos capazes de separar os membros de um grupo do outro (Taras et al., 2010). Os valores de um indivíduo não podem ser dissociados da influência exercida pela cultura (Bochner & Hesketh, 1994). Consequentemente, as pessoas estão predispostas a agir e pensar da mesma maneira quando compartilham esse complexo conjunto de valores, crenças e costumes. Portanto, quando confrontados com oportunidades de negócios ou riscos, o comportamento de pessoas pertencentes a um mesmo contexto cultural pode ser semelhante (Huggins & Thompson, 2014).

Uma vez que empreender é uma ação humana e social, em que o indivíduo investe grande parte de si, com paixão e vigor, soluciona problemas e gera novas ideias, além de monitorar melhores oportunidades e riscos, fica clara a influência da cultura nesse contexto (Kuratko & Audretsch, 2009). A cultura de um indivíduo ou grupo deve ser parte integrante dele. Diferentes culturas podem ver o empreendedorismo a partir de perspectivas distintas, levando a diferentes níveis de orientação empreendedora entre os países (Hitt, Ireland, Camp, & Sexton, 2001).

O nível de empreendedorismo em uma determinada sociedade depende das capacidades e preferências da população, bem como das oportunidades existentes no ambiente, segundo a teoria eclética do empreendedorismo (Verheul, Wennekers, Audretsch, & Thurik, 2002). Este conceito reflete na oferta e na demanda pelo empreendedorismo, que são influenciados pelo nível de desenvolvimento econômico, estrutura industrial, tecnologia disponível, instituições e fatores demográficos, bem como pela cultura (Verheul et al., 2002). Essa relação entre cultura e empreendedorismo é abordada por diversas teorias, detalhadas a seguir.

Davidsson (1995) observa essa conexão por meio de duas perspectivas, uma baseada nos traços psicológicos e outra na legitimação social ou aprovação moral. A

primeira atribui a uma cultura com fortes valores empreendedores o desenvolvimento de indivíduos com comportamentos empreendedores (Fernández-Serrano, Berbegal, Velasco, & Expósito, 2018). Já a segunda imputa a uma sociedade que valoriza e reconhece socialmente o empreendedor como um indivíduo bem-sucedido e com maior status social, e que proporciona um ambiente favorável, por meio de incentivos fiscais, maiores níveis de atividade empreendedora (Kedmenec & Strašek, 2017).

Ainda que as duas perspectivas pareçam semelhantes, elas diferem na causa (Uhlener & Thurik, 2007). Na visão acerca dos traços psicológicos, a relação entre valores culturais e comportamento empreendedor se dá a partir das características individuais. Já na visão da legitimação social, ocorre por meio de influências institucionais e culturais (Uhlener & Thurik, 2007).

Hofstede (1984), por sua vez, por meio de um estudo realizado com funcionários da IBM em cinquenta países, identifica quatro dimensões culturais capazes de afetar o comportamento de indivíduos dentro de uma organização. São elas: distância do poder, aversão à incerteza, individualismo-coletivismo e masculinidade-feminilidade. Baixas distância do poder e aversão à incerteza, e altos individualismo e masculinidade são atributos de culturas que favorecem o desenvolvimento do empreendedorismo (Hayton et al., 2002).

A saber, distância do poder indica o quanto os integrantes com menos poder dentro de uma organização aceitam e esperam a desigualdade existente (Hechavarria & Reynolds, 2009). Aversão à incerteza representa a forma como os indivíduos lidam frente a situações de risco, incertas e desconhecidas (Hechavarria & Reynolds, 2009). Individualismo-coletivismo refere-se ao nível de integração entre os membros de uma instituição (Hechavarria & Reynolds, 2009). Masculinidade-feminilidade diz respeito ao grau de dominância de características masculinas (auto realização,

competitividade, busca pelo controle e poder) ou femininas (preocupação com a qualidade de vida, sensibilidade e atenção ao bem-estar dos demais) (Hechavarria & Reynolds, 2009).

Outra abordagem é proposta por Schwartz (1999), que sugere uma teoria composta por sete tipos de valores culturais relacionados a três questões presentes em todas as sociedades (Hechavarria & Reynolds, 2009). A primeira delas refere-se a natureza da relação entre o indivíduo e o grupo, similar à dimensão individualismo-coletivismo de Hofstede (1984) (Schwartz, 1999). Os valores relacionados a essa questão são: conservadorismo (manutenção do status quo e preferência por relações harmoniosas), autonomia intelectual (busca por ideias e interesses intelectuais próprios) e autonomia afetiva (busca independente por experiências emocionais positivas) (Schwartz, 1999).

A segunda questão envolve a preservação da sociedade através de um comportamento social responsável, em que os indivíduos devem respeitar regras e cumprir obrigações (Schwartz, 1999). A ela estão associados os seguintes valores: hierarquia (legitimidade da divisão de poder e recursos) e igualitarismo (compromisso com a promoção do bem-estar coletivo em detrimento de interesses individuais) (Schwartz, 1999).

A terceira trata da relação entre a humanidade e o mundo natural e social, que pode ser de domínio ou de equilíbrio (Schwartz, 1999). Os valores que expressam essa relação são: maestria (domínio e controle do ambiente social e natural em prol de interesses individuais ou coletivos) e harmonia (harmonia com o meio ambiente e sociedade) (Schwartz, 1999).

Na mesma linha, Inglehart (2008) identifica duas principais dimensões da variação transcultural que refletem a polarização entre valores tradicionais e secular-

racionais, e entre valores de sobrevivência e auto expressão. Em oposição aos valores secular-rationais, os valores tradicionais baseiam-se na religião, obediência a autoridade, rejeição ao aborto e ao divórcio, e patriotismo (Inglehart, 2008). Esses são característicos de sociedades agrárias, enquanto os valores secular-rationais são predominantes em sociedades industriais (Inglehart, 2008).

Os valores de auto expressão, em contraste aos de sobrevivência, são caracterizados pela igualdade de gênero, defesa da diversidade, engajamento em questões econômicas e políticas, e preocupação com o meio ambiente (Inglehart, 2008). Culturas nas quais predominam esses valores são propícias ao desenvolvimento do empreendedorismo de oportunidades, pois há incentivo ao ingresso na atividade empreendedora como forma de realização pessoal (Hechavarria & Reynolds, 2009).

Considerando as teorias sobre cultura nacional, observa-se que empresários de diferentes países não são totalmente similares em relação às características pessoais, com diferenças culturais levando diferentes tipos de indivíduos a empreender (Cowling, 2000). Algumas culturas são mais favoráveis a indivíduos que apresentam características empreendedoras (Cowling, 2000; Mueller & Thomas, 2001) e tornam o empreendedorismo mais natural em alguns países (Pillis & Reardon, 2007).

Em suma, o raciocínio é que os atributos culturais de um lugar atuam como uma ligação entre a lógica social e econômica de sua sociedade e, em alguns lugares, essa ligação pode aumentar o desenvolvimento, aumentando assim o bem-estar social (Huggins & Thompson, 2014). Em outros lugares impede o desenvolvimento, não permitindo o crescimento econômico e, conseqüentemente, condenando a sociedade a baixar os padrões de vida. É importante que uma cultura apoie o

desenvolvimento da mente e do caráter empreendedor. Para se sentirem motivados, os empreendedores precisam se sentir capazes e psicologicamente preparados para enfrentar a competição global (Mueller & Thomas, 2001). Os valores culturais de um país podem fortalecer padrões comportamentais direcionados ao empreendedorismo e à internacionalização (Junco & Brás-dos-Santos, 2009).

2.4. DESENVOLVIMENTO DA HIPÓTESE

Existem várias perspectivas para o fenômeno empreendedor. Hofstede et al. (2004) destacam que, do ponto de vista individual, pode-se analisar quais são as motivações para uma pessoa iniciar um negócio. Do ponto de vista do mercado, pode-se analisar leis, ambiente organizacional e atividade empreendedora. Por último, do ponto de vista de uma nação, a cultura pode ajudar a esclarecer as motivações empreendedoras de uma sociedade.

S. A. Alvarez e Barney (2007), por sua vez, afirmam que o empreendedorismo pode ser visto de duas maneiras: descoberta e criação. Usando a abordagem da descoberta, o indivíduo pode descobrir uma oportunidade lucrativa e agir para gerar valor a partir dela. A outra abordagem seria o próprio empreendedor criar a oportunidade e, conseqüentemente, agregar valor aos seus negócios. Contudo, tanto para oportunidades de negócios descobertas como criadas, a situação é o resultado de uma ação ou reação de um indivíduo. Portanto, faz sentido associar o comportamento desse indivíduo à sua cultura.

Em linha a isso, Shane e Venkataraman (2000) afirmam que o empreendedorismo engloba dois fenômenos complexos: a presença de oportunidades e a presença de indivíduos que, diante de tais oportunidades, agem sobre eles. A importância da cultura neste cenário surge quando se considera que

peessoas diferentes irão identificar oportunidades de forma diferente, e mais, irão agir de forma diferente quando se depararem com uma oportunidade lucrativa. Portanto, diferentes pessoas tomarão diferentes cursos de ação para explorar essas oportunidades, e esses diferentes caminhos podem ser relacionados à cultura (Huggins & Thompson, 2014).

Outro fator importante a levar em conta é o conhecimento prévio e as habilidades que cada indivíduo possui. Mueller e Thomas (2001) destacam que os indivíduos empreendedores têm algumas características distintas, como vigor, paixão e determinação, quando comparados ao público. No entanto, o conhecimento e as habilidades anteriores que um indivíduo adquire se traduzem em confiança, o que faz com que o empreendedor aceite os desafios com mais facilidade (Acs, Audretsch, Braunerhjelm, & Carlsson, 2012).

Quanto aos riscos que envolvem a atividade empreendedora, Hofstede et al. (2004) relatam que indivíduos empreendedores são mais propensos a aceitar riscos do que indivíduos não empreendedores. No entanto, essa tomada de risco não vem sem uma análise prévia de custo-benefício. Os riscos que os empreendedores avaliam ao tomar decisões geralmente estão relacionados ao dinheiro, embora haja outros tipos de riscos importantes, como físico, social e ético. Ainda, Hofstede et al. (2004) argumentam que as percepções de risco são influenciadas pela cultura nacional, além do que, evidências indicam que algumas culturas são mais tolerantes ao risco do que outras (Costa & Mainardes, 2016).

Além do risco, Costa e Mainardes (2016) observam que as percepções da sociedade sobre o empreendedorismo são muito influenciadas pela cultura nacional, mediada pelos níveis de corrupção de um país. O elemento cultural influencia as percepções de uma sociedade em relação ao empreendedorismo, tornando-a uma

atitude positiva ou negativa, tal como uma forma de dominação dos pobres pelos ricos (Taras et al., 2010). Portanto, o que funciona melhor para um país pode não funcionar em outro país (Torres & Augusto, 2019). Por exemplo, Dheer (2017) conclui que a cultura modera o efeito de fatores macroeconômicos no empreendedorismo, como liberdade política, corrupção e educação, ajudando a explicar as diferenças observadas entre países com níveis semelhantes nessas dimensões.

À vista disso, a pesquisa buscou verificar se existem diferenças nas percepções relativas a aspectos do empreendedorismo entre empreendedores de cultura portuguesa e espanhola. Verifica-se uma escassez de estudos na área do empreendedorismo com a mesma abordagem e, assim, falta de evidências empíricas que relacionem os aspectos do empreendedorismo tratados neste estudo com as culturas portuguesa e espanhola. No entanto, a teoria indica que deve haver uma relação, embora sem uma previsão direcional clara. Portanto, construiu-se a Hipótese 1 da seguinte forma:

H1: Existe uma diferença estatisticamente significativa entre as percepções dos empreendedores de países de culturas portuguesa e espanhola no que se refere: (a) percepção de oportunidades e (b) intolerância ao risco.

Em síntese, a percepção de oportunidades e a intolerância ao risco podem indicar a influência de uma dada cultura nacional sobre empreendedorismo. Assim, este estudo, além de responder a um apelo para extensão da análise da cultura ao campo da linguagem (Terjesen et al., 2016), ao mesmo tempo, tenta preencher a lacuna entre fatores individuais e macroeconômicos como determinantes do empreendedorismo (Dheer, 2017), relacionando as características individuais com a cultura. Logo, esta pesquisa explora empiricamente se esses elementos do

empreendedorismo se comportam de maneira diferente em duas culturas próximas, mas distintas: a portuguesa e a espanhola.

Capítulo 3

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1. CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

O objetivo desta pesquisa foi verificar se a cultura nacional exerce influência na percepção dos empreendedores de países de língua portuguesa e espanhola quanto aos aspectos do empreendedorismo (percepção de oportunidades e intolerância ao risco). Para atingir esse objetivo, foi realizada uma pesquisa quantitativa-descritiva com dados secundários e corte longitudinal. Foram utilizados os dados mais recentes (2011 a 2015) disponibilizados pelo *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que fornece informações sobre atividades e percepções empreendedoras em escala global.

Tendo em vista que o foco desta pesquisa é nos empreendedores, foram considerados apenas indivíduos classificados como TEA (atividade empreendedora em estágio inicial), que compreende a população em idade ativa que iniciou ou está administrando um negócio próprio de até 42 meses. Os indivíduos que não se enquadram como TEA foram eliminados da base.

A definição da origem cultural dos países foi baseada no idioma. Portanto, para esta pesquisa, foram considerados países de cultura portuguesa aqueles nos quais o português é o idioma oficial, e países de cultura espanhola aqueles nos quais o idioma oficial é o espanhol. Foram excluídos todos os países que não falam português nem espanhol.

3.2. BASE DE DADOS

Este trabalho utiliza dados do GEM relativos às últimas pesquisas divulgadas, que foram realizadas nos anos de 2011 a 2015. Esse período refere-se aos anos nos quais existem respostas para as dimensões necessárias ao estudo.

Somadas, as bases de 2011 a 2015 possuem 988.708 observações. Ao manter-se somente países de cultura portuguesa ou espanhola, a base se reduz para 313.949 observações. Por fim, ao manter-se somente os indivíduos com todos os dados necessários, a amostra efetivamente usada foi de 27.040 observações. Fazem parte da amostra final os seguintes países:

- Cultura espanhola: Espanha, Peru, México, Argentina, Chile, Colômbia, Guatemala, El Salvador, Costa Rica, Panamá, Venezuela, Bolívia, Equador e Uruguai.
- Cultura portuguesa: Brasil, Angola e Portugal.

As informações a respeito do número de observações por país encontram-se no Apêndice A. Importantes países de língua portuguesa, como Moçambique, e espanhola, como o Paraguai, não possuem dados disponíveis na base do GEM e, por consequência, estão ausentes da amostra.

3.3. MODELO DE REGRESSÃO

Para verificar a relação entre os empreendedores de países de cultura portuguesa e espanhola com os aspectos do empreendedorismo, este estudo utilizou modelos de probabilidade linear. As variáveis dependentes, percepção de oportunidades e intolerância ao risco, são *dummies* que indicam a percepção do empreendedor em relação a cada um desses aspectos. Os modelos relacionam cada

uma dessas variáveis dependentes com a cultura nacional, demais aspectos empreendedores (conhecimentos e habilidades prévios, intolerância ao risco, percepção da sociedade e razão para empreender) e um conjunto de controles (Hayton et al., 2002; Hofstede et al., 2004). A intolerância ao risco atua como variável dependente em um modelo e como variável explicativa da percepção de oportunidades em outro¹. Além de verificar o efeito individual de cada fator, os modelos avaliam também a interação entre a variável cultura nacional e as demais variáveis independentes e controles para identificar possíveis efeitos diferenciais entre as duas culturas. Por fim, os modelos consideram fatores em nível de país (Índice de Desenvolvimento Humano, Índice de Liberdade Econômica (Fraser), Índice de Percepção de Corrupção, Delta do PIB e Delta da População), assim como efeitos fixos de país e ano da pesquisa.

Em se tratando de variáveis dependentes binárias discretas, modelos Logit ou Probit são mais comumente utilizados. Porém, como o foco principal da análise são as interações, o emprego de modelos de probabilidade linear oferece vantagem adicional (Jiménez, Ongena, Peydró, & Saurina, 2012). Os coeficientes estimados são diretamente interpretáveis e os erros padrão não exigem correções, ao contrário dos modelos não lineares (Jiménez et al., 2012; Wooldridge, 2010, p. 563). Além disso, como Wooldridge (2010, sec. 15.2) mostra, os modelos de probabilidade linear estimados por OLS produzem estimadores consistentes e até não tendenciosos dos coeficientes, e o problema de heterocedasticidade é facilmente resolvido com erros padrão robustos. Para efeito de comparação, no Apêndice B são apresentadas as estimativas utilizando modelos Logit e de probabilidade linear. Dessa forma, é possível

¹ A percepção de oportunidades não foi incluída como variável explicativa da intolerância ao risco pois não há intuição econômica para explicar esse efeito. Em se tratando de modelos explicativos, os quais têm como base a teoria existente, considerou-se dispensável a realização do teste de endogeneidade.

verificar que os resultados são semelhantes e que qualitativamente não há diferença entre as análises dos dois modelos.

Assim sendo, a seguir encontram-se as representações das equações de cada um dos modelos. A Figura 1 contém a definição das variáveis e controles utilizados no modelo.

Variável	Descrição	Definição
CN	Cultura Nacional	Refere-se ao país de origem do respondente, definido como 0 para países de cultura espanhola e 1 para países de cultura portuguesa, classificados de acordo com a sua língua oficial. Originalmente, é a variável "country" do GEM (Global Entrepreneurship Monitor).
POport	Percepção de Oportunidades	Indica se o indivíduo percebe oportunidades de negócios nos próximos seis meses na região em que vive, definido como 0 para "Não" e 1 para "Sim". Originalmente, é a variável "oport" do GEM que contém a resposta à pergunta "Qi2. <i>In the next six months, will there be good opportunities for starting a business in the area where you live?</i> "
CHPrev	Conhecimento e Habilidades Prévios	Indica se o indivíduo possui as competências necessárias para iniciar um novo negócio, definido como 0 para "Não" e 1 para "Sim". Originalmente, é a variável "suskil" do GEM que contém a resposta à pergunta "Qi3. <i>Do you have the knowledge, skill and experience required to start a new business?</i> "
IntR	Intolerância ao Risco	Indica se o indivíduo tem medo de iniciar um novo negócio, definido como 0 para "Não" e 1 para "Sim". Originalmente, é a variável "fearfail" do GEM que contém a resposta à pergunta "Qi4. <i>Would fear of failure would prevent you from starting a business?</i> "
PSoc	Percepção da Sociedade	Mede as percepções do indivíduo sobre como a sociedade vê os empreendedores. Essa variável é a média aritmética de quatro perguntas do tipo sim (1) / não (0) relacionadas às percepções da sociedade local sobre status, carreira, padrões de vida e divulgação de negócios de sucesso. São derivadas das variáveis "equalinc", "nbgoodc", "nbstatus" e "nbmedia" do GEM.
Razão	Razão para Empreender	Indica a razão para empreender do indivíduo e mede a dualidade oportunidade versus necessidade. Foi codificado como duas <i>dummies</i> , uma vez que a variável original "teaywhy" do GEM é definida como 0 (puramente oportunidade), 1 (parcialmente oportunidade, parcialmente necessidade) ou 2 (puramente necessidade). O efeito "puramente oportunidade" é absorvido pela constante.
Sexo	Sexo	Define 0 para masculino e 1 para feminino. É a variável "gender" do GEM. A literatura indica que o empreendedorismo é mais comum entre os homens (Kerr et al., 2018). Piacentini (2013) relata que os homens são três vezes mais propensos a ter um negócio com funcionários do que mulheres.
Idade	Idade	Idade do respondente em anos. É a variável "age" do GEM. Kautonen (2008) afirma que o grupo mais velho de 50-64 anos de idade tem uma taxa de iniciação de negócios de aproximadamente metade do grupo mais jovem de 20-49 anos de idade. Hart et al. (2004) relatam resultados semelhantes usando dados de 2003 do GEM.
Renda	Renda	Tercil de renda do entrevistado. A variável original "gemhhinc" do GEM foi codificada como duas <i>dummies</i> , com o efeito do tercil inferior sendo absorvido pela constante. Os resultados de Fairlie e

		Krashinsky (2012) indicam que a taxa de iniciação de negócios aumenta com a quantidade de ativos que o empreendedor possui, em consonância com Evans e Jovanovic (1989) e Evans e Leighton (1989).
Escola	Escolaridade	Maior nível de escolaridade alcançado pelo entrevistado. A variável original "uneduc" do GEM foi codificada como seis <i>dummies</i> . O efeito de ter apenas educação pré-primária é absorvido pela constante, com <i>dummies</i> para os demais níveis até mestrado ou mais avançado. Sluis, Praag e Vijverberg (2008) relatam que apesar de não encontrar relação entre educação e escolha de empreender, eles medem um efeito positivo em desempenho do negócio. Machado, Faia e Domingues (2016) constataam que a escolaridade está positivamente relacionada ao nível de alerta das oportunidades para empreender.
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano	Índice de Desenvolvimento Humano do país do respondente. É a medida do desempenho médio de um país no que diz respeito a educação, expectativa e padrão de vida (United Nations Development Programme, 2019). Seu valor varia de 0 (baixo desenvolvimento humano) a 1 (alto desenvolvimento humano). Fonte: United Nations Development Programme (2019).
ILE	Índice de Liberdade Econômica	Índice de Liberdade econômica do país ao qual pertence o entrevistado. Mede até que ponto as instituições e políticas de uma nação são consistentes com a proteção dos indivíduos e suas propriedades, e a liberdade de tomarem suas próprias decisões econômicas (Fraser Institute, 2019). Esse índice pode variar de 0 (baixo) a 10 (alto). Fonte: Fraser Institute (2019).
IPC	Índice de Percepção de Corrupção	Índice de Percepção de Corrupção do país do respondente. Avaliação em uma escala de 0, para o país percebido como altamente corrupto, a 100, para o país percebido como muito íntegro. Fonte: Transparency International (2019).
PIB	Delta(PIB)	Variação anual do Produto Interno Bruto (PIB) per capita do país do respondente. Reflete o somatório dos bens e serviços finais produzidos ao longo do ano, dividido pelo total da população. Esse estudo utilizou o PIB real. Fonte: World Bank (2020b).
Pop	Delta(População)	Variação anual da população do país do respondente. Fonte: World Bank (2020c).
Ano	Ano	Indica o ano em que a pesquisa foi administrada. Originalmente, é a variável "yrsurv" do GEM.
País	País	Indica o país do respondente. Originalmente, é a variável "country" do GEM.

Figura 1: Definição das variáveis de interesse e de controle

Fonte: Elaboração própria.

Nota: Em relação à variável cultura nacional, a escolha da *dummy* 0 para cultura espanhola e 1 para cultura portuguesa foi feita de forma aleatória. Não há justificativa para tal escolha, visto que na presente pesquisa não há intenção de indicar a presença ou ausência da cultura nacional, e sim a distinção entre as duas culturas.

O primeiro modelo tem como variável dependente a percepção de oportunidades (*POport*), que indica se o empreendedor percebe oportunidades de negócios nos próximos seis meses na região em que vive.

$$\begin{aligned}
POport = & \beta_0 + \beta_1 \cdot CN + \beta_2 \cdot CHPrev + \beta_3 \cdot IntR + \beta_4 \cdot PSoc + \beta_5 \cdot Razão \\
& + \beta_6 \cdot Sexo + \beta_7 \cdot Idade + \beta_8 \cdot Renda + \beta_9 \cdot Escola + \gamma_1 \\
& \cdot CHPrev \cdot CN + \gamma_2 \cdot IntR \cdot CN + \gamma_3 \cdot PSoc \cdot CN + \gamma_4 \cdot Razão \\
& \cdot CN + \gamma_5 \cdot Sexo \cdot CN + \gamma_6 \cdot Idade \cdot CN + \gamma_7 \cdot Renda \cdot CN \\
& + \gamma_8 \cdot Escola \cdot CN + \delta_1 \cdot IDH + \delta_2 \cdot ILE + \delta_3 \cdot IPC + \delta_4 \\
& \cdot \Delta PIB + \delta_5 \cdot \Delta Pop + \pi_1 \cdot Ano + \pi_2 \cdot País + \epsilon
\end{aligned} \tag{1}$$

O segundo, apresenta a intolerância ao risco (*IntR*) como variável dependente. Essa variável mostra se o indivíduo tem medo de iniciar um novo negócio.

$$\begin{aligned}
IntR = & \beta_0 + \beta_1 \cdot CN + \beta_2 \cdot CHPrev + \beta_3 \cdot PSoc + \beta_4 \cdot Razão + \beta_5 \cdot Sexo + \beta_6 \\
& \cdot Idade + \beta_7 \cdot Renda + \beta_8 \cdot Escola + \gamma_1 \cdot CHPrev \cdot CN + \gamma_2 \\
& \cdot PSoc \cdot CN + \gamma_3 \cdot Razão \cdot CN + \gamma_4 \cdot Sexo \cdot CN + \gamma_5 \cdot Idade \cdot CN \\
& + \gamma_6 \cdot Renda \cdot CN + \gamma_7 \cdot Escola \cdot CN + \delta_1 \cdot IDH + \delta_2 \cdot ILE + \delta_3 \\
& \cdot IPC + \delta_4 \cdot \Delta PIB + \delta_5 \cdot \Delta Pop + \pi_1 \cdot Ano + \pi_2 \cdot País + \epsilon
\end{aligned} \tag{2}$$

No Apêndice são apresentadas as equações (3) e (4), utilizadas nas estimativas dos modelos Logit e de probabilidade linear. Essas equações diferem das equações (1) e (2) nos efeitos fixos. Ao invés de conterem o efeito fixo de país, possuem efeitos fixos de continente e colonização². O primeiro refere-se ao continente do país de origem do respondente, definido como 0 para Europa e 1 para América do Sul. O outro indica se o país foi colonizado ou colonizador, definido como 0 para

² A variável continente faz o controle de países pertencentes à América do Sul e Europa. No caso de países que não fazem parte desses continentes, como México, Angola, Panamá, Porto Rico, Guatemala, El Salvador e Costa Rica, a variável de controle colonizado permite que esses países tenham uma diferença em relação aos europeus e aos sul-americanos. Por exemplo: Portugal pertence à Europa (continente=0) e foi colonizador (colonizado=0); Brasil pertence à América do Sul (continente=1) e foi colonizado (colonizado=1); e Angola faz parte do continente africano (continente=0) e foi colonizada (colonizado=1). O caso-base são os países europeus (Portugal e Espanha), para os quais ambas *dummies* são zero e, dessa forma, estão na constante. Angola tem uma diferença em relação ao caso-base, porque foi colonizada. Já o Brasil tem duas diferenças em relação ao caso-base, porque foi colonizado e está na América do Sul.

países colonizadores (Portugal e Espanha) e 1 para países colonizados. Além de demonstrar que os resultados são semelhantes e que qualitativamente não há diferença quanto à aplicação do modelo de regressão, verifica-se também que não diferem quanto ao emprego dos efeitos fixos.

Capítulo 4

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A Tabela 1 apresenta as estatísticas descritivas da amostra. A amostra é composta majoritariamente por indivíduos de cultura espanhola, com cerca de 15% de respondentes de cultura portuguesa. A maioria percebe oportunidades em sua região e afirma possuir conhecimento e habilidades prévios e tolerância ao risco. Mulheres representam uma leve minoria (aproximadamente 44%), além do que a maior parte dos respondentes são indivíduos relativamente jovens, com renda e escolaridade razoavelmente elevadas. Em geral, os países da amostra apresentam alto IDH (United Nations Development Programme, 2019a), Índice de Liberdade Econômica moderado (Fraser Institute, 2018), e Índice de Percepção de Corrupção um pouco abaixo do ponto médio (Transparency International, 2019b).

TABELA 1: ESTATÍSTICAS DESCRITIVAS

Variável	Média	D.P.	Mín.	p25	p50	p75	Máx.
Cultura Nacional	0,1524	0,3594	0	0	0	0	1
Percep. de Oportunidades	0,6494	0,4772	0	0	1	1	1
Conhec. e Habil. Prévios	0,8407	0,3660	0	1	1	1	1
Intolerância ao Risco	0,2687	0,4433	0	0	0	1	1
Percep. da Sociedade	0,7023	0,2808	0	,5	,75	1	1
Razão para Empreender	0,7447	0,8446	0	0	0	2	2
Sexo	0,4446	0,4969	0	0	0	1	1
Idade	37,4088	11,9327	18	28	36	45	90 ³
Renda	1,2304	0,8071	0	1	1	2	2
Escolaridade	3,1206	1,4171	0	2	3	4	6
Índice de Desenvolvimento Humano	0,7705	0,0655	,547	,736	,752	,828	,885
Índice de Liberdade Econômica	6,9429	0,8120	3,64	6,29	6,9	7,61	7,93
Índice de Percepção de Corrupção	46,4246	16,0448	19	34	38	62	74

³ A amostra apresenta indivíduos de idade avançada, sendo que o mais velho possui 90 anos. Apesar de causar estranhamento o fato de uma pessoa de 90 anos ser um empreendedor em estágio inicial, é uma situação factível. Dessa forma, não há motivos para exclusão desses indivíduos da base amostral.

Delta(PIB)	0,0234	0,0226	-,0435	,0110	,0210	,0384	,0632
Delta(População)	0,0101	0,0061	-,0053	,0089	,0098	,0118	,0361

Fonte: Elaboração própria.

Notas: N=27040. Média é a média aritmética, D.P. é o desvio-padrão, Mín. é o valor mínimo, pXX é o percentil XX, Máx. é o valor máximo. Cultura Nacional é 1 para países de cultura portuguesa e 0 para espanhola. Percep. de Oportunidades é 1 se o indivíduo perceber oportunidades de negócio nos próximos 6 meses na região onde mora. Conhec. e Habil. Prévios é 1 se o indivíduo assumir que possui as competências necessárias para iniciar um novo negócio. Intolerância ao Risco é 1 se indivíduo tem medo em iniciar um novo negócio. Percep. da Sociedade é a média aritmética de respostas a perguntas (1=sim) referentes às percepções da sociedade local sobre status, carreira, padrão de vida e divulgação de negócios de sucesso. Razão para Empreender tem os valores de 0 (puramente oportunidade), 1 (parcialmente oportunidade) ou 2 (puramente necessidade). Sexo é 1 para feminino. Idade é a idade do indivíduo em anos. Renda é o tercil de renda do indivíduo, 0 (tercil inferior), 1 (tercil intermediário), 2 (tercil superior). Escolaridade é o nível educacional do indivíduo, 0 (pré-primário), 1 (1º estágio ensino básico), 2 (2º estágio ensino básico), 3 (ensino médio), 4 (pós-médio não superior), 5 (1º estágio ensino superior), 6 (2º estágio ensino superior). Índice de Desenvolvimento Humano varia de 0 (baixo desenvolvimento humano) a 1 (alto desenvolvimento humano). Índice de Liberdade Econômica variar de 0 (baixo) a 10 (alto). Índice de Percepção de Corrupção é avaliado em uma escala de 0 (país percebido como altamente corrupto) a 100 (país percebido como muito íntegro). Delta(PIB) é a variação anual do PIB (real) per capita do país do respondente. Delta(População) é a variação anual da população do país do respondente.

A matriz de correlações demonstrada na Tabela 2 não indica nenhum problema sério de colinearidade entre as variáveis. A magnitude de todas encontra-se abaixo de 0,8. Já a Tabela 3 indica que os indivíduos de cultura espanhola e portuguesa diferem em todas as dimensões medidas, exceto no aspecto razão para empreender. Indivíduos de cultura espanhola percebem mais oportunidades, declaram ter mais conhecimento e habilidades prévios, e são mais tolerantes ao risco. Já os indivíduos de cultura portuguesa reportam que suas sociedades percebem os empreendedores de forma mais positiva. Além disso, exibe maior proporção de mulheres e indivíduos mais jovens, mas de menor renda e menor escolaridade. Por fim, os países de cultura espanhola possuem melhores índices de desenvolvimento humano e liberdade econômica, porém pior índice de percepção de corrupção. Estas diferenças dão uma primeira indicação de que diferentes culturas estão ligadas a diferentes perfis de empreendedores.

TABELA 2: MATRIZ DE CORRELAÇÕES

	Cultura Nacional	Percep. de Oportunidades	Conhec. e Habil. Prévios	Intolerância ao Risco	Percep. da Sociedade	Razão para Empreender	Sexo	Idade
Cultura Nacional	1,0000							
Percep. de Oportunidades	-0,0236***	1,0000						
Conhec. e Habil. Prévios	-0,0828***	0,0783***	1,0000					
Intolerância ao Risco	0,0542***	-0,0911***	-0,1687***	1,0000				
Percep. da Sociedade	0,2185***	0,1494***	0,0193***	0,0308***	1,0000			
Razão para Empreender	-0,0045	-0,0903***	-0,0506***	0,0854***	0,0316***	1,0000		
Sexo	0,0524***	-0,0118*	-0,0622***	0,0503***	0,0404***	0,0899***	1,0000	
Idade	-0,0582***	-0,0410***	0,0550***	0,0119*	0,0214***	0,0928***	-0,0073	1,0000
Renda	-0,1084***	0,0525***	0,0717***	-0,0578***	-0,0935***	-0,2022***	-0,1614***	-0,0166***
Escolaridade	-0,1925***	-0,0050	0,1057***	-0,0557***	-0,2047***	-0,1700***	-0,0911***	-0,0766***
Índice de Desenvolvimento Humano	-0,2533***	-0,1160***	0,0518***	-0,0359***	-0,1751***	-0,0201***	-0,0396***	0,1320***
Índice Liberdade Econômica	-0,4101***	-0,0158***	0,0381***	-0,0482***	-0,1187***	-0,0539***	-0,0357***	0,0592***
Índice de Percepção de Corrupção	-0,1440***	-0,0741***	0,0430***	-0,0449***	-0,1050***	-0,0599***	-0,0239***	0,1213***
Delta(PIB)	-0,2317***	0,1607***	0,0023	-0,0470***	0,0443***	-0,0028	-0,0006	-0,0221***
Delta(População)	0,0311***	0,1347***	-0,0322***	-0,0040	0,1160***	-0,0136**	0,0389***	-0,0638***

Fonte: Elaboração própria.

Notas: N=27040. Correlações de Pearson. * p < 0,1, ** p < 0,05, *** p < 0,01. Cultura Nacional é 1 para países de cultura portuguesa e 0 para espanhola. Percep. de Oportunidades é 1 se o indivíduo perceber oportunidades de negócio nos próximos 6 meses na região onde mora. Conhec. e Habil. Prévios é 1 se o indivíduo assumir que possui as competências necessárias para iniciar um novo negócio. Intolerância ao Risco é 1 se indivíduo tem medo em iniciar um novo negócio. Percep. da Sociedade é a média aritmética de respostas a perguntas (1=sim) referentes às percepções da sociedade local sobre status, carreira, padrão de vida e divulgação de negócios de sucesso. Razão para Empreender tem os valores de 0 (puramente oportunidade), 1 (parcialmente oportunidade) ou 2 (puramente necessidade). Sexo é 1 para feminino. Idade é a idade do indivíduo em anos. Renda é o tercil de renda do indivíduo, 0 (tercil inferior), 1 (tercil intermediário), 2 (tercil superior). Escolaridade é o nível educacional do indivíduo, 0 (pré-primário), 1 (1º estágio ensino básico), 2 (2º estágio ensino básico), 3 (ensino médio), 4 (pós-médio não superior), 5 (1º estágio ensino superior), 6 (2º estágio ensino superior). Índice de Desenvolvimento Humano varia de 0 (baixo desenvolvimento humano) a 1 (alto desenvolvimento humano). Índice de Liberdade Econômica variar de 0 (baixo) a 10 (alto). Índice de Percepção de Corrupção é avaliado em uma escala de 0 (país percebido como altamente corrupto) a 100 (país percebido como muito íntegro). Delta(PIB) é a variação anual do PIB per capita do país do respondente em dólares. Delta(População) é a variação anual da população do país do respondente.

TABELA 2: MATRIZ DE CORRELAÇÕES (Continuação)

	Renda	Escolaridade	Índice de Desenvolvimento Humano	Índice Liberdade Econômica	Índice de Percepção de Corrupção	Delta(PIB)	Delta(População)
Renda	1,0000						
Escolaridade	0,3630***	1,0000					
Índice de Desenvolvimento Humano	0,0479***	0,2154***	1,0000				
Índice Liberdade Econômica	0,0850***	0,1482***	0,4070***	1,0000			
Índice de Percepção de Corrupção	0,0675***	0,1719***	0,7393***	0,6846***	1,0000		
Delta(PIB)	0,0869***	0,0334***	-0,2026***	0,1678***	-0,1021***	1,0000	
Delta(População)	-0,0287***	-0,1530***	-0,7158***	-0,3451***	-0,4998***	0,1013***	1,0000

Fonte: Elaboração própria.

Notas: N=27040. Correlações de Pearson. * p < 0,1, ** p < 0,05, *** p < 0,01. Cultura Nacional é 1 para países de cultura portuguesa e 0 para espanhola. Percep. de Oportunidades é 1 se o indivíduo perceber oportunidades de negócio nos próximos 6 meses na região onde mora. Conhec. e Habil. Prévios é 1 se o indivíduo assumir que possui as competências necessárias para iniciar um novo negócio. Intolerância ao Risco é 1 se indivíduo tem medo em iniciar um novo negócio. Percep. da Sociedade é a média aritmética de respostas a perguntas (1=sim) referentes às percepções da sociedade local sobre status, carreira, padrão de vida e divulgação de negócios de sucesso. Razão para Empreender tem os valores de 0 (puramente oportunidade), 1 (parcialmente oportunidade) ou 2 (puramente necessidade). Sexo é 1 para feminino. Idade é a idade do indivíduo em anos. Renda é o tercil de renda do indivíduo, 0 (tercil inferior), 1 (tercil intermediário), 2 (tercil superior). Escolaridade é o nível educacional do indivíduo, 0 (pré-primário), 1 (1º estágio ensino básico), 2 (2º estágio ensino básico), 3 (ensino médio), 4 (pós-médio não superior), 5 (1º estágio ensino superior), 6 (2º estágio ensino superior). Índice de Desenvolvimento Humano varia de 0 (baixo desenvolvimento humano) a 1 (alto desenvolvimento humano). Índice de Liberdade Econômica variar de 0 (baixo) a 10 (alto). Índice de Percepção de Corrupção é avaliado em uma escala de 0 (país percebido como altamente corrupto) a 100 (país percebido como muito íntegro). Delta(PIB) é a variação anual do PIB (real) per capita do país do respondente. Delta(População) é a variação anual da população do país do respondente.

TABELA 3: TESTE DE DIFERENÇA DE MÉDIAS

Variável	Média (Cultura=ES)	Média (Cultura=PT)	Diferença	Erro Padrão
Percep. de Oportunidades	0,6542	0,6229	0,0313***	0,0082
Conhec. e Habil. Prévios	0,8535	0,7692	0,0843***	0,0070
Intolerância ao Risco	0,2586	0,3254	-0,0668***	0,0079
Percep. da Sociedade	0,6763	0,8470	-0,1707***	0,0039
Razão para Empreender	0,7463	0,7357	0,0106	0,0151
Sexo	0,4335	0,5059	-0,0724***	0,0084
Idade	37,7034	35,7700	1,9335***	0,1920
Renda	1,2675	1,0240	0,2435***	0,0141
Escolaridade	3,2363	2,4773	0,7590***	0,0236
Índice de Desenvolvimento Humano	0,7776	0,7314	0,0462***	0,0010
Índice Liberdade Econômica	7,0841	6,1576	0,9265***	0,0092
Índice de Percepção de Corrupção	47,4045	40,9750	6,4295***	0,1681
Delta(PIB)	0,0256	0,0110	0,0145***	0,0003
Delta(População)	0,0100	0,0106	-0,0005***	0,0001

Fonte: Elaboração própria.

Notas: N(ES)=22919, N(PT)=4121. Teste t para diferença de médias assumindo variâncias diferentes.

* $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$. Cultura Nacional é 1 para países de cultura portuguesa e 0 para espanhola. Percep. de Oportunidades é 1 se o indivíduo perceber oportunidades de negócio nos próximos 6 meses na região onde mora. Conhec. e Habil. Prévios é 1 se o indivíduo assumir que possui as competências necessárias para iniciar um novo negócio. Intolerância ao Risco é 1 se indivíduo tem medo em iniciar um novo negócio. Percep. da Sociedade é a média aritmética de respostas a perguntas (1=sim) referentes às percepções da sociedade local sobre status, carreira, padrão de vida e divulgação de negócios de sucesso. Razão para Empreender tem os valores de 0 (puramente oportunidade), 1 (parcialmente oportunidade) ou 2 (puramente necessidade). Sexo é 1 para feminino. Idade é a idade do indivíduo em anos. Renda é o tercil de renda do indivíduo, 0 (tercil inferior), 1 (tercil intermediário), 2 (tercil superior). Escolaridade é o nível educacional do indivíduo, 0 (pré-primário), 1 (1º estágio ensino básico), 2 (2º estágio ensino básico), 3 (ensino médio), 4 (pós-médio não superior), 5 (1º estágio ensino superior), 6 (2º estágio ensino superior). Índice de Desenvolvimento Humano varia de 0 (baixo desenvolvimento humano) a 1 (alto desenvolvimento humano). Índice de Liberdade Econômica variar de 0 (baixo) a 10 (alto). Índice de Percepção de Corrupção é avaliado em uma escala de 0 (país percebido como altamente corrupto) a 100 (país percebido como muito íntegro). Delta (PIB) é a variação anual do PIB (real) per capita do país do respondente. Delta (População) é a variação anual da população do país do respondente.

4.1. RESULTADO DAS REGRESSÕES

A Tabela 4 mostra as estimativas dos modelos de regressão para a hipótese levantada de que não há diferença estatisticamente significativa na percepção dos empreendedores de países de culturas portuguesa e espanhola no que se refere: (a) percepção de oportunidades; (b) intolerância ao risco. De acordo com os resultados apresentados as duas culturas demonstraram-se distintas em relação a esses aspectos. Dessa forma, o objetivo do trabalho foi alcançado, verificando-se que há indícios de que a cultura exerce influência na percepção dos empreendedores de

países de língua portuguesa e espanhola quanto aos aspectos do empreendedorismo.

Na sequência, os resultados encontrados são expostos de forma detalhada.

TABELA 4: ESTIMATIVAS DOS MODELOS DE PROBABILIDADE LINEAR

Modelo	(1)	(2)
Variável dependente	Percep. de Oportunidades	Intoler. ao Risco
Cultura Nacional		
Cultura Portuguesa	-0,0315 (-0,4054)	0,1569** (2,1497)
Aspectos do empreendedorismo		
Conhec. e Habil. Prévios	0,0704*** (7,8133)	-0,1756*** (-19,4509)
Intolerância ao Risco	-0,0781*** (-11,0029)	
Percep. da Sociedade	0,2334*** (20,8567)	0,0458*** (4,3735)
Razão para Empreender		
Parcialmente Oportunidade	-0,0285*** (-3,6970)	0,0096 (1,3112)
Totalmente Necessidade	-0,0795*** (-10,2472)	0,0713*** (9,5025)
Interações: Cultura Portuguesa x Aspectos do empreendedorismo		
Cultura Portuguesa x Conhec. e Habil. Prévios	0,0923*** (4,3980)	-0,0978*** (-4,7873)
Cultura Portuguesa x Intolerância ao Risco	0,0479*** (2,6892)	
Cultura Portuguesa x Percep. da Sociedade	0,0011 (0,0300)	0,0008 (0,0221)
Cultura Portuguesa x Parcialm. Oport.	-0,0008 (-0,0303)	0,0019 (0,0790)
Cultura Portuguesa x Totalm. Necess.	0,0209 (1,1026)	-0,0035 (-0,1919)
Controles		
Feminino	0,0026 (0,4280)	0,0210*** (3,5566)
Idade	-0,0017*** (-6,4522)	0,0005* (1,8881)
Renda:		
Tercil intermed.	0,0314*** (3,5844)	-0,0012 (-0,1383)
Tercil sup.	0,0539*** (6,2700)	-0,0074 (-0,9103)
Escolaridade:		
1o estágio Ens. Bás.	0,0133 (0,6425)	-0,0442** (-2,0617)
2o estágio Ens. Bás.	-0,0062 (-0,3096)	-0,0608*** (-2,9272)

Ensino Médio	-0,0228 (-1,1864)	-0,0694*** (-3,4840)
Pós-Médio não Sup.	-0,0380* (-1,8597)	-0,0747*** (-3,5754)
1o estágio Ens. Sup.	-0,0239 (-1,1870)	-0,0528** (-2,5551)
2o estágio Ens. Sup.	-0,0290 (-1,0492)	-0,0326 (-1,2081)
Interações: Cultura Portuguesa x Controles		
Cultura Portuguesa x Feminino	-0,0339** (-2,0980)	0,0292* (1,8918)
Cultura Portuguesa x Idade	0,0014** (1,9611)	0,0001 (0,1165)
Cultura Portuguesa x Tercil intermed.	-0,0394* (-1,8699)	-0,0242 (-1,1931)
Cultura Portuguesa x Tercil sup.	-0,0243 (-1,1470)	-0,0337* (-1,6485)
Cultura Portuguesa x 1o estágio Ens. Bás.	0,0013 (0,0344)	0,0542 (1,5013)
Cultura Portuguesa x 2o estágio Ens. Bás.	-0,0138 (-0,3701)	0,0661* (1,8237)
Cultura Portuguesa x Ensino Médio	0,0352 (1,0354)	0,0736** (2,2329)
Cultura Portuguesa x Pós-Médio não Sup.	0,0475 (0,7143)	0,1578* (1,8940)
Cultura Portuguesa x 1o estágio Ens. Sup.	0,0345 (0,8638)	0,0512 (1,3518)
Cultura Portuguesa x 2o estágio Ens. Sup.	0,0000 (,)	0,0000 (,)
Controles de país		
Índice de Desenvolvimento Humano	0,1150 (0,1357)	3,1036*** (3,9114)
Índice Liberdade Econômica	0,0739** (2,5730)	-0,1087*** (-4,1228)
Índice de Percepção de Corrupção	-0,0162*** (-5,8873)	0,0063** (2,4507)
Delta(PIB)	1,8481*** (8,3417)	-0,3177 (-1,5485)
Delta(População)	6,2572 (1,6063)	-6,4823* (-1,7171)
Constante	0,5523 (0,7416)	-1,7918*** (-2,6083)
Efeito fixo de ano	Sim	Sim
Efeito fixo de país	Sim	Sim
Adjusted R^2	0,094	0,050
AIC	34103,5024	31410,9244
BIC	34554,7814	31845,7932

Fonte: Elaboração própria.

Notas: N=27040. Estimativas dos modelos de probabilidade linear das equações (1) e (2). Os valores entre parênteses são a estatística t. * $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$. Cultura Nacional é 1 para países de cultura portuguesa e 0 para espanhola. Percep. de Oportunidades é 1 se o indivíduo perceber oportunidades de negócio nos próximos 6 meses na região onde mora. Conhec. e Habil. Prévios é 1 se o indivíduo assumir que possui as competências necessárias para iniciar um novo negócio. Intolerância ao Risco é 1 se indivíduo tem medo em iniciar um novo negócio. Percep. da Sociedade é a média aritmética de respostas a perguntas (1=sim) referentes às percepções da sociedade local sobre status, carreira, padrão de vida e divulgação de negócios de sucesso. Razão para Empreender tem os valores de 0 (puramente oportunidade), 1 (parcialmente oportunidade) ou 2 (puramente necessidade). Sexo é 1 para feminino. Idade é a idade do indivíduo em anos. Renda é o tercil de renda do indivíduo, 0 (tercil inferior), 1 (tercil intermediário), 2 (tercil superior). Escolaridade é o nível educacional do indivíduo, 0 (pré-primário), 1 (1º estágio ensino básico), 2 (2º estágio ensino básico), 3 (ensino médio), 4 (pós-médio não superior), 5 (1º estágio ensino superior), 6 (2º estágio ensino superior). Índice de Desenvolvimento Humano varia de 0 (baixo desenvolvimento humano) a 1 (alto desenvolvimento humano). Índice de Liberdade Econômica variar de 0 (baixo) a 10 (alto). Índice de Percepção de Corrupção é avaliado em uma escala de 0 (país percebido como altamente corrupto) a 100 (país percebido como muito íntegro). Delta(PIB) é a variação anual do PIB (real) per capita do país do respondente. Delta(População) é a variação anual da população do país do respondente. AIC é o Critério de Informação Akaike. BIC é o Critério de Informação Bayesiano.

Primeiramente, analisando os efeitos diretos dos aspectos do empreendedorismo, ainda sem a influência da cultura nacional, na percepção de oportunidades e na intolerância ao risco verifica-se que os resultados estão coerentes com a literatura (Cacciotti et al., 2016; George, Parida, Lahti, & Wincent, 2016; Machado et al., 2016). Conhecimentos e habilidades prévios estão positivamente correlacionados com a percepção de oportunidades e negativamente com a intolerância ao risco. As competências adquiridas ampliam a autoconfiança, fazendo com que o indivíduo se exponha a maiores riscos a fim de captar oportunidades não percebidas por outros (Acs et al., 2012; Lecuna et al., 2017). A intolerância ao risco, por sua vez, apresenta relação negativa com a percepção de oportunidades. Certamente, aqueles que não toleram riscos terão um panorama reduzido das oportunidades para empreender (George et al., 2016).

Acerca da percepção da sociedade em relação ao empreendedorismo, essa apresenta efeito positivo na percepção de oportunidades e, curiosamente, também na intolerância ao risco. Uma possível explicação para esse resultado contraditório pode

ser o fato de que o efeito das influências contextuais depende da interpretação individual (Meoli et al., 2020). No que diz respeito às razões para empreender, o empreendedorismo por necessidade exerce influência negativa na percepção de oportunidades e positiva na intolerância ao risco. Indivíduos motivados pelas oportunidades almejam a realização de objetivos e, dessa forma, tendem a assumir riscos, enquanto aqueles movidos pela necessidade empreendem por falta de opção (Block et al., 2015; Kerr et al., 2018), logo, buscam alternativas menos arriscadas e assim, possuem uma visão restrita das oportunidades (George et al., 2016).

4.2. ANÁLISE DA INTERAÇÃO ENTRE CULTURA NACIONAL E ASPECTOS DO EMPREENDEDORISMO

Os resultados das interações entre a cultura nacional e os aspectos do empreendedorismo mostram os efeitos diferenciais entre as culturas portuguesa e espanhola. Dessa forma, verifica-se as distinções entre as duas culturas, atendendo ao objetivo proposto neste trabalho.

Os resultados do Modelo 1 indicam que a cultura afeta significativamente a percepção de oportunidades quando interage com os aspectos de conhecimento e habilidades prévios e intolerância ao risco, embora não tenha sido medido um efeito direto da cultura nacional per se. No que se refere a interação entre a cultura e o aspecto de conhecimento e habilidades prévios, os respondentes de países de cultura portuguesa que possuem competências e experiências anteriores apresentam uma maior probabilidade de perceber oportunidades do que aqueles advindos de países de cultura espanhola, reforçando o efeito direto dos conhecimentos prévios. Da mesma forma, os achados de Santos e Caetano (2015) indicam que, apesar do fato dos portugueses perceberem menos oportunidades de negócios do que a média dos

países da União Europeia, Portugal é o país com maior crença na população de que possuem competências e conhecimentos necessários para abrir um negócio. Esse resultado mostra-se relevante, pois as competências prévias que uma pessoa adquire aumentam sua confiança em aceitar desafios (Acs et al., 2012), fazendo com que se sinta mais preparada para reconhecer oportunidades por vezes imperceptíveis aos olhos de outros (Lecuna et al., 2017).

Quanto a interação entre cultura e intolerância ao risco, os resultados revelam que os indivíduos de países de cultura portuguesa que apresentam algum grau de intolerância ao risco têm maior probabilidade de perceber oportunidades do que aqueles pertencentes a países de cultura espanhola, contrabalançando parcialmente a relação negativa direta entre intolerância ao risco e percepção de oportunidades. De acordo com Wennberg, Pathak e Autio (2013), os efeitos negativos do medo de falhar ao iniciar um novo negócio são menores em ambientes com altos níveis de coletivismo institucional. Sendo a cultura portuguesa mais coletivista do que a espanhola (Hofstede Insights, 2020), ela tende a oferecer mais estrutura e suporte aos seus membros, o que pode amenizar os efeitos negativos do medo do fracasso e motivar o comportamento empreendedor (Cacciotti, Hayton, Mitchell, & Giazitzoglu, 2016). Isso reforça os achados de Costa e Mainardes (2016), que indicam que culturas diferentes enxergam os riscos de formas diferentes.

Um outro argumento para explicar esse efeito é baseado na teoria do foco regulatório de Higgins (1998). Essa teoria sustenta que os indivíduos desenvolvem uma orientação estratégica com base na auto regulação do seu comportamento (Higgins, 1998). Essa orientação é formada na infância, através de interações com pessoas próximas, e se torna consistente ao longo da vida adulta (Hmielecki & Baron, 2008). Indivíduos que se auto regulam com foco na prevenção preocupam-se em

evitar perdas, e, dessa forma, não irão em busca de oportunidades de negócios a menos que sejam capazes de descobrir uma forma de reduzir os riscos do empreendimento (Hmieleski & Baron, 2008). Por outro lado, aqueles que se auto regulam através do foco em promoção são motivados a buscar ganhos e realizações e, assim, estão mais inclinados a explorar uma oportunidade percebida (Hmieleski & Baron, 2008). Assim sendo, pode-se supor que os indivíduos de cultura portuguesa desenvolveram auto regulação com foco na promoção e então, por mais arriscado que seja o empreendimento, são mais dispostos a explorá-lo.

Os resultados do Modelo 2 indicam um efeito direto da cultura nacional na intolerância ao risco, sugerindo que indivíduos de cultura portuguesa têm maior probabilidade de serem intolerantes aos riscos do que aqueles de cultura espanhola. Nesse modelo, o conhecimento prévio diminui a probabilidade de intolerância ao risco, enquanto o empreendedorismo por necessidade a aumenta, como esperado. Curiosamente, uma melhor percepção da sociedade aumenta a probabilidade de intolerância ao risco. Contudo, um efeito indireto da interação entre cultura e conhecimento e habilidades prévios sinaliza que nos países de cultura portuguesa, os conhecimentos e competências anteriores têm um efeito ainda maior na redução da intolerância ao risco, compensando parcialmente o efeito contrário da relação direta.

Assim sendo, os conhecimentos e habilidades adquiridos previamente parecem ser relevantes na formação da autoconfiança e, por conseguinte, na percepção dos riscos. Quanto menor for o nível de informação e competências, menor será a autoconfiança, então a percepção de que uma determinada situação é arriscada será ampliada (Humbert & Brindley, 2015). Além disso, se o empreendedor tiver oportunidades de se expor a riscos, maior será seu aprendizado através das falhas, e dessa forma, desenvolverá mais confiança para enfrentá-los em situações futuras

(Humbert & Brindley, 2015). Esse resultado destaca a importância da formação adequada dos empreendedores, pois isso pode diminuir as barreiras para iniciar um empreendimento.

Em resumo, os resultados indicam que a cultura nacional pode influenciar a percepção dos empreendedores tanto por canais diretos quanto indiretos. Os canais indiretos indicam que a cultura nacional pode mudar a relação entre aspectos do empreendedorismo e as percepções do empreendedor. Esses resultados corroboram com a ideia de que a cultura nacional pode exercer influência na percepção individual (Hayton et al., 2002; Hayton & Cacciotti, 2013), afetando assim o desenvolvimento do empreendedorismo e, por consequência, o desempenho econômico de uma nação.

4.3. ANÁLISE DOS CONTROLES

Quanto aos controles, as mulheres de países de cultura portuguesa possuem maior tendência a perceberem menos oportunidades e serem mais intolerantes ao risco do que as de cultura espanhola. Uma das explicações para esse efeito pode estar relacionada com a dimensão cultural de distância de poder (Hofstede Insights, 2020). Culturas com alto índice de distância de poder manifestam maior desigualdade de gênero e papéis tradicionais de gênero, em que a mulher ocupa uma posição inferior na hierarquia social (Parboteeah, Hoegl, & Cullen 2008). À vista disso, como a cultura portuguesa apresenta maior índice de distância de poder do que a cultura espanhola (Hofstede Insights, 2020), pode-se supor que as mulheres de cultura espanhola se vejam menos distantes dos homens com relação aos seus direitos e oportunidades. Essa percepção pode gerar uma maior sensação de segurança e confiança que as leva a enxergar mais oportunidades e terem menos aversão aos riscos que envolvem a atividade empreendedora.

Além disso, pessoas mais velhas pertencentes a países de cultura portuguesa apresentam maior probabilidade de perceberem mais oportunidades do que aquelas de países de cultura espanhola. Diferenças culturais com relação à idade podem ocorrer quando indivíduos de contextos diferentes aprendem maneiras distintas de se adequarem culturalmente ao seu ambiente a medida em que envelhecem (Minola, Criaco, & Obschonka, 2016). Culturas com maior nível de aversão a incertezas e mais favoráveis ao empreendedorismo proporcionam maior motivação empreendedora para pessoas mais velhas (Minola et al., 2016).

Por fim, os resultados quanto a renda e escolaridade. Indivíduos com renda intermediária de países de cultura portuguesa são mais propensos a perceberem menos oportunidades do que os de países de cultura espanhola. Já aqueles que possuem um nível elevado de renda provenientes de países de cultura portuguesa são mais inclinados a serem tolerantes ao risco do que os de cultura espanhola, ao contrário dos respondentes com escolaridade intermediária (2º estágio do ensino básico até o pós médio não superior). Renda e atividade empreendedora são positivamente relacionadas, sendo que indivíduos advindos de famílias ricas são mais suscetíveis a empreender (Setti, 2017). A falta de legitimação social do empreendedor na cultura espanhola pode ser a razão pela qual os indivíduos de renda elevada percebam mais riscos e optem por empregos estáveis.

Quanto aos controles de país, os países com IDH mais elevados são mais intolerantes ao risco e, como esperado, aqueles com Índice de Liberdade Econômica mais elevados percebem mais oportunidades e são mais tolerantes ao risco. Curiosamente, os que possuem melhores índices de percepção de corrupção percebem menos oportunidades e são mais intolerantes ao risco. Conforme Amorós, Borraz e Veiga (2016), a transparência está associada ao empreendedorismo por

necessidade. A corrupção não é benéfica ao empreendedorismo, porém é menos prejudicial em ambientes de negócios não propícios ao crescimento, com barreiras governamentais que dificultam a atividade empreendedora (Dutta & Sobel, 2016).

Por fim, é importante notar os baixos valores de R^2 (0,094 e 0,050) dos dois modelos. Esse resultado já era esperado, visto que outros trabalhos na mesma linha de pesquisa (Laskovaia et al., 2017; Stuetzer et al., 2014; Wu, 2007) demonstram comportamento similar. Outros fatores como disponibilidade de mão-de-obra e desemprego, regulamentos tributários e governamentais também influenciam a maneira como os indivíduos de um país se envolvem ativamente em atividades empresariais (Wu, 2007), do mesmo modo que suas percepções em relação ao empreendedorismo.

Em conjunto, os resultados apontam para diferenças culturais e demográficas importantes, que podem ajudar a compreender a dinâmica do empreendedorismo e adaptar as diretrizes em prol do seu desenvolvimento. As regras e regulamentos sob os quais um indivíduo deve operar influenciam o valor que a sociedade atribui às oportunidades e riscos (George et al., 2016). Assim, o conhecimento cultural torna-se uma vantagem competitiva (George et al., 2016), de forma que uma nação, conhecendo as circunstâncias que promovem ou impedem o desenvolvimento de sua atividade empreendedora, é capaz de construir um ambiente mais favorável de acordo com o perfil dos empreendedores do seu país, até mesmo adotando iniciativas de sucesso de países de mesmo contexto cultural (Kerr et al., 2018).

Capítulo 5

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo foi verificar a influência da cultura nacional na percepção de aspectos relacionados ao empreendedorismo (percepção de oportunidades e intolerância ao risco) de empreendedores de países de cultura portuguesa e espanhola. O primeiro modelo, de variável dependente percepção de oportunidades, não apresenta efeitos diretos, mas indica que os indivíduos oriundos de cultura portuguesa que detêm conhecimentos e habilidades prévios têm maior probabilidade de perceber oportunidades do que aqueles de cultura espanhola, reforçando o efeito direto dos conhecimentos prévios. Esse mesmo modelo também mostra que os indivíduos pertencentes a países de cultura portuguesa que apresentam algum grau de intolerância ao risco também têm uma maior percepção de oportunidades, contrabalançando parcialmente a relação negativa direta entre intolerância ao risco e percepção de oportunidades. Quanto ao segundo modelo, de variável dependente intolerância ao risco, os resultados apontam efeito direto da cultura nacional, sugerindo que os indivíduos de cultura portuguesa são mais propensos a serem intolerantes aos riscos do que os de cultura espanhola. Contudo, há um efeito indireto indicando nos países de cultura portuguesa, conhecimentos e competências anteriores têm um efeito ainda maior na redução da intolerância ao risco, compensando parcialmente o efeito contrário da relação direta. Em conjunto, os dois modelos destacam a importância de uma formação adequada para diminuir as barreiras para iniciar um empreendimento, mesmo que parcialmente compensando aspectos indesejáveis de uma cultura nacional.

Embora os resultados sejam estatisticamente fortes é preciso ter cuidado ao tirar conclusões gerais. A principal limitação deste estudo é o banco de dados utilizado. Os dados se referem ao período de 2011 a 2015 e, mesmo que sejam os mais recentes disponibilizados pelo GEM (GEM, 2018), são um pouco antigos. É possível que, com dados mais atuais, os resultados apresentem algumas diferenças. Outro ponto de atenção é o desequilíbrio entre o número de observações da cultura portuguesa e espanhola. Após limpar os dados excluindo países que não pertencem à cultura portuguesa e espanhola e linhas com dados faltantes, os espanhóis são quase seis vezes mais numerosos do que os indivíduos da cultura portuguesa. A proporção entre falantes de espanhol e português no mundo é de aproximadamente 2:1 (Babbel, 2017; Instituto Cervantes, 2017), o que significa que os indivíduos da cultura portuguesa podem estar sub-representados. Indício disso é a ausência de importantes países de língua portuguesa, como Moçambique. No entanto, não há uma maneira fácil de superar essa limitação pois esses são os dados disponibilizados pelo GEM. O alcance desta pesquisa depende do fornecimento de informações por esta organização e essas limitações reduzem a generalização dos resultados. Mesmo assim, as evidências indicam que as culturas nacionais tendem a desempenhar um papel importante no desenvolvimento do empreendedorismo de uma nação.

As implicações teóricas deste estudo estão relacionadas principalmente à conexão entre dois temas importantes para as nações, cultura nacional e empreendedorismo. Essa conexão é pouco presente, tanto nas literaturas de empreendedorismo, quanto de estudos culturais (Acs et al., 2012; Hayton et al., 2002; Hayton & Cacciotti, 2013; Hofstede et al., 2004; Huggins & Thompson, 2014). A observação das diferenças culturais nas percepções dos indivíduos relacionadas ao ato de empreender amplia o conhecimento sobre empreendedorismo e cultura,

facilitando a compreensão de ambos os fenômenos, que são naturalmente complexos. Portanto, a principal contribuição teórica desta pesquisa é evidenciar que aspectos comuns do empreendedorismo, como percepção de oportunidades e intolerância ao risco, podem levar em conta questões culturais. Isso indica que os estudos realizados com uma única cultura possuem abrangência e generalização limitados, uma vez que as culturas nacionais tendem a alterar as percepções dos indivíduos em relação ao empreendedorismo, conforme apontado pelos resultados.

No que diz respeito às implicações práticas e gerenciais, vale ressaltar que destacar diferenças nas percepções entre culturas distintas, porém próximas, pode ajudar no desenvolvimento de políticas públicas mais direcionadas, voltadas à promoção do empreendedorismo. Exemplos disso são programas que viabilizam o acesso a recursos financeiros, a informação, treinamento e consultoria, que aceleram e desburocratizam o processo de início de um novo negócio, e que isentam de impostos os investimentos em P&D (Jacquemin & Janssen, 2015).

Além disso, as diferenças de percepção entre culturas mostram que iniciativas bem-sucedidas em um determinado país podem não ter a mesma eficácia em outros países. O reconhecimento da diversidade na forma de pensar de indivíduos de culturas nacionais distintas indica que o estímulo adequado ao empreendedorismo local exige ajustes de acordo com a cultura. Simplesmente importar programas de outras nações para promover o empreendedorismo possivelmente não funcionará se a cultura nacional não for considerada.

Pesquisas futuras podem adicionar dados mais recentes, medindo as diferenças com o passar do tempo. Outra sugestão é estender a análise para outras culturas distintas, como as asiáticas ou anglo-saxônicas, visto que este estudo abrangeu duas culturas naturalmente próximas, que compartilham uma

ancestralidade latina comum. Por fim, outros estudos podem expandir o número de variáveis analisadas usando o próprio GEM, desde que haja dados disponíveis, ou outros bancos de dados que englobem o empreendedorismo, como o *Doing Business Database* (World Bank, 2020a). Em suma, os estudos que conectam as culturas nacionais ao empreendedorismo podem ser subsídios importantes na tomada de decisões para promover o empreendedorismo em diferentes países.

REFERÊNCIAS

- Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunerhjelm, P., & Carlsson, B. (2012). Growth and entrepreneurship. *Small Business Economics*, 39(2), 289–300.
- Alesina, A., & Giuliano, P. (2015). Culture and institutions. *Journal of Economic Literature*, 53(4), 898–944.
- Alvarez, C., Urbano, D., & Amorós, J. E. (2014). GEM research: Achievements and challenges. *Small Business Economics*, 42(3), 445–465.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 11–26.
- Amorós, J. E., Borraz, F., & Veiga, L. (2016). Entrepreneurship and socioeconomic indicators in Latin America. *Latin American Research Review*, 51(4), 186–201.
- Antoncic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G., & DeNoble, A. F. (2015). The Big Five personality-entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841.
- Autio, E., Pathak, S., & Wennberg, K. (2013). Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors. *Journal of International Business Studies*, 44(4), 334–362.
- Babbel. (2017). *How many people speak portuguese, and where is it spoken?* Babbel Magazine. <https://www.babbel.com/en/magazine/how-many-people-speak-portuguese-and-where-is-it-spoken/>
- Barba-Sanchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2011). Reasons to create a new venture: A determinant of entrepreneurial profiles. *African Journal of Business Management*, 5(28), 11497–11504.
- Baumol, W. J., Litan, R. E., & Schramm, C. J. (2007). *Good capitalism, bad capitalism, and the economics of growth and prosperity*. Yale University Press.
- Block, J., Sandner, P., & Spiegel, F. (2015). How do risk attitudes differ within the group of entrepreneurs? The role of motivation and procedural utility. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 183–206.
- Bochner, S., & Hesketh, B. (1994). Power distance, individualism/collectivism, and job-related attitudes in a culturally diverse work group. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 25(2), 233–257.
- Böröcz, J., & Sarkar, M. (2012). Colonialism. In H. Anheier, M. Juergensmeyer, & V. Faessell, *Encyclopedia of global studies* (p. 229–234). SAGE Publications.
- Boudreaux, C. J., Nikolaev, B. N., & Klein, P. (2019). Socio-cognitive traits and entrepreneurship: The moderating role of economic institutions. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 178–196.
- Brandstätter, H. (2011). Personality aspects of entrepreneurship: A look at five meta-analyses. *Personality and Individual Differences*, 51(3), 222–230.
- Bruton, G. D., & Ahlstrom, D. (2003). An institutional view of China's venture capital industry. *Journal of Business Venturing*, 18(2), 233–259.

- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421–440.
- Cacciotti, G., Hayton, J. C., Mitchell, J. R., & Giazitzoglu, A. (2016). A reconceptualization of fear of failure in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 302–325.
- Cassar, G., & Friedman, H. (2009). Does self-efficacy affect entrepreneurial investment? *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(3), 241–260.
- Chen, S. C., & Elston, J. A. (2013). Entrepreneurial motives and characteristics: An analysis of small restaurant owners. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 294–305.
- Clercq, D. D., Lim, D. S. K., & Oh, C. H. (2013). Individual-level resources and new business activity: The contingent role of institutional context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), 303–330.
- Costa, L. D. A., & Mainardes, E. W. (2016). The role of corruption and risk aversion in entrepreneurial intentions. *Applied Economics Letters*, 23(4), 290–293.
- Cowling, M. (2000). Are entrepreneurs different across countries? *Applied Economics Letters*, 7(12), 785–789.
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(1), 41–62.
- Deshpandé, R., Grinstein, A., Kim, S., & Ofek, E. (2013). Achievement motivation, strategic orientations and business performance in entrepreneurial firms: How different are Japanese and American founders? *International Marketing Review*, 30(3), 231–252.
- Dheer, R. J. S. (2017). Cross-national differences in entrepreneurial activity: Role of culture and institutional factors. *Small Business Economics*, 48(4), 813–842.
- Dutta, N., & Sobel, R. (2016). Does corruption ever help entrepreneurship? *Small Business Economics*, 47(1), 179–199.
- Envick, B. R., & Langford, M. (2000). The Five-Factor model of personality: Assessing entrepreneurs and managers. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 6(1), 6–17.
- Evans, D. S., & Jovanovic, B. (1989). An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints. *Journal of Political Economy*, 97(4), 808–827.
- Evans, D. S., & Leighton, L. S. (1989). Some empirical aspects of entrepreneurship. *The American Economic Review*, 79(3), 519–535.
- Fairlie, R. W., & Krashinsky, H. A. (2012). Liquidity constraints, household wealth, and entrepreneurship revisited. *Review of Income and Wealth*, 58(2), 279–306.
- Fayolle, A., Basso, O., & Bouchard, V. (2010). Three levels of culture and firms' entrepreneurial orientation: A research agenda. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(7–8), 707–730.
- Felbermayr, G. J., & Toubal, F. (2010). Cultural proximity and trade. *European Economic Review*, 54(2), 279–293.
- Fernandez, R. (2011). Does culture matter? In J. Benhabib, A. Bisin, & M. O. Jackson (Orgs.), *Handbook of Social Economics* (Vol. 1, p. 481–510). North-Holland.

- Fernández-Serrano, J., Berbegal, V., Velasco, F., & Expósito, A. (2018). Efficient entrepreneurial culture: A cross-country analysis of developed countries. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(1), 105–127.
- Fieldhouse, D. K. (1982). *The colonial empires: A comparative survey from the eighteenth century* (2nd ed.). Macmillan.
- Fisman, R., Paravisini, D., & Vig, V. (2017). Cultural proximity and loan outcomes. *American Economic Review*, 107(2), 457–492.
- Fraser Institute. (2018). *Economic Freedom of the World*. <https://www.fraserinstitute.org/economic-freedom/map?geozone=world&page=map&year=2018>
- Fraser Institute. (2019). *Economic freedom of the world*. <https://www.fraserinstitute.org/economic-freedom/dataset?geozone=world&year=2017&page=dataset&min-year=2&max-year=0&filter=0>
- Freytag, A., & Thurik, R. (2007). Entrepreneurship and its determinants in a cross-country setting. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 117–131.
- Friedman, B. A., & Aziz, N. (2012). Turkey and the United States: Entrepreneurship activity, motives, aspirations, and perceptions. *International Journal of Business and Social Science*, 3(3), 96–107.
- Gaglio, C. M., & Katz, J. A. (2001). The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. *Small Business Economics*, 16(2), 95–111.
- Gartner, W. B. (1988). “Who is an entrepreneur?” Is the wrong question. *American Journal of Small Business*, 12(4), 11–32.
- George, N. M., Parida, V., Lahti, T., & Wincent, J. (2016). A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: Insights on influencing factors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(2), 309–350.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *GEM 2011-2015 NES Global Individual Level Data*. <https://www.gemconsortium.org/data/sets>
- Greif, A. (1994). Cultural beliefs and the organization of society: A historical and theoretical reflection on collectivist and individualist societies. *Journal of Political Economy*, 102(5), 912–950.
- Gupta, V., & Fernandez, C. (2009). Cross-cultural similarities and differences in characteristics attributed to entrepreneurs: A three-nation study. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 15(3), 304–318.
- Hansemark, O. C. (2003). Need for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: A longitudinal study. *Journal of Economic Psychology*, 24(3), 301–319.
- Hart, M., Anyadike-Danes, M., & Blackburn, R. (2004). Entrepreneurship and age in the UK: Comparing third age and prime age new venture creation across the regions. *RENT XVIII*. RENT XVIII, Copenhagen.
- Hayton, J. C., & Cacciotti, G. (2013). Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9–10), 708–731.

- Hayton, J. C., George, G., & Zahra, S. A. (2002). National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(4), 33–52.
- Hechavarria, D. M. (2016). The impact of culture on national prevalence rates of social and commercial entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4), 1025–1052.
- Hechavarria, D. M., & Reynolds, P. D. (2009). Cultural norms & business start-ups: The impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4), 417–437.
- Higgins, E. T. (1998). Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. *Advances in Experimental Social Psychology*, 30, 1–46.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 479–491.
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2008). Regulatory focus and new venture performance: A study of entrepreneurial opportunity exploitation under conditions of risk versus uncertainty. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(4), 285–299.
- Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. SAGE Publications.
- Hofstede, G., Noorderhaven, N. G., Thurik, A. R., Uhlaner, L. M., Wenneker, A. R. M., & Wildeman, R. E. (2004). Culture's role in entrepreneurship: Self-employment out of dissatisfaction. In T. E. Brown & J. Ulijn, *Innovation, entrepreneurship and culture: The interaction between technology, progress and economic growth* (p. 162–203). Edward Elgar Publishing.
- Hofstede Insights. (2020). *Compare countries*. <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>
- Huggins, R., & Thompson, P. (2014). Culture, entrepreneurship and uneven development: A spatial analysis. *Entrepreneurship & Regional Development*, 26(9–10), 726–752.
- Humbert, A. L., & Brindley, C. (2015). Challenging the concept of risk in relation to women's entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 30(1), 2–25.
- Inglehart, R. F. (2008). Changing values among western publics from 1970 to 2006. *West European Politics*, 31(1–2), 130–146.
- Instituto Cervantes. (2017). *El español: Una lengua viva*. https://cvc.cervantes.es/lengua/espanol_lengua_viva/pdf/espanol_lengua_viva_2017.pdf
- Jacquemin, A., & Janssen, F. (2015). Studying regulation as a source of opportunity rather than as a constraint for entrepreneurs: Conceptual map and research propositions. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 33(4), 846–862.
- Jiménez, G., Ongena, S., Peydró, J.-L., & Saurina, J. (2012). Credit supply and monetary policy: Identifying the bank balance-sheet channel with loan applications. *American Economic Review*, 102(5), 2301–2326.

- Jones-Evans, D., Thompson, P., & Kwong, C. (2011). Entrepreneurship amongst minority language speakers: The case of Wales. *Regional Studies*, 45(2), 219–238.
- Junco, J. G. del, & Brás-dos-Santos, J. M. (2009). How different are the entrepreneurs in the European Union internal market?—An exploratory cross-cultural analysis of German, Italian and Spanish entrepreneurs. *Journal of International Entrepreneurship*, 7(2), 135–162.
- Kajonius, P., & Giolla, E. M. (2017). Personality traits across countries: Support for similarities rather than differences. *PLoS One*, 12(6), e0179646.
- Kastenholz, E. (2010). 'Cultural proximity' as a determinant of destination image. *Journal of Vacation Marketing*, 16(4), 313–322.
- Kautonen, T. (2008). Understanding the older entrepreneur: Comparing third age and prime age entrepreneurs in Finland. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 3(3), 3–13.
- Kedmenec, I., & Strašek, S. (2017). Are some cultures more favourable for social entrepreneurship than others? *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), 1461–1476.
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14(3), 279–356.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity, and profit: Studies in the theory of entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Kollmann, T., Stöckmann, C., & Kensbock, J. M. (2017). Fear of failure as a mediator of the relationship between obstacles and nascent entrepreneurial activity—An experimental approach. *Journal of Business Venturing*, 32(3), 280–301.
- Kuratko, D. F., & Audretsch, D. B. (2009). Strategic entrepreneurship: Exploring different perspectives of an emerging concept. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 1–17.
- Laskovaia, A., Shirokova, G., & Morris, M. H. (2017). National culture, effectuation, and new venture performance: Global evidence from student entrepreneurs. *Small Business Economics*, 49(3), 687–709.
- Lecuna, A., Cohen, B., & Chavez, R. (2017). Characteristics of high-growth entrepreneurs in Latin America. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(1), 141–159.
- Liñán, F., & Fernandez-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: Different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42(4), 685–701.
- Machado, H. P. V., Faia, V. da S., & Domingues, J. (2016). Entrepreneurial alertness: Study of the influence of individual characteristics and entrepreneurship. *BBR - Brazilian Business Review*, 13(5), 85–107.
- McAlister, L. N. (1984). *Spain and Portugal in the new world, 1492-1700*. University of Minnesota Press.
- McKenzie, B., Ugbah, S. D., & Smothers, N. (2007). "Who is an entrepreneur?" Is it still the wrong question? *Academy of Entrepreneurship Journal*, 13(1), 23–43.

- Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2020). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 35(3), 105982.
- Minola, T., Criaco, G., & Obschonka, M. (2016). Age, culture, and self-employment motivation. *Small Business Economics*, 46(2), 187–213.
- Mthanti, T., & Ojah, K. (2017). Entrepreneurial orientation (EO): Measurement and policy implications of entrepreneurship at the macroeconomic level. *Research Policy*, 46(4), 724–739.
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51–75.
- Obschonka, M., Hakkarainen, K., Lonka, K., & Salmela-Aro, K. (2017). Entrepreneurship as a twenty-first century skill: Entrepreneurial alertness and intention in the transition to adulthood. *Small Business Economics*, 48(3), 487–501.
- Obschonka, M., & Stuetzer, M. (2017). Integrating psychological approaches to entrepreneurship: The Entrepreneurial Personality System (EPS). *Small Business Economics*, 49(1), 203–231.
- Parboteeah, K. P., Hoegl, M., & Cullen, J. B. (2008). Managers' gender role attitudes: A country institutional profile approach. *Journal of International Business Studies*, 39(5), 795–813.
- Piacentini, M. (2013). *Women entrepreneurs in the OECD*. OECD Publishing.
- Pillis, E. de, & Reardon, K. K. (2007). The influence of personality traits and persuasive messages on entrepreneurial intention: A cross-cultural comparison. *Career Development International*, 12(4), 382–396.
- Santos, S. C., & Caetano, A. (2015). Entrepreneurship in Portugal in relation to other European Union countries from 2010 to 2014: Are we far from or close to the tipping point? *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, 14(3), 37–62.
- Sapir, E. (1929). The status of linguistics as a science. *Language*, 5(4), 207–214.
- Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology*, 48(1), 23–47.
- Setti, Z. (2017). Entrepreneurial intentions among youth in MENA countries: Effects of gender, education, occupation and income. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 30(3), 308–324.
- Sexton, D. L., & Bowman, N. B. (1984). Entrepreneurship education: Suggestions for increasing effectiveness. *Journal of Small Business Management*, 22(4), 18–25.
- Sexton, D. L., & Bowman, N. B. (1985). The entrepreneur: A capable executive and more. *Journal of Business Venturing*, 1(1), 129–140.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Sluis, J. van der, Praag, M. van, & Vijverberg, W. (2008). Education and entrepreneurship selection and performance: A review of the empirical literature. *Journal of Economic Surveys*, 22(5), 795–841.

- Stephan, U., & Pathak, S. (2016). Beyond cultural values? Cultural leadership ideals and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(5), 505–523.
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2007). A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers. *Journal of Small Business Management*, 45(4), 401–421.
- Stuetzer, M., Obschonka, M., Brixy, U., Sternberg, R., & Cantner, U. (2014). Regional characteristics, opportunity perception and entrepreneurial activities. *Small Business Economics*, 42(2), 221–244.
- Tajeddini, K., & Mueller, S. L. (2008). Entrepreneurial characteristics in Switzerland and the UK: A comparative study of techno-entrepreneurs. *Journal of International Entrepreneurship*, 7(1), 1–25.
- Taras, V., Kirkman, B. L., & Steel, P. (2010). Examining the impact of culture's consequences: A three-decade, multilevel, meta-analytic review of Hofstede's cultural value dimensions. *Journal of Applied Psychology*, 95(3), 405–439.
- Terjesen, S., Hessels, J., & Li, D. (2016). Comparative international entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of Management*, 42(1), 299–344.
- Thorne, J. R., & Ball, J. G. (1981). Entrepreneurs and their companies: Smaller industrial firms. In K. H. Vesper, *Frontiers of entrepreneurship research: The proceedings of the Babson conference on entrepreneurship research* (p. 65–83). Babson College.
- Torres, P., & Augusto, M. (2019). Cultural configurations and entrepreneurial realisation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(1), 112–128.
- Transparency International. (2019a). *Corruption Perceptions Index 2011-2018*. www.transparency.org. <https://www.transparency.org/en/cpi/2018/results>
- Transparency International. (2019b). *Results—2019—CPI*. Transparency.Org. <https://www.transparency.org/en/cpi/2019/results>
- Uhlener, L., & Thurik, R. (2007). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. *Journal of Evolutionary Economics*, 17(2), 161–185.
- United Nations Development Programme. (2019a). *Hdr2019_technical_notes.pdf*. http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr2019_technical_notes.pdf
- United Nations Development Programme. (2019b). *Human Development Data (1990-2018) | Human Development Reports*. <http://hdr.undp.org/en/data>
- Urbano, D., & Alvarez, C. (2014). Institutional dimensions and entrepreneurial activity: An international study. *Small Business Economics*, 42(4), 703–716.
- Urbano, D., Aparicio, S., & Audretsch, D. (2018). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: What has been learned? *Small Business Economics*, 53, 21–49.
- Valliere, D. (2017). Belief patterns of entrepreneurship: Exploring cross-cultural logics. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 23(2), 245–266.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2002). An eclectic theory of entrepreneurship: Policies, institutions and culture. In D. Audretsch, R. Thurik, I. Verheul, & S. Wennekers (Orgs.), *Entrepreneurship: Determinants and policy in a*

- European-US comparison* (p. 11–81). Springer US.
- Vesper, K. H. (1980). *New venture strategies*. Prentice Hall.
- Wainer, H. A., & Rubin, I. M. (1969). Motivation of research and development entrepreneurs: Determinants of company success. *Journal of Applied Psychology*, 53(3), 178–184.
- Watson, K. (2007). Language, education and ethnicity: Whose rights will prevail in an age of globalisation? *International Journal of Educational Development*, 27(3), 252–265.
- Welsch, H. P., & Young, E. C. (1982). The information source selection decision: The role of entrepreneurial personality characteristics. *Journal of Small Business Management*, 20(4), 49–57.
- Wennberg, K., Pathak, S., & Autio, E. (2013). How culture moulds the effects of self-efficacy and fear of failure on entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9–10), 756–780.
- Whorf, B. L. (2012). *Language, thought, and reality: Selected writings of Benjamin Lee Whorf*. The MIT Press.
- Woodside, A. G., Bernal, P. M., & Coduras, A. (2016). The general theory of culture, entrepreneurship, innovation, and quality-of-life: Comparing nurturing versus thwarting enterprise start-ups in BRIC, Denmark, Germany, and the United States. *Industrial Marketing Management*, 53, 136–159.
- Wooldridge, J. M. (2010). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data, second edition*. MIT Press.
- World Bank. (2020a). *Data from the Doing Business Project*. <http://www.doingbusiness.org/data>
- World Bank. (2020b). *GDP per capita*. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.KD?locations=BR-PT>
- World Bank. (2020c). *Population*. <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?locations=BR-PT>
- Wu, S. (2007). The relationship between national culture and national entrepreneurial activity. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 3(2), 127–141.
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The Big Five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271.

APÊNDICE A – NÚMERO DE OBSERVAÇÕES POR PAÍS

País	Número de observações total*	Número de observações (amostra final)
Cultura espanhola	263.005	22.919
Argentina	11.718	891
Bolívia	2.590	527
Colômbia	27.622	5.049
Costa Rica	4.098	413
Chile	28.761	5.066
El Salvador	4.194	405
Espanha	113.300	2.984
Equador	8.194	2.243
Guatemala	8.879	1.184
México	15.058	1.423
Panamá	10.008	337
Peru	10.312	1.514
Porto Rico	6.000	-
Uruguai	10.271	722
Venezuela	2.000	161
Cultura portuguesa	50.944	4.121
Angola	6.919	369
Brasil	34.000	3.534
Portugal	10.025	218
Total	313.949	27.040

Fonte: Elaboração própria.

Notas: * Total de observações somente dos países de culturas portuguesa e espanhola.

Porto Rico não foi considerado na amostra final pois não há informações disponíveis a respeito do Índice de Percepção de Corrupção para o período de 2012 a 2015.

APÊNDICE B – EQUAÇÕES E RESULTADOS DOS MODELOS LOGIT E DE PROBABILIDADE LINEAR

$$\begin{aligned}
 POport = & \beta_0 + \beta_1 \cdot CN + \beta_2 \cdot CHPrev + \beta_3 \cdot IntR + \beta_4 \cdot PSoc + \beta_5 \cdot Razão \\
 & + \beta_6 \cdot Sexo + \beta_7 \cdot Idade + \beta_8 \cdot Renda + \beta_9 \cdot Escola + \gamma_1 \\
 & \cdot CHPrev \cdot CN + \gamma_2 \cdot IntR \cdot CN + \gamma_3 \cdot PSoc \cdot CN + \gamma_4 \cdot Razão \\
 & \cdot CN + \gamma_5 \cdot Sexo \cdot CN + \gamma_6 \cdot Idade \cdot CN + \gamma_7 \cdot Renda \cdot CN \\
 & + \gamma_8 \cdot Escola \cdot CN + \delta_1 \cdot IDH + \delta_2 \cdot ILE + \delta_3 \cdot IPC + \delta_4 \\
 & \cdot \Delta PIB + \delta_5 \cdot \Delta Pop + \pi_1 \cdot Ano + \pi_2 \cdot Continente + \pi_3 \\
 & \cdot Colonizado + \epsilon
 \end{aligned} \tag{3}$$

$$\begin{aligned}
 IntR = & \beta_0 + \beta_1 \cdot CN + \beta_2 \cdot CHPrev + \beta_3 \cdot PSoc + \beta_4 \cdot Razão + \beta_5 \cdot Sexo + \beta_6 \\
 & \cdot Idade + \beta_7 \cdot Renda + \beta_8 \cdot Escola + \gamma_1 \cdot CHPrev \cdot CN + \gamma_2 \\
 & \cdot PSoc \cdot CN + \gamma_3 \cdot Razão \cdot CN + \gamma_4 \cdot Sexo \cdot CN + \gamma_5 \cdot Idade \cdot CN \\
 & + \gamma_6 \cdot Renda \cdot CN + \gamma_7 \cdot Escola \cdot CN + \delta_1 \cdot IDH + \delta_2 \cdot ILE + \delta_3 \\
 & \cdot IPC + \delta_4 \cdot \Delta PIB + \delta_5 \cdot \Delta Pop + \pi_1 \cdot Ano + \pi_2 \cdot Continente \\
 & + \pi_3 \cdot Colonizado + \epsilon
 \end{aligned} \tag{4}$$

Modelo	Logit		MPL	
	(3)	(4)	(3)	(4)
Variável dependente	Percep. de Oportunidades	Intoler. ao Risco	Percep. de Oportunidades	Intoler. ao Risco
Cultura Nacional				
Cultura Portuguesa	-0,4461* (-1,7133)	-0,0005 (-0,0018)	-0,1128* (-1,9530)	0,0161 (0,2884)
Aspectos do empreendedorismo				
Conhec. e Habil. Prévios	0,3003*** (7,3116)	-0,8361*** (-20,9339)	0,0646*** (7,1803)	-0,1754*** (-19,4566)
Intolerância ao Risco	-0,3737*** (-11,3297)		-0,0796*** (-11,2091)	

Percep. da Sociedade	1,0987*** (20,6753)	0,2719*** (4,7268)	0,2326*** (20,8221)	0,0495*** (4,7467)
Razão para Empreender				
Parcialm. Oport.	-0,1029*** (-2,7346)	0,0505 (1,2693)	-0,0215*** (-2,8214)	0,0081 (1,1270)
Totalm. Necess.	-0,3917*** (-10,7615)	0,3656*** (9,6282)	-0,0835*** (-10,7664)	0,0709*** (9,4678)
Interações: Cultura Portuguesa x Aspectos do empreendedorismo				
Cultura Portuguesa x Conhec. e Habil. Prévios	0,4210*** (4,6619)	-0,3658*** (-4,1236)	0,1024*** (4,8899)	-0,1004*** (-4,9202)
Cultura Portuguesa x Intolerância ao Risco	0,2772*** (3,4537)		0,0571*** (3,2093)	
Cultura Portuguesa x Percep. da Sociedade	-0,1978 (-1,2378)	-0,0929 (-0,5340)	-0,0266 (-0,7463)	-0,0140 (-0,4020)
Cultura Portuguesa x Parcialm. Oport.	0,0270 (0,2336)	0,0159 (0,1316)	0,0053 (0,2125)	0,0044 (0,1853)
Cultura Portuguesa x Totalm. Necess.	0,1427* (1,6788)	-0,0460 (-0,5216)	0,0268 (1,4075)	-0,0043 (-0,2319)
Controles				
Feminino	0,0184 (0,6118)	0,1190*** (3,7714)	0,0037 (0,6039)	0,0218*** (3,6978)
Idade	-0,0070*** (-5,5876)	0,0027** (2,0111)	-0,0015*** (-5,6269)	0,0005** (1,9950)
Renda:				
Tercil intermed.	0,1288*** (3,1027)	0,0025 (0,0580)	0,0273*** (3,1253)	0,0002 (0,0255)
Tercil sup.	0,2420*** (5,8998)	-0,0341 (-0,7931)	0,0505*** (5,8860)	-0,0061 (-0,7515)
Escolaridade:				
1o estágio Ens. Bás.	0,0867 (0,8707)	-0,1843* (-1,8398)	0,0172 (0,8319)	-0,0395* (-1,8506)
2o estágio Ens. Bás.	0,0580 (0,6016)	-0,2280** (-2,3391)	0,0112 (0,5583)	-0,0490** (-2,3678)
Ensino Médio	-0,0101 (-0,1097)	-0,2926*** (-3,1315)	-0,0033 (-0,1712)	-0,0609*** (-3,0675)
Pós-Médio não Sup.	-0,0636 (-0,6517)	-0,3108*** (-3,1188)	-0,0139 (-0,6846)	-0,0636*** (-3,0620)
1o estágio Ens. Sup.	-0,0126 (-0,1308)	-0,1874* (-1,9165)	-0,0031 (-0,1529)	-0,0414** (-2,0117)
2o estágio Ens. Sup.	0,0001 (0,0005)	-0,0875 (-0,6293)	-0,0001 (-0,0047)	-0,0228 (-0,8485)
Interações: Cultura Portuguesa x Controles				

Cultura Portuguesa x Feminino	-0,1904** (-2,5492)	0,1298* (1,6778)	-0,0412** (-2,5430)	0,0279* (1,8105)
Cultura Portuguesa x Idade	0,0056* (1,6982)	0,0004 (0,1210)	0,0011 (1,5833)	0,0001 (0,1892)
Cultura Portuguesa x Tercil intermed.	-0,1461 (-1,5385)	-0,1569 (-1,5879)	-0,0310 (-1,4698)	-0,0334* (-1,6502)
Cultura Portuguesa x Tercil sup.	-0,0995 (-1,0153)	-0,1825* (-1,7998)	-0,0199 (-0,9367)	-0,0381* (-1,8692)
Cultura Portuguesa x 1o estágio Ens. Bás.	-0,0331 (-0,1992)	0,3564** (2,0648)	-0,0058 (-0,1571)	0,0764** (2,1375)
Cultura Portuguesa x 2o estágio Ens. Bás.	-0,0569 (-0,3413)	0,4127** (2,3600)	-0,0112 (-0,3036)	0,0881** (2,4584)
Cultura Portuguesa x Ensino Médio	0,1086 (0,7076)	0,4164*** (2,5779)	0,0248 (0,7344)	0,0873*** (2,6606)
Cultura Portuguesa x Pós-Médio não Sup.	0,9279** (2,3721)	1,0040*** (2,8256)	0,1776*** (2,6920)	0,2203*** (2,6998)
Cultura Portuguesa x 1o estágio Ens. Sup.	0,2016 (1,1079)	0,2908 (1,5434)	0,0432 (1,0979)	0,0641* (1,7155)
Cultura Portuguesa x 2o estágio Ens. Sup.	0,0000 (,)	0,0000 (,)	0,0000 (,)	0,0000 (,)
Controles de país				
Índice de Desenvolvimento Humano	2,4425*** (4,7863)	-2,7879*** (-5,1321)	0,5134*** (4,7771)	-0,5407*** (-5,1801)
Índice Liberdade Econômica	0,1740*** (5,2723)	-0,1060*** (-3,0587)	0,0358*** (5,1861)	-0,0203*** (-3,0995)
Índice de Percepção de Corrupção	-0,0125*** (-6,2040)	0,0009 (0,4127)	-0,0025*** (-6,0503)	0,0003 (0,7693)
Delta(PIB)	11,3644*** (14,1045)	-2,1605** (-2,5461)	2,5195*** (14,3094)	-0,4104** (-2,4656)
Delta(População)	24,3613*** (6,0119)	-19,2331*** (-4,2436)	5,3097*** (5,9998)	-3,6255*** (-3,9930)
Constante	-3,9309*** (-7,7992)	2,8021*** (5,2160)	-0,3382*** (-3,2016)	1,0238*** (9,9434)
Efeito fixo de ano	Sim	Sim	Sim	Sim
Efeito fixo de colonizado	Sim	Sim	Sim	Sim
Efeito fixo Am. Sul	Sim	Sim	Sim	Sim
Efeito fixo de país	Sim	Sim	Sim	Sim
Adjusted R ²			0,089	0,047
Pseudo R2	0,0697	0,0394		
AIC	32675,4049	30315,3877	34255,7789	31489,2124
BIC	33020,0179	30643,5906	34600,3919	31817,4153

Fonte: Elaboração própria.

Notas: N=27040. Comparação entre as estimativas dos modelos logit e de probabilidade linear das equações (3) e (4). Os valores entre parênteses são a estatística t. * $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$. Cultura Nacional é 1 para países de cultura portuguesa e 0 para espanhola. Percep. de Oportunidades é 1 se o indivíduo perceber oportunidades de negócio nos próximos 6 meses na região onde mora. Conhec. e Habil. Prévios é 1 se o indivíduo assumir que possui as competências necessárias para iniciar um novo negócio. Intolerância ao Risco é 1 se indivíduo tem medo em iniciar um novo negócio. Percep. da Sociedade é a média aritmética de respostas a perguntas (1=sim) referentes às percepções da sociedade local sobre status, carreira, padrão de vida e divulgação de negócios de sucesso. Razão para Empreender tem os valores de 0 (puramente oportunidade), 1 (parcialmente oportunidade) ou 2 (puramente necessidade). Sexo é 1 para feminino. Idade é a idade do indivíduo em anos. Renda é o tercil de renda do indivíduo, 0 (tercil inferior), 1 (tercil intermediário), 2 (tercil superior). Escolaridade é o nível educacional do indivíduo, 0 (pré-primário), 1 (1º estágio ensino básico), 2 (2º estágio ensino básico), 3 (ensino médio), 4 (pós-médio não superior), 5 (1º estágio ensino superior), 6 (2º estágio ensino superior). Índice de Desenvolvimento Humano varia de 0 (baixo desenvolvimento humano) a 1 (alto desenvolvimento humano). Índice de Liberdade Econômica variar de 0 (baixo) a 10 (alto). Índice de Percepção de Corrupção é avaliado em uma escala de 0 (país percebido como altamente corrupto) a 100 (país percebido como muito íntegro). Delta(PIB) é a variação anual do PIB (real) per capita do país do respondente. Delta(População) é a variação anual da população do país do respondente. AIC é o Critério de Informação Akaike. BIC é o Critério de Informação Bayesiano.