

Emprendimiento en Cabo Verde: factores culturales e individuales que condicionan el comportamiento emprendedor

Antonia Mercedes García-Cabrera, María Gracia García-Soto¹

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, España

doi: <https://doi.org/10.20420/eni.2022.569>

Resumen

Este trabajo estudia los factores culturales e individuales que condicionan el emprendimiento en un país africano en vías de desarrollo, con el fin de identificar si dichos factores difieren (o no) de los que actúan en países occidentales desarrollados. Además, considerando que el axioma “*nación=cultura*” puede ser inadecuado, ya que pueden existir culturas múltiples dentro de un mismo país, el trabajo adopta el novedoso enfoque de estudiar los valores culturales y el comportamiento emprendedor desde una perspectiva de diferencias intraculturales. Una muestra de 448 individuos, obtenida en seis territorios de Cabo Verde, permite identificar diferencias en los factores que condicionan la decisión de poner en marcha una empresa, así como confirmar la existencia de diferencias entre territorios en la dimensión cultural individualismo, las cuales condicionan el comportamiento emprendedor.

Palabras clave: cultura nacional, variación intra-cultural, emprendimiento, Cabo Verde.

Clasificación JEL: L26, N27, Z32, A13.

Fuente de referencia: García-Cabrera, A.M., & García Soto, M.G. (2008). Cultural differences and entrepreneurial behaviour: an intra-country cross-cultural analysis in Cape Verde. *Entrepreneurship & Regional Development*, 20(5), 451–483.

1 Introducción

El comportamiento emprendedor es muy apreciado como medio para estimular el crecimiento económico, especialmente en los países en desarrollo. Dada la relación entre el emprendimiento y la prosperidad económica, existe un gran interés por comprender los factores que condicionan dicho comportamiento emprendedor en el contexto internacional. Sin embargo, muchos países africanos persisten como inexplorados (Noorderhaven & Tidjani, 2001). Esto es relevante porque los modelos de gestión están claramente arraigados a las especificidades culturales de sus entornos y, en consecuencia, es imposible exportarlos a otros contextos culturales. Por consiguiente, muchas preguntas sobre la puesta en marcha de nuevas empresas en contextos occidentales y no desarrollados siguen sin respuesta.

Además, aunque la lógica dominante en los estudios culturales se ha guiado por las

comparaciones entre países, el supuesto “*nación=cultura*” ya no es válido en el contexto actual, debiéndose considerar que existen diferencias culturales dentro de un país.

Sobre la base de lo anterior, el presente trabajo pretende responder a dos cuestiones: (1) ¿los factores culturales e individuales asociados a la creación de nuevas empresas tienen el mismo impacto en diferentes contextos culturales? y (2) ¿existen diferencias culturales en el seno de un país que generen diferencias en el comportamiento emprendedor de su población?

2 Marco teórico

El comportamiento emprendedor se corresponde con la decisión de un individuo -el emprendedor- de crear un nuevo negocio propio (Gartner, 1985), el cual dirige personalmente en calidad de propietario, sea cual sea la motivación que le lleva a crear el negocio. Por consiguiente, tanto el comportamiento emprendedor como el

¹Autor de correspondencia: gracia.garcia@ulpgc.es

emprendimiento han estado vinculados con el desarrollo y la prosperidad económica de los territorios.

En el contexto de los países en vías de desarrollo, el emprendimiento puede fomentar el desarrollo económico (emprendimiento por oportunidad), pero también proporcionar sólo una alternativa de sustento económico a los trabajadores menos competitivos e incapaces de acceder a un empleo formal (emprendimiento por necesidad). Para este segundo caso, las iniciativas empresariales en muchos casos se corresponden con el emprendimiento informal, que normalmente se caracteriza por emplear sólo a miembros de la familia y por no tener una ubicación estable, es decir, por localizarse en lugares tales como mercados, calles o vehículos (ej., transporte de personas).

En este sentido, ha existido un gran esfuerzo por identificar los factores que aumentan el comportamiento emprendedor y la creación de nuevos negocios, particularmente con el objetivo de crear oportunidades empresariales. Entre estos factores, el individuo emprendedor y la cultura nacional han sido considerados fundamentales.

En cuanto al emprendedor, sus rasgos psicológicos individuales (ej., el locus de control), sus características personales (ej., el género, la edad, el nivel educativo) y su experiencia previa pueden afectar a su comportamiento (Brockhaus, 1982). En primer lugar, el locus de control es la creencia del individuo sobre la relación entre las acciones que realiza y el resultado real alcanzado (Rotter, 1966). El locus de control interno se corresponde con la convicción personal de que los acontecimientos que ocurren en la vida diaria son el resultado de la eficacia del comportamiento de cada individuo, de sus habilidades y de sus esfuerzos; mientras que el locus externo apunta a la suerte, el destino o el poder de otros. Dado que los emprendedores son individuos que ponen en riesgo sus recursos y se exponen a un posible

fracaso al poner en marcha nuevos negocios, es comprensible pensar que lo hacen bajo la convicción de que el resultado de la actividad emprendedora dependerá de su propio esfuerzo personal. Así, cabe esperar que los individuos de mayor locus de control interno en el trabajo muestren un mayor comportamiento emprendedor.

Además, el locus de control también puede influir indirectamente en el comportamiento emprendedor a través de su relación con el nivel de estudios del individuo. Esto se debe a que cuando en el individuo predomina un locus de control interno, tiene la convicción personal de que el resultado de cualquier acción llevada a cabo, dependerá de la eficacia de su comportamiento, de sus habilidades y de sus esfuerzos. De esta forma, los individuos con un locus de control interno tendrán expectativas más optimistas sobre los beneficios futuros que obtendrán como consecuencia de la inversión actual en su formación (Coleman & Deleire, 2003).

En segundo lugar, desde el punto de vista de los aspectos demográficos, el comportamiento emprendedor se asocia principalmente a individuos de género masculino, de edad no muy avanzada y con un mayor nivel educativo (Acs *et al.*, 2005). Por ejemplo, un mayor nivel educativo aumenta las posibilidades de los individuos de percibir oportunidades de negocio, dada su mayor base de conocimientos y recursos y su talento para realizar análisis críticos (Basu, 1998). Al mismo tiempo, el nivel educativo del individuo también facilita el acceso a organismos públicos adecuados para apoyarse en ellos, así como la comprensión de procedimientos necesarios para la puesta en marcha y funcionamiento de una empresa (Mitchell *et al.*, 2000). También la formación facilita la comprensión de los requisitos y procedimientos para solicitar un préstamo, incluso reducir el "temor al banco".

En cuanto a la cultura nacional, es decir, el conjunto de valores, creencias y actitudes compartidos por los individuos de un grupo humano (e.g., sociedades, grupos étnicos, razas), ha demostrado su capacidad para influir en el comportamiento emprendedor de los individuos (Shapiro & Sokol, 1982). De esta forma, la cuestión que se plantea entonces es qué aspectos culturales específicos son los que generan el comportamiento emprendedor. Para responder a ello, este trabajo se centra en dos de las dimensiones culturales del modelo de Hofstede que permiten estudiar las diferencias culturales nacionales: el individualismo y la masculinidad.

El individualismo ha sido asociado al comportamiento emprendedor del individuo como fundador o empresario individual (Tiessen, 1997). Dado que estos valores culturales se relacionan con la libertad de acción individual, la independencia de criterio y la motivación por el logro, en países con valores individualistas los emprendedores son alentados (Davidsson & Wiklund, 1997) y valorados por la sociedad.

La masculinidad, a su vez, se refiere a la rudeza y competitividad de una sociedad. En los países masculinos, se enseña a los individuos a apreciar a los héroes fuertes e independientes que personifican la superioridad (Steensma *et al.*, 2000). Al mismo tiempo, estas culturas fomentan la asertividad y consideran un fracaso pertenecer a una media indiferenciada, por lo que la necesidad de logro se intensifica. Frente a ello, los individuos de países femeninos tienden a ser menos agresivos y asertivos, ya que sus sociedades les enseñan a buscar el beneficio mutuo (Hofstede, 2001). Con estos argumentos, las culturas masculinas se asocian con un mayor comportamiento emprendedor (Ardichvili & Gasparishvili, 2003).

Por tanto, desde una perspectiva cultural, cabe esperar que cuanto mayores sean los valores culturales de individualismo y masculinidad en

un territorio particular, mayor será el comportamiento emprendedor.

3 Diseño metodológico

Muestra y recogida de información

La información necesaria para llevar a cabo el presente trabajo fue obtenida mediante un trabajo de campo realizado en Cabo Verde.

Cabo Verde es un país africano en desarrollo que está formado por 10 islas (Figura 1) y cuenta con una población de 450.489 habitantes (datos de 2002). La actividad emprendedora es fomentada por el gobierno de este país, promoviendo el desarrollo de organismos públicos y semipúblicos que ofrecen servicios de apoyo a la creación y puesta en marcha tanto de microempresas como de pequeñas y medianas empresas.

Figura 1. Cabo Verde: islas y *concelhos*



Desde el punto de vista de la cultura, Cabo Verde ofrece un interesante marco de investigación. Además de las influencias portuguesas y africanas, las islas han estado afectadas por otras culturas debido a la llegada continua de poblaciones de diferentes países y

comunidades (por ejemplo, comunidad judía, organizaciones cristianas, tripulaciones americanas de barcos balleneros). La heterogeneidad racial, lingüística y cultural de este archipiélago, junto con las desconexiones territoriales debido a su condición insular, que hacen que cada isla sea un espacio único, dio lugar al desarrollo de diferentes sociedades. Además, la población de cada isla se ha dividido en unidades administrativas, o *concelhos* (véase la Figura 1), cada uno con su propio desarrollo económico, nivel de pobreza y condición rural. Esto supone asumir que es el *concelho* la unidad más homogénea de análisis cultural en este país.

Así, el presente trabajo se centra en seis *concelhos* localizados en la isla de Santiago: Praia, Tarrafal, Santa Catarina, Santa Cruz, São Miguel y São Domingos. Para ello, y tras la realización del trabajo de campo, se eliminaron de la muestra aquellos individuos que viven en Santiago, pero habían nacido en otro lugar. La muestra final quedó conformada por 448 individuos.

Medidas utilizadas

El cuestionario se estructuró en cuatro secciones: (1) cuestiones sobre las dimensiones culturales de individualismo y masculinidad, utilizando el instrumento que Hofstede propuso en 1982 (VSM82); (2) cuestiones sobre el locus de control (por ejemplo, conseguir trabajo depende de los conocimientos y habilidades del individuo; conseguir trabajo es una cuestión de suerte; el éxito en el trabajo depende de otras personas); (3) una pregunta sobre el comportamiento emprendedor del individuo (que va desde 1="no me he planteado hacerlo/me lo he planteado pero he decidido no hacerlo" hasta 5="me lo he planteado y ya tengo el negocio puesto en marcha"); y, finalmente, (4) cuestiones sobre las características demográficas y profesionales del individuo, como la edad, el género (femenino toma el valor 0 y masculino el valor 1), el nivel educativo y el trabajo actual.

4 Resultados

En comparación con los países occidentales, el comportamiento emprendedor del individuo en Cabo Verde está condicionado por factores individuales y culturales diferentes.

En primer lugar, el locus de control interno de los individuos no influye positivamente en su comportamiento emprendedor. Sin embargo, dicho locus de control interno sí condiciona la decisión de estos de invertir en su formación que, a la postre, afecta positivamente al comportamiento emprendedor. Por tanto, existe una influencia indirecta del locus de control interno sobre el comportamiento emprendedor a través de su efecto directo sobre el nivel educativo.

Estos resultados podrían encontrar justificación si se considera el contexto de un país africano en vías de desarrollo. Debido al bajo nivel educativo de la población caboverdiana, podría suceder que el conocimiento de que disponen los individuos, en comparación con el rasgo de personalidad locus de control interno, sea lo que adquiere mayor relevancia en la decisión de poner en marcha de un negocio.

Además, el hecho de que los individuos con mayor comportamiento emprendedor tengan un mayor nivel educativo da lugar a un importante hallazgo en este estudio. Dado que la educación está relacionada con el emprendimiento por oportunidad frente al emprendimiento por necesidad (Mohapatra *et al.*, 2007), el emprendimiento en Cabo Verde, al estar relacionado con la formación, en lugar de ser un simple medio para conseguir la subsistencia (esto es, emprendimiento de necesidad), está contribuyendo al emprendimiento por oportunidad y productivo, esto es, al desarrollo económico del territorio.

En segundo lugar, el género del individuo también condiciona el comportamiento emprendedor. Sin embargo, dado que las mujeres manifiestan más este comportamiento que los hombres, el efecto encontrado es opuesto al que prevalece en la mayoría de los países occidentales. Si tomamos en consideración la responsabilidad que la sociedad caboverdiana asigna a la mujer en las tareas profesionales y en lo que respecta al sustento familiar –sin que ello signifique igualdad de roles–, los resultados aquí planteados pueden ser justificados.

En tercer lugar, y en relación con los valores culturales y su impacto en la creación de empresas, nuestro trabajo encuentra que la dimensión masculinidad no tiene efecto sobre el comportamiento emprendedor, mientras que el individualismo sí influye positivamente en la decisión de los caboverdianos de crear una empresa. Los territorios con mayor orientación hacia el individualismo son aquellos en los que el comportamiento emprendedor es más elevado, en clara concordancia con los resultados obtenidos en países occidentales, salvo en el caso del *concelho* de São Miguel. Este *concelho* tiene una mayor proporción de mujeres, por lo que es este factor el que podría explicar su mayor nivel de comportamiento emprendedor. Los resultados también muestran que el individualismo es el factor que más influye en el comportamiento emprendedor, si se compara con los atributos demográficos y los rasgos del individuo.

En cuanto a la masculinidad, los resultados pueden ser explicados al existir una mayor inclinación hacia los valores femeninos en Cabo Verde (esto es, asociados a la modestia, la sensibilidad y el bienestar). Así, una posible razón para no encontrar la relación esperada puede ser debido a la inexistencia de *concelhos* (territorios municipales) con inclinación hacia la masculinidad.

5 Conclusiones

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se puede concluir que el axioma *nación igual cultura* no es aplicable a Cabo Verde. Por el contrario, observamos la existencia de culturas múltiples en el país al encontrar distancias intraculturales entre los *concelhos*, así como que estas distancias son capaces de explicar las diferencias en el comportamiento emprendedor de la población. Por su parte, también encontramos diferencias en la influencia que tiene el género y el locus de control de los individuos en el comportamiento emprendedor si comparamos Cabo Verde (un país africano en vías de desarrollo) con los países occidentales.

Por tanto, desde un punto de vista práctico, los resultados obtenidos sugieren la necesidad de llevar a cabo estudios que revelen los factores determinantes del comportamiento emprendedor en un territorio determinado dentro de un país concreto, como paso previo al establecimiento de programas de promoción de la actividad emprendedora. Solo así, se podrán diseñar programas efectivos y capaces de impulsar el comportamiento emprendedor en un territorio concreto dentro de un país.

6 Referencias

- Acs, Z.J., Arenius, P., Hay, M., & Minniti, M. (2005). *Global entrepreneurship monitor. 2004 Executive Report*. USA: Babson & London Business School.
- Ardichvili, A., & Gasparishvili, A. (2003). Russian and Georgian entrepreneurs and non-entrepreneurs: a study of value differences. *Organization Studies*, 24(1), 29–46.
- Basu, A. (1998). An exploration of entrepreneurial activity among Asian small businesses in Britain. *Small Business Economics*, 10(4), 313–326.
- Brockhaus, R.H. (1982). The psychology of entrepreneur. In Kent, C., Sexton, D. L., & Vesper, K.H., *Encyclopaedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp. 39–56.
- Coleman, M., & DeLeire, T. (2003). An economic model of locus of control and the human capital investment decision. *Journal of Human Resources*, 38(3), 701–721.

- Davidsson, P., & Wiklund, J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economic Psychology*, 18(2-3), 179–199.
- Gartner, W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. California: Sage Publications.
- Mitchell, R.K., Smith, B., Seawright, K.W., & Morse, E.A. (2000). Cross-cultural cognitions and the venture creation decision. *Academy of Management Journal*, 43(5), 974–993.
- Mohapatra, S., Rozelle, S., & Goodhue, R. (2007). The rise of self employment in rural China: development or distress? *World Development*, 35, 163–181.
- Noorderhaven, N.G., & Tidjani, B. (2001). Culture, governance and economic performance: an explorative study with a special focus on Africa. *International Journal of Cross Cultural Management*, 1, 31–52.
- Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), whole.
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneur. In Kent, C., Sexton, D. L., & Vesper, K.H., *Encyclopaedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp. 72–90.
- Steensma, H.K., Marino, L., & Weaver, K.M. (2000). Attitudes toward cooperative strategies: A cross-cultural analysis of entrepreneurs. *Journal of International Business Studies*, 31(4), 591–609.
- Tiessen, J.H. (1997). Individualism, collectivism, and entrepreneurship: A framework for international comparative research. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 367–384.

Entrepreneurship in Cape Verde: Cultural and individual factors that condition entrepreneurial behavior

Antonia Mercedes García-Cabrera, María Gracia García-Soto¹

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Spain

Abstract

This work studies cultural and individual factors that condition entrepreneurship in an African developing country in order to identify whether such factors differ (or not) of those operating in developed, Western countries. In addition, and considering that the “country=culture” assumption can be inappropriate as subnational differences may exist, the work takes the novel approach of studying cultural values and entrepreneurial behavior from an intra-cultural differences perspective. A sample of 448 individuals, obtained in six territories from Cape Verde, allows us to identify differences in factors that condition the decision to start up a firm, as well as to confirm the existence of intra-cultural differences in individualism, which condition entrepreneurial behavior.

Keywords: national culture, intra-cultural variation, entrepreneurship, Cape Verde.

JEL classification: L26, N27, Z32, A13.

Reference source: García-Cabrera, A.M., & García Soto, M.G. (2008). Cultural differences and entrepreneurial behaviour: an intra-country cross-cultural analysis in Cape Verde. *Entrepreneurship & Regional Development*, 20(5), 451–483.

1 Introduction

Entrepreneurial behaviour is highly encouraged as a mean of stimulating economic growth, particularly in developing countries. Given the link between entrepreneurship and economic prosperity, there is a great interest in understanding the factors that condition such entrepreneurial behaviour in the international context. But many African countries still remain unexplored (Noorderhaven & Tidjani, 2001). This is relevant because management models are clearly embedded in the cultural specificities of their environments, and it is consequently impossible to export them to other cultural contexts. Consequently, many questions about new venture formation in non-developed, Western contexts remain unanswered.

In addition, although the dominant logic in cultural studies has been guided by inter-country comparisons, the nation=culture assumption is no longer valid in the current context, and we should consider that there are intra-cultural

differences in a country instead, as a premise for organising research activity in the international sphere.

On the base on the above, the current work aims to answer two questions: (1) are the cultural and individual factors associated with venture creation generalisable to different cultural contexts?; and (2) are there intra-cultural differences in a country generating differences in the entrepreneurial behaviour of its population?

2 Theoretical framework

Entrepreneurial behaviour corresponds to the decision by an individual – the entrepreneur – to create their own new business (Gartner, 1985), which they personally run as founder and owner, whatever the motivation leading them to create the venture. Consequently, entrepreneurial behaviour (and entrepreneurship) has been linked with development and economic prosperity of territories.

¹Corresponding author: gracia.garcia@ulpgc.es

In the context of developing countries, entrepreneurship can foster economic development (opportunity entrepreneurship), but also provide just an economic sustenance alternative to less competitive workers incapable of accessing formal employment (necessity entrepreneurship). For this second case, entrepreneurial initiatives derive in the appearance of informal entrepreneurship, which normally characterises by employing only family members and be not localised, in other words, by taking place in non-fixed localities such as markets, the street or vehicles (e.g., transport of people).

Much effort has been made in trying to identify the factors that increase individual entrepreneurial behaviour and venture creation, particularly aiming at opportunity entrepreneurship. Among such factors, the individual entrepreneur and the national culture have been considered critical.

Concerning the entrepreneur, their individual's psychological traits (e.g., locus of control), personal characteristics (e.g., gender, age, education) and previous experience can affect their behaviour (Brockhaus, 1982). First, the locus of control is the individual's belief about the relation between the actions that they carry out and the real outcome achieved (Rotter, 1966). The internal locus of control refers to the personal conviction that events occurring in daily life are the result of the efficacy of each individual's behaviour, skills and efforts while the external one points toward the luck, the fate or the power of others. Because entrepreneurs are individuals that put their resources at risk and expose themselves to possible failure when starting up new businesses, it is understandable to think that they do that under the conviction that the outcome of the entrepreneurial activity will depend on their own personal efforts. Thus, it can be expected that individuals with a higher internal work locus of control will show a higher level of entrepreneurial behaviour.

In addition, the locus of control can also indirectly influence entrepreneurial behaviour through its relation with the individual's educational level. This is because when an individual has a predominantly internal locus of control, they have the personal conviction that the outcome of any actions undertaken will depend on the efficacy of each individual's behaviour, skills and efforts. Hence, individuals with an internal locus of control will have more optimistic expectations about the future benefits of currently investing in their education (Coleman & Deleire, 2003).

Second, under a demographic approach, entrepreneurial behaviour is mainly associated with individuals who are male, not very old, and with a higher educational level (Acs *et al.*, 2005). For example, higher educational levels increase individuals' chances of perceiving business opportunities, given their greater knowledge base and resources and talent to conduct critical analyses (Basu, 1998). At the same time, educational level also facilitates access to relevant authorities, procedures and agents that are necessary for starting up and running a firm (Mitchell *et al.*, 2000), as well as knowledge about credit requirements and procedures, and may even reduce "fear of the bank".

Concerning national culture, that is, the set of values, beliefs and attitudes shared by the individuals of a human group (e.g. societies, ethnic groups, races, etc.), it has showed its capacity to influence individuals' entrepreneurial behaviour (Shapero & Sokol, 1982). The question then arises as to what specific cultural aspects generate entrepreneurial behaviour. In order to offer an answer, we focus on two cultural dimensions from Hofstede's model to study differences in terms of national culture: individualism and masculinity.

Individualism has been associated with the entrepreneurial behaviour of the individual as founder or individual entrepreneur (Tiessen,

1997). Since these cultural values relate to freedom of individual action, independence of criterion and motivation by achievement, in countries with individualist values, entrepreneurs are encouraged (Davidsson & Wiklund, 1997) and valued by the society.

Masculinity, in turn, refers to the roughness and competitiveness of a society. In masculine countries, individuals are taught to appreciate strong and independent heroes who personify superiority (Steensma *et al.*, 2000). At the same time, these cultures encourage assertiveness and consider it a failure to be just average, so that the need for achievement intensifies. Compared to this, individuals from feminine countries tend to be less aggressive and assertive, being taught by their societies to seek mutual gain (Hofstede, 2001). With these arguments, masculine cultures are associated with more entrepreneurial behaviour (Ardichvili & Gasparishvili, 2003).

Thus, from a cultural perspective, we can expect that the higher the individualism and the masculinity cultural values in a particular territory, the higher the level of entrepreneurial behaviour.

3 Methodological design

Sample and data collection

We obtained the information to carry out the present work by means of a fieldwork carried out in Cape Verde. Cape Verde is a developing African country that is made up of 10 islands (Figure 1) and has a population of 450,489 inhabitants (2002 figure). The entrepreneurial activity in this country is encouraged by the government, which has promoted the development of public and semi-public agencies offering support services for the creation and development of both micro-firms and small and medium-sized firms.

Figure 1. Cape Verde: Islands and *concelhos*



From the cultural perspective, Cape Verde offers an interesting research framework. In addition to the Portuguese and African influences, the islands have been influenced by other cultures, due to the gradual arrival of populations from different countries and communities (ej. Jewish community, Christian organisations, Americas recruiting whaling crews, etc.). The racial, linguistic and cultural heterogeneity of this archipelago, together with the territorial discontinuities that make each island a watertight compartment, resulted in the development of different societies. In addition, the population of each island has segmented into administrative units, or *concelhos* (see Figure 1 above), each with its own particular economic development, poverty level and rurality condition. This means accepting the *concelho* as the most homogenous unit of analysis in that country.

The present work focuses on six *concelhos* located in Santiago island: Praia, Tarrafol, Santa Catarina, Santa Cruz, São Miguel and São Domingos. Accordingly, and after collecting the questionnaires, we eliminated from the sample those individuals who live in Santiago but were

born elsewhere. The final sample consisted of 448 individuals.

Measures used

The questionnaire was structured in four sections: (1) questions about the cultural dimensions of individualism and masculinity using the instrument that Hofstede proposed in 1982 (VSM82); (2) questions about the locus of control (e.g., getting work depends on the individual's knowledge and abilities; getting work is a question of luck; success at work depends on other people); (3) a question about the individual's entrepreneurial behaviour (ranging from 1="I have not considered doing that/I have considered it but decided not to do it" to 5="I have considered that, and it is now up and running"); and finally (4) questions about the individual's demographic and professional characteristics, such as age, gender (female takes value 0 and male value 1), educational level and the individual's current job.

4 Results

Compared to Western countries, in Cape Verde, individuals' entrepreneurial behaviour is conditioned by individual and cultural factors in a different way.

First, individuals' internal locus of control does not positively influence their entrepreneurial behaviour. Nevertheless, such internal locus of control does condition individuals' decision to invest in their education that, in turn, positively affect entrepreneurial behaviour. Thus, an indirect influence of internal locus of control on entrepreneurial behaviour through its direct effect on educational level exists.

These results could be justified if considering the context of this African developing country. Due to the low educational level of the Cape Verdean population, it can be considered that the importance of the knowledge

resources available to individuals, compared to the personality trait studied (i.e., locus of control), acquire relevance in the feasibility of starting up a business.

In addition, the fact that the individuals with the highest level of entrepreneurial behaviour have the highest educational level gives rise to an important insight. Because education relates to opportunity entrepreneurship (Mohapatra *et al.*, 2007), it suggests that entrepreneurship in Cape Verde, rather than being an inefficient means of accessing work (i.e., necessity entrepreneurship), is contributing to the economic development of the territory, minimising the perverse effects of informal entrepreneurship.

Second, individuals' gender also conditions entrepreneurial behaviour. However, because women manifest more of this behaviour than men, the effect found is opposite to that prevalent in the majority of Western countries. If we bear in mind the responsibility that Cape Verdean society assigns to women in professional tasks and with regards to family sustenance – without this meaning equality of roles – the results found here can be easily explained.

Third, and concerning the generalisation of cultural values linked to venture creation, while masculinity dimension does not have a significant effect on entrepreneurial behaviour, individualism does have a positive effect in the Cape Verdean sample. The territories of greater orientation towards individualism are the ones where entrepreneurial behaviour is highest, in clear consistency with results in studies carried out in Western countries, except for the case of the *concelho* of São Miguel. This *concelho* has a higher proportion of women and so is this factor that could explain its higher level of entrepreneurial behaviour. The results also show that individualism is the factor that most influences entrepreneurial behaviour, when

compared to the individual's demographic attributes and traits under study.

Concerning masculinity, results can be explained because there is an inclination towards feminine values (i.e., associated with modesty, sensitivity and well-being) in all the *concelhos* analysed. Thus, a possible reason for not finding the expected relation may be the non-existence of territories with an inclination towards masculinity.

5 Conclusions

According to our results, we can conclude that the nation=culture assumption is not applicable to Cape Verde. On the contrary, we observe the existence of multiple cultures in the country and find intra-cultural distances and how these distances are capable of explaining the differences in the population's entrepreneurial behaviour. We also found differences in the effect of individuals' gender and locus of control on entrepreneurial behaviour if compared Cape Verde (an African developing country) to Western countries.

Thus, and from a practical point of view, these results suggest the need to carry out studies to identify the determinant factors of entrepreneurial behaviour in a particular geographic region within a given country as a prior step to establishing programmes to promote entrepreneurial activity. This is the only way to design effective programmes capable of driving entrepreneurial behaviour in a given territory within a country.

6 References

Acs, Z.J., Arenius, P., Hay, M. & Minniti, M. (2005). *Global entrepreneurship monitor. 2004 Executive Report*. USA: Babson & London Business School.

Ardichvili, A., & Gasparishvili, A. (2003). Russian and Georgian entrepreneurs and non-entrepreneurs: a study of value differences. *Organization Studies*, 24(1), 29–46.

Basu, A. (1998). An exploration of entrepreneurial activity among Asian small businesses in Britain. *Small Business Economics*, 10(4), 313–326.

Brockhaus, R.H. (1982). The psychology of entrepreneur. In Kent, C., Sexton, D. L., & Vesper, K.H., *Encyclopaedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp. 39–56.

Coleman, M., & DeLeire, T. (2003). An economic model of locus of control and the human capital investment decision. *Journal of Human Resources*, 38(3), 701–721.

Davidsson, P., & Wiklund, J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economic Psychology*, 18(2-3), 179–199.

Gartner, W.B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696–706.

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences. Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. California: Sage Publications.

Mitchell, R.K., Smith, B., Seawright, K.W., & Morse, E.A. (2000). Cross-cultural cognitions and the venture creation decision. *Academy of Management Journal*, 43(5), 974–993.

Noorderhaven, N.G., & Tidjani, B. (2001). Culture, governance and economic performance: an explorative study with a special focus on Africa. *International Journal of Cross Cultural Management*, 1, 31–52.

Rotter, J.B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), whole.

Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneur. In Kent, C., Sexton, D. L., & Vesper, K.H., *Encyclopaedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, pp. 72–90.

Steensma, H.K., Marino, L., & Weaver, K.M. (2000). Attitudes toward cooperative strategies: A cross-cultural analysis of entrepreneurs. *Journal of International Business Studies*, 31(4), 591–609.

Tiessen, J.H. (1997). Individualism, collectivism, and entrepreneurship: A framework for international comparative research. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 367–384.