

Artículo de investigación

## Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos<sup>1</sup>

Juan León Mendoza \*

Profesor Principal, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

Profesor Principal, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional del Callao, Lima, Perú.

[jleonm@unmsm.edu.pe](mailto:jleonm@unmsm.edu.pe)

### Resumen

El artículo tiene como objetivo especificar las variables sociodemográficas pertenecientes al individuo que determinan la creación de negocios propios en los departamentos del Perú. Para ello, con información de la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (ENAH0) del año 2015, se efectúan regresiones econométricas de un modelo probit para cada uno de los 24 departamentos. Los resultados indican que las principales características sociodemográficas que determinan la probabilidad de establecer algún negocio son: la edad de la persona, la situación laboral, la experiencia laboral, la educación superior alcanzada, el tamaño del hogar, la condición de ser jefe de hogar, y la cantidad de miembros del hogar que generan ingresos personales. Otras 11 variables sociodemográficas consideradas muestran relevancia estadística sólo en algunos departamentos.

**Palabras clave:** emprendimiento, creación de negocios, factores sociodemográficos, Perú.

### Entrepreneurship in Peru: the role of individual sociodemographic factors at the departmental level

#### Abstract

This article aims to determine the socio-demographic variables that influence the creation of self-owned businesses in Peru at the individual level. Data from the 2015's National Household Survey on Living Conditions and Poverty (ENAH0) was used to perform probit econometric regressions for each one of the 24 departments in Peru. The results indicate that the individual socio-demographic characteristics that explained best the creation of businesses in all departments were age, work situation, work experience, achieved educational level, household size, the condition of being the head of household and the number of household individuals that generate income. Another 11 socio-demographic considered variables showed statistical significance only at some departments.

**Keywords:** entrepreneurship, business creation, sociodemographic factors, Peru.

### Empreendedorismo de negócios próprios no Peru: o papel dos fatores sociodemográficos pessoais al nível de departamentos

#### Resumo

O objetivo deste artigo, é especificar as variáveis sociodemográficas pertencentes ao indivíduo que determinam a criação de negócios próprios nos departamentos do Peru. Para fazer isso, com informações da Pesquisa Nacional de Famílias sobre Condições de Vida e Pobreza do ano 2015, realizam-se regressões econométricas de um modelo probit para cada um dos 24 departamentos. Os resultados indicam que as principais características sociodemográficas que determinam a probabilidade de estabelecer um negócio são: a idade da pessoa, a situação laboral, a experiência profissional, o ensino superior alcançado, o tamanho do agregado familiar, a condição de chefe de família, e o número de membros da família que geram renda pessoal. Outras 11 variáveis sociodemográficas consideradas mostram relevância estatística apenas em alguns departamentos.

**Palavras-chave:** empreendedorismo, criação de negócios, fatores sociodemográficos, Peru.

\*Autor para correspondencia. Dirigir a: Mz Q2 Lote 26A, Urbanización Ciudad del Pescador, Lima 02, Perú.

Clasificación JEL: L26, M13, M21.

Cómo citar: León Mendoza, J. (2018). Emprendimiento de negocios propios en el Perú: el rol de los factores sociodemográficos personales a nivel de departamentos. Estudios Gerenciales, 34(146), 19-33.

DOI: <https://doi.org/10.18046/j.estger.2018.146.2810>

Recibido: 09-jun-2017

Aceptado: 02-feb-2018

Publicado: 30-mar-2018

<sup>1</sup> Este artículo es la versión resumida de una parte de la tesis doctoral "Influencia de las características sociodemográficas individuales en la creación de negocios en el Perú" de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

## 1. Introducción

En el reporte de *Global Entrepreneurship Monitor 2015/2016*, Perú figura como un país con un alto nivel de emprendimiento de nuevos negocios, donde el porcentaje de emprendedores nacientes es igual a 17,8%, que equivale a la quinta tasa más alta a nivel mundial y la segunda a nivel de los países latinoamericanos después de Ecuador (Kelley, Singer y Herrington, 2016). Ello indica que en el ranking mundial del emprendimiento, Perú ocupa un lugar muy destacado, de modo que una parte muy importante de la población está involucrada en la actividad de creación de negocios.

La decisión de crear un negocio es un proceso complejo, que conlleva incertidumbres y riesgos, tal que está condicionada por una gama de factores económicos, sociales, culturales, institucionales, entre otros. Sin embargo, en un intento de sistematización, se puede decir que la literatura teórica tiende a identificar, como variables determinantes de la decisión de emprender un negocio o empresa, a un conjunto de factores que muy bien se pueden agrupar en dos grandes categorías: el contexto y la persona. En el aspecto contextual, se incluyen elementos correspondientes al campo macroeconómico, tecnológico, cultural, sociológico, entre otros; en tanto que en el plano de la persona o individuo se consideran, por un lado, a la percepción y variables psicológicas motivacionales y, por otro lado, a las características sociodemográficas (Figueiredo y Oliveira, 2015; Neira, Portela, Cancelo y Calvo, 2013).

Pese al carácter multicausal de los determinantes de la creación de negocios, en el plano internacional se cuenta con estudios empíricos relevantes que consideran que los aspectos sociodemográficos personales son los más importantes en la decisión de establecer un negocio, de modo que en sus estimaciones econométricas consideran prácticamente solo a dichas variables sociodemográficas. En esta línea, están los trabajos efectuados por: Álvarez y Valencia (2008), Giacomini, Janssen, Guyot y Lohest (2011), Thompson, Jones-Evans y Kwong (2010), Delmar y Davidsson (2000), Omotoso y Daramola (2005), Reynolds, Carter, Gartner y Greene (2004), Moa-Liberty, Tunde y Tinuola (2016), Uddin, Mohammad y Hammami (2016), Jelenc, Pisapia y Ivanusic (2016), Evans y Leighton (1989), y Singh (2014).

En estos estudios de corte econométrico, las características sociodemográficas que se destacan son básicamente: la edad, la educación alcanzada, el nivel de ingreso personal, el estado civil, el número de miembros del hogar, la condición laboral, el género, entre otros. Sin embargo, el sentido de la relación causal encontrada no es homogénea, por ejemplo, una determinada variable, en algunos estudios muestra una relación positiva; en tanto que en otros, un sentido negativo, tal como se reseñará en el apartado de revisión de la literatura.

Al respecto, para Ecuador – país que ocupa el primer lugar en la tasa de emprendimiento entre los países latinoamericanos – la investigación logística efectuada por Gluzmann, Jaime y Gasparini (2012), encuentra que la probabilidad de que una persona cree un negocio y que se convierta en un empresario, está determinada positivamente por la edad, el nivel educativo, el estado civil de casado y la condición de ser un jefe de hogar;

y está determinada negativamente por el número de niños menores de 12 años en el seno del hogar y el número de miembros del hogar perceptores de ingresos.

En Perú, en el marco de una escasa investigación econométrica sobre el tema, se cuenta solo con los estudios ejecutados por León y Huari (2010), Gluzmann, et al. (2012) y León (2017), que también consideran en su análisis solo a las características sociodemográficas que corresponden al individuo, hallando resultados que no son necesariamente similares.

León y Huari (2010), en una investigación efectuada sobre el emprendimiento femenino en el Perú, utilizando el método *odds ratio*, encontraron que la probabilidad de emprender un negocio estaba condicionada positivamente por la edad, el tamaño del hogar y el capital social, y negativamente por el nivel del ingreso personal y la educación alcanzada.

Así Gluzmann et al. (2012), para el caso peruano, con información de la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (ENAH0), encuentra que la probabilidad de que una persona opte por ser un empresario, es mayor en la medida que tenga mayor edad, sea un jefe de hogar y sea casado. Esta probabilidad es menor en tanto tenga estudios secundarios y superiores completos, resida en la zona urbana, y que cuente -en el hogar- con un mayor número de miembros perceptores de ingreso y niños menores de doce años. Sin embargo, este estudio no toma en cuenta otras características sociodemográficas relevantes que existen en la base de datos de la ENAH0, como son: la experiencia laboral, el capital social, la tenencia de vivienda con título, la condición laboral, entre otros.

En tanto que León (2017), mediante la regresión de un modelo probit, determina que la probabilidad de que un individuo establezca un negocio propio es mayor en la medida en que sea de sexo femenino, casada, jefe de hogar, mayor de edad, que cuente con empleo, tenga mayor experiencia laboral acumulada, pertenezca a alguna organización social, posea una vivienda con título de propiedad y sea inmigrante; y la probabilidad es menor en cuanto posea estudios superiores, tenga un mayor nivel de ingreso y cuente con un mayor número de miembros en el hogar.

En un sentido opuesto a lo hallado por Gluzmann et al. (2012), León (2017) determina que el número de miembros del hogar que generan ingresos y el número de niños contribuyen positivamente a la probabilidad de emprendimiento de negocios.

Los tres estudios referidos son de carácter nacional y agregado; implícitamente asumen una homogeneidad regional o departamental en la tasa de emprendimiento, aun cuando en realidad existen grandes diferencias regionales.

Así, según la base de datos de la ENAH0 del año 2015, la tasa de emprendimiento de negocios entre los 24 departamentos que conforman el estado peruano es muy diferenciada. Por ejemplo, el porcentaje de personas que son propietarias de nuevos negocios en el departamento de Lima es igual a 23,7%, en tanto que en Madre de Dios la tasa es de 42,2%.

En el escenario de una marcada diversidad departamental en la tasa de creación de negocios, se torna relevante investigar dicho fenómeno de manera desagregada a nivel de cada

uno de los departamentos, y así poder identificar las variables sociodemográficas condicionantes que son comunes a todos los departamentos o que son particulares a cada uno de estos.

Se justifica efectuar una investigación desde una perspectiva departamental porque las actividades de emprendimiento empresarial son sustancialmente diferentes, no solo entre países, sino también entre las regiones y ciudades de un país [Bosma y Schutjens, 2011; Glaeser, 2007]; adicionalmente, las características regionales propias tienen efectos relevantes en la formación de nuevas empresas [Delfmann y Koster, 2016; Backman y Karlsson, 2013].

Por lo expuesto, en el marco de la existencia de investigaciones en el ámbito internacional que ponen énfasis en las variables sociodemográficas personales como principales determinantes en la decisión de crear negocios, y dada la carencia de estudios al respecto a nivel de departamentos peruanos en el escenario de una gran heterogeneidad regional, el presente artículo tiene como objetivo especificar las características sociodemográficas individuales que determinan la probabilidad de crear un negocio o empresa propia en cada uno de los 24 departamentos.

El estudio a nivel de cada departamento permitirá determinar si las variables sociodemográficas consideradas condicionan de la misma manera o no a la creación de negocios en los diferentes departamentos peruanos; también posibilitará especificar aquellas variables sociodemográficas que tienden a ser relevantes para la mayoría o todos los departamentos, o que son importantes de manera particular sólo para algún o algunos de ellos.

La identificación de aquellas variables sociodemográficas comunes, para la mayoría o todos los departamentos, podría ser de utilidad para la implementación de políticas de apoyo o promoción al emprendimiento de negocios de alcance nacional. En tanto que la especificación de los aspectos sociodemográficos, como relevantes solo para algunos departamentos, podría permitir aplicar políticas de carácter local.

Así, encontrar las diferencias departamentales de emprendimiento podría servir para el diseño e instrumentalización de políticas públicas también diferenciadas, de modo que contribuya a la convergencia o la reducción de la brecha en la tasa de creación de empresas y posibilite un crecimiento económico departamental más homogéneo. De lo contrario, tal como lo señalan Atienza, Lufin y Romani (2016), las políticas que promueven sólo el incremento del número de empresas, sin tener en cuenta las diversidades regionales, podrían agudizar o perpetuar las desigualdades espaciales.

Adicionalmente, en la medida que el estudio muestre que existen diferencias en la importancia y el sentido de influencia de las variables sociodemográficas sobre la creación de negocios entre los diferentes departamentos peruanos, podría ser motivo para que también se efectúen investigaciones similares en otros países.

Por lo tanto, en la medida en que no existen estudios sobre el emprendimiento con un enfoque regional, el principal aporte del presente artículo consiste en contribuir al conocimiento y entendimiento del fenómeno de la creación de empresas en Perú, de manera que se pueda contribuir a la implementación

de políticas de emprendimiento eficaces y equitativas en el ámbito nacional y departamental.

Para la consecución del objetivo especificado, se efectuarán regresiones econométricas de un modelo probit para cada uno de los 24 departamentos peruanos, utilizando para ello la información proporcionada por la ENAHO del año 2015, de modo que se especificarán a las variables sociodemográficas individuales que determinan la probabilidad de crear un negocio propio.

Además de esta sección introductoria, el artículo comprende el apartado de revisión de la literatura, donde se presenta una sistematización de la literatura empírica relevante. Luego, en la tercera sección, con la finalidad de fundamentar la existencia de una relación causal entre los factores sociodemográficos y la creación de negocios, se formula un modelo de corte empírico. Posteriormente, después de desarrollar los aspectos metodológicos, en la sección 5 se presentan los resultados hallados, complementándose con la discusión correspondiente. Finalmente, se encuentran las conclusiones.

## 2. Revisión de la literatura

En la literatura empírica, entre las variables sociodemográficas personales, consideradas como factores explicativos de la decisión de emprender un negocio, usualmente figuran: el género al que pertenece el individuo, la condición de ser jefe de hogar, la edad, el nivel de educación alcanzada, la condición laboral, la experiencia laboral, la pertenencia a alguna organización social (capital social), el estado civil, el ingreso personal, la posesión de alguna vivienda, la condición migratoria, el tamaño del hogar, la presencia de niños en el hogar. Por ello, a continuación se reseñan sólo estudios de corte econométrico que consideraron como variables explicativas a factores sociodemográficos de la persona y que resultaron estadísticamente significativos.

Relacionado al género, es decir, respecto a que si los hombres o las mujeres muestran las mayores probabilidades de crear un negocio, se cuenta con una variedad de resultados empíricos. Existen investigaciones que indican que los hombres tienen una mayor probabilidad de emprendimiento [Johansson, 2000; Van der Zwan, Verheul y Thurik, 2012; Guerra y Patuelli, 2013; Alba-Ramírez, 1994; Blanchflower, Oswald y Stutzer, 2001; Giannetti y Simonov, 2004; Doh y Zolnik, 2011; Ashcroft, Holden y Low, 2004; Wagner, 2006]; pero, también existen otras que señalan que ellos tienen una menor probabilidad [Valencia, 2008; Contín, Larraza y Mas, 2007].

Por otra parte, Estrin, Mickiewicz y Stephan (2016) muestran que las mujeres presentan una mayor probabilidad de emprendimiento, en tanto que los trabajos de Ritsila y Tervo (2002) y Davidsson y Honig (2003) arrojan resultados en sentido contrario.

La condición de ser un jefe de hogar le brinda a la persona cierta capacidad de manejo o control sobre los recursos que posee el hogar. En tal sentido, Gluzmann et al. (2012) y León (2017) hallan que, en Perú, un jefe de hogar tiene mayor probabilidad de establecer un negocio propio que otro que no lo es.

Los estudios efectuados por Estrin et al. (2016), Johansson

[2000], Álvarez y Valencia (2008), Dunn y Holtz-Eakin (2000), Blanchflower et al. (2001), Glocker y Steiner (2007), Valencia (2008), Giannetti y Simonov (2004), Álvarez, Noguera y Urbano (2012), Ashcroft et al. (2004) y Van der Zwan et al. (2012), encuentran una relación en sentido directo entre la edad y el emprendimiento; es decir, una persona eleva su probabilidad de crear un negocio en la medida en que cuenta con más años de edad. Sin embargo, también existen trabajos que demuestran que las personas de mayor edad tienden a presentar una menor probabilidad (Davidsson y Honig, 2003; Tullao y Rivera, 2014; Capelleras, Cotín, Sánchez y Larraza, 2013; Wagner, 2006).

Algunos estudios encuentran que a mayor nivel educativo alcanzado la persona presenta una mayor probabilidad de establecer negocios propios. En esa línea están los resultados arrojados por los trabajos de Estrin et al. (2016), Dunn y Holtz-Eakin (2000), Ritsila y Tervo (2002), Figueiredo y Oliveira (2015), Guerra y Patuelli (2013), Glocker y Steiner (2007), Neira et al. (2013), Corradin y Popov (2013), Davidsson y Honig (2003), Giannetti y Simonov (2004), Álvarez y Valencia (2008), García, Martínez y Fernández (2007), Wagner (2006) y Morales-Gualdrón y Roig (2006). Sin embargo, también se cuenta con investigaciones que hallan que a mayor nivel educativo se reduce dicha probabilidad (Alba-Ramírez, 1994; Blanchflower et al., 2001; Capelleras et al., 2013; Singh-Knights, Smith y Budumuru, 2006; Doh y Zolnik, 2011).

Referente al empleo, las investigaciones de Blanchflower et al. (2001), Capelleras et al. (2013) y Morales-Gualdrón y Roig (2006), arrojan que las personas que están empleadas en el mercado laboral presentan una mayor probabilidad de emprendimiento. En tanto que los estudios de Johansson (2000), Ritsila y Tervo (2002), Alba-Ramírez (1994), Glocker y Steiner (2007), Neira et al. (2013), García et al. (2007) y Evans y Leighton (1989), señalan que aquéllos que presentan una mayor probabilidad de emprender son los que están desempleados.

Por otra parte, la experiencia laboral contribuye positivamente a la acción emprendedora. Así, según los trabajos de Álvarez y Valencia (2008), Davidsson y Honig (2003), Poschke (2013) y Xi, Block, Lasch, Robert y Thurik (2016), las personas que crean negocios se caracterizan por poseer mayores años de experiencia laboral acumulada.

De esta misma forma, el capital social favorece a la creación de empresas. En tal sentido, los trabajos de Neira et al. (2013), Davidsson y Honig (2003), Álvarez et al. (2012), Doh y Zolnik (2011), Bhagavatula, Elfring, Van Tilburg y Van de Bunt (2010), García y Valencia (2009) y Valencia (2008), muestran que una persona que es miembro de alguna institución u organización social presenta mayores probabilidades de constituir algún negocio que aquellos que no lo son.

En lo que se refiere al efecto del estado civil de la persona, los resultados encontrados se contraponen. Los estudios de Alba-Ramírez (1994), Corradin y Popov (2013), Giannetti y Simonov (2004), Ashcroft et al. (2004) y Guerra y Patuelli (2013) arrojan que las personas con cónyuge (casados o convivientes) presentan mayores probabilidades de emprender que las personas sin cónyuge (solteros, divorciados y viudos). Sin embargo, los trabajos efectuados por Dunn y Holtz-Eakin (2000),

Glocker y Steiner (2007), Valencia (2008), Davidsson y Honig (2003) demuestran lo contrario: que las personas con cónyuge tienen una menor probabilidad.

Respecto a la causalidad entre el nivel de ingreso personal y el emprendimiento, algunas investigaciones determinan la existencia de una relación en sentido positivo, en tanto que otras, una relación negativa. Entre los que determinan una causalidad en sentido positivo están los trabajos de Glocker y Steiner (2007), Capelleras et al. (2013), Doh y Zolnik (2011); en tanto que entre aquellos que especifican una relación inversa están los estudios de Ritsila y Tervo (2002), Guerra y Patuelli (2013), Álvarez et al. (2012), Giannetti y Simonov (2004) y Morales-Gualdrón y Roig (2006).

La tenencia de alguna vivienda con título de propiedad puede posibilitar el acceso al crédito necesario para financiar la creación de una empresa mediante el sistema de hipotecas o de garantías. En tal sentido, los estudios de Pekkala, Kerr y Nanda (2015) y Corradin y Popov (2013) señalan que, efectivamente, la posesión de alguna vivienda contribuye de modo positivo en la decisión de establecer negocios propios.

Según los estudios efectuados por Glocker y Steiner (2007) y Vinogradov y Gabelko (2010), los migrantes presentan mayores probabilidades de fundar algún negocio; sin embargo, las investigaciones de Doh y Zolnik (2011) y Giannetti y Simonov (2004) muestran que la probabilidad de emprendimiento de los migrantes es menor que la de aquéllos que son nativos del lugar.

Los resultados de algunas investigaciones indican que un mayor tamaño del hogar (mayor número de miembros en el hogar) posibilita la disponibilidad de más recursos humanos, lo cual puede influir de manera favorable en la creación de negocios (Johansson, 2000; Dunn y Holtz-Eakin, 2000; Ritsila y Tervo, 2002). Pero, según otros estudios, un hogar con una mayor cantidad de miembros puede representar una desventaja para una adecuada coordinación en la gestación de negocios, de modo que puede reducir la probabilidad de emprendimiento (Tullao y Rivera, 2014; Renzulli, Aldrich y Moody, 2000).

Algunas investigaciones muestran que la presencia de niños en el hogar condiciona de manera negativa la posibilidad de crear un negocio. En tal sentido, los trabajos de Giannetti y Simonov (2004) y Glocker y Steiner (2007), determinan que a un mayor número de niños en el hogar, se reduce la probabilidad de emprendimiento empresarial.

Finalmente, los estudios efectuados por Alderete (2012) y Vélez (2011) muestran que las nuevas tecnologías de la información y los servicios de internet producen efectos favorables en el proceso de iniciar negocios propios.

### 3. El modelo empírico

Sintetizando lo desarrollado en la sección anterior, se formula el siguiente modelo funcional:

Creación de un negocio (Y) = f (características sociodemográficas del individuo  $X_i$ , otros factores Z).

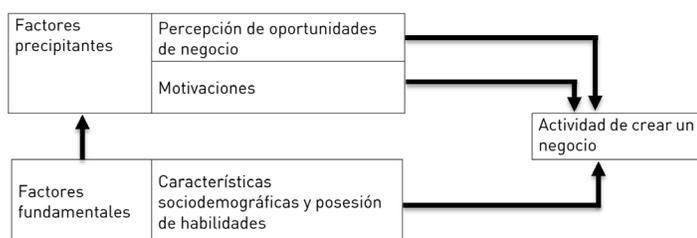
Donde en Z se incluyen las variables del contexto y los aspectos personales de carácter psicológico motivacional.

El modelo funcional formulado también se puede expresar

en términos de un esquema empírico, tal como se presenta en la [figura 1](#). Esta figura - elaborada sobre la base de lo propuesto por [García et al. \(2007\)](#) y [Veciana \(2006\)](#)-, indica que los factores personales que determinan la decisión de crear una empresa son de dos tipos: factores fundamentales y factores precipitantes.

Los factores fundamentales comprenden a las características sociodemográficas y las habilidades individuales; en tanto que los factores precipitantes, involucran la percepción de oportunidades y las motivaciones personales.

Las características sociodemográficas personales determinan la decisión de emprender un negocio mediante dos canales: primero, directamente como factor fundamental, y segundo, de manera indirecta mediante su efecto en los factores precipitantes.



**Figura 1.** Influencia de las características sociodemográficas en la creación de negocios.

Fuente: elaboración propia con base en [Veciana \(2006\)](#) y [García et al. \(2007\)](#).

En la lógica causal expuesta en la [figura 1](#), y teniendo en cuenta las variables sociodemográficas especificadas en la sección de revisión de la literatura, se plantea la hipótesis de que la probabilidad que una persona decida crear un negocio propio depende de las siguientes variables sociodemográficas relacionadas al individuo: el género, la condición de jefe de hogar, la edad, la educación alcanzada, la condición laboral, la experiencia laboral, la pertenencia a alguna organización social, el estado civil, el nivel del ingreso personal, la tenencia de alguna vivienda con título, la condición migratoria, el número de miembros que conforman el hogar, el número de niños en el hogar y la tenencia de servicios de internet en el hogar.

#### 4. Metodología

De forma similar que [Gluzmann et al. \(2012\)](#) y [León \(2017\)](#), con la finalidad de determinar la influencia de las variables sociodemográficas personales sobre la probabilidad de que la persona emprenda un negocio propio, se efectúan regresiones econométricas, pero en este caso, para cada uno de los 24 departamentos del Perú. De esta forma, se estima el siguiente modelo probit:

$$Y_j = \beta_0 + \beta_j(X_{ij}) + u_j \quad (1)$$

Donde  $Y_j$  es la probabilidad de crear un negocio propio por el individuo  $j$  en cada departamento;  $X_{ij}$  es la característica sociodemográfica  $i$  que corresponde al individuo  $j$  en cada departamento;  $u_j$  es el término de error; y  $\beta$  son los parámetros a estimar. De esta forma, se tiene que:

- $Y$  = esta es una variable dicotómica que toma el valor de 1 si la persona ha emprendido algún nuevo negocio, y de 0 en caso contrario. Se califica como un nuevo negocio a aquel cuyo funcionamiento es menor a 42 meses. En forma similar que [Gluzmann et al. \(2012\)](#), también se considera como emprendedor a aquel que labora de manera independiente.

- $X_1$  = género. Esta es una variable binaria que adquiere el valor de 0 si la persona es una mujer, y de 1 si es un hombre.

- $X_2$  = jefe de hogar. Toma el valor de 0 si la persona no es un jefe de hogar, y de 1 si lo es.

- $X_3$  = edad. Esta es una variable continua, y se mide por el número de años cumplidos. También se considera la variable edad elevada al cuadrado, con la finalidad de determinar si la influencia de la edad sobre la probabilidad de emprender el negocio propio es a un ritmo creciente o decreciente.

- $X_4$  = educación. Se representa mediante el nivel de educación formal alcanzado por la persona, y toma cuatro valores: 0, para aquel sin educación; 1, con educación primaria completa o incompleta; 2, con educación secundaria completa o incompleta; y 3, con educación superior completa o incompleta

- $X_8$  = estudios cortos. Variable binaria que adquiere el valor de 0 si la persona no recibió ninguna educación o formación técnica de corta duración, y de 1 en caso contrario.

- $X_9$  = empleo. Representa la situación laboral del individuo; toma el valor de 0 si la persona está desempleada, y de 1 si no lo está.

- $X_{10}$  = experiencia laboral. Variable continua que se cuantifica mediante el número de años trabajados en el empleo principal y el empleo secundario.

- $X_{11}$  = organización social. Variable binaria que toma el valor de 0 si la persona no es miembro de algún grupo u organización social, y de 1 en caso contrario.

- $X_{12}$  = estado civil. Recibe el valor de 0 si la persona no tiene cónyuge, es decir, si es soltero, divorciado o viudo. Asume el valor de 1 si es casado o conviviente.

- $X_{13}$  = perceptores de ingreso. Variable continua que se representa mediante el número de miembros del hogar que perciben algún ingreso o renta personal.

- $X_{14}$  = ingreso personal. Variable continua que se cuantifica mediante el ingreso mensual promedio percibido por la persona encuestada.

- $X_{15}$  = vivienda. Recibe el valor de 0 si la persona posee alguna vivienda con título de propiedad, y de 1 en caso contrario.

- $X_{16}$  = migración. Toma el valor de 0 si la persona encuestada reside en la provincia (departamento) donde nació, y de 1 si es un migrante (reside en un lugar distinto a la provincia donde nació).

- $X_{17}$  = tamaño del hogar. Variable continua que se contabiliza por el número de miembros que integran el hogar.

- $X_{18}$  = niños. Variable continua que se cuantifica mediante el número de niños menores de 12 años que son miembros del hogar.

- $X_{19}$  = internet. Adquiere el valor de 0 si la persona no posee el servicio de internet, y de 1 si lo posee.

La información estadística correspondiente fue recolectada de la base de datos de la ENAHO del año 2015. La encuesta

es ejecutada anualmente por la institución gubernamental denominada Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y es aplicada –a nivel nacional- a las personas mayores de 14 años miembros de un hogar. En el año 2015 la muestra comprendió 26.456 viviendas particulares. Dicha base de datos contiene información no sólo sobre si la persona es propietario o no de un negocio, sino también sobre los aspectos económicos, sociales y demográficos del individuo y del hogar.

En la citada base de datos de la ENAHO, se filtró a las personas encuestadas que respondieron a todas las preguntas sobre las características o variables personales consideradas en el modelo econométrico. Efectuado dicho ejercicio, se generó el siguiente tamaño de muestra -limpia y válida para la regresión- en cada departamento: Amazonas, 3.240; Ancash, 3.551; Apurímac, 2.348; Arequipa, 3.698; Ayacucho, 2.816; Cajamarca, 3.291; Cusco, 3.227; Huancavelica, 2.580; Huánuco, 3.369; Ica, 3.688; Junín, 4.017; La Libertad, 3.532; Lambayeque, 4.158; Lima y Callao, 15.160; Loreto, 4.354; Madre de Dios, 1.503; Moquegua, 2.204; Pasco, 2.414; Piura, 4.266; Puno, 2.837; San Martín, 3.531; Tacna, 3.003; Tumbes, 2.231 y Ucayali, 3.065; totalizando una muestra de 88.083 encuestas a nivel nacional.

La regresión del modelo probit se efectúa utilizando el paquete estadístico Stata 13.

## 5. Resultados

Antes de exponer los resultados de las regresiones econométricas efectuadas, a continuación se especifica el porcentaje de individuos que han creado algún negocio en cada departamento, de modo que se pueda conocer, de manera aproximada, el grado de emprendimiento departamental.

Tal como se puede observar en la [tabla 1](#), existen grandes diferencias interdepartamentales en el nivel de emprendimiento. El departamento con la mayor tasa de creación de negocios es Madre de Dios con un porcentaje de 42,2%, en tanto que Lima es el que muestra la menor tasa con un 23,7%. Así, la tasa de emprendimiento en Madre de Dios es aproximadamente el doble que en Lima.

De los 24 departamentos peruanos, exceptuando a Tumbes, los 12 primeros con los mayores porcentajes de creación empresarial son aquéllos que están ubicados en la sierra y selva, en tanto que entre los 12 departamentos con los menores porcentajes están localizados en la costa.

**Tabla 1.** Porcentaje de individuos propietarios de algún negocio

Departamentos con mayor tasa (%)	Departamentos con menor tasa(%)		
Madre de Dios	42,2	Ancash	36,8
Cajamarca	41,8	Junín	36,6
Puno	41,6	Pasco	35,3
Huánuco	41,3	Piura	34,6
Tumbes	41,2	San Martín	34,5
Apurímac	40,5	Moquegua	33,3
Amazonas	39,8	La Libertad	32,3
Huancavelica	39,7	Lambayeque	32,2
Cuzco	39,1	Tacna	29,3
Loreto	39,0	Arequipa	29,0
Ayacucho	39,0	Ica	28,3
Ucayali	37,1	Lima	23,7

Fuente: elaboración propia con base en la información de la ENAHO de 2015 (INEI, 2015).

Lo descrito indica que existe una mayor tasa de emprendimiento de negocios propios en las regiones de la sierra y la selva que en la costa.

En relación con las regresiones calculadas, los resultados se exponen en las tablas [A1](#) – [A6](#) del anexo, donde la [tabla A1](#) comprende los cálculos para: Amazonas, Ancash, Apurímac y Arequipa; la [tabla A2](#) los de: Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Huancavelica; en la [tabla A3](#) se encuentran los de: Huánuco, Ica, Junín y La Libertad; la [tabla A4](#) comprende los de: Lambayeque, Lima, Loreto y Madre de Dios; en la [tabla A5](#) están los de: Moquegua, Pasco, Piura y Puno; y en la [tabla A6](#) se encuentran los cálculos para: San Martín, Tacna, Tumbes y Ucayali. En cada una de estas tablas se especifican con asteriscos la significancia estadística de los parámetros estimados al 1%, 5% y 10% de error.

Los resultados obtenidos en cada departamento no necesariamente coinciden con lo hallado en conjunto para el Perú por los autores [León y Huari \(2010\)](#), [Gluzmann et al. \(2012\)](#) y [León \(2017\)](#). Existen variables sociodemográficas que a nivel nacional son estadísticamente significativas, pero que en algunos departamentos no lo son, y viceversa.

Adicionalmente, existen variables sociodemográficas estadísticamente significativas en todos los departamentos, pero también hay variables que lo son sólo en algunos de ellos; lo cual indica que los factores determinantes o diferenciadoras de la probabilidad de crear un negocio propio no son los mismos en cada departamento peruano.

Tal como se puede visualizar en las tablas [A1](#) a [A6](#) del anexo, en más de la mitad de los departamentos la variable género es estadísticamente significativa y con signo negativo. Lo anterior, según el modelo econométrico formulado, indica que en estos departamentos la mujer presenta una mayor probabilidad de emprendimiento de negocios propios que el hombre; lo cual concuerda con lo encontrado por el estudio de [Estrin et al. \(2016\)](#) en el ámbito internacional.

La relativa mayor tasa de emprendimiento que muestra las mujeres puede estar relacionada al hecho de la creciente incorporación de la mujer al mercado laboral, lo cual les permite acumular experiencia laboral y capital financiero, o experimentar tratos no igualitarios y frustraciones, los que les impulsa a crear negocios ([Aldrich y Cliff, 2003](#)).

Sin embargo, existen departamentos como Amazonas, Apurímac, Ayacucho, Cuzco, Huancavelica, Huánuco, Junín, San Martín y Ucayali, en las que esta variable no presenta significancia estadística, lo cual señala que en éstos, el aspecto de género no juega un rol diferenciador; es decir, la condición de ser una mujer o un hombre influye por igual en la probabilidad de crear un negocio.

Entre los departamentos donde el género no muestra un efecto diferenciador figuran sólo aquellos que están ubicados en las regiones de la sierra y la selva. Esto indica, ligeramente, que las mujeres de la costa presentan una mayor probabilidad de emprendimiento que aquellas que radican en la sierra y la selva.

A excepción de Tumbes, en todos los departamentos la característica de ser un jefe de hogar es estadísticamente significativa a un 99% de confianza. Dicho resultado coincide con

lo hallado a nivel nacional por [Gluzmann et al. \(2012\)](#) y [León \(2017\)](#), y corrobora que en cada uno de los departamentos peruanos el estatus de ser un jefe de hogar implica una mayor probabilidad de crear un negocio propio. El hecho de que un jefe de hogar tenga cierta capacidad de dirección y control sobre los recursos del hogar, les permite asignar los mismos a objetivos personales concordantes con deseos o preferencias de emprendimiento empresarial.

En todos los departamentos, la edad presenta significancia estadística con un 99% de confianza, a excepción de Ica con un 90% de confianza. El signo positivo del coeficiente hallado señala que en todos éstos la probabilidad de crear un negocio es mayor en la medida en que aumenta la edad de la persona, o cuando la persona sea más adulto que joven. Este resultado es similar a lo encontrado, a nivel internacional, por [Van der Zwan et al. \(2012\)](#), [Dunn y Holtz-Eakin \(2000\)](#), [Blanchflower et al. \(2001\)](#) y [Giannetti y Simonov \(2004\)](#).

A mayor edad, las personas muestran una mayor probabilidad de emprendimiento debido a que cuentan con una mayor habilidad, conocimiento y experiencia acumulada, lo cual les permite identificar con mayor facilidad oportunidades de negocios ([Álvarez y Valencia, 2008](#))

También a excepción de Ica, en todos los departamentos la probabilidad de emprender un negocio aumenta con la edad, pero lo hace a un ritmo decreciente, ya que el signo del parámetro de la variable edad al cuadrado es negativo y estadísticamente significativo al 99% de confianza.

En la mayoría de los departamentos peruanos la educación primaria alcanzada por la persona no es estadísticamente significativa. Muestra significancia estadística, y un signo positivo, en menos de un tercio de los departamentos (Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Lima, Loreto, San Martín y Ucayali). Este resultado indica que solamente en estos departamentos la educación primaria recibida por la persona eleva su probabilidad de crear una empresa respecto a aquellos que no poseen educación formal alguna.

En el estudio efectuado a nivel nacional por [León \(2017\)](#), la educación secundaria no es estadísticamente significativa. Este resultado guarda cierta concordancia con lo hallado en casi todos los departamentos, de modo que esta variable no genera ningún efecto diferenciador entre ser o no ser un emprendedor de un negocio. La educación secundaria recibida muestra significancia estadística sólo en tres departamentos: Apurímac, Loreto e Ica. En los dos primeros, el signo del parámetro estimado es positivo, en tanto que en Ica es negativo; lo cual quiere decir que en Apurímac y Loreto la educación secundaria alcanzada por la persona incrementa la probabilidad de crear un negocio propio, en tanto que en Ica, lo reduce.

Excepto en Madre de Dios, en el resto de los departamentos la educación superior es estadísticamente significativa y de signo negativo; esto implica que con respecto a las personas sin educación formal, aquellos con educación superior presentan una menor probabilidad de crear un negocio propio. Este resultado hallado se asemeja a lo encontrado por los estudios de [Alba-Ramírez \(1994\)](#), [Capelleras et al. \(2013\)](#) y [Doh y Zolnik \(2011\)](#), en el ámbito internacional.

La menor probabilidad de emprendimiento de las personas

con estudios superiores podría estar relacionado al fenómeno de costo de oportunidad, ya que las personas con estudios superiores tienden a acceder a empleos con mayores niveles de remuneración de modo que les resulta costoso renunciar a ella por emprender un negocio propio ([Blanchflower et al., 2001](#)).

En la mayoría de los departamentos, los estudios cortos efectuados por el individuo no muestran significancia estadística. Esto significa que los estudios de corta duración afectan de la misma manera la probabilidad de crear o no crear un negocio, es decir, no generan efectos diferenciadores en la probabilidad de convertirse o no en un empresario o negociante.

Sin embargo, en los departamentos de Amazonas, Apurímac, Huánuco, Junín, Piura y Tumbes, los estudios de corta duración reducen la probabilidad de que una persona inicie algún negocio. Pero, para Loreto el parámetro estimado es de signo positivo y estadísticamente significativo, lo cual indica que en este caso la probabilidad de que una persona emprenda un negocio es mayor en tanto posea estudios cortos.

El empleo muestra una gran significancia estadística con un 99% de confianza en todos los departamentos. Este resultado guarda concordancia con lo encontrado a nivel nacional por [León \(2017\)](#), de esta forma, en los departamentos peruanos es mucho más probable que una persona que está empleada en el mercado laboral cree un negocio que otra que está desempleada. Este tipo de resultado también fue hallado, en el ámbito internacional, por [Blanchflower et al. \(2001\)](#), [Capelleras et al. \(2013\)](#) y [Morales-Gualdrón y Roig \(2006\)](#).

La relación, en sentido positivo, entre el empleo y la probabilidad de establecer un negocio propio tiene que ver básicamente con el empleo informal.

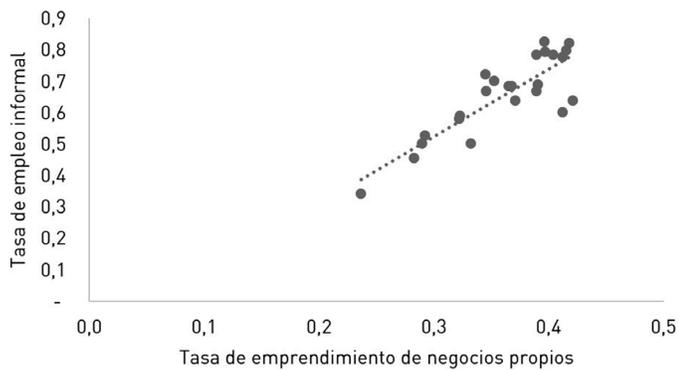
Según el [INEI \(2016\)](#), el 73,2% de la población económicamente activa empleada en el Perú es informal. Los departamentos con la mayor tasa de empleo informal son: Huancavelica (82,3%), Cajamarca (82%) y Puno (79,7%). Aquellos con la menor tasa de informalidad son: Lima (34%), Ica (45%), Arequipa (50%) y Tacna (52,3%).

De manera coincidente, los departamentos que muestran la menor tasa de creación de negocios propios son: Lima (23,7%), Ica (28,3%), Arequipa (29%) y Tacna (29,3%). En tanto que los departamentos con la mayor tasa de emprendimiento son: Madre de Dios (42,2%), Cajamarca (41,8%) y Puno (41,6%). Esto quiere decir, de algún modo, que los departamentos con las menores tasas de creación de negocios son aquellos que también presentan las menores tasas de empleo informal, o que los departamentos con las mayores tasas de creación de negocios tienden a mostrar mayores tasas de informalidad laboral.

La [figura 2](#) permite observar la existencia de una alta correlación positiva entre la tasa de creación de negocios y la informalidad laboral. El coeficiente de correlación es de 72,1%. Esta correlación podría indicar que en los departamentos con la menor tasa de empleo formal, las personas tienden a crear negocios a modo de autoempleo informal, en respuesta a la escasez de puestos de trabajo en las empresas o instituciones formales.

La experiencia laboral también muestra una alta significancia estadística en todos los departamentos. Así, en éstos, a mayor cantidad de años de experiencia laboral acumulada

se eleva la probabilidad de que una persona inicie un negocio propio.



**Figura 2.** Correlación entre la tasa de empleo informal departamental con la tasa de creación de negocios propios.

Fuente: elaboración propia con base en la información del INEI (2016) y la ENAHO de 2015 (INEI, 2015).

El efecto positivo de la experiencia laboral en el emprendimiento de nuevos negocios se explica por el hecho de que dicha experiencia permite acumular el capital humano empresarial de las personas, lo cual es un insumo muy importante para la decisión de crear y gestionar negocios. En tal sentido, según Xi et al. (2016), la experiencia laboral acumulada, en especial en la gestión de negocios de terceros, induce a la creación de negocios propios.

Por otra parte, el capital social es estadísticamente significativo sólo en pocos departamentos: La Libertad, Lima, Madre de Dios, Piura y Ucayali. En el caso de los cuatro primeros, el signo del parámetro estimado es positivo; lo cual indica que en éstos, la pertenencia de una persona a algún grupo u organización social eleva la probabilidad de emprender un negocio. Sin embargo, en el caso del departamento de Ucayali el signo del parámetro estimado es negativo, lo cual señala que la participación de la persona en alguna organización social reduce la probabilidad de emprendimiento.

Entonces, a excepción de Lima, La Libertad, Madre de Dios, Piura y Ucayali, en la gran mayoría de los departamentos peruanos, la participación de una persona como miembro de alguna institución u organización social no tiene implicancias para que éste emprenda algún negocio.

Aproximadamente para un tercio de los departamentos peruanos (Ica, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Piura y San Martín) la tenencia de un cónyuge afecta positivamente la decisión de crear un negocio, es decir, en estos casos, un casado o con conviviente tiene más probabilidad de iniciar un negocio que otro que es soltero, divorciado o viudo. Sin embargo, para una ligera mayoría de los departamentos el estado civil no tiene influencia diferenciadora, es decir, que todas las personas de cualquier estado civil presentan la misma probabilidad de emprendimiento.

En los departamentos donde la condición de casados o convivientes coadyuva al emprendimiento, estaría indicando que la presencia del cónyuge favorece a una mayor movilidad y disponibilidad de recursos para emprender algún negocio, y que también reduce el riesgo que implica dicha aventura de em-

prender, debido a que aumenta o diversifica la fuente de ingresos familiares de respaldo (Aldrich y Cliff, 2003).

A excepción de Apurímac, y parcialmente de Tumbes, en el resto de los departamentos el coeficiente estimado de la variable perceptores de ingresos es positivo y estadísticamente significativo. Así, en la casi totalidad de los departamentos peruanos, la probabilidad de emprender un negocio aumenta en la medida en que haya un mayor número de miembros del hogar que generan ingresos personales. En el caso de Apurímac, el parámetro estimado no presenta significancia estadística, en tanto que en Tumbes lo es, pero sólo al 90% de confianza.

La existencia de un mayor número de miembros perceptores de ingreso en el seno del hogar permite generar mayores niveles de ingreso y diversificar las fuentes del mismo, lo cual eleva la disponibilidad de fondos necesarios para financiar las actividades de inversión en negocios, además de reducir la propensión al riesgo de ello, incrementando la probabilidad de crear nuevos negocios.

En referencia al ingreso personal, existe significancia estadística en una ligera mayoría de los departamentos. Sin embargo, dentro de ellos, algunos muestran coeficientes de signo negativo y otros un signo positivo. Entre los departamentos con signo negativo están: Ica, Lambayeque, Lima, Moquegua, Pasco, Piura, Puno, Tacna, Tumbes y Ucayali; y con signo positivo: Ayacucho, Cuzco, Huánuco y Madre de Dios.

El grupo de departamentos con parámetros del ingreso personal de signo negativo muestran coincidencia con el resultado hallado en el agregado nacional por León (2017); es decir, a mayor nivel de ingreso personal, se reduce la probabilidad de crear un negocio. Pero, en los departamentos de Ayacucho, Cuzco, Huánuco y Madre de Dios, el signo positivo del parámetro estimado indica que a mayor nivel de ingreso personal, se tiene una mayor probabilidad de emprendimiento.

En comparación de las otras variables sociodemográficas, en el caso del ingreso personal se observa un mayor grado de diversidad. Existe un primer grupo de departamentos donde el ingreso personal condiciona positivamente la probabilidad de emprendimiento; en un segundo grupo, el efecto es en términos negativos; y hay un tercer grupo conformado por Amazonas, Ancash, Apurímac, Cajamarca, Huancavelica, Junín, Loreto y San Martín, donde dicha variable no tiene influencia diferenciadora alguna.

En el plano del sentido de causalidad, el efecto del ingreso sobre la probabilidad de emprender negocios tiende a mostrar canales contrapuestos (Verhuel, Van Stel y Thurik, 2004). Por un lado, mayores niveles de ingreso elevan el costo de oportunidad de incursionar en la creación de negocios propios –en especial de aquellos con empleo remunerado–, reduciendo la posibilidad de emprender; por otro lado, el mayor ingreso permite contar con el financiamiento necesario para dicho emprendimiento. El sentido de la relación causal dependerá de cuál de los dos efectos predomine. En el caso de los departamentos donde la causalidad es en sentido inverso estaría predominando el efecto del costo de oportunidad, en tanto que en aquellos en donde la relación es en sentido directo, se tendría el predominio del efecto disponibilidad de financiamiento.

La influencia de la vivienda propia sobre la probabilidad de

emprender un negocio muestra significancia estadística solo en tres departamentos: Arequipa, Cajamarca y Lima. En el caso de Arequipa, la probabilidad es mayor para una persona propietaria de una vivienda con título que de otro sin título. En tanto que en Cajamarca y Lima, la tenencia de una vivienda con título reduce la probabilidad de emprendimiento. En el resto de los departamentos –que son la mayoría–, contar con una vivienda propia no genera un efecto diferenciador entre ser o no un emprendedor.

En el departamento de Loreto, un migrante tiene una menor probabilidad de emprendimiento empresarial que un no migrante. Sin embargo, en el resto de los departamentos la variable migratoria no presenta significancia estadística, de modo que afecta por igual a la probabilidad de emprendimiento: un migrante y un no migrante presentan la misma probabilidad de establecer o no un negocio.

El parámetro estimado para la característica tamaño del hogar arroja un signo negativo y de alta significancia estadística para la totalidad de los departamentos, con una parcial excepción de Madre de Dios, donde la significancia se da a un 90% de confianza. Este resultado indica que en todos los departamentos peruanos la probabilidad de crear un negocio disminuye en la medida en que aumenta el tamaño del hogar, es decir, en tanto sea mayor el número de personas que integran el hogar. Este resultado es similar a lo encontrado por [Renzulli et al. \(2000\)](#) para Carolina del Norte en Estados Unidos de Norteamérica.

En un escenario en que la generación de ingresos en el hogar está a cargo de una sola persona o muy pocas personas, la existencia de un mayor número de miembros (mayor tamaño del hogar), puede dificultar la probabilidad de crear negocios –por parte de dicha persona generadora de ingreso– en la medida en que sea el sustento o el responsable de la manutención del hogar, ya que pondría en riesgo su fuente de ingreso, más aun si éste es un trabajador remunerado en el mercado laboral. Además, a mayor número de miembros en el hogar, puede elevarse la dificultad de efectuar coordinaciones y de llegar a acuerdos para la implementación de ideas de negocio.

En la mayoría de los departamentos peruanos, la cantidad de niños menores de 12 años en el hogar afecta positivamente la probabilidad de emprendimiento, es decir, a un mayor número de niños, se tiene una mayor probabilidad de creación empresarial. Sin embargo, existe un pequeño grupo (Ancash, Ica, La Libertad, Pasco y Ucayali) donde no se produce el efecto diferenciador.

El hecho de que a un mayor tamaño del hogar se reduce la probabilidad de emprendimiento, pero que a mayor cantidad de niños se incrementa, podría indicar que, en la mayoría de los departamentos peruanos, la presencia de los niños en el hogar genera un efecto motivador y de presión positiva para constituir negocios propios, en tanto que no ocurriría necesariamente lo mismo con la presencia de un mayor número de miembros, en especial si estos son muy adultos o de edad avanzada.

En un mayor número de departamentos, la disponibilidad o tenencia del servicio de internet no tiene una influencia estadísticamente significativa en la probabilidad de crear un nego-

cio. Se observa significancia estadística sólo en Ancash, Ayacucho, Cajamarca, Loreto, Madre de Dios y Moquegua. En este grupo de departamentos, en forma similar a lo encontrado a nivel nacional por [León \(2017\)](#), la influencia de dicho servicio sobre el emprendimiento es en sentido negativo, es decir, una persona que dispone del servicio de internet muestra una menor probabilidad de crear un negocio propio que otro que no cuenta con dicho servicio.

En términos generales, las regresiones efectuadas para cada departamento muestran cierta tendencia, sin embargo, existen algunos casos *atípicos* que lo diferencian del resto o del promedio nacional, lo cual refleja, hasta cierto punto, la existencia de una heterogeneidad departamental en el proceso de creación de negocios.

Por ejemplo, en algunos departamentos, la pertenencia a alguna organización social afecta positivamente a la iniciativa de crear un negocio, pero, en Ucayali lo hace negativamente. En Loreto, una persona que efectuó estudios cortos tiene una mayor probabilidad de emprendimiento. Asimismo, en poco menos de la mitad de los departamentos, un mayor ingreso personal reduce la probabilidad de emprendimiento, pero, en Ayacucho, Cuzco, Huánuco y Madre de Dios, lo eleva. En Cajamarca y Lima, una persona que posee una vivienda con título de propiedad tiene menor probabilidad de iniciar un negocio, lo cual es opuesto al resultado encontrado para el agregado nacional por [León \(2017\)](#).

En la [tabla 2](#) se presenta un resumen consolidado del sentido de la influencia de las variables sociodemográficas –estadísticamente significativas– sobre la creación de empresas en los 24 departamentos peruanos. En ella se puede observar que las variables con presencia explicativa en casi la totalidad de los departamentos son: la condición de ser jefe de hogar, la edad, la educación superior alcanzada, el empleo, la experiencia laboral acumulada, el número de perceptores de ingreso y el tamaño del hogar; de modo que estos factores sociodemográficos son los principales determinantes de la creación de negocios propios en el Perú.

En un segundo grupo de importancia explicativa figuran: el número de niños en el hogar, el nivel de ingreso personal y el género.

El resto de las variables sociodemográficas (la educación primaria y secundaria, los estudios cortos, la organización social, el estado civil, la vivienda, la migración y el servicio de internet) determinan la creación de negocios solo en algunos o pocos departamentos peruanos.

## 6. Conclusiones

Según la información de la ENAHO del año 2015, el porcentaje de las personas que han creado algún negocio propio es muy diferente entre los departamentos peruanos. Aquellos con la mayor tasa de emprendimiento están predominantemente ubicados en las regiones de la sierra y la selva.

La probabilidad de emprendimiento en cada uno de los departamentos no depende de las mismas características sociodemográficas de los individuos. Existen marcadas diferencias regionales o departamentales. De esta forma, se tienen varia-

bles sociodemográficas que muestran relevancia explicativa en todos departamentos o en la mayoría de ellos, y también hay características que condicionan la probabilidad de emprendimiento, solo en una pequeña cantidad de departamentos.

Las características sociodemográficas que determinan la probabilidad de emprendimiento en todos los departamentos son: la edad, el empleo, la experiencia laboral y el tamaño del hogar. En otros términos, en todos los departamentos, la probabilidad de crear un negocio es mayor en la medida en que la persona tenga más edad, posea empleo y mayor experiencia laboral; en tanto que la probabilidad es menor cuando tiende a ser mayor el tamaño del hogar.

En casi la totalidad de los departamentos la probabilidad de establecer un negocio propio es mayor en la medida en que la persona sea un jefe de hogar y que haya un mayor número de miembros del hogar que generan ingresos personales; y la probabilidad es menor, si el individuo cuenta con educación superior.

En una ligera mayoría de los departamentos, las variables sociodemográficas que condicionan el emprendimiento son: el género, los niños en el hogar y el ingreso personal. En estos, la probabilidad de constituir un negocio propio es mayor en tanto que la persona sea de sexo femenino y haya un mayor número de niños en el hogar. La probabilidad de creación es menor en la medida en que sea mayor el nivel de ingreso personal.

En pocos departamentos, las características sociodemográficas del individuo que determinan la probabilidad de creación de negocios son: la educación primaria y secundaria recibida, los estudios cortos realizados, la pertenencia a alguna organización social, el estado civil, la posesión de alguna vivienda

**Tabla 2.** Consolidación de las variables sociodemográficas que determinan la creación de negocios en el total de los 24 departamentos

Variables sociodemográficas	Sentido de la relación		Total
	Positivo	Negativo	
Género		13	13
Jefe de hogar	23		23
Edad	24		24
Educación primaria	7		7
Educación secundaria	2	1	3
Educación superior		23	23
Estudios cortos		7	7
Empleo	24		24
Experiencia laboral	24		24
Organización social	4	1	5
Estado civil de casado	8		8
Perceptores de ingreso	22		22
Ingreso personal	3	10	13
Vivienda	1	2	3
Migración		1	1
Tamaño del hogar		24	24
Niños	20		20
Internet		7	7

Fuente: elaboración propia con base en la información de la ENAHO de 2015 (INEI, 2015).

con título, la condición migratoria y la tenencia del servicio de internet. Esto significa que en la mayoría de los departamentos, estas características sociodemográficas no juegan un rol diferenciador en convertirse o no en un emprendedor de negocios.

En la medida en que los principales factores que determinan la creación de negocios son: la edad, la situación laboral, la experiencia laboral, la educación superior alcanzada, el tamaño del hogar, la condición de ser jefe de hogar y la cantidad de miembros del hogar que generan ingresos; las políticas de apoyo y promoción al emprendimiento de nuevos negocios de alcance nacional -a cargo de las autoridades centrales- deben de poner énfasis en este conjunto de variables sociodemográficas. En tanto que las autoridades regionales y locales deben de prestar atención a las otras variables sociodemográficas estadísticamente significativas en sus respectivos ámbitos. En tal sentido, las implicancias de política del presente estudio son claras, es decir, las medidas de política de dimensión nacional deben complementarse con políticas locales de cada departamento.

A su vez, el hecho de que se haya determinado que dentro de Perú existen diferencias regionales en las tasas de creación de negocios y las variables sociodemográficas que lo condicionan, permite sugerir la ejecución de estudios similares en otros países, de manera que contribuya a profundizar el conocimiento de su proceso de emprendimiento empresarial.

La presente investigación no ha agotado todo lo concerniente a la especificación de los determinantes de la actividad de creación de negocios, ya que se consideraron, como variables explicativas, solo a las características sociodemográficas del individuo.

El haber incorporado solamente a las variables sociodemográficas personales, representa una de las mayores limitaciones del presente artículo, en la medida en que existen estudios en el ámbito internacional que muestran el carácter multicausal de la creación empresarial. De este modo, queda pendiente el ejercicio de efectuar investigaciones que incorporen variables explicativas relacionadas a los aspectos psicológicos motivacionales de las personas y las variables del contexto (económico, social, político ambiental, institucional, entre otros). El presente trabajo incluyó solo a los factores sociodemográficos personales, debido a que la base de datos de la ENAHO contiene información solamente sobre dichos factores, además, debido a que se cuenta con el antecedente de estudios relevantes ejecutados en el ámbito internacional, que trabajan básicamente sólo con los factores sociodemográficos en tanto que lo consideran como los más importantes para el emprendimiento.

Además, con el fin de determinar resultados de mayor consistencia estadística, también se deben ejecutar estudios econométricos con información de panel de datos, de modo que se pueda estimar con precisión el valor de los coeficientes marginales o las probabilidades exactas de emprendimiento. En este estudio no se estimaron los efectos marginales de las variables sociodemográficas consideradas, porque se trabajó con información de corte transversal de un solo período, lo cual no posibilitaba estimar efectos marginales exactos o muy

confiables.

Finalmente, se deben realizar investigaciones de tipo cualitativo que permitan profundizar en el entendimiento sobre la racionalidad de las personas en el proceso de creación de los negocios. En esta línea, se debería de efectuar investigaciones de tipo etnográfico.

### Conflicto de intereses

El autor declara no tener ningún conflicto de intereses

### Fuentes de financiación

La ejecución de esta investigación contó con el apoyo financiero de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Callao (Perú).

## Anexos

**Tabla A1.** Resultados de la regresión econométrica del modelo probit

Variables sociodemográficas	Departamentos			
	Amazonas	Ancash	Apurímac	Arequipa
Género	0,0979	-0,193***	0,0714	-0,195***
Jefe de hogar	1,168***	0,527***	1,684***	0,344***
Edad	0,0728***	0,0681***	0,0905***	0,0466***
Edad2	-0,0007***	-0,0007***	-0,0081***	-0,0039***
Educación Primaria	0,129*	-0,0601	0,342***	0,148**
Educación Secundaria	0,177*	-0,0173	0,259**	0,0445
Educación Superior	-0,530***	-0,542***	-0,508***	-0,298***
Estudios cortos	-0,287**	0,108	-0,456**	-0,0927
Empleo	1,251***	1,358***	1,504***	1,698***
Experiencia laboral	0,0443***	0,0386***	0,0237***	0,0232***
Organización social	-0,0566	0,0978*	0,107	0,0575
Estado civil	0,0407	0,0617	0,00273	0,0538
Perceptores de ingreso	0,131***	0,0699**	0,103	0,0809**
Ingreso personal	0,0106	-0,0506	0,0855	-0,0252
Vivienda	0,111	-0,0261	0,054	0,110**
Migración	0,0851	0,104*	0,142	-0,022
Tamaño del hogar	-0,106***	-0,0841***	-0,0793**	-0,0926***
Niños	0,116***	0,0672*	0,204***	0,134***
Internet	0,184	-0,168**	-0,315	0,0147
Constante	-3,779***	-2,480***	-5,735***	-3,024***
Observaciones	3.240	3.551	2.348	3.698

\*\*\* p<0,01, \*\* p<0,05, \* p<0,1

Fuente: elaboración propia con base en la información de la ENAHO de 2015 (INEI, 2015).

**Tabla A2.** Resultados de la regresión econométrica del modelo probit

Variables sociodemográficas	Departamentos			
	Ayacucho	Cajamarca	Cusco	Huancavelica
Género	-0,138*	-0,232***	-0,0822	-0,168*
Jefe de hogar	1,027***	1,132***	1,028***	1,640***
Edad	0,0733***	0,0550***	0,0648***	0,0772***
Edad2	-0,0007***	-0,0007***	-0,0006***	-0,0008***
Educación Primaria	0,250***	0,046	-0,0766	0,12
Educación Secundaria	0,153	0,0407	-0,0149	0,0805
Educación Superior	-0,583***	-0,589***	-0,667***	-0,771***
Estudios cortos	-0,182	-0,0991	-0,172	-0,636*
Empleo	1,180***	0,988***	1,079***	1,146***
Experiencia laboral	0,0542***	0,0811***	0,0495***	0,0588***
Organización social	0,00758	-0,0134	0,0454	-0,067
Estado civil	0,0799	0,0236	0,136*	-0,0132
Perceptores de ingreso	0,112**	0,250***	0,132***	0,342***
Ingreso personal	0,135**	-0,048	0,163***	-0,0689
Vivienda	0,115	-0,240***	-0,0507	0,152
Migración	0,107	0,0692	-0,0244	-0,0302
Tamaño del hogar	-0,0929***	-0,129***	-0,110***	-0,145***
Niños	0,118***	0,125***	0,178***	0,153***
Internet	-0,305**	-0,361***	-0,188*	-0,387*
Constante	-4,739***	-2,613***	-4,644***	-3,592***
Observaciones	2.816	3.291	3.227	2.580

\*\*\* p<0,01, \*\* p<0,05, \* p<0,1

Fuente: elaboración propia con base en la información de la ENAHO de 2015 (INEI, 2015).

**Tabla A3.** Resultados de la regresión econométrica del modelo probit

Variables sociodemográficas	Departamentos			
	Huánuco	Ica	Junín	La Libertad
Género	0,0925	-0,337***	-0,0651	-0,301***
Jefe de hogar	0,900***	0,243***	0,928***	0,658***
Edad	0,0894***	0,0160*	0,0679***	0,0600***
Edad2	-0,009***	-9,96E-05	-0,0007***	-0,0006***
Educación Primaria	-0,00354	-0,0774	0,0457	0,052
Educación Secundaria	-0,0478	-0,223***	0,137*	0,0985
Educación Superior	-0,561***	-0,511***	-0,255***	-0,250***
Estudios cortos	-0,322***	0,0877	-0,415***	-0,278
Empleo	0,942***	2,097***	1,663***	1,563***
Experiencia laboral	0,0533***	0,0210***	0,0314***	0,0207***
Organización social	-0,00424	-0,0215	0,0619	0,139**
Estado civil	-0,0125	0,205***	0,0586	0,129**
Perceptores de ingreso	0,184***	0,110***	0,123***	0,0892**
Ingreso personal	0,108**	-0,149**	-0,0626	-0,0704*
Vivienda	-0,00307	0,00802	0,00368	0,0574
Migración	-0,0797	0,0175	-0,0279	-0,0123
Tamaño del hogar	-0,133***	-0,0818***	-0,0973***	-0,0695***
Niños	0,138***	0,00361	0,128***	0,00786
Internet	-0,0723	0,0314	0,118	-0,0929
Constante	-4,151***	-1,254**	-3,340***	-2,806***
Observaciones	3.369	3.688	4.017	3.532

\*\*\* p&lt;0,01, \*\* p&lt;0,05, \* p&lt;0,1

Fuente: elaboración propia con base en la información de la ENAHO de 2015 (INEI, 2015).

**Tabla A4.** Resultados de la regresión econométrica del modelo probit

Variables Sociodemográficas	Departamentos			
	Lambayeque	Lima	Loreto	Madre de Dios
Género	-0,272***	-0,107***	0,0966*	-0,251***
Jefe de hogar	0,386***	0,208***	0,574***	0,446***
Edad	0,0602***	0,0597***	0,0678***	0,0548***
Edad2	-0,0006***	-0,0005***	-0,0007***	-0,0005***
Educación Primaria	-0,0199	0,144***	0,214***	0,083
Educación Secundaria	-0,0707	0,0426	0,164**	0,124
Educación Superior	-0,361***	-0,211***	-0,453***	-0,134
Estudios cortos	-0,046	-0,0732	0,340***	-0,181
Empleo	1,199***	1,423***	1,326***	1,799***
Experiencia laboral	0,0239***	0,0180***	0,0463***	0,0364***
Organización social	-0,0335	0,0825***	-0,0364	0,209***
Estado civil	0,185***	0,120***	0,216***	0,168
Perceptores de ingreso	0,180***	0,128***	0,140***	0,133**
Ingreso personal	-0,152***	-0,136***	-0,0468	0,162**
Vivienda	-0,025	-0,0709**	0,113*	0,074
Migración	0,0463	0,0559	-0,0975**	0,0386
Tamaño del hogar	-0,105***	-0,0806***	-0,0639***	-0,0729*
Niños	0,0845***	0,0967***	0,0507**	0,154***
Internet	-0,0412	-0,0264	-0,225***	-0,417***
Constante	-1,610***	-2,290***	-3,001***	-4,953***
Observaciones	4.158	12.213	4.354	1.503

\*\*\* p&lt;0,01, \*\* p&lt;0,05, \* p&lt;0,1

Fuente: elaboración propia con base en la información de la ENAHO de 2015 (INEI, 2015).

**Tabla A5.** Resultados de la regresión econométrica del modelo probit

Variables sociodemográficas	Departamentos			
	Moquegua	Pasco	Piura	Puno
Género	-0,205***	-0,337***	-0,232***	-0,335***
Jefe de hogar	0,449***	0,474***	0,493***	0,738***
Edad	0,0580***	0,0509***	0,0600***	0,0774***
Edad2	-0,0005***	-0,0005***	-0,0006***	-0,0008***
Educación Primaria	-0,0278	0,0684	0,0273	0,0556
Educación Secundaria	-0,0883	-0,0218	0,0328	0,0556
Educación Superior	-0,353***	-0,685***	-0,436***	-0,354***
Estudios cortos	0,127	0,0354	-0,383***	0,0704
Empleo	1,095***	1,913***	1,649***	0,980***
Experiencia laboral	0,0262***	0,0452***	0,0211***	0,0578***
Organización social	0,0601	0,0803	0,105**	0,0236
Estado civil	-0,0111	0,12	0,129**	-0,121
Perceptores de ingreso	0,188***	0,104**	0,112***	0,132***
Ingreso personal	-0,119**	-0,357***	-0,0893**	-0,102**
Vivienda	0,0146	0,142	0,0448	-0,0801
Migración	0,0861	0,146*	0,00881	0,0269
Tamaño del hogar	-0,100***	-0,0849***	-0,0859***	-0,145***
Niños	0,119**	0,0121	0,0744***	0,168***
Internet	-0,225***	0,0764	-0,0436	0,0923
Constante	-1,844***	-0,184	-2,540***	-2,046***
Observaciones	2.204	2.414	4.266	2.837

\*\*\* p&lt;0,01, \*\* p&lt;0,05, \* p&lt;0,1

Fuente: elaboración propia con base en la información de la ENAHO de 2015 (INEI, 2015).

**Tabla A6.** Resultados de la regresión econométrica del modelo probit

Variables sociodemográficas	Departamentos			
	San Martín	Tacna	Tumbes	Ucayali
Género	0,0988	-0,132*	-0,163**	-0,00424
Jefe de hogar	0,698***	0,629***	0,0588	0,511***
Edad	0,0580***	0,0454***	0,0490***	0,0725***
Edad2	-0,0006***	-0,0004***	-0,0005***	-0,0007***
Educación Primaria	0,204***	0,0383	0,0165	0,205***
Educación Secundaria	0,129	0,0107	0,0505	0,0112
Educación Superior	-0,273***	-0,365***	-0,431***	-0,650***
Estudios cortos	0,0781	0,184	-0,287***	-0,179
Empleo	1,623***	1,858***	2,045***	1,449***
Experiencia laboral	0,0232***	0,0304***	0,0170***	0,0447***
Organización social	-0,051	0,0126	0,0398	-0,147**
Estado civil	0,174***	-0,0437	0,149*	0,219***
Perceptores de ingreso	0,140***	0,260***	0,0816*	0,145***
Ingreso personal	0,0303	-0,256***	-0,213***	-0,120**
Vivienda	-0,027	0,0413	0,0253	0,0685
Migración	-0,027	-0,107	-0,0149	-0,102*
Tamaño del hogar	-0,0642***	-0,0975***	-0,112***	-0,0740***
Niños	0,0808**	0,0980**	0,138***	0,0128
Internet	0,0444	0,024	0,0451	-0,0679
Constante	-4,065***	-1,543***	-0,777	-2,391***
Observaciones	3.531	3.003	2.231	3.065

\*\*\* p&lt;0,01, \*\* p&lt;0,05, \* p&lt;0,1

Fuente: elaboración propia con base en la información de la ENAHO de 2015 (INEI, 2015).

## Bibliografía

- Alba-Ramírez, A. (1994). Self-employment in the midst of unemployment: the case of Spain and the United States. *Applied Economics*, 26(3), 189-204.
- Alderete, M. (2012). *El impacto de las TIC en la actividad emprendedora a nivel de países*. VLVII Reunión Anual - Asociación Argentina de Economía Política. Recuperado el 12 de enero de 2017, de: <http://www.aaep.org.ar/anales/works/works2012/Alderete.pdf>.
- Aldrich, H. y Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 573-596.
- Alvarez, A. y Valencia, P. (2008). Un análisis de los factores sociodemográficos determinantes en la creación de empresas en el marco de la interculturalidad. *Revista de Economía Mundial*, 18, 341-353.
- Álvarez, C., Noguera, M. y Urbano, D. (2012). Condicionantes del entorno y emprendimiento femenino. *Economía Industrial*, 383, 43-52.
- Ashcroft, A., Holden, D. y Low, K. (2004). *Potencial entrepreneurs and the self-employment choice decision*. Discussion Papers in Economics 04-16. Glasgow: University of Strathclyde. Recuperado el 22 de febrero de 2017, de: <https://www.strath.ac.uk/media>.
- Atienza, M., Lufin, M. y Romani, G. (2016). Un análisis espacial del emprendimiento en Chile. Más no siempre es mejor. *Revista Eure- Revista De Estudios Urbano Regionales*, 42(127), 111-135.
- Backman, M. y Karlsson, Ch. (2013). Determinants of entrepreneurship. Is it all about the individual or the región?. *Electronic Working Paper Series No. 338*. Recuperado el 22 de diciembre de 2017, de: <file:///C:/Users/User/Desktop/FULLTEXT01.pdf>
- Bhagavatula, S., Elfring, T., Van Tilburg, A. y Van de Bunt, G. G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 25(3), 245-260.
- Blanchflower, D., Oswald, A. y Stutzer, A. (2001). Latent Entrepreneurship Across Nations. *European Economic Review*, 45(4-6), 680-691.
- Bosma, N. y Schutjens, V. (2011). Understanding regional variation in entrepreneurial activity and entrepreneurial attitude in Europe. *The Annals of Regional Science*, 47(3), 711-742.
- Capelleras, J., Cotín, I., Sánchez, V. M. y Larraza, M. (2013). The influence of individual perceptions and the urban/rural environment on nascent entrepreneurship. *Investigaciones Regionales*, 26, 97-113.
- Contín, I., Larraza, M. y Mas, I. (2007). Características distintivas de los emprendedores y los empresarios establecidos: evidencia a partir de los datos REM de Navarra. *Revista de Empresa*, 20, 10-19.
- Corradin, S. y Popov, A. (2013). House price, home equity and entrepreneurs. *Working Paper Series 1544*. Recuperado el 03 de febrero de 2017, de: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecbwp1544.pdf?fa04c22695e5cb3ff81e7195452402d5>.
- Davidsson, P. y Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 18(3), 301-331.
- Delfmann, H. y Koster, S. (2016). The effect of new business creation on employment growth in regions facing population decline. *The Annals of Regional Science*, 56(1), 33-54.
- Delmar, F. y Davidsson, P. (2000). Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 12, 1-23.
- Doh, S. y Zolnik, E. (2011). Social capital and entrepreneurship: An exploratory analysis. *African Journal of Business Management*, 5(12), 4961-4975.
- Dunn, T. y Holtz-Eakin, D. (2000). Financial capital, human capital, and the transition to self-employment: Evidence from intergenerational links. *Journal of Labor Economics*, 18(2), 282-305.
- Estrin, S., Mickiewicz, T. y Stephan, U. (2016). Human capital in social and commercial entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 31(4), 449-467.
- Evans, D. S. y Leighton, L. (1989). Some Empirical Aspects of Entrepreneurship. *The American Economic Review*, 79(3), 519-535.
- Figueiredo, V. y Oliveira, A. (2015). Assessing the main determinants of entrepreneurship in Portugal. *Tourism & Management Studies*, 11(1), 182-190.
- García, C., Martínez, A. y Fernández, R. (2007). Análisis de los factores determinantes de la creación de empresas: una evidencia empírica en Castilla y León. En Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (Eds.), *Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa: XX Congreso anual de AEDEM*. (pp. 615-627). Palma de Mallorca: Asociación Española de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM). Recuperado el 25 de marzo de 2017, de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=275448#volumen33919>
- García, P. M. y Valencia, P. (2009). Factores de éxito del proceso de puesta en marcha de la empresa: valores culturales, redes sociales y ayudas públicas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(3), 105-121.
- Giacomini, O., Janssen, F., Guyot, J. y Lohest, O. (2011). *Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs*. MPRA Paper 29506. Recuperado el 24 de marzo de 2017, de: <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/29506/>.
- Giannetti, M. y Simonov, A. (2004). On the determinants of entrepreneurial activity: Social norms, economic environment and individual characteristics. *Swedish Economic Policy Review*, 11, 269-313.
- Glaeser, E.L. (2007). Entrepreneurship and the city. *Working Paper 13551*. Recuperado el 29 de noviembre de 2017, de: <http://www.nber.org/papers/w13551>
- Glocker, D. y Steiner, V. (2007). Self-employment: A way to end unemployment? Empirical evidence from German pseudo-panel data. *Discussion Paper 2561*. Recuperado el 30 de marzo de 2017, de: <http://ftp.iza.org/dp2561.pdf>.
- Gluzmann, P., Jaume, D. y Gasparini, L. (2012). Decisiones laborales en América Latina: el caso de los emprendedores. Un estudio sobre la base de encuestas de hogares. CAF: *Documento de Trabajo No. 2012/06*. Recuperado el 27 de febrero de 2017, de: <https://www.caf.com/media/4256/decisiones-laborales-america-latina-emprendedores.pdf>.
- Guerra, G. y Patuelli, R. (2013). *The role of job satisfaction in transitions into self employment*. RCEA. Recuperado el 30 de febrero de 2017, de: <http://www.rcfea.org/RePEc/pdf/wp6312.pdf>.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2015). Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza 2015. Lima, Perú.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI. (2016). Nota de prensa No. 231. Lima, Perú.
- Jelenc, L., Pisapia, J. y Ivanusic, N. (2016). Demographic variables influencing individual entrepreneurial orientation and strategic thinking capability. *Journal of Economic and Social Development*, 3(1), 3-16.
- Johansson, E. (2000). Self - employment and the predicted earnings differential - evidence from Finland. *Finnish Economic Papers*, 13(1), 45-55.
- Kelley, D., Singer, S. y Herrington (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/2016*. Babson College. Recuperado el 02 de diciembre de 2016, de: <http://www.gemconsortium.org/report/49480>.
- León, J. y Huari, D. (2010). Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú. *Revista Pensamiento Crítico*, 13, 57-70.
- León, J. (2017). *Influencia de las características sociodemográficas individuales en la creación de negocios en el Perú*. [Tesis doctoral]. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Moa-Liberty, A., Tunde, A. y Tinuola, O. (2016). The influence of self-efficacy and socio-demographic factor on the entrepreneurial of selected Youth Corp members in Lagos, Nigeria. *Bolletín of Geography Socio-Economic Series*, 34, 63-71.
- Morales-Gualdrón, S. T. y Roig, S. (2006). La decisión de crear una empresa: Un análisis a partir de la base de datos del proyecto GEM. En Cuervo A., Ribeiro, D. y Roig, S. (Eds.), *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva* (pp. 286-303). Valencia: Fundación Bancaja.
- Neira, I., Portela, M., Cancelo, M., y Calvo, N. (2013). Social and human capital as determining factors of entrepreneurship in the Spanish Regions. *Investigaciones Regionales*, 26, 115 - 139.
- Omotoso, F.O. y Daramola, G.A. (2005). Socio-economic factors influencing entrepreneurship among women in fishing communities in Ondo state, Nigeria. *Journal of Agriculture and Social Research*, 5 (1), 1-11.
- Pekala, S., Kerr, W. R. y Nanda, R. (2015). House Money and Entrepreneurship. *Working paper 15-069*. Recuperado el 12 de marzo de 2017, de: [http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/15-069\\_3593e8fe-09b2-4ede-8111-89d8b2511217.pdf](http://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/15-069_3593e8fe-09b2-4ede-8111-89d8b2511217.pdf).
- Poschke, M. (2013). Who becomes an entrepreneur? Labor market prospects and occupational choice. *Journal of Economic Dynamics & Control*, 37(3), 693-710.
- Renzulli, L., Aldrich, H. y Moody, J. (2000). Family matters: gender, networks, and entrepreneurial outcomes. *Social Forces*, 79(2), 523 - 546.
- Reynolds, P. D., Carter, N. M., Gartner, W. y Greene, P. G. (2004). The prevalence of nascent entrepreneurs in the United States: Evidence from the panel study of entrepreneurial dynamics. *Small Business Economics*, 23(4), 263-284.

- Ritsila, J. y Tervo, H. (2002). Effects of unemployment on new firm formation: micro-level panel data evidence from Finland. *Small Business Economics*, 19(1), 31-40.
- Singh, I. (2014). Role of demographic variables in the formation of entrepreneurial intention. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(12), 20-25.
- Singh-Knights, D., Smith, D. K. y Budumuru, Y. (2006). *Determinants of entrepreneurship and small business activity: A two-stage regression analysis*. Division of Resource Management West Virginia University, Morgantown, WV. Recuperado el 22 de marzo de 2017, de: <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/21447/1/sp06si02.pdf>.
- Thompson, P., Jones-Evans, D. y Kwong, C. (2010). Education and entrepreneurial activity: A comparison of White and South Asian Men. *International Small Business Journal*, 28(2), 147-162.
- Tullao, T. S. y Rivera, J. P. (2014). *Facilitating and inhibiting factors of entrepreneurial activities of OFW-dependent households*. Manila: Salle University. Recuperado el 11 de enero de 2017, de: <http://catalog.ihsn.org/index.php/citations/29454>
- Uddin, M. A., Mohammad, S. y Hammami, S. (2016). Influence of Demographic Factors on the Entrepreneurial Intentions of University Students in Oman. *Investment Management and Financial Innovations*, 13(1), 86-91.
- Valencia, M. (2008). *Factores determinantes de la creación de una empresa en la etapa del proceso de puesta en marcha de una empresa*. [Tesis doctoral]. Cuenca, España: Universidad de Castilla-La Mancha. Recuperado el 20 de enero de 2017, de: <https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/988/255%20Factores%20determinantes%20de%20la%20creaci%C3%B3n.pdf?sequence=1>.
- Van der Zwan, P., Verheul, I. y Thurik, R. (2012). The entrepreneurial ladder, gender and regional development. *Small Business Economics*, 39(3), 1-17.
- Veciana, J. (2006). Creación de empresas como programa de investigación científica. En Cuervo A., Ribeiro, D. y Roig, S. (Eds.), *Entrepreneurship: conceptos, teoría y perspectiva* (pp. 24-65). Valencia: Fundación Bancaja.
- Vélez, J. (2011). *Impacto de las TIC en el emprendimiento empresarial: Estimaciones econométricas a nivel de un panel de países*. Universidad de los Andes. Recuperado el 10 de febrero de 2017, de: <http://www.acorn-redecom.org/papers/20110spinaEspanol.pdf>.
- Verhuel, I., Van Stel, A. y Thurik, R. (2004). *Explaining female and male entrepreneurship across 29 countries*. SCALES-paper N200403.
- Vinogradov, E. y Gabelko, M. (2010). Entrepreneurship among Russian immigrants in Norway and their stay at home peers. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 15(4), 461-479.
- Wagner, J. (2006). Are nascent entrepreneurs jacks-of-all-trades? A test of Lazear's theory of entrepreneurship with German data. *Applied Economics*, 38(20), 2415-2419.
- Xi, G., Block, J., Lasch, F., Robert, F. y Thurik, R. (2016). Work experience from paid employment and the path to entrepreneurship: Business takeover versus new venture Start-Up. *Discussion Paper 9949*. Recuperado el 05 de enero de 2017, de: <http://ftp.iza.org/dp9949.pdf>