**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA-LEÓN**

**UNAN-LEÓN**

**ÁREA DE CONOCIMIENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**

**MAESTRÍA PROFESIONAL EN ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL**



***Tesis para optar al Título de Máster en Administración y Desarrollo Empresarial***

**Impulsores del emprendimiento en Hogares de Nicaragua. Un análisis sobre sus factores**

**Autora:**

**Lic. Marling Virginia Mejía Malta**

**Tutor:**

**M.Sc. Yader Aviles Peralta**

**León, abril del 2025**

**2025: 46/19 Siempre más allá! avanzamos en la Revolución!**

**Agradecimiento**

A **Dios** por darme la vida, el conocimiento y por ser mi guía para seguir aprendiendo profesionalmente. Gracias por iluminar mi camino, darme la sabiduría y la perseverancia necesaria para alcanzar esta meta.

Gracias a mis padres **Irelia Malta y Teodoro Mejía**, por enseñarme que la perseverancia y el esfuerzo son el camino para lograr objetivos, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien.

A mi tío **Dr**. **Joseph Malta** por ser el principal promotor de este sueño, por su amor y sacrificio, gracias a usted he logrado llegar hasta aquí estoy agradecida por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

A mi novio **Daniel Membreño,** por ser alguien especial en mi vida, por nunca dudar de mi capacidad, por alentarme y motivarme a seguir adelante.

A toda mi **familia**, porque con sus oraciones, consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me han apoyado y siempre me acompañan en todos mis sueños.

**A mis compañeros de Maestría; Jessie y Álvaro**, juntos hemos enfrentados desafíos y celebrados logros, apoyándonos siempre Gracias por su amistad.

**Lic. Marling Virginia Mejía Malta**

**Dedicatoria**

*Encomienda al Señor tu camino, y confía en Él; y Él hará.*

*Salmos 37, 5*

**A Dios** por guiarme por el camino correcto e iluminarme en el transcurso de mi formación personal y profesional, por haberme dado salud para lograr mis objetivos, por darme su infinita bondad y amor.

A mis padres **Irelia Malta y Teodoro Mejía**, a quienes, les agradezco el cariño, la comprensión, la paciencia. gracias por apoyarme y por los valores que me han inculcado.

A mi tío **Dr**. **Joseph Malta**, quien es fuente de inspiración me siento agradecida por su apoyo, amor, por la confianza y fe que ha puesto en mí para seguir siempre adelante.

A mi tutor **M.Sc. Yader Avilés** que con su amplia experiencia, sabiduría y compromiso me orientó al correcto desarrollo y culminación de esta tesis. Gracias por todos sus conocimientos brindados.

**A mis sobrinos,** quiero que esto sea ejemplo para ustedes y lleguen más lejos, no importa cuantas veces te caigas levántate y sigue adelante.

**Lic. Marling Virginia Mejía Malta.**

**Índice**

[**I.** **Introducción** 1](#_Toc195799604)

[**II.** **Antecedentes** 3](#_Toc195799605)

[**III.** **Justificación** 6](#_Toc195799606)

[**IV.** **Planteamiento del Problema** 8](#_Toc195799607)

[**V.** **Objetivos** 9](#_Toc195799608)

[**5.1** **Objetivos Generales** 9](#_Toc195799609)

[**5.2** **Objetivos Específicos** 9](#_Toc195799610)

[**VI.** **Marco teórico** 10](#_Toc195799611)

[**6.1 Marco conceptual** 10](#_Toc195799612)

[**6.1.1** **Hogar** 10](#_Toc195799613)

[**6.1.2** **Vivienda** 10](#_Toc195799614)

[**6.1.3** **Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)** 11](#_Toc195799615)

[**6.1.4** **Creación de empresas** 12](#_Toc195799616)

[**6.1.5** **Emprendedor** 13](#_Toc195799617)

[**6.1.6** **Hogares emprendedores** 14](#_Toc195799618)

[**6.2** **Teorías de los factores para la creación de empresas en hogares** 15](#_Toc195799619)

[**6.2.1 Teoría de la marginación social del empresario** 15](#_Toc195799620)

[**6.2.2 Teoría de los rasgos de personalidad** 16](#_Toc195799621)

[**6.2.3 Teoría del emprendimiento familiar** 17](#_Toc195799622)

[**6.2.4 Teoría institucional** 18](#_Toc195799623)

[**6.2.5 Teoría de las redes sociales** 19](#_Toc195799624)

[**6.3** **Aspectos metodológicos sobre la EMNV 2014** 20](#_Toc195799625)

[**6.4** **Teoría econométrica** 25](#_Toc195799626)

[**6.4.1 Econometría** 25](#_Toc195799627)

[**6.4.2 Tipos de datos** 25](#_Toc195799628)

[**6.4.3 Variable** 26](#_Toc195799629)

[**6.4.4 Modelos** 26](#_Toc195799630)

[**6.4.5 Modelos Logit** 26](#_Toc195799631)

[**6.4.6 Características del modelo Logit** 28](#_Toc195799632)

[**VII.** **Hipótesis** 30](#_Toc195799633)

[**VIII.** **Diseño Metodológico** 31](#_Toc195799634)

[**8.1** **Tipo de investigación** 31](#_Toc195799635)

[**8.2** **Fuente de información** 31](#_Toc195799636)

[**8.3** **Análisis de los datos** 32](#_Toc195799637)

[**8.4** **Metodología econométrica** 33](#_Toc195799638)

[**8.4.1 Especificación del modelo matemático** 33](#_Toc195799639)

[**8.4.2 Especificación del modelo econométrico** 34](#_Toc195799640)

[**8.5** **Contrastes para la validación de los supuestos básicos de regresión** 34](#_Toc195799641)

[**8.6** **Signos esperados** 35](#_Toc195799642)

[**8.7** **Operacionalización de las variables** 38](#_Toc195799643)

[**IX.** **Resultados** 41](#_Toc195799644)

[**9.1.** **Normativas, políticas públicas y programas gubernamentales en Nicaragua que impulsan la creación de negocios en los hogares** 42](#_Toc195799645)

[**9.2** **Caracterización de las variables sociodemográficas, económicas e institucionales de los hogares según la EMNV, 2014** 48](#_Toc195799646)

[**9.3** **Factores impulsores del emprendimiento en hogares de Nicaragua** 58](#_Toc195799647)

[**X.** **Conclusiones** 61](#_Toc195799648)

[**XI.** **Recomendaciones** 63](#_Toc195799649)

[**XI.** **Referencias bibliográficas** 65](#_Toc195799650)

[**XI.** **Anexos** 72](#_Toc195799651)

# **Introducción**

En el contexto económico actual de Nicaragua, el emprendimiento ha surgido como un elemento clave para la generación de ingresos y la reducción de la pobreza, especialmente en los hogares (Van der Kamp, 2006; Rojas-Icabalzeta, 2023). Las pequeñas y medianas empresas (PYMES), en particular, han demostrado ser un motor significativo del crecimiento económico, debido a su capacidad para generar empleo y fomentar el dinamismo local en distintas regiones del país. El gobierno de Nicaragua, a través de distintos programas, han promovido la creación de nuevos negocios como una vía para fortalecer la economía y fomentar una distribución de la riqueza más equitativa (Nicaragua Creativa, 2021).

El emprendimiento en los hogares es cada vez más común, especialmente en un contexto donde las oportunidades laborales formales son limitadas. A medida que las personas enfrentan dificultades para obtener un empleo estable, surge una generación de emprendedores que buscan independencia económica y una alternativa de subsistencia sostenible. Estos emprendedores, a menudo con recursos limitados, encuentran en la creación de negocios propios una oportunidad para mejorar sus condiciones de vida y lograr una realización personal y profesional (Banco Interamericano de Desarrollo [BID], 2014).

La creación de empresas no solo contribuye al crecimiento económico; también se ha convertido en un indicador importante del dinamismo y la iniciativa de una sociedad. En este sentido, las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) representan un nexo crucial entre el desarrollo económico y el fortalecimiento del tejido social, ya que permiten diversificar la economía y mitigar los efectos de la concentración económica en grandes centros urbanos (Arias Alba, 2019).

Esta investigación se centra en el análisis de los factores que impulsan la creación de negocios en los hogares de Nicaragua, utilizando como base la Encuesta de Medición de Nivel de Vida (EMNV 2014). Empleando un modelo econométrico logístico binario, se identificaron los determinantes clave en el contexto nicaragüense, considerando aspectos demográficos, sociales, económicos e institucionales, que influyen en la decisión de emprender. Los hallazgos de este estudio aportan una base de conocimiento útil para el diseño de políticas públicas que incentiven y fortalezcan el emprendimiento en los hogares del país, contribuyendo así al desarrollo económico inclusivo y sostenible.

Es importante señalar que este estudio se basa en datos de la EMNV 2014, lo que implica una limitación en términos de actualidad de los datos. Asimismo, el enfoque econométrico puede restringirse al análisis de los factores cuantificables, dejando de lado aspectos cualitativos del emprendimiento, como la motivación personal y el contexto cultural. No obstante, esta investigación ofrece una base para futuras exploraciones sobre el tema, y sus resultados pueden orientar políticas que fortalezcan el ecosistema emprendedor en el país, con especial atención a los hogares como entornos de generación de iniciativas empresariales.

# **Antecedentes**

El emprendimiento o la creación de nuevas empresas ha sido identificado como un motor clave para el crecimiento económico y social en América Latina (Kantis, Ishida y Komori, 2002; Terán-Yépez y Guerrero-Mora, 2019). Según el Banco Mundial, la región se caracteriza por un elevado número de emprendedores per cápita, lo que refleja su dinamismo en la creación de empresas. Sin embargo, este emprendimiento enfrenta desafíos, como la escasez de innovación y el limitado crecimiento de las empresas, especialmente en el sector formal. En el caso de Nicaragua, aunque destaca por la vitalidad de su sector emprendedor, las actividades de innovación son limitadas, lo que restringe el desarrollo de empresas competitivas y sostenibles (Lederman et al., 2014). Este contexto evidencia la necesidad de analizar los factores específicos que impulsan la creación de negocios en los hogares nicaragüenses.

A nivel internacional, el estudio elaborado por Gelderen, Bosma y Thurik (2001) analiza los factores que impulsan y limitan la creación de empresas en la etapa previa a su establecimiento, utilizando un panel de emprendedores nacientes en los Países Bajos. Los hallazgos destacan variables relacionadas con el éxito y el fracaso en la fase de prearranque. Entre las variables que impulsan la creación de negocios, se encontró que la experiencia en la industria es un factor clave. Aquellos con conocimientos y redes en un sector específico tienen mayores probabilidades de concretar sus emprendimientos. Además, los emprendedores que utilizan capital propio para iniciar su negocio tienden a tener más éxito, ya que evitan las complicaciones asociadas con los préstamos externos. También se observó que establecer un negocio en sectores como los servicios facilita el proceso debido a menores requisitos de recursos iniciales.

Por otro lado, las variables que limitan la creación de negocios incluyen el deseo de comenzar con un capital inicial elevado o con préstamos de terceros, lo que aumenta las probabilidades de abandono debido a las dificultades para obtener financiamiento. Asimismo, características como la falta de experiencia en gestión y la ausencia de un plan de negocios detallado no favorecen significativamente el éxito en esta etapa. Las mujeres, aunque comprometidas, suelen requerir más tiempo para iniciar sus negocios debido a barreras estructurales y personales.

En América Latina, investigaciones sobre la creación de empresas han mostrado distintos factores como determinantes clave en la decisión de emprender. Por ejemplo, un estudio realizado por Higuera et al (2019) sobre impulsores del emprendimiento en hogares colombianos encontró que las normas culturales y sociales, políticas y programas del gobierno, apertura de mercado, educación, capacitación y financiamiento juegan un papel positivo. Del mismo modo, Mendoza y Leasaski (2010) demostraron que en Perú, el emprendimiento femenino es particularmente impulsado por la edad, el capital social personal, el tamaño de la familia y, en sentido contrario, por el nivel de educación alcanzada y el ingreso per cápita del hogar. Siempre en este país, Mendoza (2017) encontró que entre los factores que pueden incrementar la probabilidad de emprender destacan estar empleado y ser jefe de hogar, mientras que la educación superior y ser hombre reducen esta probabilidad.

En Nicaragua, la creación de PYMES y microempresas ha sido incentivada como una estrategia de desarrollo en diversas políticas gubernamentales (Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional [GRUN], 2021). Sin embargo, las investigaciones empíricas sobre los factores que influyen en el emprendimiento en los hogares nicaragüenses son aún limitadas. La Encuesta de Medición del Nivel de Vida (EMNV) de 2014 proporciona datos fundamentales para entender estos factores en el contexto nicaragüense. Estudios como el realizados por Vanegas Cedeño y Dávila Rivera, (2019) han explorado aspectos como la innovación de tipo disruptiva o incremental, así como falta de financiamiento, investigación y transferencia tecnológica relacionados como obstáculos al emprendimiento en términos generales, pero pocos han profundizado en la influencia de factores específicos, como la educación, el ingreso y el entorno familiar, en la decisión de iniciar una empresa desde el hogar.

A nivel local, se realizó el estudio sobre impulsadores de microempresas en León, como el trabajo de Amador Ruiz y Briones-Peñalver (2017) que encontró significancia estadística en factores como la necesidad de logro, necesidad de independencia y la necesidad de ingresos económicos. Sin embargo, estos estudios no abordan un análisis nacional ni examinan el conjunto de factores que impulsan el emprendimiento en los hogares. Ante esta brecha, se hace necesario un estudio que analice los elementos que motivan a las familias nicaragüenses a emprender un negocio, utilizando datos representativos a nivel nacional y una metodología econométrica que permita identificar características estadísticas significativas.

# **Justificación**

El emprendimiento en los hogares nicaragüenses ha adquirido una relevancia cada vez mayor en el contexto socioeconómico del país, tanto por su capacidad de generar ingresos adicionales como por su potencial para promover la movilidad económica en un entorno donde las oportunidades de empleo formal son limitadas. Este fenómeno se ha convertido en una estrategia de subsistencia y de desarrollo económico en muchos hogares (Van der Kamp, 2006; Rojas-Icabalzeta, 2023). Comprender los factores que impulsan a los nicaragüenses a emprender un negocio desde sus hogares es esencial para la formulación de políticas públicas y estrategias de desarrollo que respondan a las necesidades de este segmento.

La presente investigación es relevante tanto desde un punto de vista teórico como práctico. En términos teóricos, contribuye a ampliar la comprensión del fenómeno del emprendimiento en un contexto específico de economías en desarrollo, como la de Nicaragua, donde las particularidades sociales, económicas e institucionales influyen en el comportamiento emprendedor. A diferencia de otros estudios que suelen centrarse en emprendimientos de mayor escala o en grandes centros urbanos, este trabajo se enfoca en los hogares como núcleos de emprendimiento, proporcionando una visión integral de los determinantes específicos que promueven la creación de negocios en el ámbito doméstico.

Desde una perspectiva práctica, los resultados de este estudio sirven como insumo para el diseño de políticas públicas y programas de apoyo a pequeños emprendedores en el país. Identificar los factores determinantes de la creación de negocios en los hogares permitirá a los tomadores de decisiones diseñar intervenciones más efectivas, enfocadas en fortalecer aquellas áreas que motivan y facilitan el emprendimiento. Además, al utilizar la Encuesta de Medición del Nivel de Vida (EMNV 2014) como base de análisis, este estudio ofrece una perspectiva basada en datos empíricos que representa la realidad socioeconómica de las familias nicaragüenses.

Finalmente, la investigación resulta pertinente en el contexto actual, donde la economía global enfrenta desafíos significativos que afectan particularmente a los países en desarrollo. El impulso al emprendimiento en los hogares no solo responde a una necesidad de generación de ingresos, sino que también contribuye a la resiliencia económica del país, fomentando la diversificación productiva y la autonomía financiera de las familias. En este sentido, esta investigación aporta al fortalecimiento del ecosistema emprendedor en Nicaragua, brindando herramientas para reducir las barreras al emprendimiento y facilitando una distribución más equitativa de las oportunidades económicas.

# **Planteamiento del Problema**

En Nicaragua, el emprendimiento en los hogares ha emergido como una alternativa esencial para generar ingresos y enfrentar las limitaciones del mercado laboral formal, caracterizado por una alta demanda de empleo que supera la oferta disponible. Ante la falta de oportunidades laborales y las restricciones socioeconómicas que afectan el acceso a recursos financieros y educativos, muchas familias optan por la creación de pequeñas empresas como un mecanismo de subsistencia y desarrollo económico (Picado Juárez, 2022).

A pesar de los esfuerzos gubernamentales por promover y formalizar las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Nicaragua, el emprendimiento en el ámbito doméstico enfrenta importantes desafíos. Estos obstáculos, particularmente evidentes entre los sectores más vulnerables, están relacionados con factores demográficos, sociales y económicos que influyen en la capacidad de los hogares para iniciar negocios. En este contexto, resulta esencial explorar en profundidad la siguiente pregunta clave: ¿Cuáles son los factores que impulsan a los hogares de Nicaragua para emprender un negocio?

Estudios en general indican que variables como el nivel educativo, los ingresos familiares, el acceso a redes sociales de apoyo y el entorno económico local influyen en la decisión de emprender (Asociación Incubadora Parque TEC, 2010). Sin embargo, en Nicaragua, la investigación sobre emprendimiento en hogares sigue siendo limitada, y pocas veces se dispone de datos empíricos que permitan analizar sistemáticamente el impacto de estos factores en la creación de empresas. La falta de estudios que examinen el emprendimiento desde la perspectiva de los hogares restringe el conocimiento sobre el perfil de estos emprendedores y sus necesidades específicas, lo cual dificulta la formulación de políticas públicas efectivas que promuevan un ecosistema emprendedor más inclusivo y accesible.

# **Objetivos**

## **Objetivos Generales**

* Analizar los factores que impulsan a los hogares de Nicaragua a emprender un negocio utilizando datos de la Encuesta de Medición de Nivel de Vida (EMNV 2014).

## **Objetivos Específicos**

* Indagar las normativas, políticas públicas y programas gubernamentales implementados en Nicaragua que impulsan la creación de negocios en los hogares.
* Describir las características sociodemográficas, económicas e institucionales de los hogares estudiados.
* Aplicar un modelo econométrico logit para evaluar los factores que impulsan a los hogares de Nicaragua a emprender un negocio.

# **Marco teórico**

# **6.1 Marco conceptual**

## **Hogar**

Un hogar se define como una unidad básica de convivencia formada por una o más personas que comparten un mismo espacio de residencia y están vinculadas por lazos de parentesco, matrimonio, unión de hecho, o simplemente por decisión compartida. En términos sociodemográficos, los hogares representan la estructura mínima para el análisis de dinámicas sociales y económicas, ya que son el centro donde se desarrollan las decisiones clave relacionadas con la generación de ingresos, consumo, y bienestar.

Desde una perspectiva económica, el hogar se convierte en un espacio donde interactúan recursos humanos, financieros y materiales para satisfacer las necesidades básicas y buscar oportunidades de desarrollo, incluido el emprendimiento. En este sentido, los hogares emprendedores son aquellos que, ante restricciones laborales o económicas, toman decisiones para generar ingresos adicionales mediante la creación de micro o pequeñas empresas, convirtiéndose en actores relevantes dentro de las economías locales y nacionales (Bravo-Villasante, 2015; Besoain., 2021).

En el marco de este estudio, un hogar emprendedor se considera aquel que ha iniciado un negocio, buscando maximizar los recursos disponibles para mejorar su calidad de vida y contribuir al tejido empresarial del país.

## **Vivienda**

La vivienda se define como un espacio físico o estructura destinada a proporcionar refugio, seguridad y condiciones básicas de habitabilidad a las personas o familias que la ocupan. Constituye un elemento fundamental dentro del concepto de hogar, ya que representa el lugar donde se desarrollan las actividades cotidianas, como el descanso, la convivencia y, en algunos casos, el trabajo.

Desde una perspectiva sociodemográfica, la vivienda puede clasificarse según su tipo, material de construcción, acceso a servicios básicos (agua potable, electricidad, saneamiento) y ubicación geográfica, factores que reflejan el nivel de bienestar y calidad de vida de sus ocupantes. En economías en desarrollo, como la de Nicaragua, la vivienda no solo es un espacio de residencia, sino que a menudo también se convierte en un centro de actividades económicas, especialmente para hogares emprendedores que utilizan este espacio para iniciar negocios informales o pequeñas empresas (Instituto Nacional de Información de Desarrollo [INIDE], 2016).

* + 1. **Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes)**

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) son unidades económicas independientes que se distinguen por su tamaño, el cual se mide generalmente en términos de número de empleados, volumen de ventas o ingresos anuales, y nivel de activos. Estas empresas desempeñan un papel crucial en las economías de países en desarrollo y desarrollados, al ser generadoras de empleo, motores de innovación, y promotoras del dinamismo económico local y regional (Cardozo et al., 2012).

En Nicaragua, las Pymes representan un sector fundamental para el crecimiento económico y la reducción de la pobreza, dado que constituyen la mayor parte del tejido empresarial del país. Además de su impacto económico, estas empresas fortalecen el desarrollo social al crear oportunidades laborales para sectores vulnerables, reducir la informalidad y fomentar la inclusión económica. En el contexto de esta investigación, las Pymes son analizadas como una forma de emprendimiento que surge en los hogares nicaragüenses, proporcionando una vía para mejorar el bienestar económico de las familias y contribuir al desarrollo del país.

Tabla 1. Clasificación de las MIPYME

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variables** | **Micro Empresa** | **Pequeña Empresa** | **Mediana Empresa** |
| Número total de trabajadores  | 1 – 5  | 6 – 30  | 31 – 100  |
| Activos totales (córdobas) | Hasta 200 miles  | Hasta 1.5 millones  | Hasta 6 millones  |
| Ventas totales anuales (córdobas) | Hasta 1 millón  | Hasta 9 Millones  | Hasta 46 millones  |

Fuente: Clasificación de las MIPYMES, según la Ley 645.

Una de las definiciones claves dentro del ámbito de las micros, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) es el tamaño de las empresas. Tradicionalmente, la clasificación de éstas se hace de acuerdo con el número de empleados. Aunque hay desventajas en este método, sigue siendo la variable más usada para la definición (Asamblea Nacional, 2008).

* + 1. **Creación de empresas**

La creación de empresas es un proceso mediante el cual los individuos o grupos organizan recursos y habilidades para iniciar actividades económicas con el propósito de generar bienes, servicios o valor agregado. Este fenómeno es esencial para el dinamismo de las economías modernas, ya que contribuye a la generación de empleo, la innovación y la diversificación productiva (Veciana, 2005; Díaz, Urbano y Hernández, 2005).).

En Nicaragua, la creación de empresas juega un papel fundamental como complemento al mercado laboral formal. Muchas familias recurren al emprendimiento como una estrategia de subsistencia y mejora económica. Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMES), especialmente las de origen familiar, constituyen una porción significativa del tejido empresarial del país, representando no solo una fuente de ingresos, sino también una vía para fortalecer la resiliencia económica de los hogares.

El proceso de creación de empresas está influido por diversos factores, que incluyen características individuales (nivel educativo, experiencia laboral, habilidades emprendedoras), factores económicos (acceso al crédito, nivel de ingresos familiares), y elementos contextuales (entorno socioeconómico, políticas públicas de apoyo al emprendimiento). En particular, en Nicaragua, las políticas gubernamentales han fomentado la creación de empresas mediante programas de financiamiento y capacitación, aunque persisten desafíos como la informalidad, el acceso limitado a mercados formales y la falta de innovación en los modelos de negocio (GRUN, 2021).

La Encuesta Nacional de Medición del Nivel de Vida (EMNV 2014) permite analizar las dinámicas relacionadas con la creación de negocios en los hogares nicaragüenses. Este análisis ofrece una perspectiva para identificar factores que afectan a las familias al iniciar un negocio. Comprender estos factores es crucial para diseñar políticas y programas que promuevan un entorno más favorable para el emprendimiento, impulsando no solo la generación de ingresos, sino también la consolidación de empresas sostenibles y competitivas que contribuyan al desarrollo económico del país.

* + 1. **Emprendedor**

El emprendedor se define como aquella persona capaz de transformar ideas en acciones a través de la innovación, el liderazgo y la toma de riesgos calculados. El emprendedor no solo debe ser visto como un generador de riqueza económica, sino como un actor que impulsa cambios sociales y transforma recursos en valor agregado, adaptándose a los retos y oportunidades de su entorno​ (Chiavenato, 2007).

El emprendedor es un motor clave para la mejora económica familiar y comunitaria, especialmente en contextos donde las oportunidades formales de empleo son limitadas. Su capacidad para identificar y explotar nichos de mercado, incluso con recursos escasos, resalta su importancia como un agente de cambio económico y social (Herrera Guerra & Montoya Restrepo, 2013).

* + 1. **Hogares emprendedores**

Los hogares emprendedores son aquellos que, frente a los desafíos económicos y laborales, se convierten en núcleos de generación de actividad económica mediante la creación de negocios propios. Estos hogares utilizan sus recursos humanos, financieros y materiales para emprender, transformándose en motores de desarrollo económico a nivel micro y, potencialmente, macroeconómico.

En el contexto nicaragüense, los hogares emprendedores juegan un papel fundamental en la economía, ya que permiten diversificar las fuentes de ingresos y reducir la vulnerabilidad frente a crisis económicas. La Encuesta Nacional de Medición del Nivel de Vida (EMNV 2014) evidencia que muchos hogares en Nicaragua han optado por emprender, ya sea mediante pequeños negocios familiares o actividades independientes. Estas iniciativas suelen estar motivadas por la necesidad de compensar ingresos o por la búsqueda de independencia económica (INIDE, 2016).

Características clave de los hogares emprendedores incluyen:

* **Adaptabilidad:** Los hogares emprendedores tienden a identificar oportunidades en el mercado local, adaptándose a las condiciones económicas y sociales del entorno.
* **Uso de recursos internos:** Aprovechan recursos del hogar, como mano de obra familiar y espacios físicos, para reducir costos operativos.
* **Diversificación:** Estos hogares no dependen únicamente de ingresos laborales formales, sino que diversifican sus actividades económicas para aumentar su resiliencia.
* **Participación activa de las mujeres:** En muchos casos, las mujeres desempeñan un rol protagónico en las iniciativas emprendedoras, combinando actividades productivas con responsabilidades domésticas.
* **Contribución al desarrollo local:** A través de sus actividades, estos hogares no solo mejoran su calidad de vida, sino que también dinamizan las economías locales, generan empleo y fomentan la cohesión social.

Sin embargo, los hogares emprendedores también enfrentan desafíos, como el acceso limitado a financiamiento, la informalidad y la falta de capacitación empresarial. Estos factores restringen el crecimiento y la sostenibilidad de los negocios, destacando la necesidad de políticas públicas que fomenten un entorno más favorable para el emprendimiento doméstico (Cherukara & Manalel, 2011).

# **Teorías de los factores para la creación de empresas en hogares**

## **6.2.1 Teoría de la marginación social del empresario**

La teoría de la marginación social del empresario sostiene que el emprendimiento a menudo surge como una respuesta a la exclusión social o a la falta de oportunidades en los mercados laborales formales. Según esta perspectiva, las personas que enfrentan barreras para acceder a empleos tradicionales, como las minorías, inmigrantes, mujeres y otros grupos desfavorecidos, recurren al emprendimiento como una estrategia para superar las limitaciones estructurales y generar ingresos (Veciana, (2005).

Esta teoría tiene sus raíces en el trabajo de autores como Light y Rosenstein (1995), quienes argumentan que los grupos marginados encuentran en el emprendimiento una vía para integrarse económicamente a la sociedad y mejorar sus condiciones de vida. Según estos autores, la marginación puede actuar como un catalizador del emprendimiento, ya que obliga a las personas a desarrollar actividades económicas independientes al no encontrar cabida en los sistemas laborales convencionales.

Desde esta perspectiva, el emprendimiento no siempre se asocia con la búsqueda de innovación o crecimiento económico, sino con la necesidad de supervivencia y la adaptación a contextos adversos. Este fenómeno es particularmente evidente en economías en desarrollo, donde grandes sectores de la población enfrentan exclusión social y económica.

## **6.2.2 Teoría de los rasgos de personalidad**

La “Teoría de los rasgos de personalidad” postula que ciertos rasgos psicológicos inherentes predisponen a los individuos hacia el emprendimiento. Este enfoque pone en manifiesto que las características personales pueden diferenciar a los emprendedores de los no emprendedores y, entre los primeros, identificar a aquellos con mayor probabilidad de éxito.

En la década de 1960, David C. McClelland introdujo el concepto de "necesidad de logro" (*need for achievement*) como un rasgo distintivo de los emprendedores. McClelland argumentó que las personas con una alta necesidad de logro buscan constantemente establecer y alcanzar metas desafiantes, lo que las impulsa hacia actividades emprendedoras

Posteriormente, otros investigadores ampliaron esta teoría, identificando rasgos adicionales como la propensión al riesgo, la autoeficacia y el locus de control interno. Por ejemplo, Mischel (1973) exploró cómo los procesos cognitivos y afectivos influyen en la reacción de las personas ante diferentes situaciones, destacando la importancia de la autoeficacia en el comportamiento emprendedor

Investigaciones contemporáneas han identificado varios rasgos de personalidad que correlacionan con la actividad emprendedora (Suárez-Álvarez y Pedrosa, 2016: Terán-Yepes y Guerrero-Mora, 2020):

* **Motivación de logro**: El deseo intenso de alcanzar metas y superar desafíos.
* **Autoeficacia**: La creencia en la propia capacidad para ejecutar acciones necesarias y lograr objetivos específicos.
* **Propensión al riesgo**: La disposición a asumir riesgos moderados en situaciones de incertidumbre.
* **Innovación**: La tendencia a buscar y aplicar soluciones novedosas.
* **Autonomía**: La preferencia por trabajar de manera independiente y tomar decisiones propias.
* **Locus de control interno**: La percepción de que uno controla su propio destino a través de sus acciones.
* **Tolerancia al estrés**: La capacidad para manejar la presión y las situaciones estresantes.
* **Optimismo**: Una visión positiva y confianza en el éxito futuro.

## **6.2.3 Teoría del emprendimiento familiar**

Esta teoría se centra en el estudio de las dinámicas y características particulares de las empresas familiares, así como en el papel que desempeña la familia como núcleo impulsor de la actividad emprendedora. Esta teoría destaca que la interacción entre los objetivos familiares y los empresariales genera un marco único que influye en la creación, gestión y sostenibilidad de las empresas familiares.

La teoría del emprendimiento familiar considera que la familia aporta recursos únicos al proceso emprendedor, como capital social, redes de apoyo, conocimiento intergeneracional y una cultura compartida. Según Gersick et al. (1997), las empresas familiares están profundamente influenciadas por la intersección de tres sistemas: familia, propiedad y negocio. Este modelo, conocido como el "Modelo de los Tres Círculos", explica cómo los roles y objetivos dentro de cada sistema pueden alinearse o entrar en conflicto.

Además, la teoría enfatiza que las empresas familiares no solo buscan maximizar beneficios económicos, sino también preservar valores familiares, proteger la herencia intergeneracional y generar cohesión dentro de la familia.

## **6.2.4 Teoría institucional**

Sostiene que el entorno institucional, compuesto por normas, regulaciones, valores culturales y prácticas sociales, influye significativamente en el comportamiento de las organizaciones y, en particular, en la creación de empresas. Esta teoría, desarrollada principalmente por Meyer y Rowan (1977) y North (1990), resalta cómo las instituciones establecen el marco dentro del cual los individuos y las organizaciones toman decisiones económicas y sociales.

Según la teoría institucional, las instituciones son las "reglas del juego" en una sociedad. Estas reglas pueden ser formales, como leyes, políticas públicas y regulaciones, o informales, como valores culturales, tradiciones y normas sociales. North (1990) argumenta que estas instituciones reducen la incertidumbre al estructurar las interacciones humanas, facilitando o limitando las actividades económicas, incluido el emprendimiento.

Meyer y Rowan (1977) introdujeron el concepto de "isomorfismo institucional", que explica cómo las organizaciones, incluidas las empresas, tienden a adaptarse a las expectativas del entorno institucional para ganar legitimidad y recursos.

En el contexto del emprendimiento, la teoría institucional expone que las políticas gubernamentales, el marco regulatorio y los valores culturales influyen en la decisión de iniciar un negocio. Estas instituciones pueden actuar como facilitadores para el emprendimiento a través de políticas públicas como programas de apoyo al emprendimiento que incluyen financiamiento, capacitación y asesoría, marco regulatorio e infraestructura como el acceso a electricidad, tecnología y transporte (Ferri & Urbano, 2010).

## **6.2.5 Teoría de las redes sociales**

Esta perspectiva enfatiza la importancia de las conexiones sociales y familiares en el proceso emprendedor. Las redes proporcionan recursos, información y apoyo emocional, facilitando la creación y sostenibilidad de negocios familiares. Aldrich y Cliff (2003) destacan cómo las familias influyen en la formación y desarrollo de nuevas empresas.

Esta teoría tiene sus raíces en la sociología y la antropología, donde las redes sociales se conceptualizan como un conjunto de vínculos entre individuos o grupos que comparten recursos e influyen mutuamente en sus decisiones y acciones. Granovetter (1973), con su teoría de "la fuerza de los lazos débiles", destacó que los vínculos menos cercanos, como conocidos o contactos profesionales, pueden proporcionar acceso a información novedosa y oportunidades que no se encuentran dentro del círculo íntimo.

Burt (1992) introdujo el concepto de "huecos estructurales", enfatizando que los emprendedores que ocupan posiciones estratégicas en redes con menos conexiones directas entre sus miembros tienen mayores ventajas, ya que actúan como intermediarios que pueden unir diferentes fuentes de recursos e información.

En el contexto de los hogares emprendedores, las redes familiares suelen ser el primer punto de apoyo. Estas redes proporcionan recursos iniciales, como capital o mano de obra, y permiten a los emprendedores operar con costos reducidos, especialmente en las etapas iniciales. Por otro lado, las redes profesionales, como asociaciones comerciales y contactos laborales, son fundamentales para el crecimiento y la sostenibilidad a largo plazo del negocio.

# **Aspectos metodológicos sobre la EMNV 2014**

La Encuesta Nacional de Medición del Nivel de Vida (EMNV) 2014 constituye una herramienta fundamental para el análisis de las condiciones socioeconómicas de los hogares nicaragüenses. Su diseño metodológico responde a la necesidad de recolectar datos representativos a nivel nacional que permitan comprender las dinámicas del bienestar, los patrones de consumo, las fuentes de ingresos y otros indicadores clave del desarrollo social y económico del país como la pobreza y la desigualdad.

La EMNV 2014, se basa en la actualización cartográfica realizada en el 2004 para el levantamiento del Censo de Población y Vivienda del 2005. Para su levantamiento, el país fue dividido en segmentos censales conteniendo cada uno, aproximadamente, 150 viviendas en el área urbana y 120 en el área rural. La encuesta se basó en un diseño probabilístico, estratificado y por conglomerados, con el objetivo de garantizar la representatividad de los resultados tanto a nivel nacional como regional.

Tabla 2. Distribución de la muestra de UPM’S y viviendas, según marco región/dominio de estudio, EMNV 2014

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Marco Región/Dominio | UPMs | Total de viviendas |
| Managua  | 315 | 3,150 |
| Pacífico | 170 | 1,700 |
| Central | 166 | 1,660 |
| Costa Caribe | 106 | 1,060 |
| **Muestra Total** | **757** | **7,570** |

Fuente: INIDE (2016)

La muestra incluyó 7,570 hogares distribuidos en las principales regiones geográficas del país, abarcando tanto áreas urbanas como rurales. Este enfoque permitió capturar las diferencias significativas en las condiciones de vida entre los diversos sectores poblacionales y zonas del territorio nacional.

La encuesta utilizó cuestionarios estructurados que abarcaron múltiples dimensiones, como educación, salud, ingresos, empleo, vivienda, y acceso a servicios básicos. Estos cuestionarios fueron diseñados siguiendo estándares internacionales y adaptados al contexto nicaragüense, con el propósito de garantizar la pertinencia y la calidad de la información recolectada.

La recolección de datos fue llevada a cabo por personal capacitado, mediante entrevistas directas en los hogares seleccionados. El proceso incluyó varias etapas de supervisión y control de calidad para minimizar errores y asegurar la fiabilidad de la información. Una vez recopilados, los datos fueron sometidos a procesos de validación y depuración, utilizando software especializado para detectar inconsistencias y realizar correcciones necesarias.

La EMNV 2014 permitió realizar análisis descriptivos y avanzados sobre diversas temáticas, como pobreza, desigualdad, empleo y emprendimiento. En este estudio, los datos de la EMNV se utilizan para identificar y analizar los factores que influyen en la creación de empresas en los hogares nicaragüenses. La información sociodemográfica y económica extraída de la encuesta proporciona una base para aplicar modelos econométricos y explorar las relaciones causales entre variables clave.

Aunque la EMNV 2014 ofrece una visión de las condiciones de vida en Nicaragua, presenta algunas limitaciones. Entre ellas, se encuentra la posible subestimación de ciertos indicadores debido a problemas de auto reporte, así como la falta de datos longitudinales que permitan analizar cambios a lo largo del tiempo. No obstante, su diseño robusto y su representatividad la convierten en una fuente confiable para investigaciones de corte transversal, como la presente. A continuación se presentan las secciones de la encuesta:

1. **EMNV14-02: Datos de la Vivienda y el Hogar**: Contiene las características de la vivienda y el hogar (partes A y B), preguntas 1 a 32.
2. **EMNV14-03: Programas Sociales**: Información sobre programas sociales que han beneficiado a los miembros del hogar, preguntas 33 a 35 de la sección 1 (parte C).
3. **EMNV14-04: Población**: Información de cada miembro del hogar, incluyendo sección 2 (Composición del hogar), sección 3 (Salud), sección 4 (Educación), sección 5 (Actividad Económica o Empleo), y sección 6 (Migración interna).
4. **EMNV14-05: Negocios del Hogar**: Información sobre negocios independientes no agrícolas del hogar, preguntas 62 a 66 de la sección 5.
5. **EMNV14-06: Migración Exterior**: Datos de exmiembros del hogar que residen en el extranjero, sección 6 parte B.
6. **EMNV14-07: Variables Simples de la Sección 7**: Información sobre variables simples relacionadas con gastos del hogar (preguntas seleccionadas).
7. **EMNV14-08: Parte A de la Sección 7**: Gastos en productos alimenticios consumidos en los últimos 15 días.
8. **EMNV14-09: Parte B1 de la Sección 7**: Gastos en productos no alimenticios durante la última semana.
9. **EMNV14-10: Parte B2 de la Sección 7**: Gastos en productos no alimenticios durante el último mes.
10. **EMNV14-11: Parte B3 de la Sección 7**: Gastos en artículos de consumo poco frecuente durante los últimos 6 meses.
11. **EMNV14-12: Parte B4 de la Sección 7**: Gastos en artículos de consumo anual durante los últimos 12 meses.
12. **EMNV14-13: Parte C1 de la Sección 7**: Información sobre el vaso de leche y la merienda escolar proporcionados por el MINED.
13. **EMNV14-14: Parte C2 de la Sección 7**: Datos sobre la mochila escolar, uniformes, útiles y otros recibidos del MINED.
14. **EMNV14-15: Parte C3 de la Sección 7**: Ingresos del hogar de fuentes distintas al trabajo en el último mes.
15. **EMNV14-16: Parte C4 de la Sección 7**: Ingresos del hogar de fuentes distintas al trabajo en los últimos 12 meses.
16. **EMNV14-17: Parte C5 de la Sección 7**: Remesas recibidas en los últimos 12 meses (internas y externas).
17. **EMNV14-18: Parte D de la Sección 7**: Información sobre el equipamiento del hogar.
18. **EMNV14-19: Parte DA de la Sección 7**: Equipamiento adicional del hogar.
19. **EMNV14-20: Variables Simples Agropecuarias**: Datos de actividades agropecuarias no incluidos en tablas o matrices.
20. **Fincas Propias (EMNV14-21)**: Información sobre fincas o parcelas de propiedad de algún miembro del hogar, correspondiente a la sección 8, parte A, preguntas de la 3 a la 8.
21. **Fincas Alquiladas (EMNV14-22)**: Información sobre fincas o parcelas alquiladas por algún miembro del hogar, correspondiente a la sección 8, parte A, preguntas de la 9 a la 14.
22. **Producción Agrícola (EMNV14-23)**: Datos sobre producción agrícola, correspondiente a la sección 8, parte B1, preguntas de la 15 a la 18.
23. **Producción Pecuaria (EMNV14-24)**: Información sobre tenencia, venta en pie de animales, y venta de animales sacrificados, correspondiente a la sección 8, partes C1 y C2, preguntas de la 20 a la 25.
24. **Productos Pecuarios (EMNV14-25)**: Información sobre productos de origen pecuario, correspondiente a la sección 8, parte D, preguntas de la 26 a la 28.
25. **Subproductos Agrícolas y Pecuarios (EMNV14-26)**: Información sobre subproductos de origen agrícola y/o pecuario, correspondiente a la sección 8, parte D, preguntas 29 y 30.
26. **Fuerza de Trabajo Sin Alimentación (EMNV14-27)**: Información sobre fuerza de trabajo temporal sin alimentación, correspondiente a la sección 8, parte E, pregunta 31.
27. **Fuerza de Trabajo Con Alimentación (EMNV14-28)**: Información sobre fuerza de trabajo temporal con alimentación, correspondiente a la sección 8, parte E, pregunta 32.
28. **Fuerza de Trabajo Permanente (EMNV14-29)**: Datos sobre fuerza de trabajo remunerada por sueldos y salarios, correspondiente a la sección 8, parte E, pregunta 34.
29. **Gastos Agropecuarios (EMNV14-30)**: Información sobre gastos en actividades agropecuarias y forestales, correspondiente a la sección 8, parte F1, preguntas 35 y 36.
30. **Equipos Agropecuarios y Forestales (EMNV14-31)**: Información sobre equipamiento agropecuario y forestal, correspondiente a la sección 8, parte F2, preguntas de la 37 a la 40.
31. **Instalaciones Agropecuarias y Forestales (EMNV14-32)**: Información sobre instalaciones agropecuarias y forestales, correspondiente a la sección 8, parte F3, preguntas de la 41 a la 44.
32. **Producción Agrícola de Patio (EMNV14-33)**: Datos sobre producción agrícola de patio, correspondiente a la sección 8, parte H1, preguntas de la 50 a la 52.
33. **Producción Pecuaria de Patio (EMNV14-34)**: Información sobre producción pecuaria de patio, incluyendo tenencia, venta y animales sacrificados, correspondiente a la sección 8, partes I1 e I2, preguntas de la 56 a la 61.
34. **Productos de la Producción de Patio (EMNV14-35)**: Datos sobre productos derivados de la producción de patio, correspondiente a la sección 8, parte J, preguntas de la 64 a la 66.
35. **Subproductos de la Producción de Patio (EMNV14-36)**: Información sobre subproductos obtenidos de la producción de patio, correspondiente a la sección 8, parte J, preguntas 67 y 68.
36. **Pobreza**: Contiene información sobre el consumo per cápita anual, el valor de la línea de pobreza extrema y general, la variable pobreza, y los factores de expansión.

# **Teoría econométrica**

## **6.4.1 Econometría**

La econometría puede definirse como el análisis cuantitativo de fenómenos económicos reales, basados en el desarrollo simultaneo de la teoría la observación, relacionados mediante métodos apropiados de inferencia. Se define también como la ciencia social en la cual las herramientas de la teoría económica, las matemáticas y la inferencia estadística se aplican al análisis de los fenómenos económicos (Gujarati y Porter, 2010).

La econometría se basa en el desarrollo de métodos estadísticos que se utilizan para estimar relaciones económicas, probar teorías económicas evaluar e implementar políticas públicas de negocios. La aplicación más común de la econometría es en el pronóstico de variables macroeconómicas tan importantes como las tasas de interés, de inflación y el Producto Interno Bruto (Wooldridge, 2009).

## **6.4.2 Tipos de datos**

El éxito del análisis econométrico depende de la disponibilidad de los datos recopilados. Hay tres tipos de datos disponibles para el análisis empírico: series de tiempo, series transversales, datos de panel. En la tipología es transeccional o transversal se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

## **6.4.3 Variable**

Es la característica de interés que se desea medir en una población. Cuando las variables estudiadas se pueden expresar numéricamente se le denomina variable cuantitativa, y cuando es no numérica se le denomina cualitativa o de atributo (Mason, Lind y Marchal, 2001).

## **6.4.4 Modelos**

Un modelo es una representación simplificada de la realidad, en el cual se señalan los aspectos principales o fundamentales para su análisis. En forma particular un modelo económico se define como una expresión lógica, verbal, gráfica o matemática de las relaciones entre variables económicas. Un modelo económico-matemático es un conjunto de relaciones que representan un proceso económico, expresadas en forma matemática (López, 2006).

## **6.4.5 Modelos Logit**

El modelo de regresión Logit[[1]](#footnote-1) se utiliza en esta investigación para estimar las variables que explican la probabilidad de que los hogares tengan algún negocio no agrícola. La variable dependiente en un modelo Logit es dicotómica y el modelo de estimación surge de una función de distribución acumulativa normal, y requiere del método de máxima verosimilitud.

A continuación, se representa matemáticamente el modelo Logit basado en los procedimientos planteados por Gujarati y Porter (2010):

Ecuación 6.1

𝑃𝑖 = 𝛽1 + 𝛽2𝑋𝑖

Ecuación 6.2

𝑃𝑖 =$\frac{1}{1 + e-(β1+β2Xi)}$

Para facilidad de la exposición, se define como

Ecuación 6.3

𝑃𝑖 =$\frac{1}{1 + e-Zi}$ =$\frac{eZ}{1 + eZ}$

Dónde 𝑃𝑖 = 𝛽1 + 𝛽2𝑋𝑖

La ecuación planteada representa lo que se conoce como función de distribución logística (acumulativa).

Si Pi, la probabilidad está dada por la ecuación anterior, entonces (1- Pi), la probabilidad de que la respuesta sea no, es:

Ecuación 6.4

1 − 𝑃𝑖 =$\frac{1}{1 + e-Zi}$

Por consiguiente, podemos escribir

Ecuación 6.5

$\frac{p}{1 + Pi} $=$\frac{1+eZi}{1 + e-Zi}$=$eZi$

Ahora $\frac{Pi}{1-Pi}$ es sencillamente la razón de las probabilidades en favor de que la respuesta sea sí. Ahora si tomamos logaritmo natural de ecuación anterior, obtenemos un resultado, a saber,

Ecuación 6.6

𝐿𝑖 = 𝑙𝑛 $(\frac{Pi}{1 – Pi}$) = 𝑍𝑖 = 𝛽1 + 𝛽2𝑋𝑖

Es decir, L, el logaritmo de la razón de las probabilidades, no es sólo lineal en X, sino también (desde el punto de vista de estimación) lineal en los parámetros. L se llama Logit, y de aquí el nombre modelo Logit.

## **6.4.6 Características del modelo Logit**

El modelo logit es una técnica estadística ampliamente utilizada en investigaciones sociales y económicas para analizar relaciones entre variables categóricas y factores explicativos. Este modelo es particularmente útil cuando el objetivo es predecir la probabilidad de ocurrencia de un evento binario, como en el caso de esta investigación, donde se busca determinar los factores que influyen en la decisión de los hogares nicaragüenses de emprender un negocio.

Características principales:

1. **Variable Dependiente Binaria**: El modelo logit utiliza una variable dependiente dicotómica, que en este caso toma el valor de 1 si el hogar ha emprendido un negocio y 0 si no lo ha hecho. Esta característica permite modelar decisiones o eventos que se clasifican en dos categorías.
2. **Transformación Logística**: El modelo se basa en la función logística, que transforma la combinación lineal de las variables independientes en probabilidades que siempre están en el rango de 0 a 1. Esto es fundamental para interpretar los resultados en términos de probabilidades de ocurrencia del evento estudiado.
3. **Relación no Lineal**: A diferencia de los modelos de regresión lineal, el modelo logit asume una relación no lineal entre las variables explicativas y la probabilidad del evento. Esto refleja de manera más precisa la naturaleza de los datos categóricos.
4. **Estimación por Máxima Verosimilitud**: Los coeficientes del modelo se estiman mediante el método de máxima verosimilitud, que busca maximizar la probabilidad de observar los datos dados los parámetros del modelo. Esto permite obtener estimaciones consistentes y eficientes.
5. **Interpretación de los Coeficientes**: Los coeficientes estimados representan el cambio en el logaritmo de las probabilidades (log-odds) asociado con una unidad de cambio en la variable independiente. Para una interpretación más intuitiva, estos coeficientes se pueden transformar en razones de probabilidades (odds ratios).
6. **Aplicación Multivariable**: El modelo logit permite incluir múltiples variables independientes para analizar su efecto conjunto en la probabilidad de ocurrencia del evento. En este estudio, se incorporan factores sociodemográficos, económicos y contextuales para identificar los determinantes clave del emprendimiento en los hogares.
7. **Suposiciones:** No hay multicolinealidad severa entre las variables independientes; Los valores de las variables independientes son independientes entre sí; La variable dependiente es categórica y no ordinal.

# **Hipótesis**

**Hipótesis 1: Educación y capital humano**

Los hogares cuyos jefes tienen mayores niveles de educación formal presentan una mayor probabilidad de emprender un negocio, ya que la educación fortalece las capacidades necesarias para gestionar y sostener un emprendimiento.

**Hipótesis 2: Estructura y dinámica del hogar**

Las características internas del hogar, como el número de miembros, la edad del jefe, su estado civil y la presencia de un ama de casa, influyen significativamente en la probabilidad de emprender un negocio.

**Hipótesis 3: Acceso a recursos y condiciones del entorno**

Los hogares con mejores condiciones materiales, como vivienda propia, acceso a energía eléctrica y residencia en zonas urbanas, tienen mayor probabilidad de emprender un negocio.

**Hipótesis 4: Apoyo institucional**

La participación en programas sociales de apoyo al emprendimiento incrementa la probabilidad de los hogares a iniciar negocios.

# **Diseño Metodológico**

* 1. **Tipo de investigación**

Este estudio es de corte transversal, ya que analiza los datos recolectados de los hogares encuestados en 2014 mediante la EMNV 2014, sin considerar su evolución a lo largo del tiempo. El manejo de las variables es no experimental, dado que estas ya ocurrieron y se examinan en su estado natural, sin manipulación directa por parte del investigador (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

Las técnicas de análisis se desarrollan bajo un enfoque cuantitativo, con un alcance explicativo. Este enfoque permite identificar relaciones causales entre las variables, fundamentándose en la recolección de datos numéricos y el uso de herramientas estadísticas para probar hipótesis y establecer patrones de comportamiento que respalden teorías previamente planteadas. Dentro de este enfoque, se emplea un modelo de regresión econométrica logística, diseñado para analizar la probabilidad de ocurrencia de determinados eventos relacionados con la creación de negocios no agrícolas en los hogares nicaragüenses.

El universo de estudio está constituido por 6,851 hogares encuestados en la EMNV 2014, proporcionando una base de datos representativa que permite explorar los factores determinantes en el emprendimiento del hogar desde una perspectiva estadística sólida.

* 1. **Fuente de información**

Las fuentes de información para este estudio provienen principalmente de la Encuesta de Medición de Nivel de Vida (EMNV 2014) realizada por el INIDE. La EMNV es una herramienta que recopila datos sobre las condiciones socioeconómicas de los hogares nicaragüenses, incluyendo información sobre condiciones de vivienda, ingresos, gastos, educación, salud, empleo, negocios (INIDE, 2016).

* 1. **Análisis de los datos**

El análisis de los datos constituye una etapa fundamental en el diseño metodológico, ya que permite transformar la información recopilada en resultados significativos y relevantes para el objetivo del estudio. En esta investigación se realizó el presente proceso de análisis:

1. **Preparación de los datos:** Los datos recolectados se sometieron a un proceso de limpieza y validación, con el propósito de eliminar inconsistencias, valores atípicos y datos faltantes que pudieran afectar la calidad del análisis. Además, se realizaron transformaciones necesarias para ajustar las variables a los requerimientos del modelo econométrico logit.
2. **Análisis descriptivo**: Inicialmente, se llevó a cabo un análisis descriptivo para caracterizar la muestra, resaltando las principales características en las variables sociodemográficas, económicas y contextuales.
3. **Análisis estadístico**: Se aplicó un modelo logit binario para evaluar las probabilidades de que un hogar emprenda un negocio no agrícola. Este enfoque econométrico permitió analizar el efecto de cada variable independiente en la decisión de emprender.
4. **Interpretación de resultados**: Los coeficientes del modelo fueron interpretados en términos de su significancia estadística y magnitud, utilizando odds ratios para facilitar la comprensión de los efectos de las variables explicativas. Esto permitió identificar cuáles factores son determinantes en la decisión de los hogares de emprender.
5. **Validación del modelo**: Se evaluó la robustez del modelo logit mediante pruebas de bondad de ajuste, como el pseudo R-cuadrado, y análisis de la capacidad predictiva.
6. **Síntesis y presentación**: Los resultados fueron organizados en tablas y gráficos que facilitaron su interpretación. Además, se integró en la discusión para establecer conclusiones sobre los factores más relevantes.
	1. **Metodología econométrica**

### **8.4.1 Especificación del modelo matemático**

Un modelo Logit consiste en que la variable dependiente en dicho modelo es dicotómica y la estimación surge de una función de distribución acumulativa.

**Modelo Logit:**

Ecuación 8.1

𝑌𝑖 = 𝛼 + 𝛽𝑋𝑖

Donde:

Yi: Tenencia de un negocio no agrícola

Xi: Variables independientes.

**Variables independientes Xi disponibles en EMNV del año 2014.**

X1: Programa social de impulso a emprendimiento en hogares

X2: Sexo del jefe del hogar

X3: Edad del jefe del hogar

X4: Estado civil

X5: Educación del jefe del hogar

X6: Área de residencia

X7: Vivienda propia

X8: Número de miembros en el hogar

X9: Pagan energía eléctrica

X10: Migración en el hogar

X11: Presencia de niños menores de 10 años

X12: Presencia de niños menores de 5 años

X13: Presencia de Ama de Casa

### **8.4.2 Especificación del modelo econométrico**

Ecuación 8.2

 𝑌𝑖 = 𝛼 + 𝛽𝑖𝑋𝑖 + 𝜀𝑖

Dónde:

Yi: Tenencia de un negocio no agrícola

𝛼**:** Es la constante

𝛽𝑖 Coeficientes a estimar

Xi: Variables independientes.

εi: Error estocástico

* 1. **Contrastes para la validación de los supuestos básicos de regresión**

Tabla 3. Contrastes para validación de los supuestos de regresión modelo Logit

|  |  |
| --- | --- |
| **Contrastes** | **Referencias** |
| Hipótesis GlobalHo: βi=0H1: βi≠0 | Si el p valor del estadístico de Wald, es mayor que 5%, no se rechaza la hipótesis nula, en caso contrario ésta se rechaza. |
| Hipótesis Individuales Ho: βi=0H1: βi≠0 | Si el p valor del estadístico de Wald, es mayor que 5%, no se rechaza la hipótesis nula, en caso contrario ésta se rechaza. |
| Historial de iteraciones | En la opción N.º máximo de iteraciones, le permite cambiar el número máximo de veces que el modelo itera antes de finalizar. Se utiliza para decidir entre una familia de modelos. |
| Bondad de ajuste | R cuadrado de Cox & Snell y Nagelkerke, usualmente el valor de este estadístico en estos modelos es bajo y se considera aceptable cuando parte de rango de 24%. |
| R cuadrado de Nagelkerke, usualmente el valor de este estadístico en estos modelos es bajo y se considera aceptable cuando parte de rango de 33%. |
| Contraste de Hosmer y Lemeshow, si el p valor es mayor al 5%, el modelo tiene un buen ajuste. |
| Porcentaje de aciertos | Estima la probabilidad de que un evento ocurra, si la probabilidad estimada del evento es mayor que 0.5, se clasifica como que el evento ocurrirá. |

Fuente: Elaboración propia basados en Gujarati y Porter (2010)

* 1. **Signos esperados**

Tabla 4. Signos esperados de la regresión

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variables** | **Signos** | **Interpretación** |
| Programa social de impulso a emprendimiento en hogares | + | Se espera que cuando un hogar haya sido beneficiado con algún programa social que impulse el emprendimiento, incremente la probabilidad de que exista un negocio no agrícola (Ferri & Urbano, 2010). |
| Sexo del jefe del hogar | + |  El sexo influye de forma significativa en ser emprendedor por necesidad, siendo más probable que los hombres sean emprendedores que las mujeres (Alvarez-Sousa, 2019). |
| Edad del jefe del hogar | + | La edad influye de forma significativa en ser emprendedor por necesidad, teniendo las personas de 45 a 54 años mayor probabilidad que los otros grupos de edad (Alvarez-Sousa, 2019). |
| Estado civil | + | Neira, Portela, Cancelo y Calvo (2013) afirmaron que el efecto beneficioso de tener cónyuge se explica por qué la presencia de este aumenta la movilidad y la disponibilidad de recursos. Por lo tanto, tener una pareja ayuda a reducir el riesgo de iniciar un negocio porqué su nivel de ingreso aumenta para la familia. |
| Educación del jefe del hogar | + | El nivel de educación alcanzado por el propietario de la empresa influye de manera positiva en el éxito empresarial, debido a que ello permite que el individuo eleve su capacidad de creación, innovación y gestión empresarial (Alvarez-Sousa, 2019). |
| Área de residencia | + | Los hogares del área urbana tienen más probabilidad de iniciar un negocio no agrícola por las ventajas que ofrece este entorno, como el acceso a mercados más grandes y diversificados, mejor infraestructura, y una mayor disponibilidad de servicios de apoyo al emprendimiento. Además, en las zonas urbanas suelen existir redes de contactos más amplias, acceso a financiamiento formal e informal, y mayores oportunidades de capacitación y educación que facilitan la planificación y el establecimiento de negocios. |
| Vivienda propia  | + | Según Mendoza (2017), un hogar que posee una vivienda con título de propiedad tiene mayor probabilidad de crear un negocio propio que otra que no la tiene. |
| Número de miembros en el hogar  | + | Mendoza y Leasaski (2010), afirman que la probabilidad que el jefe de hogar emprenda algún negocio es mayor en la medida en que tenga una mayor edad y aumente el número de miembros en el hogar. |
| Pagan energía eléctrica  | + | Los hogares que pagan energía eléctrica suelen tener mayores probabilidades de iniciar un negocio, ya que este servicio es esencial para muchas actividades económicas, especialmente en el sector no agrícola. Contar con electricidad permite realizar tareas productivas como la manufactura, el almacenamiento de productos perecederos, el uso de equipos tecnológicos y la prestación de servicios que dependen de dispositivos eléctricos. |
| Migración en el hogar | + | La migración en el hogar puede influir significativamente en la decisión de emprender un negocio. Los hogares con miembros que han migrado, ya sea al extranjero o a otras regiones del país, suelen beneficiarse del envío de remesas, que pueden actuar como una fuente clave de financiamiento para iniciar o expandir emprendimientos. Estas remesas no solo proporcionan capital, sino que también reducen la dependencia de los ingresos laborales locales, permitiendo a los hogares asumir riesgos económicos relacionados con el emprendimiento. |
| Presencia de niños menores de 10 años | +- | La presencia de niños en un hogar puede influir tanto positiva como negativamente en la probabilidad de emprender un negocio. Por un lado, la necesidad de generar ingresos adicionales para cubrir los gastos asociados con la crianza, como alimentación, educación y salud, puede motivar a los miembros del hogar, especialmente a las mujeres, a iniciar un negocio como estrategia de sustento económico. Por otro lado, la presencia de niños pequeños también puede representar una limitación, ya que incrementa las demandas de tiempo y atención para el cuidado y crianza, lo que podría reducir la disponibilidad de tiempo para dedicarse al negocio. |
| Presencia de niños menores de 5 años  | +- |
| Presencia de Ama de Casa | + | La presencia de un ama de casa en el hogar puede tener un impacto relevante en la probabilidad de emprender un negocio. Por un lado, las amas de casa, al dedicarse a las labores domésticas y al cuidado de los miembros del hogar, suelen estar en una posición estratégica para identificar necesidades y oportunidades que puedan convertirse en ideas de negocio. En muchos casos, ellas inician emprendimientos desde el hogar que son compatibles con sus responsabilidades familiares, como la elaboración y venta de alimentos, productos artesanales o pequeños comercios. |

Fuente: Elaboración propia

* 1. **Operacionalización de las variables**

Tabla 5. Operacionalización de las variables

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nombre** | **Definición**  | **Indicadores**  | **Naturaleza**  |
| Tenencia de un negocio no agrícola | El emprendimiento de un negocio implica crear una oferta o satisfacer la demanda de un producto o un servicio. | = 1 Hogar con negocio no agrícola. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Programa social de impulso a emprendimiento en hogares | Un programa social es una iniciativa destinada a mejorar las condiciones de vida de una población. En este estudio toma el valor de 1 si el hogar tuvo estos programas:Usura CeroCrédito RuralApoyo a la PYME | = 1 si el hogar recibió algún programa social. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Sexo del jefe del hogar | En su definición estricta es una variable biológica y genética que divide a los seres humanos en dos: mujer u hombre. | = 1 si el jefe del hogar es mujer. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Edad del jefe del hogar | Edad en años cumplidos. | Valores absolutos en años | Cuantitativa |
| Estado civil | Es la unión tanto legal como, de hecho, que implica la conformación de parejas. En la encuesta se toman las categorías (Unido(a)/ juntado(a)/ Casado(a)) | = 1 si el jefe del hogar se encuentra en alguna relación. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Educación del jefe del hogar | Jefe de hogar que cuentan con algún tipo de instrucción (preescolar, educación de adultos, primaria, secundaria estudios técnicos, básico, técnico medio, formación docente, técnico superior, universitarios, maestrías, doctorados o educación especial). | = 2 si el jefe del hogar cuenta con educación superior.= 1 si el jefe del hogar cuenta con educación básica.= 0 sin educación.  | Cualitativa |
| Área de residencia | Se consideran urbanas las localidades cabeceras departamentales, regionales y municipales además las concentraciones de población de 1000 o más habitantes que cuentan con algunas características, tales como: trazado de calles, servicio de luz eléctrica, establecimientos comerciales y/o industriales, etc. De otra manera se consideran rurales | = 1 si el hogar es de la zona urbana. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Vivienda propia  | Es la vivienda ocupada por el dueño de la edificación y del terreno, o sólo de la edificación. | = 1 si la vivienda es propia. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Número de miembros en el hogar | Es cada persona residente permanente de la vivienda. | Valores absolutos en números de personas | Cuantitativa |
| Pagan energía eléctrica | Persona natural o jurídica, que ha suscrito un contrato de servicio eléctrico con la empresa y se encarga de pagar por el servicio de energía que consumen. | = 1 si pagan energía eléctrica. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Migración en el hogar | Desplazamiento geográfico de individuos o grupos, generalmente por causas económicas o sociales. | = 1 si hay miembros que han migrado fuera del país. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Presencia de niños menores de 10 años | Presencia de menores de 10 años en el hogar. |  = 1 si hay niños menores de 10 años en el hogar. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Presencia de niños menores de 5 años | Presencia de menores de 5 años en el hogar. | = 1 si hay niños menores de 5 años en el hogar, = 0 en caso contrario. | Cualitativa |
| Presencia de Ama de Casa | La presencia de un ama de casa en el hogar puede tener un impacto relevante en la probabilidad de emprender un negocio. | = 1 presencia de amas de casa en el hogar. = 0 en caso contrario. | Cualitativa |

Fuente: Elaboración propia

# **Resultados**

Este acápite presenta los principales hallazgos obtenidos a partir del análisis de datos y la revisión documental, en correspondencia con los objetivos planteados en esta investigación. Los resultados se organizan en función de las tres dimensiones fundamentales del estudio: el análisis de políticas públicas y normativas que impulsan el emprendimiento desde los hogares, la caracterización sociodemográfica de los hogares nicaragüenses con iniciativas económicas, y la identificación de los factores que inciden en la decisión de emprender, mediante la aplicación de un modelo econométrico de regresión logística.

## **Normativas, políticas públicas y programas gubernamentales en Nicaragua que impulsan la creación de negocios en los hogares**

Tabla 6. Normativas que impulsan del emprendimiento en hogares nicaragüenses

|  |  |
| --- | --- |
| **Normativa / Política** | **Descripción** |
| Ley N°. 645: Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la MIPYME (2008) | Establece el marco legal para fortalecer las micro, pequeñas y medianas empresas como medios fundamentales de generación de ingresos para los hogares. Promueve el acceso al crédito, asistencia técnica, formalización y fortalecimiento organizativo, con un enfoque en la dinamización de economías familiares. |
| Ley No. 804: Reforma a la Ley No. 290, Ley de Organización, Competencia y Procedimientos del Poder Ejecutivo | Incorpora la creación del Ministerio de la Economía Familiar, Comunitaria, Cooperativa y Asociativa (MEFCCA), como órgano rector del fomento productivo desde los hogares y las comunidades, orientado especialmente al emprendimiento femenino y rural. |
| Ley No. 499: Ley General de Cooperativas | Regula la creación, organización y funcionamiento de cooperativas, promoviendo su constitución como una forma asociativa de emprendimiento comunitario y familiar. Facilita el acceso a beneficios fiscales, financiamiento y asistencia técnica a iniciativas productivas nacidas desde los hogares. |
| Plan Nacional de Desarrollo Humano (2008–2012) | Primer plan de desarrollo integral impulsado desde el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional, que incluyó como eje estratégico la dinamización de la economía familiar a través de iniciativas productivas en el hogar. |
| Plan Nacional de Desarrollo Humano (2012–2016) | Establece como prioridad nacional el fortalecimiento de las capacidades productivas de los hogares a través del fomento del autoempleo, la economía familiar y la inclusión financiera. Reconoce al emprendimiento familiar como herramienta clave contra la pobreza. |
| Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza y para el Desarrollo Humano (PNLCPDH 2022–2026) | Promueve el fortalecimiento del modelo de economía creativa y emprendedora, incluyendo el fomento al emprendimiento desde los hogares, como vía para la generación de ingresos, empleo y desarrollo local. |
| Ley N°. 822: Ley de Concertación Tributaria | Establece un régimen tributario simplificado para pequeños contribuyentes, facilitando la formalización de actividades económicas desarrolladas desde los hogares. Busca ampliar la base fiscal sin afectar el dinamismo de los microemprendimientos familiares. |
| Código de Comercio de la República de Nicaragua | Regula las actividades mercantiles en el país, permitiendo a personas naturales operar negocios desde el hogar bajo diversas figuras comerciales. Ofrece el marco legal básico para el ejercicio del comercio individual o colectivo, incluyendo el trabajo por cuenta propia. |
| Decreto Presidencial N°. 06-2021: Reformas al Decreto N°. 111-2007, Reglamento de la Ley N°. 290 | Este decreto reforma la estructura del Poder Ejecutivo e incorpora la Secretaría de Economía Creativa y Naranja, la cual tiene entre sus funciones la promoción del emprendimiento desde un enfoque de innovación, cultura y economía familiar. La Secretaría actúa como ente articulador para el fortalecimiento de iniciativas productivas originadas en los hogares, con especial énfasis en la creatividad y la sostenibilidad local. |

Fuente: Elaboración propia

El emprendimiento desde los hogares no surge únicamente como una respuesta espontánea a las necesidades económicas, sino también como resultado de un entorno institucional que favorece su desarrollo. En Nicaragua, se ha consolidado un marco normativo que respalda, promueve y regula el crecimiento de iniciativas económicas familiares. En la tabla 6 se presenta un conjunto de leyes, decretos y planes nacionales que han sido diseñados con el propósito de estimular la actividad emprendedora desde el hogar, abordando aspectos legales, fiscales, financieros, formativos y organizativos. Estas normativas no solo proporcionan soporte estructural, sino que reflejan una voluntad política del GRUN orientada a consolidar la economía familiar como pilar del desarrollo nacional.

* **Políticas públicas sectoriales**

Además del marco normativo expuesto, existen diversas políticas públicas sectoriales que fortalecen el ecosistema emprendedor en los hogares nicaragüenses. Estas políticas no solo proporcionan herramientas técnicas o financieras, sino que también contribuyen a la articulación interinstitucional, la formación de capacidades y la mejora de las condiciones estructurales del entorno económico familiar.

Una de ellas es la *Política de Articulación del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología*, que busca integrar a los distintos actores vinculados con la innovación y el emprendedurismo. Esta política promueve, entre otras líneas de acción, la formulación de un Programa Nacional Integral de Ciencia, Tecnología, Innovación y Emprendedurismo; la creación de un Instituto especializado en estas materias; y la colaboración entre empresas, MIPYMES y cooperativas para fomentar el aprendizaje productivo y la competitividad (GRUN, 2013, p. 120).

Por otro lado, la *Política de Comercio Interior*, vigente desde 2007, ha priorizado el desarrollo de un comercio justo enfocado en la promoción de micro, pequeñas y medianas empresas, mediante el fortalecimiento de los canales de comercialización, la competencia y la transparencia de los mercados, beneficiando así directamente a hogares emprendedores (GRUN, 2013, pp. 232-233; GRUN; 2021).

Desde el ámbito financiero, la *Política Fiscal y Crediticia* ha impulsado el acceso a crédito para los pequeños productores y microempresas, incluidos emprendimientos familiares. A través de programas emblemáticos como *Hambre Cero*, *Usura Cero* y *CRISSOL*, se ha canalizado financiamiento blando y acompañamiento técnico a más de 400,000 pequeños negocios, destacando la participación protagónica de mujeres. Estas políticas han buscado ampliar no solo el capital económico, sino también el capital humano y organizativo de los hogares emprendedores (Chamorro y Utting, 2015, p. 4).

Finalmente, en el ámbito del trabajo y la formación, la *Política Social y del Mercado Laboral* ha potenciado el rol del INATEC, tradicionalmente centrado en el sector formal, para atender también a trabajadoras y trabajadores provenientes de la economía informal. Esta apertura ha permitido la capacitación técnica y vocacional de mujeres involucradas en iniciativas económicas familiares, consolidando así un proceso de inclusión productiva con enfoque social (Chamorro y Utting, 2015, p. 7).

* **Programas gubernamentales**

Figura 1. Programas gubernamentales en Nicaragua que impulsan la creación de negocios en los hogares



Fuente: Elaboración propia con base en información de TechnoServe (2024), El 19 Digital (2021) y PNDH 2007–2017, 2022-2026

La Figura 1 ilustra una línea de tiempo con los principales programas gubernamentales implementados en Nicaragua desde el año 2007 para promover el emprendimiento en los hogares. Se destacan iniciativas como el programa Usura Cero, orientado a mujeres en situación de pobreza para el financiamiento de micro-negocios; el Programa de Apoyo a las MIPYMES, centrado en el acceso a crédito productivo; Impulsa tu Empresa, un acelerador de negocios que fortalece capacidades empresariales; y Nicaragua Emprende, una plataforma de acompañamiento a jóvenes emprendedores. Estas políticas han sido fundamentales para dinamizar la economía familiar y generar oportunidades productivas desde el hogar, con enfoque de género, juventud e inclusión territorial.

Tabla 7. Programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento en hogares

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Programa** | **Beneficiarios** | **Objetivo** |
| Microcrédito Usura Cero | Mujeres | El programa está orientado a atender a pequeños negocios y fomentar la pequeña empresa a cargo de mujeres, para disminuir el desempleo, mejorar sus ingresos y hacer accesible el crédito. Entre 2007-2020 se entregaron créditos a 396,394 protagonistas, mediante 1,253,060 créditos, por un monto de C$8,814.78 millones, para un promedio anual de C$ C$652.9 millones, lo que ha permitido a estos emprendimientos ser un instrumento de lucha contra pobreza (GRUN 2021). |
| Programa de Apoyo a las MIPYMES | Micro, pequeñas y medianas empresas | Fortalecer el sistema financiero que atiende a las MIPYMES a través del acceso a créditos para dinamizar sus actividades, generar empleo e incrementar su productividad (BCIE, 2025). |
| Impulsa tu Empresa (ITE) | Mujeres y jóvenes | Acompañar a empresas establecidas para mejorar su planificación, desempeño empresarial, acceso a nuevos mercados y obtención de financiamiento (TechnoServe, 2024). |
| Programa Nicaragua Emprende | Jóvenes emprendedores | Incentivar la formalización, promoción y comercialización de productos y servicios generados por jóvenes desde sus comunidades mediante asesorías y acompañamiento interinstitucional. |
| Emprendimientos Juveniles | Jóvenes | Apoyar a jóvenes en el desarrollo de planes de negocio, mediante formación y herramientas de emprendimiento adaptadas a sus necesidades y realidades locales. |

Fuente: Elaboración propia

Desde 2007, el Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN) ha impulsado una serie de programas y estrategias dirigidas al fortalecimiento del sector productivo, con especial énfasis en los emprendimientos nacidos en el seno del hogar. Entre estas iniciativas destaca el Programa Usura Cero, que ha otorgado financiamiento a más de 100 mil mujeres organizadas en grupos solidarios a lo largo de 144 municipios, con montos que superan los mil millones de córdobas en colocaciones anuales (Méndez et al., 2017; El 19 Digital, 2021).

Paralelamente, se ha fortalecido el sistema financiero para las MIPYMES mediante la intermediación con instituciones financieras (IFIS), como parte de una estrategia nacional de acceso al crédito productivo (BCIE, 2025). Programas como Impulsa tu Empresa y Nicaragua Emprende representan plataformas integradas de formación, acompañamiento técnico y promoción comercial, especialmente dirigidas a jóvenes y mujeres (TechnoServe, 2024; Solís Chavarría et al., 2023). Esta evolución ha sido acompañada por políticas educativas y sociales, como la incorporación del emprendedurismo en las aulas de secundaria y la expansión del INATEC hacia la economía informal, fortaleciendo así la base productiva desde el hogar (Chamorro y Utting, 2015).

## **Caracterización de las variables sociodemográficas, económicas e institucionales de los hogares según la EMNV, 2014**

Tabla 8. Características sociodemográficas, económicas e institucionales de los hogares según la EMNV, 2014

|  |
| --- |
| **Presencia de negocio no agrícola en el hogar** |
|  |  | **No** | **Si** |  |
| **Características**  | **n (%)** | **n (%)** | **n (%)** | **Valor p\*** |
| **Población total** 6851(100) | 3745(100) | 3106(100) |  |
| **Programa social**   |  |  |  | 0.000 |
| No cuentan | 5518 (80.5) | 3087 (82.4) | 2431 (78.3) |  |
| Si cuentan  | 1333 (19.5) | 658 (17.6) | 675 (21.7) |  |
| **Sexo del jefe del hogar** |  |  |  | 0.064 |
| Hombre | 4093 (59.7) | 2275 (60.7) | 1818 (58.5) |  |
| Mujer | 2758 (40.3) | 1470 (39.3) | 1288 (41.5) |  |
| **Estado civil** |  |  |  | 0.046 |
| Sin ninguna relación | 2472 (36.1) | 1391 (37.1) | 1081 (34.8) |  |
| En alguna relación | 4379 (63.9) | 2354 (62.9) | 2025 (65.2) |  |
| **Educación del jefe del hogar** |  |  |  | 0.000 |
| Sin educación | 1086 (15.9) | 639 (17.1) | 447 (14.4) |  |
| Educación básica | 4673 (68.2) | 2437 (65.1) | 2236 (72.0) |  |
| Estudios superiores | 1092 (15.9) | 669 (17.8) | 423 (13.6) |  |
| **Área de residencia**  |  |  |  | 0.000 |
| Rural | 1321 (19.3) | 957 (25.6) | 364 (11.7) |  |
| Urbano | 5530 (80.7) | 2788 (74.4) | 2742 (88.3) |  |
| **Vivienda propia** |  |  |  | 0.000 |
| No propia | 1653 (24.1) | 1004 (26.8) | 649 (20.9) |  |
| Propia | 5198 (75.9) | 2798 (73.2) | 2320 (79.1) |  |
| **Pagan energía eléctrica**  |  |  |  | 0.000 |
| Otra categoría | 1456 (21.3) | 954 (25.5) | 502 (16.2) |  |
| Si pagan | 5395 (78.7) | 2791 (74.5) | 2604 (83.8) |  |
| **Migración en el hogar**  |  |  |  | 0.037 |
| No migró  | 6477 (94.5) | 3521(94.0) | 2956(95.2) |  |
| Si migró | 374 (5.5) | 224(6.0) | 150(4.8) |  |
| **Presencia de niños menos de 10 años** |  |  |  | 0.921 |
| Sin niños | 2841(41.5) | 1555 (41.5) | 1286 (41.4) |  |
| Con niños | 4010 (58.5) | 2190 (58.5) | 1820 (58.6) |  |
| **Presencia de niños menores de 5 años** |  |  |  | 0.482 |
| Sin niños | 4047(59.1) | 2198 (58.7) | 1849 (45.7) |  |
| Con niños | 2804(40.9) | 1547 (41.3) | 1257 (40.5) |  |
| **Presencia de ama de casa** |  |  |  | 0.000 |
| No hay | 3970 (57.9) | 1765(47.1) | 2205(71.0) |  |
| Si hay | 2881 (42.1) | 1980(52.9) | 901(29.0) |  |
|  | **Media**  |   |  |  |
| **Promedio de edad del jefe de hogar**  | 47.60 |   |  |  |
| **Promedio de miembros por hogar**  | 4.45 |   |  |  |

Fuente: Elaboración propia con base en la EMNV 2014

\* Prueba de Chi-cuadrado de Pearson aplicada a un nivel de significancia de 0.05

En relación con la variable programa social, según los datos de la EMNV 2014, el 82.4% de los hogares que no cuentan con un negocio no agrícola no recibe ningún tipo de programa social, mientras que el 17.6% de ellos sí es beneficiario de alguno. En contraste, dentro de los hogares que sí tienen un negocio, el 78.3% no recibe programas sociales, y el 21.7% sí los recibe. Esta diferencia es estadísticamente significativa (p = 0.000), lo cual indica que hay una mayor proporción de hogares beneficiarios con presencia de negocios, en comparación con los no beneficiarios.

Este hallazgo se interpreta como un efecto positivo de los programas sociales en la promoción del emprendimiento, especialmente si consideramos que muchos de estos programas han evolucionado hacia enfoques productivos. Tal es el caso de Usura Cero, Crédito Rural y Apoyo a la PYME, que no solo atienden necesidades básicas, sino que han abierto oportunidades para iniciar o fortalecer pequeños negocios, principalmente liderados por mujeres. Como señala Ortega (2015), entre 2009 y 2014 hubo un crecimiento importante en la cobertura y alcance de estos programas. Por tanto, los datos reflejan que una parte de los hogares beneficiarios está logrando traducir la protección social en dinamismo económico, lo cual refuerza la importancia de políticas públicas que integren transferencias, formación, crédito y acompañamiento técnico para estimular el emprendimiento desde los hogares.

Al observar el sexo del jefe del hogar, se encuentra que del total, el 59.7% tiene como jefe del hogar a un hombre, mientras que el 40.3% está encabezado por una mujer. Entre los hogares sin negocio, el 60.7% son liderados por hombres y el 39.3% por mujeres. En los hogares con negocio, la proporción de jefatura masculina es del 58.5%, y la femenina del 41.5%. Aunque estas diferencias no son estadísticamente significativas al nivel convencional (valor p = 0.064), la tendencia muestra una leve mayor participación de mujeres entre los hogares que desarrollan actividades económicas no agrícolas.

Este hallazgo adquiere relevancia si se considera que en Nicaragua, como en otros países de América Latina, el emprendimiento femenino ha crecido de forma sostenida, especialmente en sectores de comercio, servicios y producción a pequeña escala. Como señala Álvarez-Sousa (2019), los hombres tienden a emprender por oportunidad o con mayor acceso a recursos, mientras que las mujeres lo hacen en muchos casos por necesidad, aprovechando las capacidades que desarrollan en la gestión del hogar.

La participación de mujeres como jefas de hogar y emprendedoras refleja avances en materia de autonomía económica, pero también desafíos estructurales: muchas de ellas enfrentan dobles cargas de trabajo, menor acceso a crédito y limitaciones en su red de apoyo. De ahí que programas como Usura Cero y Nicaragua Emprende resulten clave para cerrar brechas de género y potenciar emprendimientos sostenibles liderados por mujeres desde sus hogares.

En lo que respecta al estado civil del jefe del hogar, en la muestra total, el 63.9% de los hogares tiene un jefe en alguna relación conyugal o de unión (casado/a o unido/a), mientras que el 36.1% no mantiene relación de pareja formal (soltero/a, separado/a, viudo/a o divorciado/a). Entre los hogares sin negocio, el 62.9% están en relación y el 37.1% no, mientras que entre los hogares con negocio, el 65.2% están en relación, frente al 34.8% que no lo están. Esta diferencia es estadísticamente significativa (p = 0.046), lo cual refleja que los hogares con jefes que conviven en pareja tienen una mayor probabilidad de desarrollar un negocio no agrícola.

Este resultado puede estar asociado al efecto positivo de contar con una pareja en el hogar, tanto en términos de apoyo emocional como de recursos compartidos, lo que favorece la toma de decisiones de riesgo moderado como el emprendimiento. Neira et al. (2013) sostienen que la presencia de una pareja aumenta la disponibilidad de tiempo y capital humano, lo cual reduce la vulnerabilidad ante el fracaso empresarial. En este sentido, es posible considerar que la estabilidad del entorno familiar, así como la cooperación entre miembros del hogar, puede influir favorablemente en la decisión de iniciar una actividad económica. Esto refuerza la idea de que las estrategias de promoción del emprendimiento deben considerar la estructura y dinámica familiar como una variable clave para su diseño e implementación.

En cuanto al nivel educativo, el 68.2% de los jefes de hogar ha alcanzado la educación básica, el 15.9% posee estudios superiores, y otro 15.9% no tiene ningún nivel de escolaridad formal. Entre los hogares sin negocio, la mayoría de los jefes tiene educación básica (65.1%), seguidos por quienes tienen estudios superiores (17.8%) y sin educación (17.1%). En contraste, los hogares con negocio presentan una mayor concentración de jefes con educación básica (72.0%), mientras que solo el 13.6% tiene estudios superiores y el 14.4% no tiene educación. Esta diferencia es estadísticamente significativa (p = 0.000), lo cual indica una relación clara entre el nivel educativo y la decisión de emprender.

Este resultado pone en evidencia que la educación básica juega un rol clave en el desarrollo del emprendimiento en los hogares, probablemente porque ofrece las competencias mínimas necesarias para operar un negocio informal o de subsistencia. Fajardo et al. (2016) afirman que muchos microempresarios nicaragüenses tienen como formación predominante la secundaria, lo cual les permite aplicar estrategias de organización, comercialización y administración a pequeña escala.

Por otro lado, la proporción relativamente menor de jefes con estudios superiores entre los hogares con negocio podría indicar que quienes logran alcanzar ese nivel educativo tienen mayores posibilidades de insertarse en el empleo formal, reduciendo su necesidad de emprender por cuenta propia. Según Sagire (2017), el nivel educativo influye directamente en la capacidad de innovación, gestión y sostenibilidad de los negocios, pero también define las rutas laborales a seguir. En este sentido, la educación básica emerge como una plataforma accesible para el emprendimiento por necesidad o subsistencia en el contexto nicaragüense.

Respecto al área de residencia, los datos muestran que el 80.7% de los hogares nicaragüenses se ubica en zonas urbanas, mientras que el 19.3% reside en zonas rurales. Dentro de los hogares sin negocio, el 25.6% corresponde al área rural y el 74.4% al área urbana. En contraste, entre los hogares que sí tienen un negocio, el 88.3% se ubica en áreas urbanas, mientras que el 11.7% se encuentra en zonas rurales. Esta diferencia es estadísticamente significativa (p = 0.000), lo que indica una clara relación entre la residencia urbana y la mayor probabilidad de contar con un negocio no agrícola en el hogar.

Estos resultados reflejan diferencias estructurales entre áreas urbanas y rurales en términos de oportunidades económicas, acceso a mercados, infraestructura y servicios básicos, factores que son determinantes para el desarrollo de actividades emprendedoras. En las zonas urbanas, los hogares tienen mayores posibilidades de insertarse en circuitos comerciales, beneficiarse de programas de capacitación o financiamiento, y acceder a redes de consumo más dinámicas, lo cual facilita el surgimiento y sostenimiento de microempresas familiares.

En cambio, en las zonas rurales, la limitada conectividad, baja densidad poblacional y dependencia de actividades agropecuarias restringen la diversificación económica de los hogares. Por ello, estos resultados respaldan la necesidad de fortalecer las estrategias de desarrollo rural con un enfoque productivo y territorial, que incentive el emprendimiento en el campo no solo como subsistencia, sino como alternativa sostenible e inclusiva para las familias rurales.

Al analizar la tenencia de la vivienda, el 75.9% de los hogares nicaragüenses habita en una vivienda propia, mientras que el 24.1% reside en una vivienda alquilada, prestada u ocupada bajo otra condición de tenencia. Entre los hogares que no tienen un negocio, el 73.2% cuenta con vivienda propia, mientras que el 26.8% no la tiene. En cambio, dentro de los hogares con negocio, la proporción de vivienda propia asciende al 79.1%, frente al 20.9% que no cuenta con esta condición. Esta diferencia es estadísticamente significativa (p = 0.000), lo que indica que la tenencia de una vivienda está asociada positivamente con la presencia de un negocio en el hogar.

La posesión de una vivienda no solo representa seguridad patrimonial, sino que también actúa como un activo productivo que puede utilizarse como espacio físico para operar un negocio o como garantía para acceder a crédito. Mendoza (2017) afirma que las personas con título de propiedad tienen significativamente mayor probabilidad de emprender, en comparación con quienes no la tienen.

Respecto al acceso a energía eléctrica, la información recopilada muestra que el 78.7% de los hogares paga por este servicio, mientras que el 21.3% restante pertenece a otras categorías. Entre los hogares sin negocio, el 74.5% paga energía eléctrica, frente al 25.5% que no lo hace. En contraste, entre los hogares con negocio, el 83.8% realiza el pago del servicio, mientras que solo el 16.2% no lo hace. Esta diferencia es estadísticamente significativa (p = 0.000), lo cual plantea una asociación positiva entre el pago del servicio eléctrico y la existencia de un negocio no agrícola en el hogar.

Este hallazgo pone de relieve que el acceso formal a energía eléctrica no solo mejora las condiciones de vida, sino que también es un habilitador clave para la actividad económica doméstica. La electricidad es esencial para operar equipos, iluminar espacios, refrigerar productos, cargar dispositivos electrónicos, y en general, para mejorar la productividad y competitividad de los emprendimientos familiares. Como indica Energía (2024), su uso eficiente impulsa la innovación, reduce los costos operativos y amplía las posibilidades de crecimiento de las pequeñas unidades productivas.

Ahora bien, tomando como referencia la variable “Migración en el hogar”, en términos generales, el 94.5% de los hogares nicaragüenses no reportó migración de alguno de sus miembros en el periodo estudiado, mientras que el 5.5% sí indicó que al menos un integrante del hogar ha migrado. Dentro de los hogares sin negocio, el 94.0% no ha tenido experiencia migratoria, y el 6.0% sí. En cambio, en los hogares con negocio, el 95.2% no ha experimentado migración y solo el 4.8% sí lo ha hecho. Aunque la diferencia es estadísticamente significativa (p = 0.037), la magnitud de la variación es baja, lo que indica que la migración no representa un factor determinante, pero sí relevante, en la dinámica del emprendimiento doméstico.

La ligera menor presencia de negocios en hogares con miembros migrantes puede estar relacionada con la ruptura de la estructura productiva familiar, la reducción de la fuerza de trabajo disponible, o la dependencia de remesas como fuente principal de ingresos, lo que disminuye el incentivo para emprender localmente. Sin embargo, también es posible que las remesas sirvan en algunos casos como capital semilla para nuevos negocios, especialmente cuando los hogares mantienen vínculos activos con el migrante. Según Gómez et al. (2020), el emprendimiento inmigrante y transnacional ha demostrado tener efectos positivos en la economía local, especialmente cuando las remesas son acompañadas por transferencia de conocimientos, redes comerciales o visión empresarial.

En lo que respecta a la existencia de niños, según los datos de la encuesta, el 58.5% de los hogares tiene al menos un niño menor de 10 años, y el 41.5% no tiene niños en ese grupo de edad. Esta distribución se mantiene idéntica tanto en los hogares sin negocio: 58.5% con niños y 41.5% sin niños, lo que se refleja en un valor p = 0.921, indicando ausencia total de diferencia significativa.

De manera similar, al observar la presencia de niños menores de 5 años, se encontró que el 40.9% de los hogares tiene niños en esa categoría, frente al 59.1% que no los tiene. Entre los hogares con negocio, el 40.5% tiene niños menores de 5 años, frente al 41.3% en hogares sin negocio, también sin diferencias relevantes. El valor de significancia para esta variable es p = 0.482, lo cual confirma que no hay asociación estadísticamente significativa entre la presencia de niños pequeños en el hogar y la existencia de un negocio no agrícola.

Estos resultados indican que la decisión de emprender no está determinada directamente por la presencia de niños pequeños en el hogar, al menos en términos estadísticos. Sin embargo, desde un enfoque cualitativo, puede reconocerse que la dinámica familiar influye de manera compleja. Algunos estudios han planteado que la presencia de hijos puede motivar a emprender como estrategia de generación de ingresos (Mendoza, 2017), mientras que otros, como Rachida (2008), advierten que los mayores gastos y responsabilidades asociados al cuidado infantil pueden limitar el tiempo y los recursos disponibles para iniciar un negocio.

En cuanto a los hogares con presencia de ama de casas, los datos indican que el 42.1% de los hogares nicaragüenses cuenta con al menos una persona dedicada exclusivamente a las labores del hogar, mientras que en el 57.9% de los casos no se reporta la presencia de una ama de casa. Esta variable presenta una distribución distinta entre los hogares con y sin negocio: en los hogares sin negocio, el 52.9% tiene ama de casa, frente al 47.1% que no; en contraste, entre los hogares con negocio, solo el 29.0% cuenta con ama de casa, y el 71.0% no. Esta diferencia es estadísticamente significativa (p = 0.000), lo que evidencia una relación inversa entre la presencia de ama de casa y el emprendimiento en el hogar.

Este hallazgo puede estar vinculado a los roles de género y a la distribución del trabajo dentro de los hogares. La presencia de una ama de casa —generalmente una mujer dedicada exclusivamente a las tareas domésticas— podría reducir la disponibilidad de tiempo y energía para desarrollar una actividad económica adicional, especialmente si no existen redes de apoyo o servicios públicos que permitan compatibilizar ambas esferas. Medios Digitales (2023) reporta que en países como España, solo el 70% de las mujeres con hijos trabaja fuera del hogar, frente al 89% de los hombres, lo que evidencia que las responsabilidades de cuidado siguen recayendo de forma desproporcionada sobre las mujeres.

Al mismo tiempo, la alta proporción de hogares con negocio que no tienen ama de casa (71%) podría indicar una mayor distribución de responsabilidades o una incorporación activa de todos los miembros del hogar en las actividades productivas. Esto respalda la idea que el emprendimiento doméstico puede estar asociado a modelos familiares más flexibles y colaborativos, donde las tareas del hogar y del negocio se reparten más equitativamente. De ahí la importancia de fomentar políticas de conciliación trabajo-familia y de corresponsabilidad, especialmente si se busca fortalecer el papel de la mujer como emprendedora desde su propio hogar.

Finalmente, el análisis revela que la edad promedio del jefe de hogar es de 47.6 años, lo cual refleja una población económicamente activa en etapa madura, con potencial para emprender o mantener un negocio. Por su parte, el promedio de miembros por hogar es de 4.45, lo que se alinea con la tendencia demográfica de reducción en el tamaño de los hogares observada en Nicaragua durante la última década, pero que aún indica la existencia de núcleos familiares amplios, con capacidad de trabajo y cooperación en emprendimientos familiares.

# **Factores impulsores del emprendimiento en hogares de Nicaragua**

Tabla 9. Estimación de modelo econométrico Logit

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **B** | **Error estándar** | **Wald** | **gl** | **Sig.** | **Exp(B)** | **Efecto marginal** |
| Programa Social | -0.122 | 0.067 | 3.349 | 1 | 0.067 | 0.885 | -11.5 |
| Sexo del Jefe del Hogar | -0.043 | 0.067 | 0.419 | 1 | 0.517 | 0.958 |  |
| Edad del Jefe del Hogar | 0.005 | 0.002 | 5.535 | 1 | 0.019 | 1.005 | 0.5 |
| Estado Civil | -0.387 | 0.072 | 28.678 | 1 | 0 | 0.679 | -32.1 |
| Educación |   |   | 82.548 | 2 | 0 |   |  |
| Educación básica | 0.533 | 0.101 | 27.889 | 1 | 0 | 1.705 | 70.5 |
| Estudios Superiores | 0.673 | 0.074 | 82.164 | 1 | 0 | 1.960 | 96.0 |
| Área de Residencia | -0.802 | 0.076 | 110.928 | 1 | 0 | 0.448 | -55.2  |
| Número de miembros del hogar | 0.178 | 0.015 | 148.838 | 1 | 0 | 1.195 | 19.5 |
| Vivienda Propia | -0.241 | 0.065 | 13.875 | 1 | 0 | 0.786 | -21.4 |
| Pagan energía eléctrica | -0.241 | 0.071 | 11.457 | 1 | 0.001 | 0.786 | -21.4 |
| Migración | 0.232 | 0.117 | 3.979 | 1 | 0.046 | 1.262 | 26.2 |
| Niños Menores10 | 0.064 | 0.079 | 0.653 | 1 | 0.419 | 1.066 |  |
| Niños Menores 5 | -0.005 | 0.076 | 0.004 | 1 | 0.95 | 0.995 |  |
| Presencia de Ama de casa | 1.29 | 0.059 | 477.77 | 1 | 0 | 3.632 | 263.2 |
| Constante | -2.245 | 0.193 | 135.73 | 1 | 0 | 0.106 |  |

Fuente: Elaboración propia con base en la EMNV 2014

Los resultados del modelo logit estimado permiten identificar qué características de los hogares nicaragüenses están asociadas significativamente a la probabilidad de iniciar un negocio no agrícola. De manera general, se observa que variables de tipo educativo, estructural y demográfico presentan mayor capacidad explicativa, mientras que otras, como la presencia de niños o el sexo del jefe del hogar, no mostraron efectos significativos.

Uno de los hallazgos más consistentes es el impacto de la educación del jefe del hogar. En comparación con aquellos sin escolaridad, los hogares donde el jefe posee educación básica tienen una probabilidad 70.5% mayor de emprender, y esta probabilidad se eleva hasta un 96.0% en el caso de quienes han alcanzado estudios superiores. Este resultado refuerza lo observado previamente en el análisis descriptivo, y confirma que la formación educativa no solo otorga herramientas para gestionar un negocio, sino que también amplía el horizonte de oportunidades y reduce el temor al fracaso. A mayor nivel educativo, mayor capacidad para planificar, innovar y adaptarse a las condiciones del mercado.

Por otro lado, factores estructurales como el tamaño del hogar y el acceso a servicios básicos también resultaron significativos. Cada miembro adicional en el hogar incrementa en un 19.5% la probabilidad de emprender, lo cual permite suponer que hogares más grandes pueden distribuir mejor las tareas del negocio o contar con más fuerza de trabajo disponible. En cambio, variables como la tenencia de la vivienda y el pago por energía eléctrica mostraron efectos negativos: ambos factores disminuyen en un 21.4% la probabilidad de tener un negocio. Aunque en principio se esperaría lo contrario, estos resultados podrían indicar que los hogares que ya han alcanzado cierto nivel de estabilidad patrimonial (Mendoza, 2018) y de servicios no necesariamente sienten la presión económica que impulsa el emprendimiento por necesidad.

Otro factor con fuerte influencia en el comportamiento emprendedor es el área de residencia. Los hogares ubicados en zonas rurales tienen una probabilidad significativamente menor de iniciar un negocio no agrícola. El efecto marginal estimado muestra que residir en el área rural reduce en un 55.2% la probabilidad de emprender, en comparación con hogares urbanos. Este hallazgo, que ya se anticipaba desde el análisis descriptivo, pone en evidencia las brechas de acceso a mercados, crédito, formación y redes de apoyo que limitan el desarrollo de actividades económicas en el campo (Merrett y Gruidl, 2000). A pesar de los esfuerzos de descentralización de programas, los emprendimientos siguen estando fuertemente concentrados en entornos urbanos, donde existen mayores oportunidades de comercialización y apoyo institucional.

Desde el punto de vista demográfico, variables como la edad del jefe del hogar y el estado civil también inciden significativamente en la decisión de emprender. El modelo indica que por cada año adicional de edad, la probabilidad de tener un negocio aumenta en 0.5%, lo que sugiere que la madurez, la experiencia acumulada y una mayor estabilidad personal son factores que favorecen el inicio de actividades productivas (Álvarez-Sousa, 2019). En contraste, estar en una relación conyugal reduce en 32.1% la probabilidad de emprender, lo cual puede interpretarse desde distintas perspectivas. Por un lado, podría reflejar mayor aversión al riesgo cuando existen responsabilidades compartidas o mayor estabilidad financiera a través de un segundo ingreso. Por otro, podría también estar influenciado por dinámicas de género, donde la decisión de emprender puede depender de la autonomía del jefe del hogar y del tipo de relación con su pareja (Neira et al., 2013).

Llama especialmente la atención el resultado asociado a la presencia de ama de casa, que se muestra como uno de los factores más influyentes del modelo. Según la estimación, los hogares con una persona dedicada exclusivamente a las tareas domésticas tienen una probabilidad 263.2% mayor de tener un negocio no agrícola. Aunque este resultado puede parecer contraintuitivo, es posible que en muchos hogares el rol del ama de casa esté vinculado a emprendimientos familiares informales —particularmente en sectores como la venta de alimentos, la producción artesanal o la prestación de servicios desde el hogar— donde el espacio doméstico se convierte en unidad productiva. Asimismo, este hallazgo puede estar reflejando una mayor dedicación o flexibilidad de tiempo para actividades económicas cuando una persona se concentra en el hogar, generando ingresos sin desvincularse de sus responsabilidades familiares.

Finalmente, algunas variables no presentaron efectos estadísticamente significativos en el modelo, como el sexo del jefe del hogar, la presencia de niños menores de 10 o de 5 años, o incluso el acceso a programas sociales (p = 0.067). Aunque en el análisis descriptivo estas variables mostraron diferencias importantes, su efecto neto parece diluirse al controlar por el resto de los factores. Esto plantea que el emprendimiento en el hogar es un fenómeno multifactorial, donde las condiciones estructurales y educativas pesan más que las características individuales o contextuales.

.

# **Conclusiones**

El presente estudio tuvo como propósito analizar los factores que influyen en la creación de negocios no agrícolas en los hogares de Nicaragua, utilizando como fuente principal la Encuesta de Medición del Nivel de Vida (EMNV 2014) y un modelo econométrico logit. A partir del cumplimiento de los tres objetivos específicos planteados, se exponen a continuación las principales conclusiones derivadas del análisis cuantitativo y documental realizado.

En relación con el primer objetivo, se concluye que Nicaragua cuenta con un marco normativo e institucional robusto orientado a fomentar el emprendimiento desde los hogares, especialmente a través del impulso del Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional (GRUN). Políticas como la Ley N°. 645 sobre MIPYME, la Política Nacional de Emprendimiento, y programas como Usura Cero y Nicaragua Creativa han facilitado el acceso a financiamiento, formación técnica, comercialización y formalización de pequeños negocios. La existencia de este entorno institucional ha sido clave para promover una cultura emprendedora en sectores tradicionalmente excluidos, como las mujeres y los hogares rurales, fortaleciendo el papel del emprendimiento como estrategia de inclusión social y productiva.

Respecto al segundo objetivo, el análisis descriptivo evidenció que varias características de los hogares están estadísticamente asociadas con la presencia de negocios. Entre los factores con mayor significancia se destacan el nivel educativo del jefe del hogar (p = 0.000), la residencia urbana (p = 0.000), la tenencia de vivienda propia (p = 0.000), el pago por energía eléctrica (p = 0.000) y la edad del jefe de hogar (p = 0.019). Por ejemplo, el 72% de los hogares con jefe con educación básica y el 88.3% de los hogares en zonas urbanas tienen negocios activos, lo que refuerza la importancia de estas condiciones para el emprendimiento. En contraste, variables como la presencia de niños pequeños o el sexo del jefe del hogar no mostraron diferencias significativas, lo que indica que el emprendimiento en Nicaragua está más vinculado a factores estructurales que a factores exclusivamente individuales.

Finalmente, al contrastar las hipótesis formuladas, se confirma que la educación del jefe del hogar, la estructura familiar y las condiciones materiales del entorno son determinantes en la decisión de emprender. Las hipótesis 1, 2 y 3 se confirman con base en los resultados del modelo logit, especialmente por el efecto positivo de la educación, el número de miembros del hogar, la edad, la residencia urbana y el acceso a servicios. La hipótesis 4, sobre el impacto de los programas sociales, no mostró un efecto significativo en el modelo estadístico, aunque los datos descriptivos y la revisión normativa sí sugieren que estos programas han creado condiciones propicias para el emprendimiento, especialmente entre sectores históricamente excluidos. Por tanto, se considera que el entorno institucional cumple un rol facilitador que debe complementarse con políticas de mayor alcance y acompañamiento para potenciar el desarrollo de negocios en los hogares nicaragüenses.

# **Recomendaciones**

A partir de los resultados obtenidos, se plantean las siguientes recomendaciones orientadas al ámbito académico y de futuras investigaciones:

1. Ampliar estudios sobre emprendimiento desde el hogar, utilizando bases de datos más recientes o complementarias a la EMNV 2014, que permitan evaluar cambios en los factores impulsores en contextos económicos distintos, especialmente después de eventos como la pandemia o variaciones en las políticas públicas.
2. Profundizar el análisis de las variables institucionales, incorporando indicadores más directos sobre el acceso efectivo a programas de financiamiento, formación o asistencia técnica, ya que la información autorreportada sobre programas sociales presenta limitaciones para medir su verdadero impacto en la creación de negocios.
3. Explorar metodologías mixtas, que integren enfoques cuantitativos con estudios de caso o entrevistas a hogares emprendedores, para comprender mejor los mecanismos que explican cómo las condiciones familiares y sociales se traducen en decisiones emprendedoras.
4. Fomentar líneas de investigación sobre emprendimiento con enfoque territorial y de género, dado que el modelo mostró diferencias importantes según área de residencia y configuración del hogar. Estudiar estas dimensiones con mayor profundidad puede aportar insumos valiosos para programas de formación académica y diseño de políticas locales.
5. Incorporar esta temática en el desarrollo curricular y debates académicos dentro de las ciencias económicas y sociales, visibilizando el emprendimiento doméstico no solo como un fenómeno económico, sino también como una estrategia de resiliencia, organización familiar y desarrollo comunitario.

# **Referencias bibliográficas**

Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573-596. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00011-9](https://doi.org/10.1016/S0883-9026%2803%2900011-9)

Alvarez-Sousa, A. (2019). Emprendedores por necesidad. Factores determinantes - Necessity Entrepreneurs. Determining Factors. *Reis: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, *166*, 3–24. <https://www.jstor.org/stable/26633330>

Amador Ruiz, J. P., y Briones-Peñalver, A. J. (2017). Factores determinantes que influyen para el emprendimiento de microempresas en el municipio de León, Nicaragua. *REICE: Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas*, *5*(9), 01–30. <https://doi.org/10.5377/reice.v5i9.4360>

Arias Alba,V. (2019). *Diagnóstico de los factores éxito y fracaso en las MiPyMEs creadas por una incubadora en la ciudad de Xalapa, Veracruz* (Tesis de Maestría). Universidad Veracruzana, México.

Asamblea Nacional. (2008). *Ley N°. 645: Ley de Promoción, Fomento y Desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME)*. Publicada en *La Gaceta*, Diario Oficial N°. 28, el 8 de febrero de 2008.

Asociación Incubadora Parque TEC. (2010). *Diagnóstico sobre la situación actual del emprendedurismo en Centroamérica.* Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE). <https://www.bcie.org/fileadmin/bcie/espanol/archivos/novedades/publicaciones/varios/Diagnostico_sobre_la_Situacion_del_Emprendedurismo_en_Centroamerica.pdf>

Banco Interamericano de Desarrollo. (2014). *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0012549>

Besoain, C., Rihm, A., Pinto de Carvalho, L., Silva, M. J., & Vega, J. L. (2021). *¿Qué es el hogar y cómo se estudia? Una revisión en Chile (1990-2018)*. *Revista AUS*, 29, 22-31. <http://dx.doi.org/10.4206/aus.2021.n29-04>

Bravo-Villasante, F. S. (2015). Notas para una sociología del hogar. Res Mobilis Revista internacional de investigación en mobiliario y objetos decorativos, 4(4), 186-202.

Burt, R. S. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Harvard University Press.

Cardozo, E., Velasquez de Naime, Y., y Rodriguez Monroy, C. (2012). La definición de PYME en América: Una revisión del estado del arte. International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management. XVI Congreso de Ingeniería de Organización.

Cherukara, J. & Manalel, J. (2011). *Evolution of Entrepreneurship theories through different schools of Thought.* In: The Ninth Biennial Conference on Entrepreneurship at EDI, Ahmedabad, India, February 16-18.

Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*.McGraw-Hill/ InteramericanaEditores, S.A. de C.V.

Chamorro, A., y Utting, P. (2015). *Políticas Públicas para la Economía Social y Solidaria: hacia un entorno favorable. Caso Nicaragua.* Managua: Centro Internacional de Formación de la Organización Internacional del Trabajo.

Díaz, J., Urbano D., y Hernández, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa 11*(3), 209-30.

El 19 Digital (2021). *Programa Usura Cero en lucha permanente contra la pobreza en Nicaragua*. Recuperado 16 de enero de 2025 [https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo:121391-programa-usura-cero-en-lucha-permanente-contra-la-pobreza-en-nicaragua](https://www.el19digital.com/articulos/ver/titulo%3A121391-programa-usura-cero-en-lucha-permanente-contra-la-pobreza-en-nicaragua)

Energía, N. (2024). *Los 6 usos más comunes de la energía eléctrica en una pyme». Novaluz.* Recuperado 2 de febrero de 2025 <https://novaluz.es/blog/los-6-usos-mas-comunes-de-la-energia-electrica-en-una-pyme/>

Fajardo, L., Fernández, m., Vásquez, C., Toscano D., y Fajardo, L. (2016). La Asociatividad Microempresarial, como mecanismo productivo sostenible: Caso Cantón Milagro - Ecuador. *Universidad, Ciencia y Tecnología 20*(78), 4-13.

Ferri, E. & Urbano, D. (2010). Environmental Factors and Social Entrepreneurship. *Working* *Papers 1003.*

Gelderen, M.V, Bosma, N. y Thurik, R. (2001). *Setting up a business in the Netherlands Who starts, who gives up, who is still trying.*

Gersick, K. E., Davis, J. A., Hampton, M. M., & Lansberg, I. (1997). *Generation to generation: Life cycles of the family business*. Harvard Business School Press.

Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology, 78(6)*, 1360-1380.

Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional. (2013). *Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012-2016.* Nicaragua,Managua. Obtenido de [https://www.pndh.gob.ni/documentos/planesanteriores/02\_PNDH\_2012-2016(27sept13).pdf](https://www.pndh.gob.ni/documentos/planesanteriores/02_PNDH_2012-2016%2827sept13%29.pdf)

Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional de la República de Nicaragua. (2014). *PROGRAMA ECONÓMICO-FINANCIERO 2014-2018.* Managua: Banco Central de Nicaragua. Obtenido de <https://www.bcn.gob.ni/publicaciones/programa_economico_financiero>

Gobierno de Reconciliación y Unidad Nacional. (2021). *Plan Nacional de Lucha contra la Pobreza 2022-2026.* Recuperado de <http://www.pndh.gob.ni/descargas.aspx>

Gómez, J., Medina, G., Maza, F.(2020). La migración y su relación con el emprendimiento: una revisión sistemática. *Revista de jóvenes investigadores Ad Valorem, 3*(2), 68-83

Gujarati, D. N., y Porter, D. (2010). *Econometria.* Mc GRAW HILL Interamericana Editores S.A.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --.). McGraw-Hill.

Herrera Guerra, C. y Montoya Restrepo, L. (2013). El emprendedor: una aproximación a su definición y caracterización. *Punto de Vista*, *4*(7), 10-31. <https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.441>

Higuera, V. H., Silvera, A. D. J., Corredor, A. L., y Pineda, M. (2019). Emprendimiento en Colombia: Obstáculos, impulsores y recomendaciones. *Revista Venezolana de Gerencia, 24*(85), 123-134. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i85.23832>

Instituto Nacional de Información de Desarrollo. (2016). *Encuesta de Medición del Nivel de Vida EMNV 2014.* <https://www.inide.gob.ni/docs/Emnv/Emnv14/EMNV%202014-2%20Febrero%202016.pdf>

Rachida, J. (2008). *La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras* (Tesis Doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, España.

Kantis, H., Ishida, M., y Komori, M. (2002). Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia. Banco Interamericano de Desarrollo. <http://dx.doi.org/10.18235/0009795>

Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S., y Rigolini, J. (2014). *El emprendimiento en América Latina: muchas empresas y poca innovación.* Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial. <https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/LAC/EmprendimientoAmericaLatina_resumen.pdf>

Light, I., & Rosenstein, C. (1995). *Race, Ethnicity, and Entrepreneurship in Urban America*. Aldine de Gruyter.

López, R. (2000). *Cálculo de Probabilidades e Inferencia Estadística con tópicos de Econometría.* Editorial Texto.

McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.

Mason, R., Lind, D., y Marchal, W. (2001). Estadística para Administración y Economía. Alfaomega.

*.*

Medios digitales (2023). *¿Sabías que ser ama de casa a menudo se percibe como un impedimento para emprender? Info NCN.* Recuperado 2 de febrero de 2025 [*https://www.infoncn.com/sabias-que-ser-ama-de-casa-a-menudo-se-percibe-como-un-impedimento-para-emprender*](https://www.infoncn.com/sabias-que-ser-ama-de-casa-a-menudo-se-percibe-como-un-impedimento-para-emprender)

Méndez, L., Barreto, A., y López, C. (2017). *Efectos socioeconómicos del Programa Usura Cero en las mujeres protagonistas y sus familias en el Barrio 14 de Abril en el año 2016 y Primer Semestre del año 2017* (Tesis de grado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua, Nicaragua.

Mendoza, J., y Leasaski, D. (2010). Determinantes del proceso de emprendimiento empresarial femenino en el Perú. (2010). *Pensamiento Crítico*, *13*, 57-70. <https://doi.org/10.15381/pc.v13i0.9000>

Mendoza, J. (2017). Influencia de las características sociodemográficas individuales en la creación de negocios en Perú. *Semestre Económico, 20*(43), 37-59. <http://dx.doi.org/10.22395/seec.v20n43a2>

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

Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology, 83*(2), 340-363.

Merrett, C. D., & Gruidl, J. J. (2000). Small Business Ownership in Illinois: The Effect of Gender and Location on Entrepreneurial Success. *The Professional Geographer*, *52*(3), 425–436. <https://doi.org/10.1111/0033-0124.00236>

Mischel, W. (1973). Toward a cognitive social learning reconceptualization of personality. *Psychological Review, 80*(4), 252–283. [https://doi.org/10.1037/h0035002](https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0035002)

Neira, I., Portela, M., Cancelo, M., y Calvo N. (2013). Social and Human Capital as Determining Factors of Entrepreneurship in the Spanish Regions. *Asociación Española de Ciencia Regional (AECR)*, (26), 115-139. <https://ebuah.uah.es/dspace/handle/10017/26974>

Nicaragua Creativa (2019). *Nicaragua Emprende*. Nicaragua Creativa. Recuperado 14 de enero de 2025. <https://www.nicaraguacreativa.com/nicaragua-emprende/>).

Nicaragua Creativa (2021). *Guía del Emprendedor.* <https://www.nicaraguacreativa.com/wp-content/uploads/2021/03/Actualizacion-de-la-Guia-del-Emprendedor-2021_compressed.pdf>

North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press.

Ortega, P. (2015). *Nicaragüenses han incrementado sus niveles de consumo*. El 19 Digital. Recuperado el 28 de enero de 2025 <https://www.el19digital.com/articulos/ver/34317-nicaraguenses-hanincrementado-sus-niveles-de-consumo>

Picado Juárez, A. M. (2022). Emprendimientos e innovación, una oportunidad hacia la competitividad de las Mipymes. *Revista Multi-Ensayos*, *8*(15), 62–71. <https://doi.org/10.5377/multiensayos.v8i15.13193>

Rojas-Icabalzeta, N. (2023). “La Economía Creativa en Nicaragua se consolida como un modelo de referencia internacional, porque cada una de las instituciones nos unimos para acompañar todo el desarrollo de la innovación, el emprendimiento, la ciencia y la tecnología en nuestro país”: Entrevista realizada a Violeta Gago García, coordinadora Comisión de Innovación - CNU y Enlace Técnico por el CNU - Comisión Nacional de Economía Creativa. *Indice: Revista De Educación De Nicaragua*, (3). <https://revistaindice.cnu.edu.ni/index.php/indice/article/view/79>

Sagire, L. (2017). The Impact of Demographic and Social Factors on Firm Performance in Kenya. *Journal of Business and Economic Development*, *2*(4), 255-261. <https://doi.org/10.11648/j.jbed.20170204.18>

Solís Chavarría, B. A., & Villanueva Núñez, G. J. (2023). La Economía Creativa y su aporte al Desarrollo de las MIPYMES en Nicaragua. *Revista Compromiso Social*, *9*(9), 113–120. <https://doi.org/10.5377/recoso.v9i9.18584>

Suárez-Álvarez, J., y Pedrosa, I. (2016). Evaluación de la Personalidad Emprendedora: Situación Actual y Líneas Futuras de Investigación. *Papeles del Psicólogo, 37*(1), 62-68

TechnoServe, Inc. (2024). *Lanzan programa empresarial para pymes en Centroamérica*. TechnoServe. Recuperado 14 de enero de 2025. <http://www.technoserve.org/news/lanzan-programa-empresarial-para-pymes-en-centroamerica/>

Terán-Yépez, E. & Guerrero-Mora, A. (2019). ¿Emprendimiento por oportunidad o por necesidad? Estudio comparativo entre países. *Mikarimin Revista Científica Multidisciplinaria*, *5*(2), 77-88.

Terán-Yepes, E. y Guerrero-Mora, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. Revista ESPACIOS, 41(7),

Van der Kamp, R. (2006). *Pymes, competitividad y SDE en Nicaragua : un resumen cuantitativo.* Managua, Nicaragua: Nitlapan.

Veciana, J M. (2005). *La creación de empresas: Un enfoque gerencial.* La Caixa.

Wooldridge, J. (2009). *Introducción a la econometria un modelo moderno*. CENGAGE Learning.

# **Anexos**

**Anexo 1. Cálculos adicionales del modelo**

**Resumen de procesamiento de casos**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Casos sin ponderara | N | Porcentaje |
| Casos seleccionados | Incluido en el análisis | 6851 | 100.0 |
| Casos perdidos | 0 | 0.0 |
| Total | 6851 | 100.0 |
| Casos no seleccionados | 0 | 0.0 |
| Total | 6851 | 100.0 |
| a. Si la ponderación está en vigor, consulte la tabla de clasificación para el número total de casos. |

**Codificación de variable dependiente**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Valor original  | Valor interno  |  |
| Hogar con negocio no agrícolaHogar sin negocio no agrícola |  | 0  |
|  | 1  |

**Codificaciones de variables categóricas**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Frecuencia | Codificación de parámetro |
| (1) | (2) |
| Nivel de educación | Sin educación | 1086 | 1.000 | .000 |
| Educación básica | 4673 | .000 | 1.000 |
| Estudios superiores | 1092 | .000 | .000 |
| Presencia de personas que realizan quehaceres del hogar | No | 3970 | 1.000 |  |
| Si | 2881 | .000 |  |
| Cuál es el sexo del jefe del hogar | Hombre | 4093 | 1.000 |  |
| Mujer | 2758 | .000 |  |
| Actualmente se encuentra Recodificado | Sin ninguna relación | 2472 | 1.000 |  |
| En alguna relación | 4379 | .000 |  |
| Área de Residencia | Rural | 1321 | 1.000 |  |
| Urbano | 5530 | .000 |  |
| Tipo de vivienda | No propia | 1733 | 1.000 |  |
| Propia | 5118 | .000 |  |
| Pagan energía eléctrica | Otra categoría | 1456 | 1.000 |  |
| Si pagan | 5395 | .000 |  |
| Niños menores 5 años | No | 4047 | 1.000 |  |
| Si | 2804 | .000 |  |
| Niños menores 10 | No | 2841 | 1.000 |  |
| Si | 4010 | .000 |  |
| Migración | No | 6477 | 1.000 |  |
| Sí | 374 | .000 |  |
| Presencia de programa social | No | 5518 | 1.000 |  |
| Sí | 1333 | .000 |  |

**Tabla de clasificación**

|  |  |
| --- | --- |
| Observado | Pronosticado |
| Presencia de negocio no agrícola | Corrección de porcentaje |
| No | Sí |
| Paso 1 | Presencia de negocio no agrícola | No | 2703 | 1042 | 72.2 |
| Sí | 1315 | 1791 | 57.7 |
| Porcentaje global |   |   | 65.6 |
| a. El valor de corte es .500 |

**Variables en la ecuación**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|   | B | Error estándar | Wald | gl | Sig. | Exp(B) |
| Paso 0 | Constante | -.187 | .024 | 59.427 | 1 | .000 | .829 |

**Resumen del modelo**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Escalón | Logaritmo de la verosimilitud -2 | R cuadrado de Cox y Snell | R cuadrado de Nagelkerke |
| 1 | 8446.174a | .135 | .180 |
| a. La estimación ha terminado en el número de iteración 4 porque las estimaciones de parámetro han cambiado en menos de .001. |

**Pruebas ómnibus de coeficientes de modelo**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|   | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
| Paso 1 | Escalón | 991.641 | 14 | .000 |
| Bloque | 991.641 | 14 | .000 |
| Modelo | 991.641 | 14 | .000 |

**Prueba de Hosmer y Lemeshow**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Escalón | Chi-cuadrado | gl | Sig. |
| 1 | 8.773 | 8 | .362 |

1. El modelo logístico es muy común en análisis de fenómenos de crecimiento, como población, PNB, oferta monetaria, etc. Para conocer los detalles teóricos y prácticos de los modelos Logit y probit véase J.S Kramer, The Logit for Economists, Edward Arnoldo, Londres, 1991. [↑](#footnote-ref-1)