

León Mendoza, Juan; Valcárcel Pineda, Paolo

Article

Influencia de las características sociodemográficas personales en el éxito empresarial en Perú

Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa

Provided in Cooperation with:

Universidad Pablo de Olavide, Sevilla

Suggested Citation: León Mendoza, Juan; Valcárcel Pineda, Paolo (2022) : Influencia de las características sociodemográficas personales en el éxito empresarial en Perú, Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa, ISSN 1886-516X, Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, Vol. 33, pp. 326-352,
<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.5531>

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/286274>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



Influencia de las características sociodemográficas personales en el éxito empresarial en Perú

LEÓN MENDOZA, JUAN CELESTINO
Universidad Nacional del Callao (Perú)
Correo electrónico: jleonm@unmsm.edu.pe

VALCÁRCEL PINEDA, PAOLO
Universidad Nacional del Callao (Perú)
Correo electrónico: paolovp91@gmail.com

RESUMEN

Este estudio tiene como objetivo identificar las características sociodemográficas del propietario de una empresa o negocio que influyen en la consecución del éxito empresarial en Perú. Tomando la información de la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza del año 2018, se efectuaron estimaciones econométricas con el método de los Mínimos Cuadrados Ordinarios. Concebido el éxito empresarial como la magnitud de la ganancia obtenida, los resultados econométricos indican que su consecución está condicionada por el género, la edad, los años de educación alcanzada, el estado de salud, el estado civil, el número de hijos, la pertenencia a una red social, la autopercepción étnica, la persistencia empresarial y la intensidad en el uso del internet. Asimismo, el logro del éxito empresarial también está influenciado por factores considerados como variables de control en este estudio, como son el tamaño de la empresa, el uso de sistemas contables y la localización regional y zonal.

Palabras clave: éxito empresarial, ganancia empresarial, características sociodemográficas personales, gestión empresarial.

Clasificación JEL: C52; M21.

MSC2010: 62P20.

Influence of personal sociodemographic characteristics on business success in Peru

ABSTRACT

This study aims to identify the business owners' sociodemographic characteristics that influence the achievement of business success in Peru. Using data from the 2018 National Household Survey on Living Conditions and Poverty, econometric estimates were made with the Ordinary Least Squares method. Considering the success of a business as the magnitude of the profit obtained, the econometric results indicate that its achievement is conditioned by gender, age, years of education achieved, state of health, marital status, number of children, belonging to a social network, ethnic self-perception, business persistence and intensity of internet use. Likewise, the achievement of business success is also influenced by factors considered as control variables in this study, such as the size of the company, the use of accounting systems and the regional and zonal location.

Keywords: business success, business profit, personal sociodemographic characteristics, business management.

JEL classification: C52; M21.

MSC2010: 62P20.



1. Introducción

El Perú, en concordancia con una alta tasa de cierre de empresas, presenta una baja tasa de éxitos de empresas de reciente creación. Así, según Serida et al. (2020), el porcentaje de la población emprendedora que cierra su empresa o negocio es igual a 7,6%, el mismo que está por encima del promedio de los países de América Latina, y que aproximadamente solo el 5% de los nuevos emprendimientos empresariales logran tener éxito.

Vidyatmoko y Hastuti (2017) y Lampadarios et al. (2017) indican que los factores que determinan el éxito empresarial son multidimensionales y que pueden ser agrupados en tres categorías: el emprendedor, la empresa y el entorno externo. Dichos autores sostienen que la empresa y el entorno condicionan el éxito empresarial a través de los atributos sociodemográficos del emprendedor. En el mismo sentido, Kader et al. (2009) y Chitra et al. (2013) clasifican los factores de éxito empresarial en internos y externos y dentro de los internos destacan los aspectos personales del empresario. En esta línea, Barine (2021), Odunsi (2021) e Islam et al. (2011) señalan que las características personales del emprendedor son mucho más importantes que las características de la empresa. Sin embargo, según Vallabh y Mhlanga (2015), pese al gran impacto que tienen las características sociodemográficas personales en el desempeño exitoso de las empresas, los estudios en general han prestado relativamente poca atención a este aspecto muy importante.

Asimismo, Khan y Quaddus (2018) sostienen que el desempeño de una empresa depende de los factores demográficos y psicográficos del individuo, pero que lo demográfico es lo más importante, debido a que afecta el desempeño empresarial de manera directa y también indirectamente a través de su influencia en los aspectos psicográficos. A su vez, Tanveer et al. (2013) señalan que las características personales influyen sobre el éxito empresarial a través de su impacto en las capacidades de gestión del emprendedor. De ahí que en el ámbito internacional exista una apreciable cantidad de investigaciones empíricas que muestran que las características personales de los emprendedores tienen efectos directos y significativos en el éxito de las empresas (Amiruddin et al., 2020; Shakeel et al., 2020; Utomo et al., 2020; Zhang & Bruning, 2011; Sarwoko & Frisdiantara, 2016; Sarwoko & Hadiwidjojo, 2013; Sola, 2013; Abdulwahab & Al-Damen, 2015; Sajilan et al., 2015; Zannah et al., 2017; Noor et al., 2018).

El propietario de la empresa y sus características personales son cruciales y mucho más importantes para el éxito empresarial en la medida en que los negocios son pequeños, debido a que éstos usualmente son gestionados directamente por ellos mismos (Radzi et al., 2017; Al-Tit et al., 2019). En esta línea, Krasniqi y Tullumi (2013) sostienen que en el caso de los negocios pequeños, los factores que controlan los propietarios son mucho más relevantes que los factores externos. Finalmente, tal como sintetiza Oyedele et al. (2014), si bien el éxito empresarial depende de muchos factores, sin embargo, se cree que el mayor determinante es el propio empresario emprendedor.

Dada la importancia de los aspectos personales del empresario para el éxito empresarial y pese al escenario de una baja tasa de empresas exitosas, en Perú no existen estudios econométricos al respecto. Por ello, el objetivo del presente artículo consiste en identificar las variables correspondientes a las características sociodemográficas del propietario de una empresa que determinan la consecución del éxito empresarial en el caso peruano. Con tal fin, utilizando la información proporcionada por la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza del año 2018, se efectúan las regresiones econométricas correspondientes utilizando la técnica de los Mínimos Cuadrados Ordinarios.

2. Revisión de literatura

En principio, se debe precisar que en el marco en que se cuenta con una gran cantidad de estudios sobre el éxito empresarial, según Lampadarios, Kyriakidou y Smith (2017), no existe una única definición y

una teoría unificada sobre el mismo. Por ejemplo, Vidyatmoko y Hastuti (2017) definen y representan el éxito empresarial mediante tres indicadores: rentabilidad, crecimiento del empleo y la supervivencia de la empresa. Asimismo, Perren (2000) considera también tres indicadores: ingresos, crecimiento y rentabilidad. En tal sentido, se puede entender por éxito empresarial básicamente al crecimiento en el empleo y/o producción de la empresa, o la obtención de altos niveles de ingreso y/o rentabilidad, es decir, al buen desempeño empresarial.

Los estudios empíricos usualmente consideran, como principales factores sociodemográficos que determinan el logro del éxito empresarial al género, la edad, la educación, la experiencia empresarial, el estado civil, entre otros (Soomro et al., 2019; Masuo et al., 2001; Opoku-Afriyie, 2019). Por ello, en seguida se expone de manera sistematizada la literatura existente en el ámbito internacional al respecto. También se desarrolla el rol explicativo de algunas variables relevantes correspondientes a la empresa y a la localización geográfica, ello en la condición de variables de control.

2.1. Género

El aspecto del género es una variable muy importante en la determinación del desempeño de la empresa (Radipere & Dhliwayo, 2014), e influye de manera directa e indirecta en el éxito empresarial, especialmente en los pequeños negocios (Bird et al., 2001). Hachana et al. (2018) sostienen que el éxito empresarial está condicionado por los rasgos de personalidad de los emprendedores, pero que el aspecto del género modera dicha relación. Según el estudio de Yusuff (2014) para Nigeria, los factores personales que determinan el desempeño de las empresas de propiedad de los varones son diferentes a los de las propietarias mujeres: para las mujeres, el estado civil y la edad de los niños son los más importantes, en tanto que los amigos para los varones.

Según Lucas (2017), los varones alcanzan mayores niveles de éxito empresarial que las mujeres, debido a que son más propensos a correr riesgos, además de que gozan de mayor tiempo disponible en la medida en que asumen menores cargas familiares. Asimismo, Merrett y Gruidl (2000) sostienen que las mujeres enfrentan más obstáculos que los varones en la consecución del éxito empresarial. En ese sentido, los estudios de Essel et al. (2019), Akinyemi et al. (2017), Osunsan (2015), entre otros, muestran que los emprendedores masculinos tienen mayores probabilidades de éxito empresarial.

Existe un predominio de estudios que indican que el empresario masculino muestra en promedio un mejor desempeño. Pero también se cuenta con investigaciones que presentan una mayor probabilidad de éxito para las mujeres. Por ejemplo, en la investigación realizada para Malawi por Chirwa (2008), se encontró que las empresas de propiedad de las mujeres tenían un mejor desempeño en el crecimiento y que en ellas la educación jugaba un rol muy importante. Asimismo, el estudio de Félix y David (2019) en Portugal, mostró que las empresas familiares donde había participación de alguna mujer en la dirección, el rendimiento de los negocios era mayor comparado con aquellos donde había sólo varones. A su vez, la investigación efectuada en Ghana por Owoo et al. (2019), encontró que aquellas empresas operadas por las mujeres arrojaban un mejor desempeño en términos de crecimiento, si éstas se formalizaban.

También hay investigaciones que señalan que el aspecto de género no es un elemento diferenciador para el éxito empresarial. El estudio efectuado por Robb y Watson (2012) para EE.UU. halló que si se controlan adecuadamente las diferentes variables demográficas, no existían diferencias entre el desempeño de las nuevas empresas propiedad de las mujeres y los varones. Un resultado similar fue hallado por Olakitan y Ayobami (2011) para Nigeria.

2.2. Edad

La relación entre la edad del empresario y el éxito empresarial es controvertida. Algunos estudios arrojan la existencia de una relación en sentido directo o positivo, en tanto que otros, en sentido inverso o negativo.

Aquellos que muestran una relación positiva, fundamentan que a mayor edad se cuenta con una mayor cantidad de recursos acumulados (conocimientos, habilidades, educación, experiencia, capital financiero, relaciones sociales) y que ello coadyuva a la consecución del éxito. En esta línea están los trabajos empíricos de Kassa (2021), Mozumdar et al. (2020), Soomro et al. (2019), Soejono et al. (2015), Aworemi et al. (2010); sin embargo, esta relación positiva tiende a no ser lineal, sino curvilínea y decreciente. Así, según el estudio efectuado por Akinyemi et al. (2017) para Nigeria, en la medida en que aumenta la edad del empresario, se eleva la probabilidad de un buen desempeño hasta los 42 a 49 años, pero luego decrece. Desde una perspectiva econométrica, un resultado similar fue hallado por Millán et al. (2014) para la Unión Europea y Alvarado et al. (2018) para México, donde las regresiones econométricas efectuadas, arrojaron un signo positivo para la variable edad y un signo negativo para la edad elevada al cuadrado.

Bajo el argumento de que los empresarios jóvenes son más dinámicos que los adultos, también se cuenta con estudios que muestran la existencia de una relación inversa entre la edad y el éxito empresarial (Tarwi et al., 2020; Wekesa et al., 2016, para Kenya; Escuder, 2012, para República Dominicana; Chowdhury et al., 2013, para Bangladesh; Martey et al., 2013, para Ghana).

En contraposición de las dos perspectivas señaladas, la investigación de Osunsan et al. (2015) halla que la edad no tiene importancia para el logro de un buen desempeño empresarial.

2.3. Educación

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 (Lucas, 2017), mejore su acceso al capital financiero (Kanapathipillai & Ferdous, 2019), incremente sus conocimientos y habilidades (Rose et al., 2006), y pueda plantear soluciones más creativas a los problemas (Oghuvwu & Okuwhere, 2018).

El éxito empresarial depende de la dotación de capital humano del propietario de la empresa, de modo que la educación, a través de su contribución a la acumulación de este capital, también eleva de manera eficaz el desempeño de la empresa (Marimuthu et al., 2009). En tal sentido, Robb y Fairlie (2009) señalan que aquellos propietarios que culminaron estudios de posgrado tienen una mayor probabilidad de lograr negocios aún más exitosos. Sin embargo, según Colombo y Grilli (2005), la educación superior recibida por el propietario en los campos económicos y gerenciales, más que en otros campos, son las que influyen más eficazmente al crecimiento de las empresas, en especial de aquellas de alta tecnología.

A su vez, la educación informal o adicional, en la forma de cursos y capacitaciones, también tienen efectos positivos e importantes en el éxito empresarial (Janeska-Iliev & Debarliev, 2015).

Entre las investigaciones empíricas que arrojan la existencia de una relación positiva entre la educación y el éxito empresarial, figuran: Pramono et al. (2021) para Indonesia; Maireva y Magomana (2021) para Zimbabwe; Boakye et al. (2018) para Ghana; Alam et al. (2016) para Malasia; Lucas (2017) para Kenya; Radipere y Dhliwayo (2014) para Sudáfrica; Akinyemi et al. (2017) y Aworemi et al. (2010) para Nigeria; Santarelli y Tran (2013) para Vietnam; Chowdhury et al. (2013) para Bangladesh; Kamitewoko (2013), Fairle y Robb (2009) para EE.UU.; y Samout y Bousabous (2016) para Túnez.

2.4. Salud

El factor salud también es una de las fuentes de acumulación del capital humano y, dado que el capital humano es una variable que contribuye al éxito empresarial, el estado de salud del empresario condiciona el logro del éxito mediante este capital (Hatak & Zhou, 2019). Asimismo, debido a que el éxito empresarial depende también de la productividad laboral del empresario, el estado de salud de éste condiciona el beneficio o ganancia empresarial mediante la influencia en su productividad (O'Donnell, 2000). En tal sentido, un estudio efectuado por Rietveld et al. (2016) para un grupo de

cuatro países de la Cuenca del Caribe halló que los empresarios no sólo gozaban en promedio de un mejor estado de salud que los trabajadores asalariados, sino que los más saludables dirigían las compañías de mayor crecimiento. También una investigación efectuada por Nikolova et al. (2012) para un grupo de países miembros del Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (EBRD), encontró que aquellos emprendedores que consideraban tener un buen estado de salud presentaban una mayor probabilidad de éxito.

2.5. Estado civil

Un empresario casado incrementa su probabilidad de alcanzar el éxito debido a que la pareja puede servir de apoyo efectivo. Bajo esta premisa, se puede citar el trabajo para Jamaica de Honig (1998), quien halló una relación positiva entre la probabilidad de obtener una mayor ganancia mensual de la empresa y el estado civil de casado o alguna vez casado. Un resultado similar fue encontrado por Kara et al. (2010) para Turquía y Aladejebi (2020) para Nigeria.

Sin embargo, la tenencia de una pareja conyugal no necesariamente implica una mayor probabilidad de éxito empresarial. Así, Martey et al. (2013), en un estudio efectuado para Ghana, encontraron que las personas casadas alcanzaban un menor éxito. Los autores argumentan que los empresarios casados, a diferencia de los no casados, incurrían en altos gastos conyugales. En el mismo sentido, el estudio efectuado por Loscocco et al. (1991) para EE.UU. encontró que las mujeres casadas reducían su posibilidad de éxito empresarial.

2.6. Hijos

La presencia de hijos menores en el hogar, si bien implica necesariamente la asignación de recursos (monetarios, tiempo) hacia ellos, también puede ser un factor motivador o de presión para un mayor esfuerzo y el logro del éxito empresarial. En este sentido, el estudio de Justo (2008) encuentra una relación positiva entre el número de hijos dependientes y el desempeño empresarial.

2.7. Redes sociales

Las relaciones sociales influyen en el desempeño empresarial (Nguyen, 2016), porque puede permitir acceder a los recursos necesarios en general (Jenssen & Greve, 2002) y a los conocimientos y las personas relevantes para el logro del éxito (Baron & Markman, 2003). En esa misma línea, Jekwu et al. (2017), señalan que las redes sociales actúan como un apoyo muy importante para el éxito empresarial. Omri et al. (2015) sostienen que las redes sociales influyen sobre el éxito empresarial de manera directa, pero también indirectamente mediante el canal de la innovación empresarial.

En un estudio efectuado para las mujeres empresarias en Malasia, Alam et al. (2011) hallaron que las redes sociales tenían influencia en el éxito empresarial. Los autores señalan que los lazos sociales permiten a las mujeres generar ideas que coadyuvan al crecimiento de sus negocios. Kinyau y Namusonge (2015), Hameed et al. (2020) y Schroder et al. (2021), también llegaron a determinar que las redes sociales impactaban positivamente en el desempeño de los negocios.

2.8. Etnia

El aspecto étnico del emprendedor también es muy importante en la determinación de éxito empresarial (Singh et al., 2013; Kiggundu, 2002). En un estudio hecho en EE.UU. por Fairle y Robb (2009), se encontró que los propietarios de negocios de raza negra tenían menor probabilidad de éxito respecto a la población blanca en los tres indicadores de éxito utilizados: beneficio, empleo y ventas.

2.9. Experiencia laboral

Se considera que la experiencia laboral en el campo empresarial y el talento del emprendedor son importantes determinantes del desempeño de la empresa; pero que la primera es más importante que la

segunda en el marco en que el mercado y las tecnologías que utilizan las empresas son familiares (Eesley & Roberts, 2012). Dado que el éxito de las empresas también depende estrechamente de la productividad, la experiencia coadyuva al éxito empresarial mediante su efecto en dicha productividad (Siriwardana & Jayawardena, 2015). Sin embargo, no todas las experiencias laborales tienen relevancia para el éxito empresarial. En el caso de las empresas nuevas es más importante la experiencia acumulada en el mismo sector industrial que en otro sector (Colombo & Grilli, 2005; Santarelli & Tran, 2013; Isaga, 2015).

En la medida que aumenta la experiencia empresarial la probabilidad del éxito es mayor, pero el incremento se da a un ritmo decreciente, tal como muestra el estudio de Honig (1998) para Jamaica. Así, el resultado econométrico del citado estudio arroja que, en la generación de la ganancia mensual, la variable años de experiencia empresarial arroja un signo positivo, pero la experiencia elevada al cuadrado, un signo negativo.

Entre los estudios empíricos relevantes que hallaron una relación en sentido positivo entre la experiencia y el éxito empresarial destacan: Alene (2020), Dzingirai (2020), Soomro et al. (2019), Pinho y Sampaio de Sá (2014), Genty et al. (2015), Rose et al. (2006), Kamunge et al. (2014), Mothibi (2015), y Samout y Bousabous (2016).

Las investigaciones empíricas usualmente señalan que la experiencia influye positivamente en el logro del éxito empresarial. Pero también existen algunas investigaciones que muestran un efecto nulo; tal es caso del trabajo efectuado por Amarteifio y Agbeblewu (2017) para una Metrópoli de Ghana, en la que se halló que la experiencia empresarial de los propietarios no tenía ninguna importancia para el buen desempeño de la empresa.

2.10. Perseverancia empresarial

El éxito empresarial es endógeno a la dedicación y el esfuerzo continuo que realiza el empresario. Así, un estudio efectuado por Peris, Rueda y Galindo (2011) para España, encontró que una de las características de los emprendedores que posibilitaban el éxito empresarial era la perseverancia y la determinación personal. En ese mismo sentido, Muslim et al. (2011) llegaron a puntualizar que la determinación y lucha del empresario tendría a traducirse en un desempeño exitoso de la empresa.

2.11. Internet

La tecnología de la información y comunicación (TIC) se ha convertido en una gran herramienta estratégica que influye en la generación del éxito empresarial mediante su efecto directo en la competitividad de la empresa, siendo el internet el componente más importante (Bernal & Rodríguez, 2019).

En un estudio efectuado para Malasia, Moorthy, et al. (2012) hallaron que la TIC tenía una influencia positiva y significativa en el desempeño de las empresas. Los autores argumentan que dicho instrumento eleva el rendimiento de una empresa porque ayuda almacenar la información y mejorar la comunicación en el proceso de sus relaciones comerciales. Asimismo, Radzi et al. (2017), en un estudio también ejecutado para Malasia, encontraron que la TIC era muy importante para el éxito empresarial, destacando en ella el uso del internet para el monitoreo del mercado. Dichos autores enfatizan que el uso del internet afecta positivamente a la rentabilidad de las empresas, porque permite extender el mercado además de conseguir proveedores más competitivos. Un resultado similar fue hallado por Halabí y Lussier (2014), Gustina et al. (2020) y Momen et al. (2020).

2.12. Tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa también condiciona el logro del éxito empresarial, tal que la probabilidad del éxito aumenta en tanto sea más grande dicho tamaño. Ello debido a que las empresas de mayor tamaño

incrementan su capacidad de negociación en el mercado, además de que pueden acceder con mayor facilidad a los recursos estratégicos (Félix & David, 2019).

Una de las formas de representar el tamaño de la empresa es mediante el número de trabajadores. En tal sentido, Thapa et al. (2008) encontraron una relación positiva entre el número de trabajadores y el éxito de los emprendimientos callejeros en la India. Un resultado similar fue hallado por Martey et al. (2013) para Ghana. Asimismo, los estudios de Hoang y Linh (2020) y Rafiki (2020) llegaron a determinar la existencia de una relación positiva y significativa entre el tamaño de la empresa y el crecimiento y rentabilidad empresarial.

2.13. Gestión contable

El éxito de una empresa guarda correlación con una gestión ordenada y eficiente, lo que involucra el mantenimiento de registros y controles financieros (Marom & Lussier, 2014). En ese sentido, una buena administración de los registros contables y financieros por parte de la empresa coadyuva al logro del éxito, tal como lo muestra el estudio efectuado por Halabí y Lussier (2014) e Intanon et al. (2019).

2.14. Región

Una adecuada localización geográfica de una empresa contribuye a la obtención del éxito (Indarti, 2004), de modo que las regiones naturales que brindan los mejores entornos comerciales permiten alcanzar las mayores rentabilidades (Farole et al., 2017). Según el estudio efectuado por Falck (2007) para Alemania, el desempeño empresarial está condicionado fundamentalmente por el factor regional y, secundariamente por las características de la empresa.

2.15. Zona

La localización zonal también condiciona el comportamiento y desempeño de las empresas (Stough et al., 2015), tal que las empresas que residen y operan en las zonas urbanas presentan mayores posibilidades de éxito. Por ejemplo, Fairle y Robb (2009) y Robb y Fairle (2009), hallaron para EE.UU. que las probabilidades de alcanzar mayores ganancias y ventas eran mayores para aquellas empresas ubicadas en las zonas urbanas. Un resultado similar fue encontrado por Laki y Szalai (2006) para Hungría y Gustina et al. (2020) para Indonesia.

Según el género del empresario, la mayor probabilidad de éxito de las empresas ubicadas en las zonas urbanas y, por ende, la menor probabilidad de éxito de aquellas ubicadas en las zonas rurales, se debería, según el estudio de Merrett y Gruidl (2000) para EE.UU., al hecho de que las emprendedoras de las zonas rurales enfrentan más obstáculos que los emprendedores de las zonas urbanas.

3. El modelo

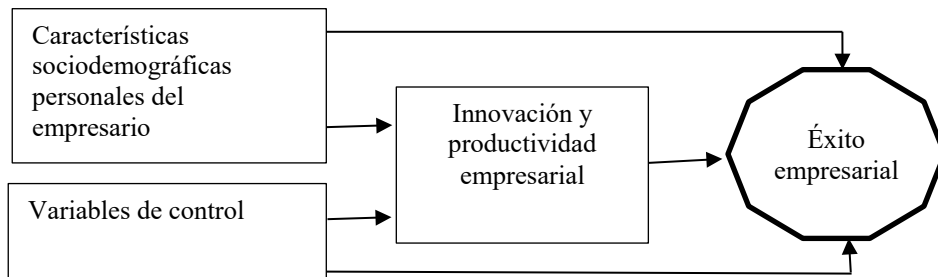
Sobre la base de lo expuesto en la revisión de la literatura internacional y en la línea del modelo empírico elaborado por Sajilan et al. (2015) y Adamu et al. (2019), se formula un modelo que relaciona las características sociodemográficas personales del propietario de la empresa con el logro del éxito empresarial.

Según el modelo empírico de la Figura 1, las características sociodemográficas del empresario influyen sobre el éxito empresarial mediante dos canales: directo e indirecto. Adicional al canal directo, el canal indirecto se produce a través de la innovación (Omri et al., 2015) y la productividad (Siriwardana & Jayawardana, 2015), debido a que los aspectos sociodemográficos también determinan la capacidad de innovar y el desempeño eficiente del empresario, y mediante ella el logro del éxito. Asimismo, en la medida en que el éxito también es condicionado por las características

correspondientes a la empresa y el entorno externo, estos elementos se consideran como variables de control. Así, el modelo estructural en su forma reducida toma la siguiente expresión:

$$\text{Éxito empresarial} = f(X_i, Z_i)$$

Figura 1. Influencia de los factores sociodemográficos personales en la consecución del éxito empresarial.



Fuente: Elaboración propia.

Es decir, en última instancia, el éxito empresarial depende de las características sociodemográficas personales del empresario (X_i) y de las variables de control (Z_i).

4. Aspectos metodológicos

Teniendo en cuenta lo desarrollado en el capítulo de revisión de literatura y la lógica del modelo empírico formulado, en forma similar que Honig (1998), Martey et al. (2013), Soomro et al. (2019), Aworemi et al. (2010), entre otros, se efectúan regresiones econométricas de un modelo, en el que la variable dependiente de éxito empresarial es representada mediante el ingreso monetario (ganancia), en tanto que las variables independientes incluyen las características sociodemográficas. Específicamente se realiza la regresión con el siguiente modelo econométrico:

$$Y = a_0 + b_i \cdot X_i + c_j \cdot Z_j + u \quad [1]$$

donde Y = variable dependiente de éxito empresarial individual; X_i = variables independientes que comprenden a las características sociodemográficas individuales correspondientes al empresario; Z_j = variables de control; b_i y c_j = estimadores; a_0 = intercepto y; u = error. En la Tabla 1 se especifican y operacionalizan las variables del modelo.

En forma similar que Lucas (2017) y Essel et al. (2019), se utiliza como indicador de éxito empresarial el logaritmo del ingreso monetario (ganancia) percibido por el propietario de la empresa o negocio.

Las regresiones econométricas son efectuadas utilizando el método de los Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). Este método permite estimar el valor de los parámetros que corresponden a las variables independientes del modelo. El método de los MCO consiste en una regresión lineal que minimiza la suma de los errores al cuadrado entre los datos observados y los estimados. Si las variables independientes no muestran correlación entre ellas (no hay problemas de multicolinealidad), y si los errores o residuos tienen una varianza constante (no hay problemas de heterocedasticidad) y una distribución normal, entonces los parámetros estimados son insesgados, eficientes y robustos (Wooldridge, 2015).

El signo y el valor de los parámetros estimados permiten especificar el sentido y la magnitud en el que las variables independientes o explicativas (factores sociodemográficos personales) determinan el valor de la variable dependiente (ganancia empresarial). Adicionalmente, el valor del estadístico t calculado y el valor probabilístico del mismo, posibilita conocer si los parámetros estimados correspondientes a las variables explicativas son o no son estadísticamente significativos.

Tabla 1. Especificación y operacionalización de las variables.

Variab les	Definición/medición
Variable dependiente (Y)	
Éxito empresarial	Logaritmo del ingreso monetario (ganancia) mensual percibido por negocio o servicio de aquel que reporta ser empleador o patrono en su ocupación principal.
Variab les independientes: características sociodemográficas personales (Xi)	
Género	Variable dicotómica: 0= propietaria femenina de una empresa, 1= propietario masculino de una empresa.
Edad	Edad del empresario, en años.
Edad al cuadrado	Se incluye esta variable con la finalidad de evaluar si una mayor edad del empresario condiciona al logro de éxito a un ritmo decreciente, constante o creciente.
Educación	Nivel de educación alcanzada por el empresario: cantidad de años de educación formal recibida.
Salud	Variable dicotómica: 0= si no padece de alguna enfermedad o malestar crónico, 1= si padece.
Estado civil	Variable dicotómica: 0= soltero o divorciado, 1=casado o conviviente.
Hijos	Número de hijos menores de 18 años en el hogar.
Redes sociales	Variable dicotómica: 0= el empresario no es miembro de alguna organización social, 1= es miembro.
Etnia	Autopercepción étnica del empresario: 0=quehua, aymara, nativo de la amazonía, negro, mulato; 1=blanco, mestizo.
Experiencia laboral	Cantidad de años de trabajo como empresario.
Experiencia laboral al cuadrado	Se incluye esta variable con la finalidad de determinar si una mayor cantidad de años de experiencia laboral en el campo empresarial influye sobre el éxito a un ritmo decreciente, constante o creciente.
Perseverancia empresarial	Variable dicotómica: 0= desea otro trabajo e hizo algo para buscarlo; 1= no desea otro trabajo y no hizo nada para cambiar su trabajo actual.
Internet	Frecuencia de uso de internet. Toma los siguientes valores continuos: 1=no utiliza, 2= utiliza cada dos meses o más, 3= utiliza una vez al mes, 4= utiliza una vez a la semana, 5= utiliza una vez al día.
Variab les de control (Zi)	
Tamaño de la empresa	Número de personas que trabajan en la empresa. Toma los siguientes valores continuos: 1= hasta 20 personas, 2= de 21 a 50 personas, 3= de 51 a 100 personas, 4= de 101 a 500 personas, 5=más de 500 personas.
Gestión contable	Variable dicotómica: 0= el negocio o empresa no lleva las cuentas por medio de libros de ingresos y gastos o sistemas contables, 1= el negocio o empresa lleva las cuentas por medio de libros de ingresos y gastos o sistemas contables.

Región	Región natural de residencia: 0 = sierra o selva, 1= costa.
Zona	Zona geográfica de residencia: 0 = rural, 1= urbana.

Fuente: Elaboración propia.

Las informaciones estadísticas necesarias para las regresiones fueron recabadas y generadas, en su totalidad, a partir de la base de datos de la Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza (ENAH) del año 2018 (INEI, 2019a). La ENAH es ejecutada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), de manera continua a nivel nacional desde el año 2003 y, contiene una amplia información sobre aspectos sociales, demográficos, económicos y empresariales de los individuos miembros de un hogar.

El universo de estudio de la ENAH comprende a todas las viviendas particulares y sus ocupantes residentes en Perú. El tamaño muestral de la ENAH 2018 fue de 39820 viviendas particulares, comprendiendo 24308 y 15512 viviendas del área urbana y rural respectivamente (INEI, 2019a). Así, para fines de esta investigación se consideró como empresario a aquel miembro de un hogar que manifestó tener como ocupación principal el de un empleador o patrono (Módulo 500, pregunta 507). A su vez se tomó como indicador de éxito empresarial el valor del ingreso (ganancia) percibido por negocio o servicio en su ocupación principal (Módulo 500, pregunta 511). De esa manera, efectuadas las filtraciones correspondientes, se llegó a especificar una muestra limpia y consistente de 2691 observaciones, siendo ésta la cantidad de individuos miembros de un hogar (empresarios o negociantes) objeto de estudio de la presente investigación.

Una vez elaborada la serie estadística de todas las variables involucradas en la ecuación planteada, se procedió a ejecutar las regresiones econométricas correspondientes, utilizando para ello el programa estadístico Stata 14. Posteriormente, con la finalidad de evaluar la consistencia de los resultados hallados (parámetros estimados), se aplicaron los tests o pruebas de heterocedasticidad, multicolinealidad y la distribución de residuos. Dada la presencia inicial de heterocedasticidad, las estimaciones fueron ejecutadas utilizando los errores estándar robustos de White (Hayes & Cai, 2007).

5. Resultados

En la Tabla 2 se muestran los resultados de las estimaciones efectuadas. El modelo 1 corresponde a la regresión que tomó en cuenta todas las variables contenidas en la Tabla 1. En ella se observa que las variables de género, la edad, la educación, el estado civil, el número de hijos y la intensidad en el uso del internet son estadísticamente significativos con un 1% de margen de error; en tanto que la pertenencia a alguna red social, la autopercepción étnica y la perseverancia empresarial lo es pero al 10% de error. La salud y la experiencia laboral no presentan significancia estadística. En relación a las variables de control, el tamaño de la empresa es estadísticamente significativo con 5% de margen de error, mientras que la práctica contable en la empresa, la localización regional y zonal lo son con un 1% de error.

Debido a que el modelo 1 presentó un ligero problema de no normalidad en la distribución de los residuos, se efectuó una segunda regresión (modelo 2) excluyendo aquellas variables que generaban dicho problema. Así, el resultado del modelo 2 muestra una mayor robustez y consistencia.

Según los resultados del modelo 2, las variables sociodemográficas altamente significativas son la edad, el estado civil, el número de hijos y la autopercepción étnica. Asimismo, el género y la salud también son estadísticamente significativos, pero con un 10% de error. A su vez, las variables de control consideradas también resultan ser estadísticamente significativas con un 1% de margen de error.

Tabla 2. Determinantes del éxito empresarial.

VARIABLES	Modelo 1	Modelo 2
Características sociodemográficas personales		
Género	-0.095276***	-0.054127*
Edad	0.023874***	0.027845***
Edad al cuadrado	-0.000154**	-0.000250***
Educación	0.048662***	
Salud	0.026609	0.048407*
Estado civil	-0.134751***	-0.153345***
Hijos	-0.148402***	-0.144551***
Redes Sociales	0.049564*	
Etnia	0.048361*	0.146316***
Experiencia laboral	0.001569	-0.003331
Experiencia laboral al cuadrado	-3.99E-05	-6.51E-05
Perseverancia empresarial	0.126115*	-0.034455
Internet	0.230911***	
Variables de control		
Tamaño de la empresa	5.41E-05**	6.65E-05***
Gestión contable	0.366913***	0.747541***
Región	0.099504***	0.214988***
Zona	0.390086***	
Intercepto	7.897707***	8.771768***
R al cuadrado	41,4%	26,2%
R al cuadrado ajustado	41,0%	25,8%
F	111.133	73.05287
Prob. F	0.0000	0.00000
Observaciones	2691	2691

* p< 0,10; ** p< 0,05; *** p < 0,01

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la ENAHO 2018.

En el modelo 2, las variables significativas muestran el mismo signo que el modelo 1, siendo la excepción la perseverancia empresarial que cambia de signo pero que se torna en estadísticamente no significativo. A su vez, dado que el modelo 2 es el más robusto y consistente, la significancia estadística hallada en el modelo 1 para las variables educación, redes sociales e internet, debe ser tomada con ciertas reservas.

En relación a las pruebas de consistencia de los resultados econométricos obtenidos, se debe reiterar que las regresiones iniciales efectuadas presentaron el problema de heterocedasticidad, por lo que las regresiones finales se ejecutaron utilizando los errores estándar robustos de White, transformándose de esa manera a los estadísticos t y F estimados en robustos a la heterocedasticidad.

Las regresiones no presentan problemas de multicolinealidad por lo que las variables explicativas del modelo no están relacionadas entre sí. Tal como se puede observar en la Tabla 3, a excepción de la variable edad, el factor de inflación de la varianza (VIF) es menor a 10 para el resto de las variables independientes consideradas en el estudio. En el caso de la edad y la edad elevada al cuadrado, un VIF alto no representa un problema de multicolinealidad para el modelo, debido a que el segundo es igual al primero elevado al cuadrado, de modo que es esperable que exista una relación entre ambas variables. En el mismo sentido, tampoco debe sorprender haber hallado un VIF cercano a 10 para las variables experiencia laboral y la experiencia laboral elevada al cuadrado.

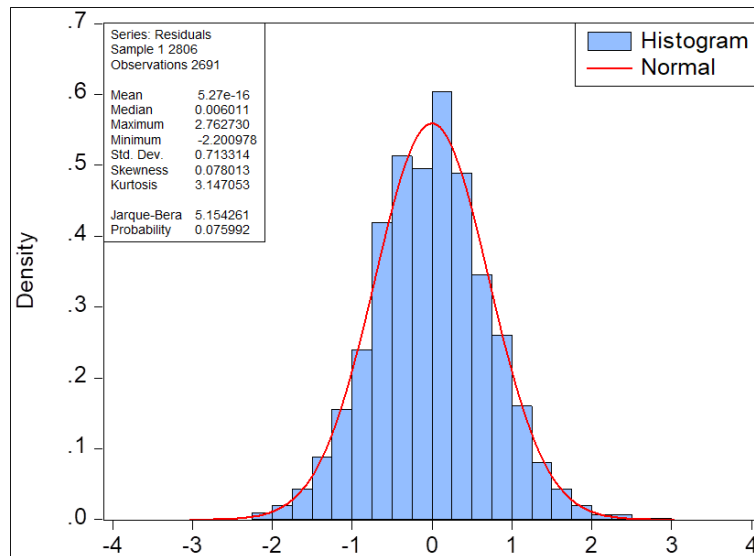
Tabla 3. Prueba de multicolinealidad: Factor de inflación de varianzas.

Variabes	Coefficient Variance	Centered VIF
Género	0.000803	1.157618
Edad	3.89E-05	47.10416
Edad al cuadrado	3.68E-09	49.14435
Educación	1.39E-05	1.773746
Salud	0.000695	1.159605
Estado Civil	0.000869	1.141431
Hijos	0.000122	1.219950
Redes sociales	0.000699	1.179061
Etnia	0.000714	1.121667
Experiencia laboral	8.58E-06	9.159982
Experiencia laboral al cuadrado	4.13E-09	9.462369
Perseverancia empresarial	0.004393	1.020572
Internet	0.001041	1.749621
Tamaño de la empresa	6.05E-10	1.026984
Gestión contable	0.000949	1.320680
Región	0.000795	1.166387
Zona	0.001388	1.584401

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la ENAHO 2018.

La prueba de normalidad indica que los residuos siguen una distribución normal de modo que el modelo final tiene una buena bondad de ajuste. Tal como se puede observar en las informaciones contenidas en la Figura 2, el estadístico Jarque-Bera es menor a 5.9, lo que indica que los residuos están distribuidos normalmente.

Figura 2. Prueba de la bondad de ajuste.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la ENAHO 2018.

6. Discusión de resultados

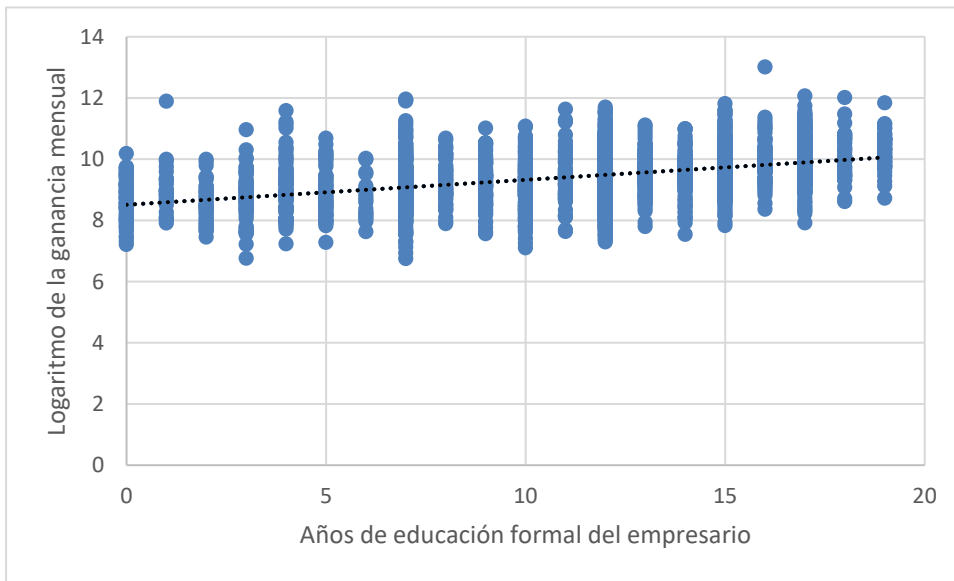
A continuación, se efectúa el análisis de los resultados hallados. No se desarrolla el caso de la experiencia laboral porque esta variable no es estadísticamente significativa.

Referido al caso de género, en forma similar que lo encontrado por el estudio de Chirwa (2008) para Malawi, la presente investigación indica que esta variable tiene influencia en la consecución del éxito empresarial: las empresas cuyos propietarios son mujeres tienden a mostrar un mejor desempeño que aquellas cuyos propietarios son varones. La mayor probabilidad de éxito de las mujeres se basaría en que ellas implementan rasgos masculinos en su proceso de emprendimiento (Moudry & Thaichon, 2020) y que muestran un exceso de confianza y optimismo en comparación a los varones (Fatma et al., 2021). Este resultado guarda cierta concordancia con el hecho de que en Perú se está observando una creciente incorporación de las mujeres al mercado laboral, además de un mayor liderazgo no sólo en el campo económico, sino inclusive en el aspecto político y la conducción de los principales poderes del estado. Así, en el año 1993 la Población Económicamente Activa (PEA) femenina en Perú representaba el 29,6% de la PEA total, luego este porcentaje aumentó paulatinamente hasta 44,5% en 2018, llegando inclusive a 46,5% en enero del año 2020 en Lima Metropolitana, que es la capital del Perú (INEI, 2020a). Asimismo, en el año 2020, a la cabeza de la administración del Poder Judicial, del Poder Legislativo, del Tribunal Constitucional, del Poder Ejecutivo en el cargo de Primer Ministro, de la Fiscalía de la Nación, entre otros, se colocaron personas del sexo femenino (Gobierno del Perú, 2020).

El hecho de que el parámetro estimado para la variable edad arroje un signo positivo, en tanto que para la edad al cuadrado un signo negativo, indica que el éxito empresarial está relacionado con la edad en un sentido directo pero decreciente; es decir, en la medida en que aumenta la edad del propietario de la empresa también aumenta la ganancia, pero a un ritmo decreciente. Un resultado similar también fue obtenido por Akinyemi et al. (2017) para Nigeria, Millán et al. (2014) para la Unión Europea y Alvarado et al. (2018) para México; donde las regresiones econométricas efectuadas, arrojaron un signo positivo y negativo para la edad y la edad elevada al cuadrado respectivamente.

El nivel de educación alcanzado por el propietario de la empresa pareciera que impacta positivamente en la consecución del éxito empresarial: a mayor educación le corresponde una mayor ganancia, tal como se puede visualizar inclusive en la Figura 3.

Figura 3. Relación entre la educación alcanzada y la ganancia empresarial.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la ENAHO 2018.

Tener un mayor nivel de educación le permite al empresario elevar su productividad, tener el acceso a mayor información y recursos necesarios, por ende, disponer de un mayor stock de capital humano conducente al uso más eficiente de los factores productivos. La influencia positiva de la educación sobre el éxito empresarial también fue especificada por otros estudios relevantes, como son: Boakye et al. (2018) para Ghana; Alam et al. (2016) para Malasia; Khan et al. (2021) y Soomro et al. (2019) para Pakistán y Lucas (2017) para Kenya.

La regresión indica la existencia de una relación positiva entre los empresarios que no padecen alguna enfermedad crónica y el nivel de ganancia o ingreso percibido. Dicha relación encontrada es la esperada no sólo por el hecho de que la salud condiciona a la acumulación del capital humano sino, que como señala O'Donnell (2000), es un factor muy importante en la determinación de la productividad del empresario.

El estado civil del propietario de la empresa también tiene influencia sobre el éxito empresarial. Las personas solteras o divorciadas (sin cónyuge) presentan más posibilidades de éxito que aquellas que están en la condición de casadas o convivientes. La tenencia de un cónyuge no afecta necesariamente de manera positiva a la consecución del éxito empresarial, lo que puede obedecer, como señala el estudio empírico de Martey et al. (2013) para Ghana, al mayor gasto conyugal que ello implica. A su vez, la presencia de un cónyuge puede ser un elemento que disminuya la posibilidad de lograr el éxito empresarial si la relación no es la adecuada y está rodeada de prácticas de violencia conyugal, el mismo que en Perú presenta una alta y creciente tasa. Así, por un lado, según un estudio efectuado por Bott et al. (2014) para un grupo de países representativos de América Latina, se halló que Perú ocupaba el segundo lugar en la tasa de violencia física por parte de un esposo/compañero contra la mujer; por otro lado, según el INEI (2020b), los casos de violencia familiar mostraban una tendencia hacia un acelerado crecimiento tal que logró duplicarse de 137742 casos reportados en el año 2015 a 276322 en 2019.

Este estudio arroja la existencia de una relación inversa entre el número de hijos dependientes y el éxito empresarial. Si bien la presencia de los hijos puede significar un elemento de motivación, presión y ayuda para el logro de un buen desempeño empresarial tal como encontró el trabajo de Justo (2008) para España, también puede afectar negativamente la consecución del éxito empresarial, en tanto que un mayor número de hijos implique un mayor gasto en su manutención y una mayor asignación de

tiempo o recursos a su tutoría y cuidado. Adicionalmente, la presencia y ayuda que podrían brindar los hijos en el negocio familiar no sería necesariamente la adecuada en la medida en que reine la violencia en la relación entre los padres y los hijos. Al respecto, el INEI (2020c) reporta que la tasa de violencia familiar contra los niños y jóvenes en Perú es alta. Así, al año 2019, el 68,9% de los niños y niñas de 9 a 11 años manifestaron haber sufrido alguna vez violencia física y/o psicológica en el hogar; en el caso de los adolescentes de 12 a 17 años el porcentaje fue de 78%.

La pertenencia del empresario a alguna institución u organización social parece que influye de modo positivo al logro del éxito empresarial. Así, las redes sociales contribuirían al éxito en la medida en que permiten: generar y ampliar oportunidades, acceder a recursos e informaciones relevantes, disponer del apoyo necesario, fortalecer las relaciones personales y comerciales. En tal sentido, los resultados en este estudio se asemejan a los obtenidos por Alam et al. (2011) para Malasia y por Kinyau y Namusonge (2015) para Kenya.

La autopercepción étnica tiene influencias en el éxito empresarial. Aquellos empresarios que se perciben como blancos o mestizos alcanzan mayores niveles de éxito empresarial que aquellos que se perciben como indígenas, negros o mulatos. Este resultado está relacionado, de alguna manera, con el fenómeno de la notoria discriminación étnica y racial existente en Perú, no solo en el campo empresarial, sino también en el campo social, del empleo, la salud y la educación (Santos, 2014). Esta diferencia étnica en el éxito empresarial queda también reflejada en el campo del ingreso laboral. Por ejemplo, en el año 2018, el ingreso promedio mensual proveniente del trabajo percibido por la población mestiza (1573 soles o 414 dólares americanos) fue mayor que el percibido por los indígenas (302 dólares) o los negros, mulatos y zambos (289 dólares) (INEI, 2019b). Así, el resultado de este estudio se asemeja a lo encontrado por Fairle y Robb (2009) para EE.UU., donde se llegó a determinar que los propietarios de negocios de raza blanca presentaban una mayor probabilidad de éxito que aquellos de raza negra.

Aquellos individuos que permanecen y perseveran en su empresa o negocio tienden a presentar un mayor nivel de éxito que aquellos que desean otro trabajo y lo buscan. Así en el sentido hallado por Peris et al. (2011) para España, los propietarios que perseveran en su empresa tienden a alcanzar el éxito correspondiente.

Parece existir una relación directa entre la intensidad en el uso del servicio de internet y el éxito empresarial: los propietarios que utilizan más veces el servicio de internet tienden a alcanzar un mayor éxito empresarial. Así, de manera similar que los estudios efectuados por Moorthy et al. (2012) para Malasia, Halabí y Lussier (2014) para Chile y Gnounfougou y Niu (2021) para Togo, la tecnología de la información y comunicación asociada a internet, en la medida en que afecta positivamente la productividad y permite almacenar información y mejorar la comunicación comercial, coadyuva con eficacia a elevar la rentabilidad de la empresa y generar un mayor ingreso o ganancia.

Las variables correspondientes a la empresa y la localización geográfica (consideradas en la condición de variables de control), también tienden a mostrar influencias en la consecución del éxito empresarial.

De manera similar que lo hallado por Thapa et al. (2008) para la India y Martey et al. (2013) para Ghana, las estimaciones efectuadas señalan que las empresas tienden a alcanzar un mayor nivel de éxito en la medida en que sea mayor su tamaño. Ello quiere decir que los propietarios de las empresas de mayor tamaño perciben un mayor ingreso que aquellas cuyo tamaño es menor. Este resultado guarda concordancia con el hecho de que a un mayor tamaño de la empresa también se tiene un mayor ingreso salarial. Así, por ejemplo, en el año 2018, el ingreso promedio mensual proveniente del trabajo en las empresas con 1 a 10 trabajadores fue igual a 268 dólares, en tanto que en aquellas con 51 trabajadores y más, el monto fue 644 dólares (INEI, 2019b).

El uso de sistemas contables coadyuva al logro del éxito empresarial, de modo que las empresas que utilizan registros de contabilidad formal presentan un mayor nivel de éxito que aquellas que no lo

hacen. El efecto positivo de los registros contables se produce por el hecho de que tales prácticas empresariales permiten elevar el orden y la eficiencia en la gestión de la empresa. En este sentido, tal como halló el estudio de Halabí y Lussier (2014) para Chile y Abebaw et al. (2018) para Etiopía, un manejo adecuado de los registros contables y financieros contribuyen a elevar el desempeño exitoso de las empresas.

Los empresarios que residen y operan en la región natural de la costa presentan mayores posibilidades de éxito que aquellos que residen en la sierra o selva. Por su ubicación en el litoral marítimo, la región de la costa brinda una mayor facilidad de comunicación y acceso al comercio exterior, generando así mayores oportunidades comerciales y un contexto más favorable para la creación y crecimiento de los negocios. Esta ventaja de la costa sobre la sierra y la selva también queda reflejada en las diferencias del ingreso laboral: en el año 2019, el ingreso real promedio per cápita mensual en la costa fue igual a 319 dólares, en tanto que en la sierra y la selva 221 y 196 dólares respectivamente (INEI, 2020d).

La zona de residencia y operación del propietario de la empresa también parece tener cierta influencia en la consecución del éxito empresarial: los que residen en las áreas urbanas muestran mayores niveles de éxito que aquellos que residen en las áreas rurales. El efecto positivo de las zonas urbanas podría estar relacionado básicamente al fenómeno de la economía de escala y la economía de la aglomeración. De ahí, en concordancia con ello, inclusive el nivel de ingreso promedio mensual per cápita en la zona urbana (308 dólares) sea mucho mayor que en la zona rural (140 dólares) (INEI, 2020d).

7. Conclusiones

El logro del éxito empresarial depende de factores personales correspondientes al empresario, las características de la empresa y del entorno externo. Entre los factores personales destacan los aspectos sociodemográficos. Así, las variables de orden sociodemográfico individual que condicionan la posibilidad de obtener el éxito empresarial son el género, la edad, la educación alcanzada, el estado de salud, el estado civil, el número de hijos, la pertenencia a una red social, la autopercepción étnica, la perseverancia empresarial y el uso del servicio de internet. En tal sentido, los propietarios de empresa que tienen una mayor posibilidad de alcanzar un mayor nivel de éxito empresarial son aquellos que pertenecen al sexo femenino, tienen más años de edad, poseen más años de educación formal, no padecen enfermedades crónicas, son solteros o divorciados, tienen una menor cantidad de hijos menores a 18 años, son miembros de alguna organización social, se autoperciben como blancos o mestizos, muestran perseverancia en la gestión de su empresa y utilizan con mayor intensidad el servicio de internet.

Las variables correspondientes a la empresa o el contexto de localización también muestran tener efecto en el logro del éxito empresarial. El éxito es mayor en la medida en que sea mayor el tamaño de la empresa, se utilicen sistemas contables en la gestión, se resida y opere en la región natural de la costa y en la zona urbana.

El conjunto de variables sociodemográficos individuales y de control consideradas en este estudio estuvo condicionado por la información disponible sobre los mismos en la ENAHO 2018. Por ende, con la finalidad de profundizar el conocimiento sobre el éxito empresarial en Perú, y en la medida en que se cuente con la información correspondiente, se recomienda efectuar investigaciones econométricas incluyendo variables explicativas adicionales referidas a los aspectos psicológicos del empresario, las características financieras y tecnológicas de la empresa, y el entorno externo.

Financiación

Este estudio ha sido posible gracias al apoyo financiero del VRIP - Universidad Nacional Mayor de San Marcos, bajo el proyecto No. D20121511 del Programa “Proyectos de investigación para grupos de investigación 2020”.

Referencias

- Abdulwahab, M.H., & Al-Damen, R.A. (2015). The impact of entrepreneurs characteristics on small business success at medical instruments supplies organizations in Jordan. *International Journal of Business and Social Science*, 6 (8), 164-175.
- Abebaw, W.K., Mulate, S., & Nigussie, L. (2018). Factors affecting the performance of micro and small scale enterprises: Experience from North Shewa Zone, Ethiopia. *Journal of Investment Management*, 7(2), 70-76.
- Adamu, A.A., Wan, C., & Gorondutse, A.H. (2019). Determinants of sustainable performance of SMEs: a proposed framework. *International Journal of Research and Scientific Innovation*, 6(6), 182-188.
- Akinyemi, F.O., Alarape, A.A., & Erinfolami, T.P. (2017). The impact of socio-demographic factors on performance of small and medium enterprises in Lagos State, Nigeria. *Ife Research Publications in Geography*, 15, 107-115.
- Alene, E.T. (2020). Determinants that influence the performance of women entrepreneurs in micro and small enterprises in Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(24), 1-20. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-00132-6>
- Aladejebi, O. (2020). Copreneurs: The impact of spousal relationships on business success in Nigeria. *Archives of Business Research*, 8(2), 65-78. <https://doi.org/10.14738/abr.82.7835>
- Alam, F., Abdullah, M.A., Moten, A.R., & Azam, S.M. (2016). Success factors of overall improvement of microenterprises in Malaysia: An empirical study. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(7), 1-13. <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0050-2>
- Alam, S., Jani, M., & Omar, N. (2011). An empirical study of success factors of women entrepreneurs in southern region in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 3(2), 166-175. <https://doi.org/10.5539/ijef.v3n2p166>
- Al-Tit, A., Omri, A., & Euch, J. (2019). Critical success factors of small and medium-sized enterprises in Saudi Arabia: Insights from sustainability perspective. *Administrative Sciences*, 9(2), 1-12. <https://doi.org/10.3390/admsci9020032>
- Alvarado, E., Dávila, M.C., & Vázquez, M.A. (2018). Factors that influence the continuity and survival of a micro-business in Mexico. *Contaduría y Administración*, 63(3), 1-20. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1281>
- Amarteifio, E.N.A., & Agbeblewu, S. (2017). Level of education, business experience and small and medium enterprise performance in the Accra Metropolis of Ghana. *International Journal of Multidisciplinary and Current Research*, 5, 1460-1466.

- Amiruddin, M.H., Sumarwati, S., Suib, S.N., Ibrahim, A.C., & Jalil, S.A.A. (2020). Determining the factors influencing indigenous youth become a successful entrepreneurs. *Gading Journal for Social Sciences*, 23(1), 6-12.
- Aworemi, J. R., Abdul-Azeez, I. A., & Opoola, N. A. (2010). Impact of socio-economic factors on the performance of small-scale enterprises in Osun State, Nigeria. *International Business Research*, 3(2), 93-99. <https://doi.org/10.5539/ibr.v3n2p92>
- Barine, L.O. (2021). Entrepreneurial characteristics and performance of small and medium scale enterprises in Port Harcourt Metropolis. *World Journal of Entrepreneurial Development Studies*, 6(1), 11-31.
- Baron, R.A., & Markman, G.D. (2003). Beyond social capital: The role of entrepreneurs' social competence in their financial success. *Journal of Business Venturing*, 18, 41-60. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00069-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00069-0)
- Bernal, M.C., & Rodríguez, D.L. (2019). Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial. *Scientia et Technia*, 24(1), 1-11.
- Bird, S.R., Sapp, S.G., & Lee, M.Y. (2001). Small business success in rural communities: Explaining the sex gap. *Rural Sociology*, 66(4), 507-531.
- Boakye, A., Ampadu-Ameyaw, R., Owusu-Esegbey, G., & Onumah, J. (2018). Success factors for micro and small agribusiness enterprises (MSES) – the case of Ghana. *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 47(1), 6-12. <https://doi.org/10.17306/J.JARD.2018.00406>
- Bott, S., Guedes, A., Goodwin, M. Mendoza, J.A. (2014). *Violencia contra las mujeres en América Latina y el Caribe*. Organización Panamericana de la Salud.
- Chirwa, E.W. (2008). Effects of gender on the performance of micro and small enterprises in Malawi. *Development Southern Africa*, 25(3), 347-362. <https://doi.org/10.1080/03768350802212139>
- Chitra, M., Shanmuga, A.R., Suresh, V., & Kalpana, B. (2013). Does personal factors have an influential role for success of women entrepreneurs in beauty salon industry?. *International Journal of Applied Engineering Research*, 9(24), 27703-27715.
- Chowdhury, M.S., Alam, Z., & Arif, I. (2013). Success factors of entrepreneurs of small and medium sized enterprises: evidence from Bangladesh. *Business and Economic Research*, 3(2), 1-15. <https://doi.org/10.5296/ber.v3i2.4127>
- Colombo, M., & Grilli, L. (2005). Founder's human capital and the growth of new technology-based firms: a competence-based view. *Research Policy*, 34(6), 795-816. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.010>
- Dzingirai, M. (2020). Demographic determinants of youth entrepreneurial success. *International Journal of Sustainable Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility (IJSECSR)*, 5(2), 1-16. <https://doi.org/10.4018/IJSECSR.2020070101>
- Easley, Ch., & Roberts, E. (2012). Are you experienced or are you talented?: When does innate talent vs. experience explain entrepreneurial performance?. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 6(3), 2017-2019. <http://dx.doi.org/10.1002/sej.1141>
- Escuder, J.A. (2012). Determinantes del éxito de las Pymes en la República Dominicana. *Ciencia y Sociedad*, 37(4), 497-528. <http://dx.doi.org/10.22206/cys.2012.v37i4.pp497-528>

- Essel, B.K.C., Adams, F., & Amankwah, K. (2019). Effect of entrepreneur, firm, and institutional characteristics on small-scale firm performance in Ghana. *Journal of Global Entrepreneurship Research, 9*, 1-20. <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0178-y>
- Fairle, R.W., & Robb, A.M. (2009). Gender differences in business performance: Evidence from the characteristics of business owners survey. *Small Business Economics, 33*(4), 375-395. <https://doi.org/10.1007/s11187-009-9207-5>
- Falck O. (2007). Survival chances of new businesses: Do regional conditions matter? *Applied Economics, 39* (6), 2039-2048. <https://doi.org/10.1080/00036840600749615>
- Fatma, E.B., Mohamed, E.B., Dana, L.P., & Boudabbous, S. (2021). Does entrepreneurs' psychology affect their business venture success? Empirical findings from North Africa. *International Entrepreneurship and Management Journal, 17*(2), 921-962. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00644-3>
- Farole, T., Hallak, I., Harasztosi, P., & Tan, S. W. (2017). Business environment and firm performance in European lagging regions. *Policy Research Working Paper, WPS 8281*. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/29073>.
- Félix, E., & David, D. (2019). Performance of family-owned firms: the impact of gender at the management level. *Journal of Family Business Management, 9*(2), 228-250. <https://doi.org/10.1108/JFBM-10-2018-0051>.
- Genty, K., Idris, K., Wahat, N.A., & Kadir, S.A. (2015). Demographic factors as a predictor of entrepreneurs' success among micro, small and medium enterprises (MSMEs) owners in Lagos State, Nigeria. *IOSR Journal of Business and Management, 17*(11), 125-132.
- Gnounfougou, Y., & Niu, X. (2021). Determining factors of smes' sales' performance - case of Togo. *Science Journal of Business and Management, 9*(3), 139-154.
- Gobierno del Perú (2020). *Entidades del estado peruano*. <https://www.gob.pe/estado>
- Gustina, L., Utami, D.A., & Wicaksono, P. (2020). The role of cognitive skills, non-cognitive skills, and internet use on entrepreneurs' success in Indonesia. *Journal Economia, 16*(1), 130-142. <https://doi.org/10.21831/economia.v16i1.30414>.
- Hachana, R., Berraies, S., & Ftiti, Z. (2018). Identifying personality traits associated with entrepreneurial success: does gender matter? *Journal of Innovation Economics, 27*, 169-193. <https://doi.org/10.3917/jie.027.0169>
- Halabí, C.E., & Lussier, R.N. (2014). A model for predicting small firm performance: increasing the probability of entrepreneurial success in Chile. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 21*(1), 4-25. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2013-0141>
- Hameed, W., Mohammad, H.B., & Shahar, H.B.K. (2020). Determinants of micro-enterprise success through microfinance institutions: a capital mix and previous work experience. *International Journal of Business and Society, 21*(2), 803-823. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3295.2020>
- Hatak, I., & Zhou, H. (2019). Health as human capital in entrepreneurship: Individual, extension, and substitution effects on entrepreneurial success. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 45*(1), 18-42. <https://doi.org/10.1177/1042258719867559>.

- Hayes, A., & Cai, L. (2007). Using heteroskedasticity-consistent standard error estimators in OLS regression: An introduction and software implementation. *Behavior Research Methods*, 39(4), 709-722. <https://doi.org/10.3758/BF03192961>
- Hoang, L.D., & Linh, D.P.M. (2021), Determinants of profitability: case study of real estate companies in hochiminh stock exchange. *Journal of Social and Political Sciences*, 4(3), 1-13. <https://doi.org/10.31014/aior.1991.04.03.297>
- Honig, B. (1998). What determines success? Examining the human, financial, and social capital of Jamaican microentrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 13(5), 371-394. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00036-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00036-0)
- Indarti, N. (2004). Business location and success: The case of internet café business in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 6(2), 171-192. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5543>
- Intanon, R., Sumkaew, N., & Wattana, C. (2019). Factors influencing the success of small and medium scale manufacturing enterprises. *Open Journal of Social Sciences*, 7(3), 335-345. <https://doi.org/10.4236/jss.2019.73028>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019a). *Perú – Encuesta Nacional de Hogares sobre Condiciones de Vida y Pobreza 2018*. <https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-de-hogares-enaho-2018-instituto-nacional-de-estad%C3%ADstica-e-inform%C3%A1tica-inei>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019b). *Perú: Evolución de los indicadores de empleo e ingreso por departamento, 2007-2018*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitaless/Est/Lib1678/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020a). *Situación laboral en Lima Metropolitana. Informe Técnico No. 2*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-n02_mercado-laboral-nov-dic-2019-ene-2020.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020b). *Estadísticas de seguridad ciudadana. Informe Técnico No 05*. <https://www.inei.gob.pe/biblioteca-virtual/boletines/estadisticas-de-seguridad-ciudadana/1/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020c). *Encuesta nacional sobre relaciones sociales, ENARES 2019*. <https://www.datosabiertos.gob.pe/dataset/encuesta-nacional-sobre-relaciones-sociales-enares-2019-instituto-nacional-de-estad%C3%ADstica-e>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020d). *Evolución de la pobreza monetaria 2008-2019*. https://www.inei.gob.pe/media/cifras_de_pobreza/informe_pobreza2019.pdf
- Isaga, N. (2015). Owner-managers' demographic characteristics and the growth of Tanzanian small and medium enterprises. *International Journal of Business and Management*, 10(5), 168-181. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n5p168>
- Islam, M.A., Khan, M.A., Obaidullah, A.Z.M., & Alam, M.S. (2011). Effect of entrepreneur and firm characteristics on the business success of small and medium enterprises (SMEs) in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 6(3), 289-299. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n3p289>
- Janeska-Iliev, A., & Debarliev, S. (2015) Factors affecting growth of small business: The case of a developing country having experienced transition. *European Scientific Journal*, 11(28), 1-28.

- Jekwu, L., Audu, A., & Baba, K. (2017). Emotional intelligence social support as determinants of entrepreneurial success among business owners in Onitsha Metropolis, Nigeria. *European Journal of Social Sciences*, 5(3), 2017-2056.
- Jenssen, J.I., & Greve, A. (2002). Does the degree of redundancy in social networks influence the success of business start-ups? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 8(5), 254-267. <https://doi.org/10.1108/13552550210448357>
- Justo, R. (2008). *La influencia del género y entorno familiar en el éxito y fracaso de las iniciativas emprendedoras*. [Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Madrid]. <http://hdl.handle.net/10486/1811>
- Kader, R. A., Mohamad, M. R. B., & Ibrahim, A. A. H. C. (2009). Success factors for small rural entrepreneurs under the one-district-one-industry programme in Malaysia. *Journal of Contemporary Management Research*, 5 (2), 147-162. <https://doi.org/10.7903/cmr.1173>
- Kamitewoko, E. (2013). Determinants of entrepreneurship success: an examination of Chinese-owned businesses in Congo Brazzaville. *Chinese Studies*, 2(3), 113-120. <https://doi.org/10.4236/chnstd.2013.23018>
- Kamunge, M. S., Njeru, A., & Tirimba, O.I. (2014). Factors affecting the performance of small and micro enterprises in limuru town market of Kiambu County, Kenya. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(12), 1-20.
- Kanapathipillai, K., & Ferdous, S.M. (2019). Women entrepreneurship path to success: an investigation of critical success factors in Malaysia. *European Journal of Human Resource Management Studies*, 3(1), 106-129. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3375708>
- Kassa, E.T. (2021). Socioeconomic determinants of micro and small enterprise growth in North Wollo and Waghimira Zone selected towns. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(28), 1-14. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00165-5>.
- Kara, O., Chu, H. M., & Benzig, C. (2010). Determinants of entrepreneur's success in developing country. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 22(2), 58-91.
- Khan, E. A., & Quaddus, M. (2018). Dimensions of human capital and firm performance: Micro-firm context. *IIMB Management Review*, 30(3), 229-241. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2018.05.004>
- Khan, R.U., Salamzadeh, Y., Shah, S.Z.A., & Hussain, M. (2021). Factors affecting women entrepreneurs' success: a study of small- and medium-sized enterprises in emerging market of Pakistan. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10 (1), 1-21. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00145-9>
- Kiggundu, M.N. (2002). Entrepreneurs and entrepreneurship in Africa: what is known and what needs to be done. *Journal of Development Entrepreneurship*, 7(3), 239-258.
- Kinyau, M., & Namusonge, G.S. (2015). Entrepreneurial factors influencing the performance of youth enterprise development Funded Youth Owned Enterprises in Kirinyaga Country Strategic. *Journal of Business & Change Management*, 2(106), 1595-1620.
- Krasniqi, B. A., & Tullumi, M. (2013). What perceived success factors are important for small business owners in a transition economy? *International Journal of Business and Management Studies*, 5(2), 21-32.

- Laki, M., & Szalai, J. (2006). The puzzle of success: Hungarian entrepreneurs at the turn of the millennium. *Europe-Asia Studies*, 58(3), 317-345. <https://doi.org/10.1080/09668130600601701>
- Lampadariou, E., Kyriakidou, N., & Smith, G. (2017). Towards a new framework for SMEs success: A literature review. *International Journal of Business and Globalization*, 18(2), 194-232. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2017.10001686>
- Loscocco, K.A., Robinson, J., Hall, R.H., & Allen, J.K. (1991). Gender and small business success: an inquiry into women's relative disadvantage. *Social Forces*, 70(1), 65-85.
- Lucas, S. (2017). The impact of demographic and social factors on firm performance in Kenya. *Journal of Business and Economic Development*, 2(4), 255-261.
- Maireva, Ch., & Magomana, N.R. (2021). The influence of endogenous factors on entrepreneurial success among Youths in Masvingo Urban, Zimbabwe. *East African Journal of Education and Social Sciences (EAJESS)*, 2(2), 179-189. <https://doi.org/10.46606/eajess2021v02i02.0088>
- Marimuthu, M., Arokiasamy, L., & Ismail, M. (2009). Human capital development and its impact on firm performance: evidence from developmental economics. *The Journal of International Social Research*, 2(8), 265-272.
- Marom, S., & Lussier, R. N. (2014). A business success versus failure prediction model for small businesses in Israel. *Business and Economic Research*, 4(2), 63-81. <https://doi.org/10.5296/ber.v4i2.5997>
- Martey, E., Annin, K., Attoh, C., Wiredu, A.N., Etwire, P.M., & Al-Hassan, R.M. (2013). Performance and constraints of small scale enterprises in the Accra Metropolitan Area of Ghana. *European Journal of Business and Management*, 5(4), 83-93.
- Masuo, D., Fong, G., Yanagida, J., & Cabal C. (2001). Factors associated with business and family success: A comparison of single manager and dual manager family business households. *Journal of Family and Economic Issues*, 22(1), 55-73. <https://doi.org/10.1023/A:1009492604067>
- Merrett, C.D., & Gruidl, J.J. (2000). Small business ownership in Illinois: the effect of gender and location on entrepreneurial success. *Professional Geographer*, 52(3), 425-436. <https://doi.org/10.1111/0033-0124.00236>
- Millán, J. M., Congregado, E., Román, C., Van Praag, M., & Van Stel, A. (2014). The value of an educated population for an individual's entrepreneurship success. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 612-632. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.09.003>
- Momen, M.A., Shahriar, S.H.B., Hassan, M.K., & Sultana, S. (2020). Determinants of using social networking sites toward entrepreneurial success: experience from a developing nation. *Emerging Economy Studies*, 6(2), 191-200. <https://doi.org/10.1177/2394901520977425>
- Moorthy, M.K., Tan, A., Choo, C., Wei, Ch.S., Tan, J., & Kah, T. (2012). A study on factors affecting the performance of SMEs in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(4), 224-239.
- Mothibi, G. (2015). The effects of entrepreneurial and firm characteristics on performance of small and medium enterprises in Pretoria. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(3), 18.

- Moudry, D.V., & Thaichon, P. (2020). Enrichment for retail businesses: How female entrepreneurs and masculine traits enhance business success. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54(1), 102068-102088. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102068>
- Mozumdar, L., Hagelaar, G., Van der Velde, G., & Omta, S.W.F. (2020). Determinants of the business performance of women entrepreneurs in the developing world context. *J Multidisciplinary Scientific Journal*, 3(2), 215-235. <https://doi.org/10.3390/j3020017>
- Muslim, A., Naseer, A., & Riaz, A. (2011). Determinants of business success (an exploratory study). *International Journal of Human Resource Studies*, 1(1), 98-110. <https://doi.org/10.5296/ijhrs.v1i1.919>
- Nguyen, V.H. (2016). The factors affecting the success of Vietnam entrepreneurs and the lessons for developing countries. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(12), 660-663. <https://doi.org/10.18178/joebm.2016.4.12.469>
- Nikolova, E., Ricka, F., & Simroth, D. (2012). Entrepreneurship in the transition region: an analysis based on the life in transition survey. *Working Paper No. 141*. <https://www.ebrd.com/downloads/research/economics/workingpapers/wp0141.pdf>
- Noor, Y.M., Hong, L.M., Ibrahim, A.N., & Mat, M.N. (2018). The factors influencing small medium enterprise (SMEs) success in Kelantan. *International Journal of Innovation Management*, 6(3), 55-64.
- O'Donnell, M. (2000). Health and productivity management: the concept, impact, and opportunity: Commentary to Goetzl and Ozminkowski. *American Journal of Health Promotion*, 14(4), 215-217. <https://doi.org/10.4278/0890-1171-14.4.215>
- Odunsi, S. (2021). *The determinants of firm growth and profitability: Comparative case study between stable and high growth firms in Nigeria* [Tesis de Maestría, Universidad de VAASA]. <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe202103117184>
- Oghuvwu, M.E., & Okuwhere, M.P. (2018). Entrepreneurial characteristics and firm performance. *Accounting and Taxation Review*, 2(4), 75-85.
- Olakitan, O., & Ayobami, A. (2011). An investigation of personality on entrepreneurial success. *Journal of Emerging Trends in Economic and Management Sciences*, 2(2), 95-103.
- Omri, A., Ayadi-Frikha, M., & Amine, M. (2015). An empirical investigation of factors affecting small business success. *Journal of Management Development*, 34(9), 1073-1093. <https://doi.org/10.1108/JMD-07-2013-0088>
- Opoku-Afriyie, P. (2019). Inter-sectoral key success factors of small and medium scale enterprises in Ghana. *Journal of Economics and Business*, 2(3), 951-963. <https://doi.org/10.31014/aor.1992.02.03.142>
- Osunsan, O. (2015). Gender and performance of small scale enterprises in Kampala, Uganda. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 4(1), 55-65.
- Osunsan, O.K., Kinyatta, S., Baliruno, J.B., & Kibirige, A.R. (2015). Age and performance of small business enterprises in Kampala, Uganda. *International Journal of Social Science and Humanities Research*, 3(1), 189-196.

- Owoo, N., Oduro, A., & Ackah, Ch. (2019). Exploring firm performance and growth among own-account and micro enterprises in Ghana. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business (IJESB)*, 38(3), 294-311.
- Oyedele M.O., Oluseyi, O., Olalekan A., Kabuoh M., & Elemo, G.N. (2014). On entrepreneurial success of small and medium enterprises (SMEs): A conceptual and theoretical framework. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 5(16), 14-24.
- Peris, F., Rueda, C., & Galindo, M. (2011). Entrepreneurial success and human resources. *International Journal of Manpower*, 32(1), 68-80.
- Perren, L. (2000). Factors in the growth of micro-enterprises (part 2): Exploring the implication. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 7(1), 58-68. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006805>
- Pinho, J.C., & Sampaio de Sá, E. (2014). Personal characteristics, business relationships and entrepreneurial performance: Some empirical evidence. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(2), 284-300. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2013-0150>
- Pramono, R., Sondakh, L., Bernarto, I., Juliana, J., & Purwanto, A. (2021). Determinants of the small and medium enterprises progress: a case study of SME entrepreneurs in Manado, Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 881-889. <https://doi.org/10.13106/JAFEB.2021.VOL8.NO1.881>
- Radipere, S., & Dhliwayo, S. (2014). The role of gender and education on small business performance in the South African small enterprise sector. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 104. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n9p104>
- Radzi, M., Nor, M.N., & Ali, S. (2017). The impact of internal factors on small business success: A case of small enterprises under the FELDA scheme. *Asian Academy of Management Journal*, 22(1), 27-55. <https://doi.org/10.21315/aamj2017.22.1.2>
- Rafiki, A. (2020). Determinants of SME growth: an empirical study in Saudi Arabia. *International Journal of Organizational Analysis*, 28(1), 205-225. <https://doi.org/10.1108/IJOA-02-2019-1665>
- Rietveld, C.A., Bailey, H., Hessels, J., & Van der Zwan, P. (2016). Health and entrepreneurship in four Caribbean Basin countries. *Economics & Human Biology*, 21, 84-89. <https://doi.org/10.1016/j.ehb.2015.12.004>
- Robb, A.M., & Fairlie, R.W. (2009). Determinants of business success: an examination of Asian-owned businesses in the USA. *Journal of Population Economics*, 22(4), 827-858. <https://doi.org/10.1007/s00148-008-0193-8>
- Robb, A., & Watson, J. (2012). Gender differences in firm performance: evidence from new ventures in the United States. *Journal of Business Venturing*, 27(5), 544-558. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.10.002>
- Rose, R.C., Kumar, N., & Yen, L.L. (2006). The dynamics of entrepreneurs' success factors in influencing venture growth. *Journal of Entrepreneurship and Sustainability*, 11(3), 74-80.
- Sajilan, S., Hadi, N.U., & Tehseen, S. (2015). Impact of entrepreneur's demographic characteristics and personal characteristics on firm's performance under the mediating role of entrepreneur orientation. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 4(2), 36-52.

- Samout, A., & Bousabous, S. (2016). Impacts of human capital on the success of small and medium size business in Tunisia. *Global Journal of Research in Business & Management*, 4(2), 254-266.
- Santarelli, E., & Tran, H. T. (2013). The interplay of human and social capital in shaping entrepreneurial performance: the case of Vietnam. *Small Business Economics*, 40, 435-458. <https://doi.org/10.1007/s11187-012-9427-y>
- Santos, M. (2014). La discriminación racial, étnica y social en el Perú: balance crítico de la evidencia empírica reciente. *Debates de Sociología*, 39, 5-37.
- Sarwoko, E., & Frisdiantara, C. (2016). Growth determinants of small medium enterprises (SMEs). *Universal Journal of Management*, 4(1), 36-41. <https://doi.org/10.13189/ujm.2016.040105>
- Sarwoko, E., & Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial characteristics and competency as determinants of business performance in SMEs. *IOSR Journal of Business and Management*, 7(3), 31-38. <https://doi.org/10.9790/487X-0733138>
- Schroder, L.-M., Bobek, V., & Horvat, T. (2021). Determinants of success of businesses of female entrepreneurs in Taiwan. *Sustainability*, 13(9), 1-23. <https://doi.org/10.3390/su13094842>
- Serida, J., Alzamora, J., Guerrero, C., Borda, A., & Morales, O. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor, Perú 2018-2019*. Lima: ESAN Ediciones.
- Shakeel, M., Yaokuang, L., & Gohar, A. (2020). Identifying the entrepreneurial success factors and the performance of women-owned businesses in Pakistan: the moderating role of national culture. *SAGE Open*, 10(2), 1-17. <https://doi.org/10.1177/2158244020919520>
- Singh, S., Pathak, R.D., Shee, H., Kazmi, A., & Parker, D. (2013). Interplay between entrepreneurs' characteristics, organisational structure, corporate culture and SME performance: empirical results from Fiji Islands. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 18(2), 229-246. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2013.052076>
- Siriwardana, A.N., & Jayawardena, L.N.A.C. (2015). Socio-demographic factors contributing to the productivity in paddy farming: a case study. *Tropical Agricultural Research*, 25(3), 437-444. <https://doi.org/10.4038/tar.v25i3.8051>
- Soejono, F., Mendari, A.S., & Rinamurti, M. (2015). Competency, entrepreneurur characteristic and performance: study of the pempek business in Palembang. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 30(1), 30-41. <https://doi.org/10.22146/jieb.7332>
- Sola, O.A. (2013). Comparative evaluation of demographic factors' and entrepreneurial traits influence of small scale enterprises performance in Nigeria. *International Review of Management and Business Research*, 2(2), 450-46.
- Soomro, B. A., Abdelmegeed, N. A., & Shah, N. (2019). The influence of demographic factors on the business success of entrepreneurs: An empirical study from the small and medium-sized enterprises context of Pakistan. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 1939-4675.
- Stough, R., Welter, F., Block, J., Wennberg, K., & Basco, R. (2015). Family business and regional science: Bridging the gap. *Journal of Family Business Strategy*, 6(4), 208-218. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2015.11.002>
- Tanveer, M. A., Akbar, A., Gill, H., & Ahmed, I. (2013). Role of personal level determinants in entrepreneurial firm's success. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(1), 449-458.

- Takwi, F., Bate, B.E., Akosso, V.N., & Sharon, B. (2020). Entrepreneurship and small business management: critical success factors of entrepreneurs and small business managers. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(10), 488-503. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v10-i10/7650>
- Thapa, A., Thulaseedharan, A., Goswami, A., & Joshi L.P. (2008). Determinants of street entrepreneurial success. *The Journal of Nepalese Business Studies*, 5(1), 85-92. <https://doi.org/10.3126/jnbs.v5i1.2086>
- Utomo, M.N., Cahyaningrum, W., & Kaujan. (2020). The role of entrepreneur characteristic and financial literacy in developing business success. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 26-42.
- Vallabh, D., & Mhlanga, O. (2015). Influence of demographic factors on business performance in small to medium tourism enterprises (SMTEs). *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1-9.
- Vidyatmoko, D., & Hastuti, P. (2017). The determinants of entrepreneurial success: a multidimensional framework. *Journal of STI Policy and Management*, 2(2), 163-178. <https://doi.org/10.14203/STIPM.2017.118>
- Wekesa, L., Maalu, J.K., Gathungu, J., & Wainaina, G. (2016). Effect of entrepreneur characteristic on performance of nontimber forest products small and medium enterprises in Kenya. *DBA Africa Management Review*, 6(3), 16-26.
- Wooldridge, J. (2015). *Introducción a la econometría*. México: Cengage Learning.
- Yusuff, O.S. (2014). Gender differentials in factors affecting performance of small-scale enterprises in Lagos State-Nigeria. *Journal of Culture, Society and Development*, 3, 20-29. <http://dx.doi.org/10.12959/issn.1855-0541.IIASS-2013-no2-art02>
- Zannah, M., Mahat, F., Ariffin, B., & Ali, N.A. (2017). The role of demographic factors of owners managers on small and medium enterprises (SMEs) performance in Yobe State Nigeria. *The International Journal of Business & Management*, 5(2), 74-78.
- Zhang, D.D., & Bruning, E. (2011). Personal characteristics and strategic orientation: Entrepreneurs in Canadian manufacturing companies. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 17(1), 82-103. <https://doi.org/10.1108/13552551111107525>.