
PARTICIPACIÓN EN EL AUTOEMPLEO Y TAMAÑO DEL MERCADO EN COLOMBIA¹³

Julián Durán Peralta*

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8252-729X>

Pedro León Cruz Aguilar**

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0744-5566>

7.1 Introducción

Las legislaciones laborales en la actualidad vienen enfocándose hacia un tipo de contratación que implica inestabilidad y pérdida de beneficios en los trabajadores, situación que ha sido impulsada por las reformas estructurales de índole liberal de los años ochenta y noventa del siglo pasado. No obstante, la aplicación de dichas reformas en Colombia habría llevado a un deterioro en la creación de empleo de buena calidad y a un aumento de la informalidad laboral, (Ocampo, 2000), (Taylor y Vos, 2001). Por lo tanto, en éste nuevo

¹³ Este escrito es un producto del proyecto de investigación “*DESARROLLO REGIONAL Y EMPRENDIMIENTO: EVIDENCIA PARA COLOMBIA EN EL AÑO 2005*” con código 611-621114-011, financiado por Universidad Santiago de Cali en la convocatoria 01-2015 y realizado por el Grupo Desarrollo Económico y Economía Internacional GIDEEL.

* Universidad Santiago de Cali
Cali, Colombia
✉ julian.duran02@usc.edu.co

** Universidad Santiago de Cali
Cali, Colombia
✉ pedro.cruz00@usc.edu.co

Cómo citar este capítulo

Durán Peralta, J. y Cruz Aguilar, P. L. (2020). Participación en el autoempleo y tamaño del mercado en Colombia. En: Andrade Agudelo, D. L. (ed. científica). *Estudios institucionales, empresariales y económicos*. (pp. 131-148). Cali, Colombia: Editorial Universidad Santiago de Cali.

contexto ha ganado importancia entre los trabajadores la decisión de generar su propio puesto de trabajo en lo que se conoce como el autoempleo. Así mismo, los gobiernos tanto nacionales como locales han venido acogiendo la promoción del emprendimiento como política para la generación de empleo y desarrollo; por ejemplo, Thurik et al. (2013), plantean que ante el surgimiento de una economía basada cada vez más en la lógica del emprendimiento, la política pública del desarrollo debe enfocarse hacia el fomento de la creación de empresas también; Valencia (2012) refiere cómo en Colombia, el Gobierno nacional a través de algunas leyes, instituciones y programas ha venido fomentando la cultura emprendedora; en ese sentido se destacan instrumentos como el Fondo Emprender, iNNpulsa (anteriormente Fomipyme), Convocatorias de Star-Up de Colciencias y bancos de segundo piso (Bancoldex, Finagro y Fondo Nacional de Garantías).

Dada la importancia del autoempleo y del emprendimiento como posibles fuentes de crecimiento económico que surge en contextos locales o regionales, aparece el interés por establecer qué factores lo explican. Por ejemplo, desde la literatura de la economía regional (Jacobs, 1975; Henderson, 1986; Krugman, 1991a; Fujita y Thisse, 1996), se plantea que aspectos como el tamaño del mercado de bienes y servicios afectaría la decisión de las personas para iniciar nuevas actividades empresariales, ya que entre más grande sea el mercado local o regional, mayor es la probabilidad de vender los nuevos productos o servicios, posibilitando la puesta en marcha de las ideas de negocio. Además, la concentración de los mercados en áreas regionales determinadas favorece la aparición de las economías a escala tanto internas como externas, ya sean estas asociadas al nivel de urbanización de la ciudad o a la localización de las actividades económicas. En ese sentido, el presente documento se propone establecer cuál es el efecto del tamaño del mercado sobre la localización del autoempleo en los municipios de Colombia para el año 2005. Se espera que con los resultados obtenidos además que dar respuesta al interrogante, se genere un insumo para los hacederos de la política del desarrollo regional en cuanto a los temas laborales y de emprendimiento, como también motivar la investigación en el área del autoempleo.

En esta temática es posible hallar en el ámbito internacional una serie trabajos donde se explora el rol que juega el nivel de actividad económica o el tamaño de la población como elemento explicativo de las tasas de autoempleo, por ejemplo, Audretsch y Keilbach (2004), encuentran en un estudio para las regiones de Alemania que la tasa de creación de nuevas empresas es explicada

positivamente por la tasa de crecimiento del PIB de los años inmediatamente anteriores.

Mientras Glaeser (2007), halló a través de un análisis sobre el emprendimiento en las ciudades norteamericanas que el tamaño de la población metropolitana favorece la decisión de elegir el autoempleo. Por su parte, Van Stel et al. (2007), usando una muestra integrada por diferentes países evidenciaron que la tasa de crecimiento del PIB tiene un efecto positivo sobre la tasa de autoempleo asociado al emprendimiento de oportunidad. Adicionalmente, en los trabajos de Wennekers et al. (2005) y Wennekers et al. (2010) se muestra que a nivel de las naciones el PIB per cápita presenta una relación en forma de U sobre el autoempleo, cuando los países tienen bajos niveles de ingreso per cápita las tasas de autoempleo son elevadas (presumiblemente, por un alto emprendimiento por necesidad o de informalidad), y a medida que aumenta el nivel de riqueza disminuye éste emprendimiento, luego, a partir de cierto nivel el autoempleo nuevamente crece (asociado al emprendimiento por oportunidad).

De manera contraria, otros trabajos han hallado un efecto negativo del tamaño del mercado sobre el autoempleo. Por ejemplo, Moro et al. (2003), encuentran que en los municipios de Brasil el grado de urbanización y el PIB de años atrás tienen un efecto negativo sobre la tasa de autoempleo. Di Adario y Vuri (2010) en un estudio para las regiones de Italia encuentran que la densidad de la población de la ciudad afecta negativamente la decisión de entrar al autoempleo por parte de los universitarios recién graduados, señalando que dicho resultado podría ser explicado por la presencia de menores costos de entrada y baja competencia en los mercados asociados a las ciudades de menor densidad poblacional en ese país, así como también a la existencia de redes sociales más importantes para el emprendedor en las pequeñas ciudades. También, Fritsch and Rusakova (2010), hallan a través de un estudio para Alemania, que la densidad poblacional no es estadísticamente significativa en la decisión individual de estar en el autoempleo.

Esta investigación pretende analizar sí el tamaño de mercado abordado a través de varios indicadores como son el PIB, el tamaño de la población y el nivel de ocupación, afecta las tasas de autoempleo en los municipios de Colombia para el año 2005. Por lo que se estimarán varios modelos de regresión lineal por MCO donde se utiliza información estadística del Censo de Población 2005 del DANE. Los resultados señalan que las variables de tamaño de mercado afectan positivamente el autoempleo representado en los empleadores

el cual está más asociado al emprendimiento por oportunidad, mientras que el efecto sobre el autoempleo o por cuenta propia es negativo.

La distribución del documento es la siguiente, en el capítulo 1 se expone la base teórica sobre el autoempleo y su relación con el tamaño del mercado. En el capítulo 2 se muestra el método y algunas estadísticas descriptivas. En el capítulo 3 se plantean los resultados y la discusión. Finalmente, se establecen las conclusiones.

7.2 Autoempleo y el tamaño del mercado

El autoempleo se refiere a las situaciones en las que el individuo desarrolla una iniciativa empresarial en la que genera oportunidades laborales a otras personas, o a las actividades laborales realizadas de manera individual o en un ambiente familiar sin retribución económica. Según la OECD (2011) y la OIT (2013) se plantea que los autoempleados están integrados por empleadores, trabajadores por cuenta propia y trabajadores familiares sin remuneración. Así, el autoempleo de los empleadores, cobra mayor importancia porque son los autoempleados que son empresarios o patronos y son generadores de empleo en su unidad económica, mientras que los cuenta propia sólo generan su propio empleo, pero no contratan a otros individuos. Los trabajadores familiares sin remuneración, son aquellos que laboran en las unidades económicas de familiares pero no reciben alguna contribución, por lo que ésta última categoría no resulta interesante a la hora de analizar el autoempleo.

Ahora bien, a nivel teórico, los principales enfoques sobre las causas del autoempleo son los denominados emprendimiento por oportunidad (*Pull*) y el emprendimiento por necesidad (*Push*), (Alonso y Galve, 2008; Gilad y Levine, 1986; Harding et al., 2006; Reynolds et al., 2001; Shane y Venkataraman, 2000; Williams, 2007). De acuerdo con los autores, el primer enfoque basado en el emprendimiento por oportunidad establece que el principal motivo en la creación de empresas, y por lo tanto, en la generación del propio empleo es la aparición de oportunidades empresariales en el mercado, a través de la introducción de nuevos bienes, servicios o formas organizacionales. Este tipo de autoempleo es favorecido por factores como una alta demanda en el mercado, la capacidad de acceso al capital por el emprendedor y su dotación de conocimiento, por lo que la creación de la empresa tendrá lugar en un proce-

so objetivo y voluntario, que implica la apertura de mercados, la innovación y el uso del conocimiento. Así, el individuo es atraído hacia la generación de empresas por el deseo de desarrollar proyectos que estimulen sus capacidades, mejoren sus ingresos y su estatus social, (Giacomin et al., 2007).

El segundo enfoque denominado como emprendimiento por necesidad, expone que la decisión de crear empresas surge por la necesidad que tienen los individuos de obtener una fuente económica de subsistencia ante la escasez de oportunidades laborales formales. Es decir, se conforma por aquellos individuos que no logran integrarse al mercado laboral formal, o están desempleados, pero que aún se encuentran en capacidad de trabajar y buscan una vía para proveerse de ingresos a través de la decisión de auto-emplearse. Este planteamiento implicaría que los emprendedores son empujados (*pushed*) hacia la creación de empresas esencialmente por la ausencia de empleo, Alonso y Galve (2008). Otros autores (Gallin, 2001; Rajijman, 2001), asocian el emprendimiento por necesidad con el sector informal, el cual se caracteriza por bajos ingresos, bajo nivel de capital humano y exclusión social.

En vista de lo anterior, se establece que el autoempleo, especialmente, el asociado al emprendimiento por oportunidad es influido de manera importante por el tamaño del mercado de la ciudad donde el autoempleado desarrollará su iniciativa. Así mismo, desde las teorías de las economías de aglomeración se afirma que existen ciertas ventajas asociadas al tamaño y concentración de las actividades económicas en lugares específicos, (Camagni, R. 2005; Fujita y Thisse, 1996; Henderson, 1986; Krugman, 1991b). Y dichas ventajas obviamente, favorecen la actividad de creación de empresas, por ejemplo, ciudades más densamente pobladas generan globalmente mayores niveles de consumo e ingresos, lo que incrementa la probabilidad de vender los nuevos productos y reduce el riesgo de fracaso al hallar nuevos nichos de mercado. También, ciudades con mayores tamaños poseen mayores ofertas de: bienes públicos ofrecidos por el Estado, insumos y materias primas, trabajadores con distintas formaciones y cualificaciones, lo que facilita la creación y lanzamiento de nuevos bienes y servicios. Además, ciudades con mayor flujo económico favorecen la actividad de emprendimiento por la mayor circulación de conocimiento, innovación, ideas y encadenamientos productivos (Stam, 2009).

7.3 Método

7.3.1 Datos

En este trabajo se emplea una muestra de 715 municipios de Colombia para el año 2005, ya que son los que cuentan con la información disponible para la realización del mismo. Como fuente central de información se utiliza el Censo poblacional 2005 del Dane, de donde se construyen variables como las tasas autoempleo, la tasa de desempleo y de urbanización, y se calcula la población total y el número de ocupados, todas las anteriores a nivel de municipio. Además, se usa la información fiscal del Banco de la República para realizar una aproximación al PIB municipal. Se abordan dos tipos de autoempleo: empleadores y cuenta propia, ya que son estas categorías las establecidas por los organismos que elaboran las estadísticas oficiales del mercado laboral, como el Dane en Colombia.

7.3.2 Modelo econométrico

Se realizan ejercicios econométricos en donde se intenta explicar la tasa de autoempleo tanto para empleadores como por cuenta propia, a partir de variables que reflejan el tamaño de mercado y variables de control.

Por lo tanto, se emplea un modelo Log-Log estimado por mínimos cuadrados ordinarios (MCO) cuya especificación es la siguiente:

$$\text{Log}(TA_i) = \beta_1 + \beta_2 \text{DISDEP}_i + \beta_3 \text{DISBOG}_i + \beta_4 \text{Log}(\text{URB}_i) + \beta_5 \text{Log}(\text{TDES}_i) + \beta_6 \text{Log}(\text{TAM}_i) + U_i \quad (1)$$

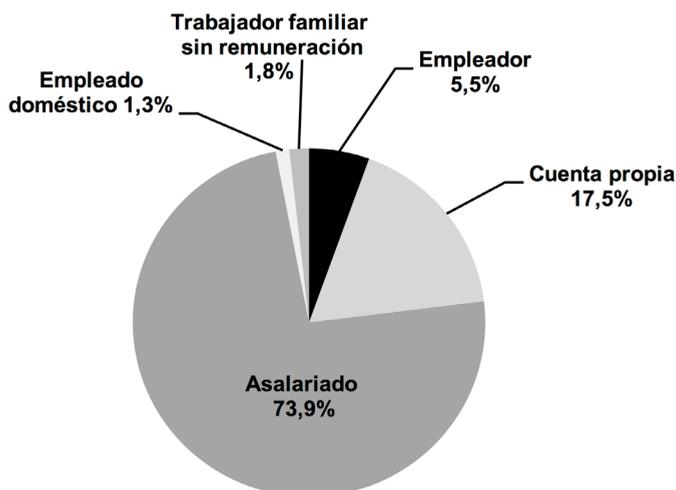
Las unidades observadas corresponden a los municipios y son representadas por el subíndice i . TA es la tasa de autoempleo de empleadores o cuenta propia. Como variables de control se toman: DISDEP que es la distancia entre el municipio y la capital del departamento, DISBOG es la distancia entre el municipio y Bogotá, URB es la tasa de Urbanización y TDES la tasa de desempleo del municipio. Y como variables representativas del tamaño del mercado (TAM) a nivel de municipio, se usarán la población total, el número de ocupados y el PIB municipal, todas ellas se emplearán en logaritmo natural y de manera alterna cada una en un modelo por separado. Además, los parámetros β_2 y β_3 representan las tasas a las que crece o decrece el autoempleo conforme aumenta la distancia a la capital del departamento y a Bogotá respectivamente. Mientras que los parámetros β_4 , β_5 y β_6 son elasticidades.

7.4 Resultados

7.4.1 El autoempleo en Colombia según el Censo de Población 2005

Según la información del Censo poblacional 2005, el 5.5% de los ocupados son empleadores y el 17.5% cuenta propia (ver Figura 21). Por lo que dentro de los ocupados es predominante la posición de asalariado (como empleado público o privado) ya que representa el 74%, los tipos de empleado doméstico y trabajador familiar sin remuneración tienen una menor participación. Además, es importante considerar que el autoempleo de los cuenta propia es muy superior al autoempleo de los empleadores, pues recuérdese que la segunda está integrada por los empresarios o patrones que desarrollan una actividad a través de una unidad económica donde generan empleo.

Figura 21. Composición de los tipos ocupacionales en el año 2005



Fuente: Elaboración propia con base en Censo de Población 2005 – DANE.

7.4.2 Características de los municipios según tamaño de la población

Como se aprecia en la Tabla 23 la tasa promedio de autoempleo de los empleadores por municipio es de 2,71%, y la tasa de los cuenta propia es de 22,74%. Sin embargo, cuando dichas tasas se calculan según el tamaño de los municipios, se obtiene que existe una relación positiva para el autoempleo

de los empleadores, a mayor tamaño de la población mayor tasa de éste autoempleo; por ejemplo, en las ciudades con más de 500.000 habitantes la tasa es de 7,2%, en ciudades con un rango de 200.000 a 500.000 habitantes la tasa es de 6,31%, en ciudades de 100.000 a 200.000 alcanza un 6,65% y de ahí en adelante la reducción es continua hasta llegar a una tasa de 1,96% en municipios de menos de 10.000 habitantes. Mientras que existe una relación inversa entre el tamaño de la población y el autoempleo de los cuenta propia, ya que en ciudades de mayor población éste presenta una tasa de 16,6%, la cual aumenta conforme disminuye el número de habitantes hasta alcanzar una tasa de 23,1% en poblaciones de menos de 10.000 habitantes.

Tabla 23. Promedio de las variables según tamaño de la población.

Tamaño de la población (habitantes de 2005)	Tasa autoempleo-empleadores	Tasa autoempleo-cuenta propia	Tasa de urbanización	Tasa de desempleo	Distancia a la capital del Dpto	Distancia a Bogotá D.C.
>500.000	7.20	16.64	97.84	7.47	0	583.5
200.000-500.000	6.31	17.28	90.43	8.05	13.9	520.1
100.000-200.000	6.65	17.59	72.73	8.07	97.8	536.9
50.000-100.000	4.69	20.29	70.89	7.10	87.5	583.1
20.000-50.000	2.81	22.50	50.69	5.73	110.8	539.8
10.000-20.000	2.07	24.17	39.56	4.73	125.6	511.1
0-10.000	1.96	23.18	30.01	3.56	118.4	356.3
TOTAL	2.71	22.74	44.65	5.02	112.2	480.0

Fuente: Cálculos del autor a partir del Censo de Población 2005.

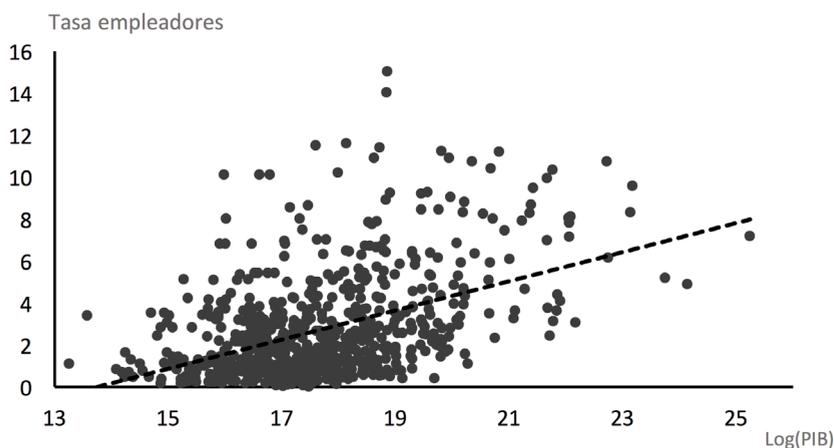
Lo anterior, señala que el autoempleo de empleadores está fuertemente asociado de manera directa al tamaño del mercado, por lo que poblaciones más grandes generan mayores posibilidades para entrar a este tipo de autoempleo. De manera contraria, el autoempleo de los cuenta propia, el cual está asociado a la informalidad, tiene mayor posibilidad de surgir en poblaciones más pequeñas.

En cuanto a las demás variables, se muestra en la Tabla 23 que la tasa de urbanización promedio disminuye con el tamaño de la población, resultado evidente dado que las ciudades representan el proceso de la urbanización, y los municipios, en especial los más pequeños, siguen atados a las lógicas socio-económicas de la ruralidad. También, se observa que la tasa de desempleo es más alta en las poblaciones mayores de 50.000 habitantes, respecto a los municipios menores de ese tamaño. Con relación a la distancia entre el municipio y la capital departamental, se obtiene que dicha distancia crece a medida que disminuye el tamaño de la población, por lo que a medida que haya un alejamiento espacial de la capital del departamento es más probable encontrar municipios de menor población, resultado hallado en Duran y Vallejo (2015), para cinco regiones de Colombia. Y con relación a la distancia entre el municipio y Bogotá con el tamaño de la población no se halló alguna asociación directa o inversa.

7.4.3 Las tasas de autoempleo y el PIB municipal

En el Figura 22 se presenta la tasa de autoempleo de empleadores con el logaritmo del PIB en los municipios del país; se observa que existe una relación positiva entre dichas variables, por lo que ciudades con más nivel de actividad económica poseen mayor emprendimiento asociado a la categoría de empleadores.

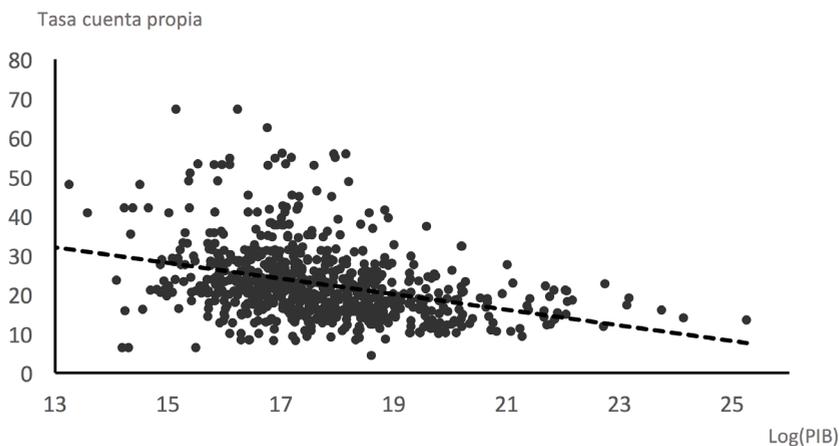
Figura 22. Tasa de empleadores vs. Log (PIB).



Fuente: elaboración propia.

Al establecer la relación entre la tasa de autoempleo de los cuenta propia y el logaritmo del PIB, ver Figura 23, se observa una relación inversa, por lo que éste tipo de autoempleo es más frecuente en las poblaciones más pequeñas. Y dado que los trabajadores cuenta propia están más vinculados con el llamado emprendimiento por necesidad, entonces es viable inferir que florece en estos municipios dada la escasez de oportunidades laborales formales.

Figura 23. Tasa de los trabajadores cuenta propia vs. Log (PIB).



Fuente: elaboración propia.

7.4.4 Resultados modelo econométrico

Como se planteó previamente se estima una serie de modelos tanto para los empleadores como para los cuenta propia, donde se introducen varios indicadores del tamaño del mercado, ver tablas 24 y 25. Los modelos se estimaron por MCO y los test no arrojaron presencia de multicolinealidad, pero sí de heterocedasticidad. Y dado que se posee un número de observaciones relativamente alto, se corrige la heterocedasticidad usando el método de errores estándar robustos de White.

Tabla 24. Resultados del modelo para los empleadores.

Variables independientes	Variable dependiente: log(tasa de autoempleo-empleadores)		
	(1)	(2)	(3)
Constante	-0.24209 (0.597)	0.37409 (0.322)	-0.62556 (0.228)
Distancia a la capital del departamento	0.00069 (0.063)	0.00070 (0.058)	0.00077** (0.036)
Distancia a Bogotá D.C.	-0.00045*** (0.001)	-0.00040*** (0.003)	-0.00031** (0.021)
Log (urbanización)	0.78619*** (0.000)	0.79180*** (0.000)	0.77299*** (0.000)
Log (tasa de desempleo)	0.02223 (0.699)	0.05601 (0.341)	0.01418 (0.806)
Log (población)	0.18214*** (0.000)		
Log (ocupados)		0.14800*** (0.000)	
Log (PIB)			0.11646*** (0.000)
R ²	0.31	0.30	0.31
No. Observaciones	715	715	715

Fuente: elaboración propia.

Nota: p-valores entre paréntesis, *** Significativa al 1%, ** Significativa al 5%.

Como se observa en la Tabla 24, en todos los modelos de la tasa de autoempleo de empleadores, las variables de tamaño de mercado son estadísti-

camente significativas y con signo positivo. Por lo que el autoempleo de los empleadores aumenta a medida que crece la población, el nivel de ocupación y el PIB, corroborando la tesis del efecto positivo del tamaño del mercado sobre la creación y desarrollo de iniciativas empresariales. Los parámetros que acompañan estas variables representan elasticidades y su interpretación sería la siguiente: por cada 1% que se incremente la población, el nivel de ocupación y el PIB local, la tasa de empleadores aumentará en 0,18%, 0,14% y 0,11% respectivamente.

También la tasa de urbanización resulta significativa y con signo positivo, por lo que al aumentar en 1%, la tasa de empleadores aumentará alrededor del 0,78%. Así, el efecto del desarrollo y/o modernidad es positivo sobre la actividad emprendedora. Mientras que la tasa de desempleo no es significativa en ninguno de los tres modelos, así, el emprendimiento representado en el tipo de los empleadores no es afectado por la cuestión del desempleo y no se comprobaría el llamado *efecto refugio* planteado por algunos autores (Evans y Jovanovic, 1989; Thurik et al., 2008). Además, los hallazgos apoyan el argumento de que el autoempleo de los empleadores está más asociado al emprendimiento por oportunidad.

Los resultados para la variable distancia del municipio a la capital departamental no arrojaron significancia estadística en al menos dos modelos, señalando que el alejamiento con las ciudades principales no influye de manera contundente en la tasa de empleadores. Pero si es significativa la distancia del municipio con Bogotá, además, muestra una relación negativa, ya que por un aumento de un kilómetro en dicha distancia, la tasa de empleadores disminuirá en 0,045%, 0,040% y 0,031% según cada modelo respectivo.

Tabla 25. Resultado del modelo cuenta propia.

Variables independientes	Variable dependiente: log(tasa de autoempleo-cuenta propia)		
	(1)	(2)	(3)
Constante	3.43200*** (0.000)	3.40900*** (0.000)	4.03547*** (0.000)
Distancia a la capital del departamento	0.00043*** (0.006)	0.00038** (0.013)	0.00032** (0.024)
Distancia a Bogotá D.C.	0.00045*** (0.000)	0.00044*** (0.000)	0.00039*** (0.000)
Log (urbanización)	-0.16803*** (0.000)	- 0.15188*** (0.000)	-0.13351*** (0.000)
Log (tasa de desempleo)	0.06121** (0.047)	0.04964 (0.098)	0.07228** (0.018)
Log (población)	-0.06292*** (0.000)		
Log (ocupados)		- 0.07097*** (0.000)	
Log (PIB)			-0.06294*** (0.000)
R ²	0.23	0.24	0.25
No. Observaciones	715	715	715

Fuente: elaboración propia.

Nota: p-valores entre paréntesis, *** Significativa al 1%, ** Significativa al 5%.

De otro lado, los resultados para la tasa de autoempleo de cuenta propia –ver tabla 25–, muestran que las variables de tamaño de mercado son estadísticamente significativas pero con signo negativo, indicando que éste tipo de autoempleo crece a medida que se reduce el tamaño del mercado, y sería un emprendimiento que surge por la disminución de la actividad económica,

dado que esa situación lleva también a la reducción de las oportunidades de empleo. Según los parámetros estimados por un 1% que aumente la población, el nivel de ocupación y el PIB municipal, la tasa de los cuenta propia decrece en 0,062%, 0,07% y 0,062% respectivamente.

Respecto a las demás variables explicativas se tiene que la urbanización es significativa y presenta relación negativa con la tasa de los cuenta propia, ya que con un aumento de 1% en la tasa de urbanización del municipio, la tasa de autoempleo disminuiría en 0,16%, 0,15 % y 0,13%. Así, esta variable también indicaría que el autoempleo de los trabajadores por cuenta propia se incrementa cuando la población tiene menor grado de urbanización, y por consiguiente, menor estado de modernidad y todo los demás aspectos que implica el proceso de urbanización. De igual forma, la tasa de desempleo es significativa y con signo positivo en los modelos donde la variable de tamaño de mercado es la población y el PIB local, por lo que se comprueba el efecto refugio, el cual es una característica del emprendimiento por necesidad, ya que según Thurik et al. (2008), altas tasas de desempleo llevan a los individuos hacia el autoempleo.

Las variables de distancia del municipio a la capital del departamento y a Bogotá D.C. muestran una relación estadísticamente significativa y positiva. En el primer caso, se tendría que ante un aumento de un kilómetro en la distancia, la tasa de cuenta propia aumenta en 0,043%, 0,038%, 0,032%, en cada modelo, mientras que en el segundo caso, la tasa de cuenta propia aumentaría en 0,045%, 0,044% y 0,039%. Este resultado indica que el autoempleo de los cuenta propia se incrementa a medida que las poblaciones se alejan de Bogotá o de su respectiva capital departamental, así, este tipo de emprendimiento es más frecuente cuando más alejado se está de los grandes centros económicos del país.

7.5 Conclusiones

El presente estudio muestra evidencia de que el tamaño del mercado ejerce un efecto positivo sobre las tasas de empleadores a nivel de los municipios de Colombia. Por cada un 1% que aumente la población, el nivel de ocupación y el PIB local, la tasa de éste autoempleo aumentará en 0,14%, 0,18% y 0,11% respectivamente. Pero el impacto sobre la tasa de los trabajadores cuenta propia es negativa, por cada un 1% que aumente la población, el nivel de ocupación y el PIB local, la tasa de este otro autoempleo disminuirá en 0,06%, 0,07% y 0,06% respectivamente. Así mismo, la tasa de urbanización incide positivamente so-

bre empleadores y negativamente sobre los cuenta propia. Adicionalmente, la tasa de desempleo no afecta a la tasa de empleadores, e incide de manera parcial sobre los cuenta propia y con una relación positiva. Estos resultados indican que el nivel de población o de actividad económica favorece la entrada de los individuos al autoempleo como empleadores, ya que mercados más grandes permiten mayores oportunidades para el desarrollo de los negocios; de esta forma, se infiere que el autoempleo representado en la categoría de los empleadores está más cercano al denominado emprendimiento por oportunidad, y el autoempleo de los cuenta propia se acerca al emprendimiento por necesidad.

Ahora bien, dado que la política pública existente en el país hacia la creación de empresas se orienta al autoempleo de empleadores, ya que es el tipo de emprendimiento que genera empleo y tiene más potencial para crecer, es importante considerar dos aspectos. Primero, que el gobierno debería diseñar una política de mayor estímulo al emprendimiento, de tal forma que los incentivos y la ayuda estatal operen como un mecanismo complementario al efecto del tamaño de mercado para incrementar la creación de empresa, además, avanzar hacia un proceso efectivo de formalización laboral o empresarial de los trabajadores por cuenta propia. Segundo, en las regiones menos desarrolladas el trabajo por cuenta propia cobra mayor importancia, ante la escasez de puestos de trabajo atractivos o de oportunidades reales para la creación de empresa, por lo que éste fenómeno debe ser tenido en cuenta a la hora de planear el desarrollo de esas regiones.

Finalmente, es importante considerar que si bien el presente trabajo se enfocó en analizar el efecto del tamaño del mercado sobre las tasas de autoempleo, también existen otros factores que afectan al autoempleo y que no fueron considerados en el estudio, como son: las fuentes y recursos locales para la financiación de empresas, el papel de Estado como empleador a nivel local, y los factores sociales y culturales que inciden en el emprendimiento.

Bibliografía

- Alonso, M.J. y Galve, C. (2008). Dinamismo empresarial y autoempleo. Una comparativa a nivel Europeo. En: *Proyecto Social: Revista de relaciones laborales*. 12(12): pp. 17-40.
- Audretsch, D. B. y Keilbach, M. (2004). Entrepreneurship Capital and Economic Performance. In: *Papers on Entrepreneurship, Growth and Public*

Policy 2004-01, Max Planck Institute of Economics, Entrepreneurship, Growth and Public Policy Group.

- Camagni, R. (2005). *Economía urbana*. Barcelona, España: Antoni Bosch Editores.
- Di Addario, S. y Vuri, D. (2010). Entrepreneurship and market size. The case of young college graduates in Italy. In: *Labour Economics*, 17: pp. 848–858.
- Duran, J. y Vallejo, C.F. (2015). Gradientes de empleo intrarregionales en Colombia. En: *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 13(1): pp. 117-124.
- Evans, D.S. y Jovanovic, B. (1989). Estimates of a model of entrepreneurial choice under liquidity constraints. In: *Journal of Political Economy*, 97(3): pp. 657–674.
- Fritsch, M. y Rusakova, A. (2010). Personality Traits, Self-Employment, and Professions. In: *Jena Economic Research Papers* No. 2010 – 075: pp. 1-39.
- Fujita, M. y Thisse, J. F. (1996). *Economics of Agglomeration*. Londres, Inglaterra: Centre for Economic Policy Research.
- Gallin, D. (2001). Propositions on Trade and informal Employment in Time of Globalization. In: *Antipode*, (19)4: pp. 531-549.
- Giacomin, O.; Guyot, J-L.; Janssen, F. & Lohest, O. (2007). Novice creators: personal identity and push pull dynamics, CRECIS Working Paper 07/2007, Center for Research in Change, Innovation and Strategy, Louvain School of Management, downloadable through www.crecis.be.
- Gilad, B. y Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. En: *Journal of Small Business Management*, 4: pp. 45-53.
- Glaeser, E. L. (2007). Entrepreneurship and the City. In: *NBER Working Paper Series*, Working Paper No. 1355: pp. 1-21.
- Harding, R.; Brooksbank, D.; Hart, M.; Jones-Evans, D.; Levie, J.; O'Reilly, J. & Walker, J. (2006). *Global Entrepreneurship Monitor United Kingdom 2005*. London, England: London Business School; Global Entrepreneurship Monitor.
- Henderson, J. V.; Kuncoro, A. & Turner, M. (1995). Industrial development in cities. In: *Journal of Political Economy*, 103 (5): pp. 1067–1090.

- Jacobs, J. (1969). *The Economy of Cities*. New York, United States: Vintage Books.
- Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. In: *Journal of Political Economy*, 99(3): pp. 483-99.
- Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Moro, S.; Chein, F. y Machado, A. (2003). Self-employment in Brazil and its Determinants: a Spatial Analysis. En: *UFMG/Cedeplar*, texto para discussão No. 204: pp. 1-24.
- Ocampo, J.; Sánchez, F. y Tovar, C. (2000). Cambio Estructural y Deterioro Laboral: Colombia en la Década de los Noventa. En: *Coyuntura económica*, 30(4): pp. 1-16.
- OECD. (2011). *Self-employment. OECD Factbook 2011-2012: Economic, Environmental and Social Statistics*. Paris, Francia: OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/factbook-2011-61-en>
- OIT. (2013). *19a. Conferencia Internacional de Estadísticos del Trabajo Ginebra*, 2-11 de octubre de 2013. Revisión de la Clasificación Internacional de la Situación en el Empleo (CISE-93), Documento 8.
- Raijman, R. (2001). Mexican Immigrants and Informal Self-employment in Chicago. In: *Human Organization*, 60(1): pp. 47-55.
- Reynolds, P. D.; Camp, S.M.; Bygrave, W.D.; Autio, E. & Hay, M. (2001). Global Entrepreneurship Monitor. In: *2001 Executive Report*: pp. 1-58.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. En: *Academy of Management Review*, 25(1): pp. 217-226.
- Stam, E. (2009). Entrepreneurship, Evolution and Geography. In: *Papers in Evolutionary Economic Geography*, No. 09.13: pp. 1-21.
- Taylor, L. y Vos, R. (2001). Liberalización de la Balanza de Pagos en América Latina: Efectos Sobre el Crecimiento, la Distribución y la Pobreza. en: Ganuza, E.; Paes de Barros, R.; Taylor, L. & Vos, R. (Eds.). *Liberalización, Desigualdad y Pobreza: América Latina y el Caribe en los 90*. (pp. 13-69). Buenos Aires, Argentina: EUDEBA; PNUD; CEPAL.

- Thurik, A. R.; Carree, M. A.; van Stel, A. J. & Audretsch, D. B. (2008). Does self-employment reduce unemployment? In: *Journal of Business Venturing*, 23: pp. 673–686.
- Thurik, A. R., Stam, E. & Audretsch, D. B. (2013). The rise of the entrepreneurial economy and the future of dynamic capitalism. In: *Technovation*, 33: pp. 302–310.
- Valencia, G. (2012). Autoempleo y emprendimiento. Una hipótesis de trabajo para explicar una de las estrategias adoptadas por los gobiernos para hacer frente al progreso del mercado. En: *Semestre Económico*, 15(32): pp.103-127.
- Van Stel, A. J.; Storey, D. J. y Thurik, A. R. (2007). The Effect of Business Regulations on Nascent and Young Business Entrepreneurship. En: *Small Business Economics*, 28: pp. 171-186.
- Wennekers, S.; van Stel, A. J.; Thurik, A. R. & Reynolds, P. D. (2005). Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development. In: *Small Business Economics*, 24: pp. 293-309.
- Wennekers, S.; van Stel, A. J.; Carree, M. & Thurik, A. R. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: is it U-shaped? In: *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 6(3): pp. 167-237.
- Williams, C. (2007). Entrepreneurs Operating in the Informal Economy: Necessity or Opportunity Driven? In: *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 20(3): pp. 309-320.