Luisa Alemany Gil*
Lourdes Urriolagoitia Doria**

INICIATIVA EMPRENDEDORA Y JÓVENES EN ESPAÑA

En España el nivel de paro es elevado, especialmente entre los jóvenes. Un 26 por 100 de los jóvenes entre 15 y 29 años ni estudian ni trabajan, la mayor tasa europea. La creación de empleo se asocia a grandes empresas; sin embargo el nuevo empleo proviene de las empresas recientes. Los emprendedores son clave para el crecimiento económico; poner en marcha una iniciativa supone no estar desempleado. Este artículo presenta la definición de iniciativa emprendedora, sus manifestaciones e importancia. Se estudian las características del emprendedor, la situación comparada de España y su percepción social. Finalmente, son analizados los jóvenes españoles por su actitud y aptitud para emprender, así como la importancia de la educación emprendedora y su impacto.

Palabras Clave: *emprendimiento, juventud, creación empleo.*
Clasificación JEL: *M13, L26, I2.*

1. Iniciativa emprendedora: definición y manifestaciones

La iniciativa emprendedora es clave para el desarrollo económico y la innovación de la sociedad (Carree y Thurik, 2003; Van Stel *et al.,* 2005; Wennekers y Thurik, 1999 y Wennekers *et al*., 2005). Sin embargo, cuando se habla de iniciativa emprendedora, en la mayoría de los casos se piensa en la creación de nuevas empresas. Como veremos a continuación, la iniciativa emprendedora no se limita a la puesta en marcha de nuevos proyectos, sino que se manifiesta en diferentes ámbitos de la sociedad, es clave para las empresas ya existentes y, según algunas de las definiciones, es una manera de enfocar las oportunidades y desafíos de la vida.

La definición de iniciativa emprendedora ha cambiado con el tiempo, y no existe una única definición aceptada por el mundo académico. Es interesante ver su evolución desde una visión puramente económica y empresarial a una forma de entender el mundo. Podría decirse que la primera definición de emprendedor aparece en el Siglo XVIII: «el emprendedor compra productos a un precio determinado en el presente, los combina de forma acertada para obtener un nuevo producto y luego lo vende a precios inciertos en el futuro. No posee un retorno seguro y debe asumir los riesgos y la incertidumbre presentes en el mercado»

* Profesora asociada, ESADE Business School.
** Investigadora, ESADE Entrepreneurship Institute.

(Cantillon, 1756). Esta definición se limita a la puesta en marcha de nuevas empresas con un alto riesgo.

Ya en el Siglo XX, Schumpeter (1934) define al emprendedor como un innovador que implementa el cambio en los mercados, a través de nuevos productos, nuevas formas de producción, apertura de nuevos mercados, nuevas combinaciones de materias primas o incluso a través de la reorganización de una organización ya existente. Schumpeter introduce el concepto de «creación destructiva», donde la innovación produce la desaparición de empresas que se quedan obsoletas, mientras que las empresas innovadoras las sustituyen y crecen por encima de las actuales.

En los años setenta se introduce en la definición el concepto de oportunidad, donde el emprendedor «reconoce las oportunidades y toma acciones para aprovecharlas. Es aquel que tiene habilidades para aprovecharse de las imperfecciones del mercado» (Kirzner, 1973). En este caso no se habla de la creación de empresa, aunque sí se menciona el mercado. La definición continúa evolucionando, y una de las más comunmente aceptadas en la actualidad dice que «la iniciativa emprendedora incluye el estudio de las fuentes de oportunidades, los procesos de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades, y las personas que las descubren, evalúan y explotan» (Shane y Venkataraman, 2000). Esta definición es interesante porque dice explícitamente que «la iniciativa emprendedora no requiere, pero puede incluir, la creación de nuevas organizaciones». Es decir, que desde el mundo de la gestión de empresas se reconoce que la iniciativa emprendedora va más allá.

Para concluir este breve repaso de la definición incluimos en este análisis la de la Comisión Europea (2004). En este caso se toma una visión ampliada, considerando que «la iniciativa emprendedora incluye la propensión a inducir cambios en uno mismo, la capacidad de aceptar y apoyar la innovación provocada por factores externos, de dar la bienvenida al cambio, de asumir la responsabilidad por las propias acciones (sean positivas o negativas), de terminar lo que se empieza, de saber en qué dirección se está yendo, de establecer objetivos y cumplirlos y de tener la motivación necesaria para el éxito». Es esta definición la que vamos a considerar para el resto de este artículo, ya que es clave que la juventud española tome responsabilidad por las propias acciones, acepte la innovación provocada por factores externos y, lo que es más importante para dar salida al grave problema del desempleo, que tenga la motivación suficiente para cumplir con los objetivos marcados.

Dentro de la Unión Europea la iniciativa emprendedora es considerada una de las competencias básicas, junto con las tecnologías de la información y comunicación, cultura tecnológica, competencia en lenguas extranjeras y habilidades sociales (Comisión Europea, 2004). Es decir, que la iniciativa emprendedora debería ser algo que se aprende y entrena, y que es tan importante y necesario para que las nuevas generaciones puedan enfrentarse al futuro, como los idiomas o el conocimiento de la tecnología.

Una vez analizadas las diferentes definiciones de la iniciativa emprendedora es importante entender cómo se manifiesta en la economía y en la sociedad. Se trata de identificar oportunidades, buscar los recursos necesarios, sean estos humanos o financieros, tomar riesgos, innovar y, sobre todo, ponerse manos a la obra. Se puede emprender creando nuevas empresas que buscan obtener beneficios en proyectos sociales que buscan dar solución a problemas que los mercados actuales no son capaces de resolver, o incluso desde el mundo de la ciencia, la cultura o el deporte. También se debe emprender en empresas establecidas, para continuar innovando y creciendo y que la «creación destructiva» se deba a uno mismo.

La creación de empresas es la manifestación más habitual y, en muchos casos, cuando se hace referencia a emprender, se limita a este ámbito. Es cierto que es más fácil de observar, ya que se tienen datos que permiten comparar y ver la evolución a lo largo del tiempo. Además, es mediante la creación de empresas que se crea nuevo empleo, se invierte, se pagan

impuestos y, por lo tanto, el impacto económico y social es medible.

En el proceso de creación de una empresa son necesarios tres elementos: *i)* la oportunidad de negocio, *ii)* el equipo emprendedor y *iii)* los recursos (Timmons, 2003). Comienza con la identificación de la oportunidad, el análisis de su viabilidad o «Plan de Negocio», el arranque de la empresa y, por último, su crecimiento y consolidación.

Normalmente, el objetivo de la empresa es la maximización del beneficio. Sin embargo, no todas las empresas persiguen este objetivo. Es el caso de los emprendedores sociales, que buscan un retorno social; la solución de un problema para aquellos que lo sufren. Pueden ser voluntarios, asociaciones, ONG o empresas. No es la forma jurídica la que lo define, sino sus objetivos sociales, aunque la definición de emprendedor social es todavía más variada que la de iniciativa emprendedora. Durante los últimos años se ha visto un crecimiento en este sector, en parte motivado por la fuerte crisis, en la que los problemas sociales se han acentuado.

En la definición de emprendimiento social es clave la innovación, la sostenibilidad y la búsqueda de solución a un problema, o cambio social, para que este desaparezca o se reduzca (Mair y Martí, 2006). Dentro del emprendimiento social, a nivel mundial, son claros ejemplos Ashoka, creada por Bill Drayton en 1981 y reconocida con el Premio Príncipe de Asturias 2011, o el Banco Grameen, fundado por Muhammad Yunus, que recibió el Premio Nobel de la Paz en 2006.

La iniciativa emprendedora también puede manifestarse en la ciencia, tanto por la propia universidad emprendedora, como por la creación de empresas científicas surgidas de la investigación. La universidad emprendedora (Kirby, 2006) es innovadora y adapta su estructura para poder identificar oportunidades y desarrollar las capacidades de la persona emprendedora, con un impacto relevante en su región, como podría ser el caso de la Universidad de Stanford o del Massachusetts Institute of Technology (MIT) (Guerrero y Urbano, 2010). Además, se da el emprendimiento, entendido como creación de empresas, desde el mundo de la ciencia. Es lo que se conoce como derivados o «*spin-offs* universitarias». Estas empresas de nueva creación explotan alguna licencia o patente que ha surgido de la investigación científica en la universidad y, por lo tanto, los emprendedores científicos y la universidad están unidos mediante un contrato. En varios países las *spin-offs* universitarias ya son caso de éxito (Shane, 2004). En Estados Unidos (EE UU), por ejemplo, han dado lugar a grandes empresas innovadoras en ámbitos como la salud, la tecnología, las energías limpias o la defensa (O'shea *et al*., 2005), que han generado miles de puestos de trabajo y un gran impacto, tanto económico como social, gracias a sus innovaciones.

Por último, es importante recalcar el papel de la iniciativa emprendedora en organizaciones o empresas ya existentes. Es lo que se conoce como *corporate entrepreneurship* o *intrapreneurship*, que es el proceso mediante el cual un empleado se convierte en «emprendedor» dentro de la empresa y lleva a cabo nuevos proyectos innovadores (Casson, 1982; Burgelman, 1983, 1984; Zahra, 1996; Zahra *et al.,* 1999 y Covin y Miles, 2007).

Dentro del *intrapreneurship* pueden darse dos casos: la generación de nuevos negocios y la regeneración estratégica. En ambos casos, se puede medir su nivel emprendedor con el índice de orientación emprendedora, que es la capacidad de la organización de iniciar proyectos arriesgados para avanzar (Bieto, 2008). En el mismo estudio se concluye que los proyectos «emprendedores» dentro de las empresas tienen efectos significativamente positivos en sus resultados. Este estudio se basa en una muestra de 258 empresas industriales españolas.

Aunque parece claro que los procesos de *intrapreneurship* son positivos para la empresas, son muy pocos los empleados que son emprendedores. En un estudio de 11 países, menos del 5 por 100 son intraemprendedores, y en el caso de España el número baja al 3,4 por 100 (Bosma *et al*., 2010).

2. Iniciativa emprendedora: su magnitud económica y social

En el apartado anterior se identifican las principales manifestaciones de la iniciativa emprendedora. A continuación, se aportan datos para el caso español sobre la creación de empresas, la iniciativa emprendedora en el ámbito social y sobre las *spin-offs* universitarias.

Dentro del ámbito de la creación de empresas, el empleo es uno de los indicadores más relevantes a nivel económico y social. Tradicionalmente, y en particular en España, la creación de empleo viene asociada con las grandes empresas. Es por ello que para los jóvenes que entran en el mercado laboral la gran empresa es el puesto de trabajo soñado, a lo que todos aspiran. Sin embargo, como muestran los datos, la mayor parte del nuevo empleo en España, y en la mayoría de los países, no proviene de las grandes empresas establecidas, sino de las empresas pequeñas y de reciente creación.

Según datos de la Unión Europea (UE27) el número de empresas en 2007 era de 20,9 millones, de las cuales 99,8 por 100 eran pymes[1] (Eurostat). Este porcentaje en 2013 se mantenía en 99,8 por 100 siendo el número de pymes de 21,2 millones. Si nos centramos en España, en enero de 2009 un 99,88 por 100 de las empresas eran pymes, lo que equivale a 3.350.972 empresas según el Directorio central de empresas (DIRCE). En 2013 este porcentaje se mantenía igual, aunque el número de pymes disminuyó a 3.114.361 empresas al reducirse el número total de empresas. Además, si se analizan estas empresas vemos que un 53 por 100 no tienen asalariados, y que un 42 por 100 tienen menos de diez. Es decir, que en España un 95 por 100 de las empresas son muy pequeñas, y solamente un 5 por 100 del total tienen diez o más trabajadores.

En España la Tasa de Iniciativa Emprendedora (TEA, según sus siglas en inglés)[2] es de 5,5 por 100, según datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (2014). Es decir, que dentro de la población adulta, cinco de cada 100 encuestados declaran estar poniendo en marcha una iniciativa emprendedora de entre 0 y 3,5 años de duración. Antes del comienzo de la crisis, en 2008, esta tasa llegó a superar el 7 por 100, pero después empezó a bajar hasta alcanzar un mínimo de 4,3 por 100, en 2010. A partir de 2011, la tasa de iniciativa emprendedora ha oscilado entre el 5,2 por 100 y el 5,8 por 100, lo que indica que la capacidad emprendedora de los españoles se ha estabilizado, aunque continúa sin alcanzar los niveles observados antes de la crisis económica.

¿Una TEA actual de 5,5 por 100 es alta o baja? Para poder contestar a esa pregunta es importante poder comparar con países del entorno. En el caso europeo, Rumanía y Lituania presentan las tasas más elevadas, alcanzando una TEA de 11,9 por 100, seguidas de Eslovaquia (10,9 por 100), Reino Unido (10,7 por 100) y Portugal (10 por 100). Con niveles similares a los de España están Bélgica, Dinamarca, Finlandia, Francia y Alemania, países que presentan tasas de entre 5,3 por 100 y 5,5 por 100. Italia es el país de la Unión Europea con la tasa más baja (4,4 por 100).

Si la cultura emprendedora de un país es elevada, la tasa de creación de empresas también debería serlo. La tasa de entrada, o creación bruta de empresas, es el número de nuevas empresas dividido por el número de empresas ya existente. En el caso español la tasa media del periodo 2000-2014 es de 11,5 por 100 (Cuadro 1). Durante los años de la crisis se crean menos empresas y además el número de empresas sin empleados, es decir, el autoempleo, aumenta.

Un aspecto interesante a destacar es la mayor propensión a incorporar avances tecnológicos, por parte

[1] Este número hace referencia a las empresas no financieras. La definición de pyme es la de empresa que tiene menos de 250 empleados.

[2] TEA son las siglas de «Total Entrepreneurship Activity», y mide la actividad emprendedora de la población adulta, entre 18 y 64 años, en iniciativas de hasta 42 meses.

CUADRO 1

TASA DE ENTRADA DE EMPRESAS EN ESPAÑA, 2000-2014

	2000	2003	2006	2009	2012	2014	Promedio 2000-2006	Promedio 2009-2014
Entrada (nº de empresas)	344.432	343.221	415.275	334.072	334.516	343.491	367.643	337.360
Tasa de entrada (%)	13,3	12,2	13,1	10,0	10,5	11,0	12,9	10,5
Según número de empleados:								
Sin empleados (% total)	70,9	70,6	73,1	74,8	76,7	75,5	72,3	73,6
De 1 a 5 empleados (% total)	24,4	25,0	23,2	22,2	20,8	22,0	23,7	22,9
Resto (% total)	4,7	4,4	3,7	3,0	2,5	2,3	3,9	3,4

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del DIRCE.

de las empresas de reciente creación: mientras que en torno al 5 por 100 de los negocios consolidados (vida de más de 42 meses) utilizan tecnologías de última generación, el porcentaje para los negocios en fase inicial (hasta 42 meses de vida) asciende a niveles de alrededor del 12 por 100 (GEM España, 2015).

La tasa de destrucción o cierre de empresas permite entender si se da una creación neta positiva o si, en realidad, se cierran más empresas de las que se crean. En el Gráfico 1 se observa claramente que la creación neta de empresas se mantuvo positiva hasta 2008. Una vez desatada la crisis económica, esta tendencia se invierte, siendo mayor el número de empresas que cierran que aquellas que abren. Esta brecha negativa se ha mantenido desde entonces, aunque parece que en 2014 la distancia empieza a acortarse.

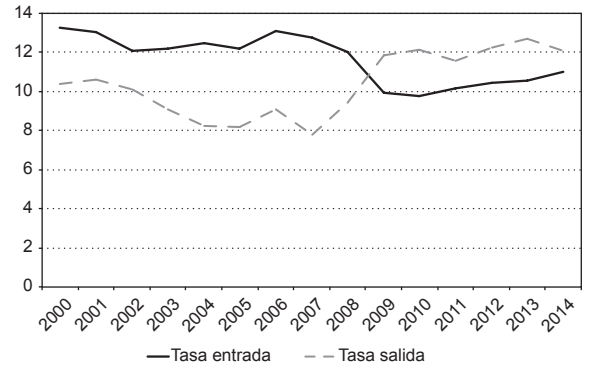
Cabe notar que no todas las iniciativas emprendedoras provienen de emprendedores noveles; los emprendedores en serie (*serial entrepreneurs*) tienen un papel fundamental (Plehn-Dujowich, 2010). Un emprendedor exitoso, el que ha logrado crear una empresa y sacarla a cotizar en bolsa, tiene el 30 por 100 de posibilidades de tener éxito en su siguiente emprendimiento. En contraste, los emprendedores primerizos solo tienen un 18 por 100 de posibilidad de alcanzar el éxito, mientras que uno que ya ha fracasado tiene un 20 por 100 (Gompers *et al.,* 2010).

Respecto a la importancia de los emprendedores sociales, España presenta una de las tasas más reducidas de entre los países analizados por el GEM 2014. En este estudio se calcula el nivel de emprendimiento social con la tasa SEA (Social Entrepreneurial Activity), que mide cuál es el porcentaje de personas adultas que se encuentran involucradas en actividades emprendedoras con un fin social. Así, en España, en 2014, solo el 0,51 por 100 de la población española estuvo involucrada en emprendimiento, mientras que en otros países este porcentaje se mantiene o se ha incrementado, como es el caso de EE UU, con más del 4 por 100. Como referencia, en 2009, en España la tasa SEA era de 0,53 por 100. Por lo tanto, se puede concluir que el nivel de emprendimiento social es muy reducido y que, además, ha disminuido en los últimos cinco años.

Respecto al emprendimiento universitario, en España este sigue siendo un fenómeno incipiente. Según el informe de la Red de oficinas de transferencia de resultados de investigación de las universidades españolas (RedOTRI, 2011), durante el año 2011

GRÁFICO 1

TASA DE ENTRADA Y SALIDA DE EMPRESAS EN ESPAÑA, 2000-2014 (En %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del DIRCE.

se crearon en España 111 empresas *spin-off*. Este número es muy reducido si tenemos en cuenta que en España en ese mismo año se crearon 331.264 empresas en total (DIRCE). Sin embargo, el aspecto positivo es que esta cifra viene aumentando desde las 88 *spin-offs* creadas en 2005, con un pico en 2006, en el que se llegó a 143 nuevas empresas científicas dentro del ámbito universitario.

Según la RedOTRI, la creación de *spin-offs* en España presenta varias dificultades, entre las que se destaca el acceso a la financiación para la nueva empresa, pues a menudo se requiere mayor financiación que en otro tipo de empresas más tradicionales. Además, a pesar de las mejoras de los últimos años, los trámites burocráticos para crear una empresa desde una universidad o centro de investigación siguen siendo considerables, tanto por la cantidad de documentos que se solicita a los científicos emprendedores, como por el largo proceso de aprobaciones. Finalmente, una de las barreras más difíciles de superar está relacionada con la falta de cultura emprendedora en la universidad. En concreto, en muchos casos hay dificultades a la hora de definir la idea de negocio, pues un investigador normalmente no tiene ni el conocimiento ni las competencias emprendedoras que le faciliten acercar el resultado de su investigación al mercado.

3. Características de la persona emprendedora: España y comparación internacional

Para entender el nivel de emprendimiento de la sociedad española es necesario mirar, tanto a las características de la persona emprendedora, como a la actitud que tiene la sociedad con respecto al emprendimiento. En un país donde las personas son más emprendedoras y donde la actitud social, en lo que a emprender se refiere, es positiva, es más fácil que se emprenda. En este apartado se presentan las características de la persona y en el siguiente se trata el entorno social y su aceptación del emprendimiento. Para poder entender en su contexto cómo se encuentra España, se realiza una comparación internacional con países del entorno y se añade EE UU, por considerarse en muchos casos el referente.

La persona emprendedora, a pesar de las diferentes definiciones existentes sobre qué significa emprender, tiene una serie de trazos comunes. Según la literatura académica, las características que se mencionan más a menudo son cuatro: la actitud hacia el riesgo, el no tener miedo al fracaso, el *locus* de control interno y la creatividad.

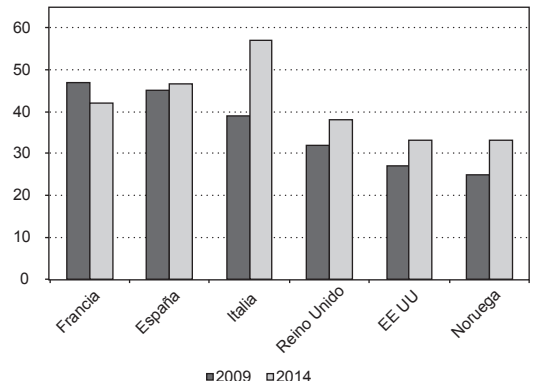
Actitud hacia el riesgo

La actitud hacia el riesgo viene medida por la propensión de las personas a embarcarse en nuevas iniciativas donde el resultado es incierto. En países donde las personas temen la incertidumbre se dan niveles más bajos de iniciativa emprendedora, ya que es imprescindible arriesgar para lanzarse a una aventura empresarial. En el estudio del Directorado General de Empresa e Industria de la Comisión Europea, *Flash Eurobarometer Survey on Entrepreneurship* (2010), se pregunta a ciudadanos europeos sobre características

y actitudes hacia la iniciativa emprendedora. En este estudio se plantea la afirmación «En general, soy una persona que toma riesgos» y se ofrece a los encuestados cuatro niveles, desde «totalmente de acuerdo» a «totalmente en desacuerdo». Si tomamos en cuenta los que están «totalmente de acuerdo con la afirmación», se pueden observar ya grandes diferencias. En Francia, el 21 por 100 de los encuestados tiene una actitud muy positiva hacia la toma de riesgos; en Italia, el 15 por 100 del total; en Noruega, el 12 por 100, que es también el resultado para España. En general, los europeos son poco propensos a la toma de riesgos. Como contraste, en EE UU, un 39 por 100 de los encuestados afirma estar totalmente de acuerdo con la afirmación. Es decir, cuatro de cada diez toman riesgos mientras que solo uno de cada diez lo hace en España.

GRÁFICO 2

MIEDO AL FRACASO*, 2009 Y 2014
(En %)



NOTA: * Porcentaje de personas que tienen miedo al fracaso.
FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del GEM 2010 y 2015.

No tener miedo al fracaso

El miedo al fracaso es una de las principales barreras a la hora de emprender un nuevo proyecto. El miedo a que los resultados no sean los esperados, además del estigma del fracaso, hace que muchas personas no se lancen a explorar nuevas iniciativas emprendedoras. En el Gráfico 2 se presentan algunos datos para la variable «miedo al fracaso» que Global Entrepreneurship Monitor publicó en sus informes de 2009 y 2014. En 2009, los países con mayor temor al fracaso eran Francia y España, mientras que EE UU y Noruega eran los de porcentaje menor. Estos porcentajes se mantuvieron más o menos, excepto para Italia, que se convirtió en el país con mayor temor al fracaso en 2014. En el caso de España, la situación ha empeorado con la crisis, y seguimos siendo el segundo país con mayor nivel de miedo al fracaso.

Creatividad

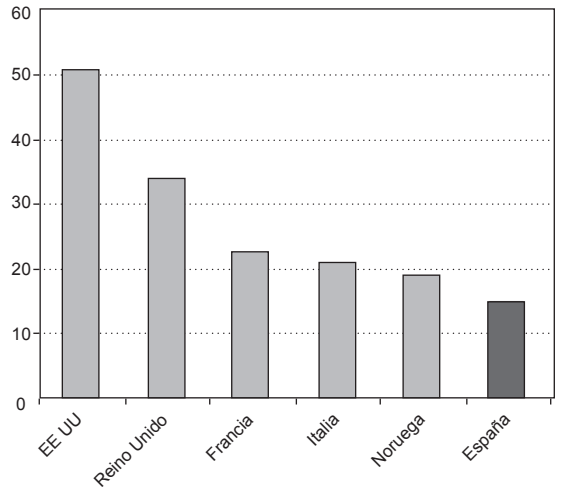
La persona emprendedora es creativa. Ve oportunidades donde otros encuentran problemas. Es abierta e imagina lo que le rodea con una perspectiva diferente. Una de las claves de la persona emprendedora es que se crea que es creativa, es decir, no tanto que lo sea de manera objetiva, sino que piense de sí misma que es capaz de tener buenas ideas. La creatividad, junto con la toma de riesgos, es lo que permite decidir ponerse en marcha con nuevas iniciativas. En el caso español, si bien los niveles de creatividad podrían considerarse altos cuando nos fijamos en entornos como la pintura, la cocina o el cine, las personas encuestadas no se consideran a sí mismas creativas. De hecho, España es el país que presenta el dato más bajo (Gráfico 3).

Control interno

Esta es otra de las características de la persona emprendedora; es una actitud hacia el mundo de cambio, de poder influir en lo que le rodea, de poder marcarse unos objetivos, por ambiciosos que sean, e ir a por ellos. El control interno (*internal locus of control*) de alguna manera mide la confianza en uno

GRÁFICO 3

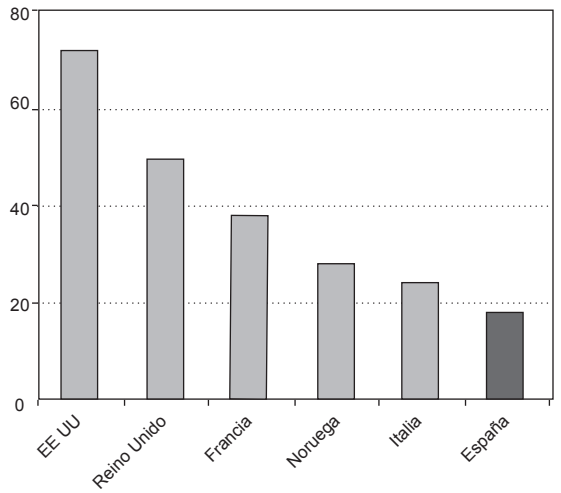
CREATIVIDAD*
(En %)



NOTA: * Respuesta a «Soy una persona creativa, que tiene nuevas ideas». Porcentaje totalmente de acuerdo.
FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de Flash Eurobarómetro 2010.

GRÁFICO 4

CONTROL INTERNO*
(En %)



NOTA: * Respuesta a «Mi vida está determinada por mis propias acciones, no por las acciones de otras personas o por la suerte». Porcentaje totalmente de acuerdo.
FUENTE: Elaboración propia a partir de Flash Eurobarómetro 2010.

mismo y la sensación de control sobre el propio destino. En este caso, la diferencia entre el mundo anglosajón y la Europa continental es grande. En países como EE UU o Reino Unido la mayoría de los encuestados afirman sentirse con un total control de sus vidas, mientras que en países como Italia o España es justamente al contrario. Es, precisamente, España el país donde el dato es más bajo (Gráfico 4). En sociedades donde el *locus* de control interno es bajo, las personas tienden a no lanzarse a nuevas aventuras ya que siempre hay «algo» externo que marcará su rumbo.

4. Iniciativa emprendedora y percepción social

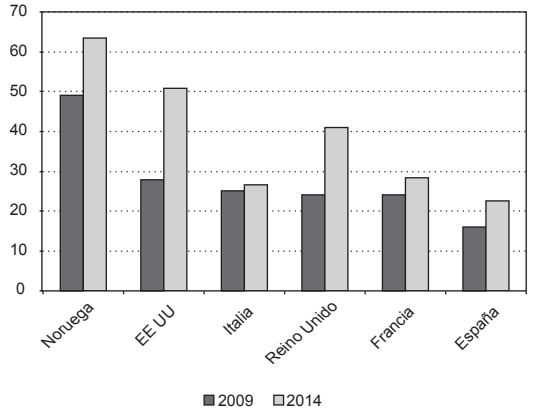
Una sociedad es más emprendedora cuando las personas que la conforman tienen características emprendedoras. Sin embargo, la percepción social del emprendedor también determina la actitud que esas personas tienen a la hora de emprender nuevas iniciativas. Los valores sociales son determinantes en la actitud emprendedora de las personas (Kwon y Arenius, 2010). Por ejemplo, la percepción de oportunidades, la confianza en las capacidades y conocimiento que uno tiene a la hora de emprender, o la imagen que la sociedad tiene del emprendedor, en muchos casos está motivada por los medios de comunicación.

Percepción de la oportunidad

Como se explicó en el primer apartado de este artículo, la primera fase de la puesta en marcha de una iniciativa emprendedora es la identificación de una

GRÁFICO 5

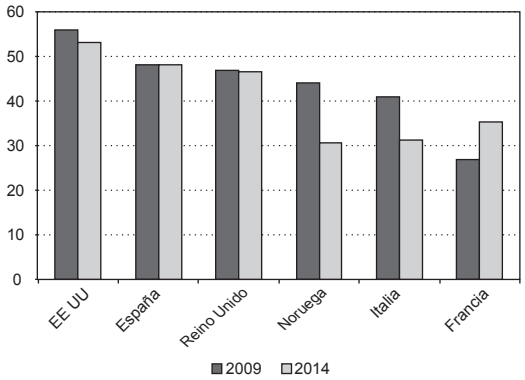
PERCEPCIÓN DE OPORTUNIDADES PARA EMPRENDER*, 2009 Y 2014 (En %)



NOTA: * Porcentaje de personas que perciben la oportunidad.
FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del GEM 2010, 2015.

GRÁFICO 6

PERCEPCIÓN DE CAPACIDADES Y HABILIDADES PARA EMPRENDER, 2009 Y 2014 (En %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del GEM 2010, 2015.

oportunidad. El segundo paso es decidir ponerse en marcha y explotar la oportunidad y, finalmente, ser capaz de juntar los recursos necesarios para llevarla a cabo, consiguiendo un beneficio. Según el estudio global del GEM 2014, en España solo uno de cada cuatro encuestados (23 por 100) perciben la oportunidad. Este dato ha mejorado significativamente desde 2009, donde era uno de cada seis. En países como EE UU o Noruega la mayoría de los encuestados perciben la oportunidad, por lo que la actitud para emprender será mayor (Gráfico 5).

Capacidades y habilidades para emprender

Sentirse preparado para emprender es otra de las características relacionadas con unos mayores niveles de iniciativa emprendedora en la sociedad. De nuevo se trata de una percepción, no si la persona está preparada, sino si piensa que lo está. Es decir, en países donde la exigencia sea muy alta, podría darse que el nivel general sea alto, pero que no se considere suficiente. España, en este caso, destaca favorablemente, solamente superado por EE UU (Gráfico 6). El nivel de España no se ha visto alterado durante la crisis.

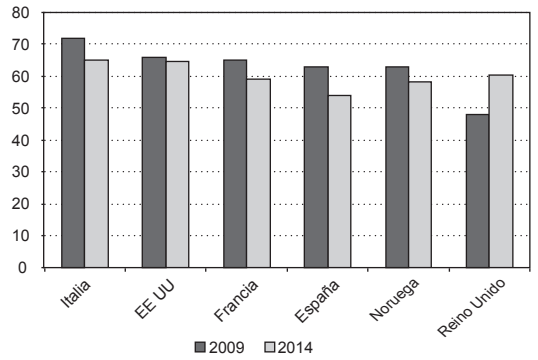
La formación en emprendimiento es, por otro lado, muy importante, aunque no imprescindible. Sin embargo, cuando se analiza el peso que tiene entre las personas emprendedoras y las no emprendedoras, se observa que entre las personas emprendedoras de todos los países siempre hay más personas que afirman tener una formación específica en emprendimiento (Gráfico 7).

La imagen en la sociedad del emprendedor

Lo que piensa la sociedad del emprendedor es un factor muy importante a la hora de emprender. En

GRÁFICO 7

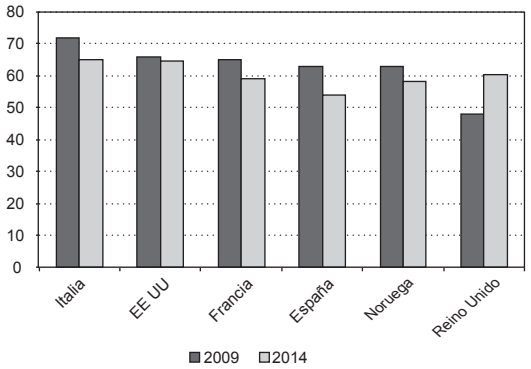
FORMACION EMPRENDEDORA POBLACION GENERAL *VERSUS* EMPRENDEDORES, 2009 Y 2014 (En %)



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del GEM 2010.

GRÁFICO 8

VALORACIÓN SOCIAL DEL EMPRENDIMIENTO*, 2009 Y 2014 (En %)



NOTA: * Porcentaje de personas que lo consideran positivo.
FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del GEM 2009, 2014.

países donde emprender está mal visto se espera tener niveles de iniciativa emprendedora más baja, y normalmente esta viene motivada por la necesidad, más que por la identificación de una oportunidad. En el caso español, alrededor de la mitad de los encuestados ve el emprender como algo favorable, o dicho de otra manera, la mitad no lo ve bien. Este porcentaje ha empeorado desde que comenzó la crisis, ya que en 2009 eran dos de cada tres los que consideraban emprender como algo positivo (Gráfico 8).

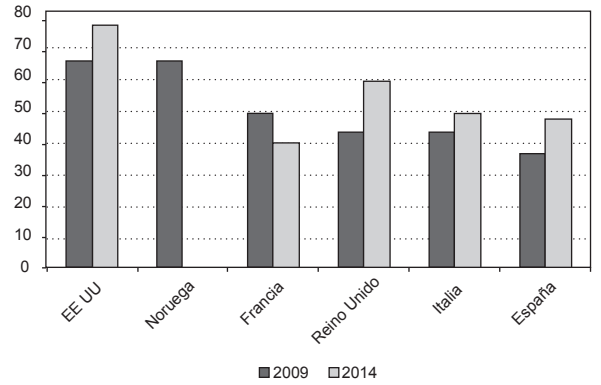
El tiempo que los medios de comunicación dedican a hablar de emprendedores también tiene una influencia en la percepción social hacia el emprendimiento. En los países anglosajones los nombres de emprendedores famosos como Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple) o Richard Branson (Virgin) son habituales en televisión y prensa escrita. Como se puede ver en el Gráfico 9, aunque el tiempo dedicado ha aumentado desde que comenzó la crisis, todavía es muy inferior al que dedican en EE UU o Noruega.

5. Jóvenes e iniciativa emprendedora

Los jóvenes presentan desde muy temprana edad las características de la persona emprendedora, presentadas en el apartado anterior: toma de riesgos, no tener miedo al fracaso, creatividad y altos niveles de control interno. Los niños toman riesgos de forma continua, mientras se embarcan en la aventura de conocer lo que les rodea. No tienen miedo al fracaso, ya que en una edad temprana no conocen su significado. Son altamente creativos y creen que pueden cambiar el mundo y llegar a la luna; cualquier objetivo parece alcanzable. Sin embargo, a medida que los niños se convierten en jóvenes y en adultos, estas características se van modificando. Para la sociedad es clave tener una juventud emprendedora, ya que aunque se puede emprender a cualquier edad, una juventud con iniciativa es necesaria para continuar el crecimiento económico de los países y poder avanzar en el camino de la innovación y la tecnología.

GRÁFICO 9

MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INICIATIVA EMPRENDEDORA, 2009 Y 2014 (En %)



NOTA: * Porcentaje de tiempo dedicado a emprendedores.
FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del GEM 2009, 2014.

Los jóvenes emprendedores son claves para el crecimiento económico y la innovación, ya que son especialmente sensibles a las nuevas tecnologías y les atrae lo nuevo, las tendencias sociales. Si se desarrollan las competencias emprendedoras, se da una formación específica en emprendimiento y desde la sociedad se apoya este como una opción atractiva, muchos más jóvenes verán la puesta en marcha de nuevos negocios como su opción laboral (Comisión Europea, 2004).

Existen muchas investigaciones que relacionan la edad de la persona con la probabilidad de poner en marcha una empresa. La mayoría de los estudios indican que es más probable comenzar una empresa cuando se tiene más edad, es decir, existe una correlación positiva entre edad y arranque de una compañía. Según estas investigaciones, no es un problema de identificación de oportunidades, ya que, normalmente, los jóvenes identifican más, sino una cuestión de recursos y de experiencia, en muchos casos necesaria para emprender (Blanchflower y Meyer, 1994 y Shane, 1996).

Según varias investigaciones de la Organización para la cooperación y el desarrollo económicos (OCDE) (2001, 2009), muchos jóvenes de entre 16 y 35 años tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento; sin embargo, a pesar de encontrarse en una situación de desempleo, pocos de ellos ponen en marcha un negocio. La principal barrera y desventaja frente a emprendedores «adultos» es la dificultad al acceso de capital, por lo que las medidas que se han tomado en los últimos años para dar acceso fácil a financiación semilla a jóvenes emprendedores son importantes. También se identifican la falta de preparación, experiencia y contactos, así como no contar con un buen equipo de trabajo, como barreras al emprendimiento joven. Por lo tanto, crear y reforzar un ecosistema emprendedor es fundamental para poder abrir a los jóvenes la oportunidad del emprendimiento.

Los jóvenes en España

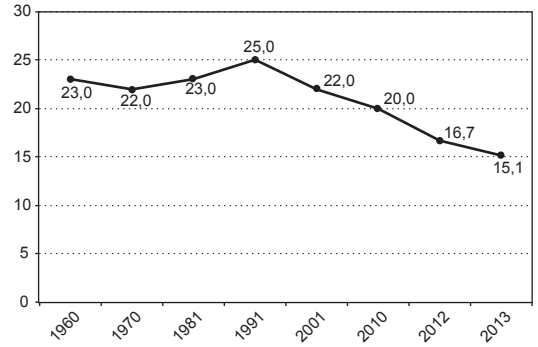
Es necesario poder identificar a los «jóvenes»; para ello no existe una definición universal, aunque es el periodo entre la niñez y la etapa adulta, donde se vive de manera independiente. En el caso de muchos países europeos, y en especial España, el periodo de la denominada juventud ha ido aumentando, tanto porque los estudios se alargan, como porque los jóvenes no se marchan de casa de sus padres hasta edades bastante elevadas.

Además, se nota un envejecimiento de la población. Mientras que en la década de los años ochenta los jóvenes de entre 15 y 29 años representaban en España un 22 por 100 de la población, llegándose en los años noventa hasta el 25 por 100, en 2013 este dato ha caído hasta el 15 por 100 (Gráfico 10).

El principal problema de la sociedad no es el envejecimiento de la población, sino las altas tasas de paro, especialmente entre los jóvenes. En 2013, el total de la población activa joven, de 16 a 29 años, es de 3,9 millones, lo que representa un 17 por 100 de la población activa. De estos casi 4.000.000 de personas

GRÁFICO 10

PORCENTAJE DE JÓVENES EN ESPAÑA (1960-2013)*



NOTA: * Los porcentajes de jóvenes entre 1960 y 2001 se refieren a jóvenes entre los 15 y los 29 años y fueron calculados a partir de la información de los censos oficiales de población (INE). El porcentaje del año 2010 se refiere a jóvenes entre 16 y 29 años y fue calculado a partir de la información del padrón municipal (INE). El porcentaje de 2012 se refiere a jóvenes de 15 a 29 años a partir de la información del padrón municipal (INE).
FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del INE.

CUADRO 2

JÓVENES EN ESPAÑA Y OCUPACIÓN, 2005-2013 (En miles de personas)

	2005	2009	2013
Población total	36.416	38.432	38.122
Jóvenes de 16 a 29 años	8.466	7.949	6.722
Ocupados (%)	56	47	34
Parados (%)	10	19	25
Inactivos (%)	34	34	41

FUENTE: Elaboración propia a partir de datos del INE.

activas, 1,6 millones están parados y representan un 42 por 100 de la población activa joven. Este porcentaje es especialmente preocupante en el tramo de jóvenes de 20 a 24 años, de los que un 51 por 100 está en situación de desempleo (Cuadro 2)[3].

Otro dato a destacar es el creciente flujo migratorio de los últimos años con destino a España, y por tanto, el incremento de la población extranjera residente. Los jóvenes españoles de 15 a 29 años, en el año 2012, constituían el 15,6 por 100 de la población total y los jóvenes extranjeros el 2,93 por 100, representando a su vez el 24,2 por 100 de la población total extranjera.

[3] *Ocupados*: personas de 16 o más años, que durante la semana de referencia han tenido un trabajo por cuenta ajena o ejercido una actividad por cuenta propia.

Parados: personas de 16 o más años, sin trabajo, que están en busca de trabajo y disponibles para trabajar.

Inactivos: personas de 16 o más años, no clasificadas como ocupadas ni paradas.

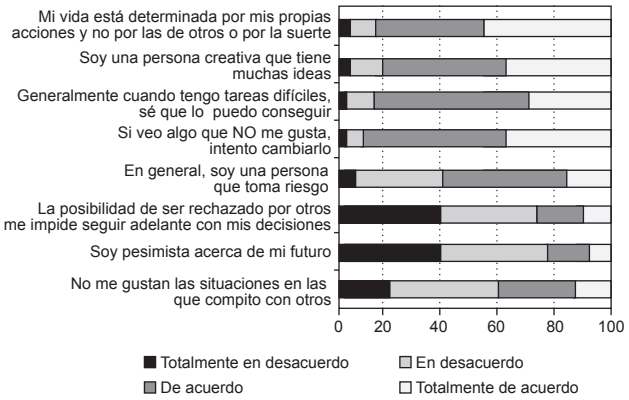
El Instituto de la Juventud (INJUVE, 2013) destaca el aumento de la tasa de jóvenes que ni estudian ni trabajan, «ninis», hasta alcanzar un promedio de 15,8 por 100 en los países de la OCDE, es decir, que uno de cada seis jóvenes no tenía trabajo, ni estudiaba o recibía formación. De acuerdo a un estudio de la OCDE 2013, España es el país con mayor porcentaje de jóvenes que ni estudian ni trabajan de toda la Unión Europea. El 25,8 por 100 de los jóvenes entre 15 y 29 años pertenece al grupo nini, porcentaje que se traducía en 1.956.900 ninis, según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en enero de 2013.

Características emprendedoras de los jóvenes españoles

En un estudio llevado a cabo en marzo de 2001, entre más de 9.000 jóvenes españoles de edades comprendidas entre los 12 y los 31 años, se analizaron las características emprendedoras, la actitud de los jóvenes hacia la iniciativa emprendedora y su percepción sobre cómo la sociedad española valora a los que emprenden (Alemany *et al.*, 2011). La muestra del estudio tiene un 56 por 100 de chicos y un 44 por 100 de chicas, y la mayoría de los que contestaron estaban en edades comprendidas entre los 18 y los 23 años (52 por 100). Respecto a los ingresos

GRÁFICO 11

CARACTERISTICAS DE LOS EMPRENDEDORES JÓVENES ESPAÑOLES, 2011 (En %)



FUENTE: Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España (ALEMANY *et al.*, 2011).

familiares, la gran mayoría (61 por 100) pertenece a niveles socioeconómicos medios.

Como se puede ver en el Gráfico 11, los jóvenes españoles tienen un nivel superior en cada una de las características emprendedoras analizadas en el apartado 3. Respecto a la actitud hacia el riesgo, en la media española (Comisión Europea, 2010), un 12 por 100 declaraban estar totalmente de acuerdo con la afirmación «en general soy una persona que toma riesgos». En el caso de los jóvenes de la muestra el dato no es muy superior (14 por 100). Si se analiza el miedo al fracaso, según los datos más recientes para la población adulta española, el nivel era del 47 por 100. En el estudio de los jóvenes, el miedo al fracaso se mide con la afirmación «La posibilidad de ser rechazado por otros me impide seguir adelante con mis decisiones». Solo un 8 por 100 del total está totalmente de acuerdo con esta afirmación, es decir, los jóvenes españoles no parecen estar tan preocupados por el fracaso como los adultos. Respecto al nivel de creatividad, España destacaba por niveles muy bajos (15 por 100), en comparación con países líderes como Reino Unido (34 por 100) o EE UU (51 por 100). Sin embargo, nuestros jóvenes están en niveles altos, ya que el 37 por 100 declara considerarse una persona creativa. Por último, el control interno, o confianza en uno mismo, donde la población adulta española está a la cola de los países comparables, 17 por 100 *versus* 50 por 100 de Reino Unido y 72 por 100 de EE UU, es también muy positivo entre los jóvenes españoles encuestados. Casi uno de cada dos (47 por 100) declara pensar que «Mi vida está determinada por mis propias acciones y no por la de otros o por la suerte».

Es interesante observar cómo las características emprendedoras de los jóvenes españoles están en niveles de los países anglosajones, líderes en cultura emprendedora y, sin embargo, a medida que los jóvenes se convierten en adultos, estos niveles se desploman. En casi todas las variables, España es el país que peores resultados presenta.

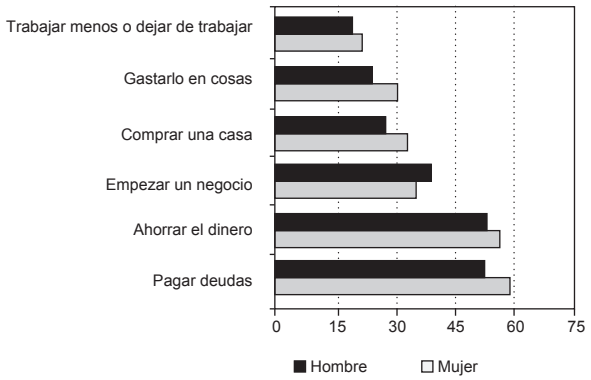
Actitudes de los jóvenes españoles hacia el emprendimiento

La actitud de los jóvenes hacia el emprendimiento es un factor clave a la hora de poder determinar cuántos decidirán poner en marcha una iniciativa. En el mismo estudio llevado a cabo en 2011 se analizan algunas de estas actitudes. Por ejemplo, cuando se pregunta a los jóvenes qué harían con el dinero ganado en la lotería, el pagar deudas y ahorrar son los dos motivos identificados en primer lugar. Hay que mencionar que este estudio se realizó en 2011, cuando España se encontraba en el peor momento de la crisis financiera vivida en los últimos años. Sin embargo, es interesante ver que en tercer lugar se menciona «Empezar un negocio». En este caso el número de hombres es superior al de mujeres, al contrario de los dos primeros motivos (Gráfico 12).

Por otro lado, cuando se pregunta a los jóvenes qué quieren hacer cuando se incorporen al mundo laboral, en el caso de los hombres, alrededor de un tercio

GRÁFICO 12

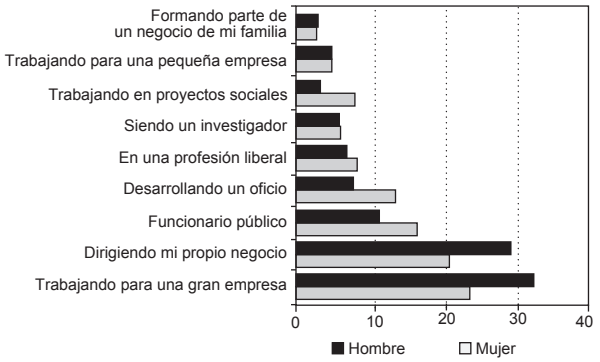
PREFERENCIAS PARA INVERTIR DINERO GANADO EN LOTERIA (En %)



FUENTE: Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España (ALEMANY *et al.,* 2011).

GRÁFICO 13

FUTURO LABORAL DE LOS JÓVENES ESPAÑOLES (En %)



FUENTE: Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España (ALEMANY *et al.,* 2011).

prefiere una gran empresa, pero casi tres de cada diez se ven dirigiendo su propio negocio, es decir, a pesar de que en otras encuestas parece que ser funcionario es la opción favorita de muchos jóvenes, los resultados de este estudio presentan una actitud más emprendedora que la tradicional. En el caso de las mujeres, los datos son diferentes y las tres primeras salidas laborales preferidas son las mismas (una gran empresa, dirigir negocio propio y ser funcionario), pero solo dos de cada diez se plantean ser emprendedoras (Gráfico13).

De acuerdo al informe GEM España 2013, es importante observar que aunque la tasa de actividad emprendedora entre los jóvenes españoles de 25 a 34 años supera la tasa de actividad emprendedora general, ha ido cayendo a partir de 2008, con un pico en 2007 de casi el 12 por 100 a un 6 por 100 en 2013 (Gráfico 14).

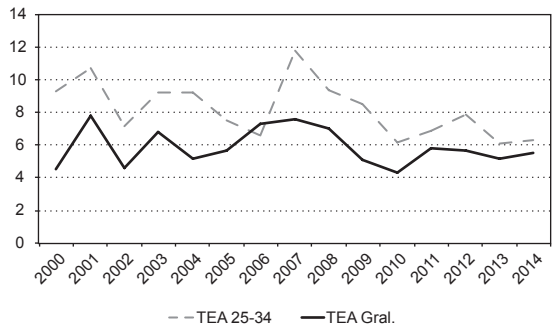
Respecto a la valoración social de los emprendedores, los jóvenes españoles piensan que solo un 38 por 100 de la sociedad tiene una valoración favorable de los empresarios/emprendedores. Este nivel contrasta con el alto nivel de las profesiones liberales, como abogados, médicos o arquitectos, que según los jóvenes es del 74 por 100, o el de los científicos, un 69 por 100. Es interesante resaltar que, para los jóvenes, la valoración favorable de los funcionarios es similar a la de los emprendedores (32 por 100) (Alemany *et al.,* 2011).

La principal barrera a vencer identificada por los jóvenes, como se ha mencionado al principio de este apartado, es la falta de ayudas económicas. Esta es la principal barrera para los jóvenes de todo el mundo (OCDE, 2009). Sin embargo, la inseguridad, la falta de información y la falta de formación y educación también son importantes para la juventud española (Gráfico 15).

Por último, la importancia de la formación emprendedora (Gráfico 7), tanto para aprender a poner en marcha un negocio, como para entender qué es un emprendedor, es otro aspecto fundamental entre los jóvenes. Solo tres de cada diez afirman haber recibido la formación necesaria (Alemany *et al.,* 2011). Teniendo en cuenta que la competencia emprendedora es una de las ocho competencias básicas identificadas por la Comisión Europea (2004), es necesario que el sistema

GRÁFICO 14

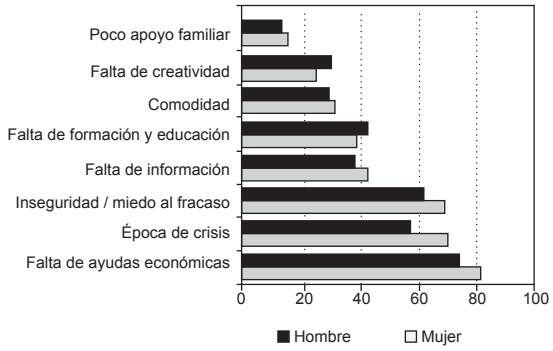
EVOLUCIÓN DE LA TASA DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ENTRE LOS JÓVENES DE 25-34 AÑOS (En %)



FUENTE: GEM España, 2001, 2005, 2014.

GRÁFICO 15

OBSTÁCULOS A LA INICIATIVA EMPRENDEDORA (En %)



FUENTE: Libro Blanco de la iniciativa emprendedora en España (ALEMANY *et al.,* 2011).

educativo tenga un mayor contenido en el desarrollo, tanto de las características de la persona emprendedora, como en la puesta en marcha de nuevos negocios.

6. Impacto de la educación emprendedora

La educación en iniciativa emprendedora es fundamental para poder potenciar las características del emprendedor, así como para dotarle de las herramientas y el conocimiento necesarios para poner en marcha un nuevo negocio. Sin embargo, su impacto va más allá. En el estudio encargado por la Comisión Europea «Entrepreneurship education: A road to success» (ICF, 2015) se evalúa el impacto de programas educativos en iniciativa emprendedora. El análisis incluye 91 programas en 23 países y la principal conclusión es que la educación en emprendimiento tiene un elevado impacto, tanto económico como social. Los programas analizados incluyen proyectos a nivel de escuela, a nivel nacional e incluso a nivel transnacional. Además, en la muestra hay programas que van desde primaria hasta nivel universitario, incluyendo formación profesional. La principal conclusión del estudio es que el impacto no se produce solo en el individuo, sino en la sociedad en su conjunto. A continuación se detalla ese impacto.

Respecto al efecto en el individuo, programas en Suecia, Inglaterra y EE UU para estudiantes de secundaria, y en Eslovenia y Dinamarca para estudiantes de primaria, concluyen que aumentan las aspiraciones de los jóvenes, tanto a nivel de continuación de sus estudios, como de reducción de la tasa de abandono e incremento de la confianza en uno mismo; incluso se observan diferencias en el tipo de trabajo al que aspiran como adultos, con mayores aspiraciones que la media (ICF, 2015).

Más interesantes son los resultados que se refieren a la empleabilidad. En todos los casos analizados, los alumnos que han pasado por cursos de educación emprendedora están más preparados para enfrentarse al mercado laboral. Por ejemplo, entienden el propósito del *curriculum vitae* (CV), saben cuales son las características y competencias que buscan las empresas y, además, están mejor preparados para las entrevistas de trabajo. Todo esto se ve reflejado en tasas de desempleo inferiores a las de los grupos de control (ICF, 2015).

Ejemplo de este programa y su impacto es el caso de Canadá «Making an impact» (BCG, 2011), donde los estudiantes con formación emprendedora tienen una probabilidad tres veces superior que el grupo de control de estar en puestos directivos y es un 25 por 100 menos probable que estén desempleados. Similares resultados se han observado en EE UU, Dinamarca y Noruega (ICF, 2015). En el programa estadounidense National Foundation for Teaching Entrepreneurship (NFTE), los estudiantes que han pasado por cursos de emprendimiento tienen una tasa de empleo del 88 por 100, comparado con el 69 por 100 de la media nacional. En el análisis de los resultados de un proyecto llevado a cabo en Dinamarca se confirma que también tiene un efecto positivo en el sueldo, que es superior al de la media. Por último, en Noruega se observa que el empleo de los alumnos que han pasado por este tipo de formación es más estable que el del grupo de control. En resumen, el impacto sobre el trabajador se ve en un mejor puesto de trabajo, mayores tasas de empleo, mejores sueldos y mayor estabilidad.

Sin embargo, el efecto no consiste solo en mayores aspiraciones y un mejor resultado en el mercado laboral. Las capacidades y habilidades emprendedoras (detalladas en el apartado 3 y 4 de este artículo) mejoran en todos los casos analizados. Destaca el caso de Israel. En el estudio *Entrepreneurship in Israel: Theory and Practice* (Almor y Heilbrunn, 2013) se confirma que con participar en un solo curso de iniciativa emprendedora ya se observan cambios significativos en los estudiantes, tanto en su actitud respecto a poner en marcha un proyecto emprendedor, como en su aptitud.

El enfoque de la formación emprendedora es diferente de los cursos tradicionales, tanto en la manera en la que se imparte, ya que se trata de cursos eminentemente prácticos, donde se aprende llevando a cabo proyectos, como en el rol del profesor, que pasa de enseñar según el modelo tradicional a convertirse en un facilitador. Además, se observa que el impacto es mayor en aquellos centros o instituciones donde todo el equipo está alineado en este tipo de formación. La dirección tiene que estar comprometida y entender la importancia de la formación emprendedora, no tanto porque los alumnos aprendan a poner en marcha un negocio, como por todo el efecto positivo que tiene en sus aspiraciones, cambio de actitud y futura empleabilidad.

Por último, el impacto en la sociedad es claro, ya que este tipo de programas incrementa el número de empresas de nueva creación, con la generación de nuevos puestos de trabajo y, además, el estar preparado para emprender consigue que las empresas tengan una mayor tasa de éxito. Dos ejemplos estudiados en profundidad son los programas internacionales Junior Achievement y el de la universidad estadounidense MIT. En los programas Junior Achievement, que imparten programas en primaria, secundaria y, más recientemente, en la universidad[4], en Europa se ha constatado que cuando los antiguos alumnos tienen 25 años la tasa de emprendedores es de 15 por 100, tres veces más alta que la media de la población europea, un 5 por 100. En el caso del MIT (Roberts y Eesley, 2009), los datos agregados del impacto económico, tanto en cifra de ventas, empleo creado, como de la innovación generada por las empresas puestas en marcha por sus antiguos alumnos, equivaldrían, si fuese un país, a la 11ª economía del mundo.

En conclusión, invertir en formación e iniciativa emprendedora tiene una buena rentabilidad, no solo en los individuos, sino en la propia sociedad. Solo un curso ya tiene impacto, aunque lo que parece funcionar mejor es comenzar con cursos en edades tempranas (primaria), ya que potencian las características y competencias del emprendedor y, más adelante, en formación, puesta en marcha de proyectos y creación de empresas (secundaria y nivel universitario).

[4] El programa más conocido de Junior Achievement es el de «Miniempresas» que acaba cada año en verano con una competición europea, «Company of the Year», donde la empresa finalista de cada país compite en la final.

7. Conclusión

Aunque no existe una definición única de iniciativa emprendedora, hay una serie de elementos que se dan en la mayoría de ellas: la identificación de oportunidades, la búsqueda de los recursos necesarios, la toma de riesgos y, sobre todo, la ejecución, es decir, llevar a cabo el proyecto. Antes del comienzo de la crisis, en 2008, la tasa de iniciativa emprendedora en España llegó a superar el 7 por 100 de los adultos de 18 a 65 años. Después empezó a bajar hasta alcanzar un mínimo del 4,3 por 100 en 2010. A partir de 2011, la tasa de iniciativa emprendedora de los españoles se ha estabilizado, aunque continúa sin alcanzar los niveles observados antes de la crisis económica.

Emprender no es solo crear nuevas empresas. Se puede emprender en proyectos sociales que buscan dar solución a problemas que los mercados actuales no son capaces de resolver. España presenta una de las tasas de emprendimiento social más bajas; solo el 0,51 por 100 de la población española estuvo involucrada en emprendimiento social, mientras que en EE UU lo fue más del 4 por 100. También se puede emprender en la ciencia. El emprendimiento universitario en España, sin embargo, sigue siendo un fenómeno incipiente, aunque en crecimiento.

Las personas con iniciativa emprendedora tienen una serie de características comunes: toman riesgos, no tienen miedo al fracaso, se sienten creativas y poseen altos niveles de control interno. En EE UU, cuatro de cada diez personas toman riesgos, mientras que solo uno de cada diez lo hacen en España. Los países con mayor temor al fracaso son Francia y España, mientras que EE UU y Noruega presentan los menores porcentajes. En cuanto a la creatividad, España, es el país que presenta el dato más bajo, al igual que en el control interno. Además, la percepción social del emprendimiento en España no es positiva. Según los datos, solo la mitad de los encuestados ve el emprender como algo favorable, o dicho de otra manera, la mitad no lo ve bien. Este porcentaje ha empeorado desde que comenzó la crisis, ya que en 2009, eran dos de cada tres los que consideraban el emprender como algo positivo.

Los jóvenes españoles tienen un nivel superior en las características emprendedoras, puesto que están al mismo nivel que los países anglosajones, líderes en cultura emprendedora y, sin embargo, a medida que los jóvenes se convierten en adultos, estos niveles se reducen significativamente. La principal barrera a emprender, identificada por los jóvenes, es la falta de ayudas económicas. Sin embargo, la inseguridad, la falta de información y la falta de formación y educación también son importantes para la juventud española.

Por último, las altas tasas de desempleo en España, especialmente entre los jóvenes, indican que es necesario buscar soluciones alternativas al trabajo en la gran empresa. Las empresas pequeñas y jóvenes son las generadoras de empleo. Por ello, potenciar la iniciativa emprendedora es clave. La formación en emprendimiento es, por lo tanto, un aspecto fundamental entre los jóvenes. La educación en iniciativa emprendedora es necesaria para poder potenciar las características del emprendedor, así como para dotar a los jóvenes de las herramientas y del conocimiento necesarios para poner en marcha un nuevo negocio. Según diferentes estudios llevados a cabo en países como EE UU, Canadá, Israel y en varios de Europa, la formación emprendedora tiene un impacto en el mercado laboral, contribuyendo a reducir las tasas de desempleo y generando mayor estabilidad entre los participantes de estos cursos. Asimismo, se ha observado su impacto en el incremento en las tasas de creación de empresas, de empleo que estas nuevas empresas generan y, por tanto, en el bienestar social.

Referencias bibliográficas

[1] ALEMANY, L.; ALVAREZ , C.; PLANELLAS, M. y URBANO , D. (2011). *Libro blanco de la iniciativa emprendedora en España*. Gerona: Fundación Príncipe de Gerona.

[2] ALMOR, T. y HEILBRUNN, S. (2013). «Entrepreneurship in Israel: Theory and Practice». *American Journal of Entrepreneurship*, vol. 6, nº 2, pp. 16-36.

[3] ARANDA JUAREZ, D.; SÁNCHEZ-NAVARRO, J. y TUBELLA CASADEVALL, I. (2011). *Informe de resultados: World Internet Project Spain 2011*. Recuperado de: *http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/handle/10609/31681*

[4] BIETO, E. (2008). *Aproximación al «Corporate Entrepreneurship» en España. Tipologías y relación con los resultados empresariales*. Tesis Doctoral ESADE – URL

[5] BLANCHFLOWER, D. G. y MEYER, B. (1994). «A Longitudinal Analysis of the Young Self-Employed in Australia and the United States». *Small Business Economics*, vol. 6, pp. 1-20.

[6] BOSMA, N.; STAM, E. y WENNEKERS, S. (2010). *Intrapreneurship - An International Study*. Scales Research Reports.

[7] BOSTON CONSULTING GROUP (2011). *Making an Impact: Assessing Junior Achievement of Canada's Value Creation.* Boston, BCG, Estados Unidos.

[8] BURGELMAN, R. (1983). «Corporate Entrepreneurship and Strategic Management: Insights from a Process Study». *Management Science*, vol. 29, nº 12, pp.1349-1364.

[9] BURGELMAN, R. (1984). «Managing the Internal Corporate Venturing Process». *Sloan Management Review*, vol. 25, nº 2, pp. 33-48.

[10] CANTILLON, R. (1756). *Essai sur la Nature du Commerce en General*. Londres y París: R. Gyles.

[11] CARREE, M. y THURIK, R. (2003). «The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth». En AUDRETSCH, D. B. y ACS, Z. J. (eds.). *Handbook of Entrepreneurship Research.* Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, pp. 437-471.

[12] CASSON, M. C. (1982). *The Entrepreneur. An Economic Theory*. Oxford: Martin Robertson.

[13] COMISIÓN EUROPEA (2004). *Plan de acción: El programa europeo en favor del espíritu empresarial*. Bruselas.

[14] COMISIÓN EUROPEA (2010). *Flash Eurobarometer 283, Entrepreneurship in the EU and Beyond*. Bruselas.

[15] COMISIÓN EUROPEA (2012). *Flash Eurobarometer 354, Entrepreneurship in the EU and Beyond*. Bruselas.

[16] COVIN, J. G. y MILES, M. P. (2007). «Strategic Use of Corporate Venturing». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 31, nº 2, pp. 183-207.

[17] DIRCE (2015). *Retrato de las pymes 2015.* Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Gobierno de España. Recuperado de: *http://www.ipyme.org/Publicaciones/Retrato_PYME_2015.pdf*

[18] EUROSTAT (2008). *Ageing Characterises the Demographic Perspectives of the European Societies*. Statistics in Focus 72. Recuperado en octubre de 2010 de: *http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-08-072/EN/KS-SF-08-072- EN.PDF.*

[19] EUROSTAT (2015). *Small and Medium Enterprises.* Recuperado en mayo de 2015 de: *http://ec.europa.eu/eurostat/c/portal/layout?p_l_id=54781&p_v_l_s_g_id=0*

[20] FUNDACIÓN FRANCE TELECOM ESPAÑA (2006). *España 2006: Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España.* Madrid, España.

[21] GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR (2001). *Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM España 2000.* Recuperado de: *http://www.gemconsortium.org/report*

[22] GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR (2005). *Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM España 2004.* Recuperado de: *http://www.gemconsortium.org/report*

[23] GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR (2010a). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Global Report.* Recuperado de: *http://www.gemconsortium.org/report*

[24] GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR (2010b). *Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM España 2009.* Recuperado de: *http://www.gemconsortium.org/report*

[25] GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR (2011). *Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM España 2010.* Recuperado de: *http://www.gemconsortium.org/report*

[26] GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR (2014). *Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM España 2013.* Recuperado de: *http://www.gemconsortium.org/report*

[27] GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR (2015a). *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report.* Recuperado de: *http://www.gemconsortium.org/report*

[28] GLOBAL ENTREPREUNERSHIP MONITOR (2015b). *Global Entrepreneurship Monitor Informe GEM España 2014.* Recuperado de: *http://www.gemconsortium.org/report*

[29] GOMPERS, P.; KOVNER, A.; LERNER, J. y SCHARFSTEIN, D. (2008). «Venture Capital Investment Cycle: the Impact of Public Markets». *Journal of Financial Economics*, vol. 87, pp. 1-23.

[30] GOMPERS, P.; KOVNER, A.; LERNER, J. y SCHARFSTEIN, D. (2010) «Performance Persistence in Entrepreneurship». *Journal of Financial Economics*, vol. 96, pp. 18-32.

[31] GUERRERO, M. y URBANO, D. (2012). «The Development of an Entrepreneurial University». *The journal of technology transfer*, vol. 37, nº 1, pp. 43-74.

[32] ICF INTERNATIONAL (2015). *Entrepreneurship Education: a Road to Success*. Preparado para la Comisión Europea. Luxemburgo.

[33] INJUVE, (2013). *Juventud en España*. Secretaría de Estado de Servicios Sociales e Igualdad, Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad, Gobierno de España.

[34] KIRBY, D. (2006). «Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice». *Journal of Technology Transfer*, vol. 31, nº 5, pp. 599-603.

[35] KIRZNER, I. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: Chicago University Press.

[36] KWON, S. W. y ARENIUS, P. (2010). «Nations of Entrepreneurs: A Social Capital Perspective». *Journal of Business Venturing*, vol. 25, nº 3, pp. 315-330.

[37] MAIR, J. y MARTÍ, I. (2006). «Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction and Delight». *Journal of World Business*, vol. 41, nº 1, pp. 36-44.

[38] ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE) (2001). *Putting the Young in Business: Policy Challenges for Youth Entrepreneurship.* Recuperado de: *http://www.oecd.org/cfe/leed/putting%20the%20young%20to%20businesspdf.pdf*

[39] OCDE (2008) *Entrepreneurship and Higher Education.* Recuperado de: *http://www.oecd.org/edu/imhe/46588578.pdf*

[40] OCDE (2009) *Universities, Innovation and Entrepreneurship.* Recuperado de: *http://www.oecd.org/dataoecd/0/8/43201452.pdf*

[41] OCDE (2014). *Employment Outlook 2014*. OECD Publishing. Recuperado de: *http://dx.doi.org/10.1787/empl_outlook-2014-en*

[42] O'SHEA, R. P.; ALLEN, T. J.; CHEVALIER, A. y ROCHE, F. (2005). «Entrepreneurial Orientation, Technology Transfer and Spinoff Performance of US Universities». *Research Policy*, vol. 34, nº 7, pp. 994-1009.

[43] PLEHN-DUJOVICH, J. (2010). «A Theory of Serial Entrepreneurship», *Small Business Economics*, vol. 35, nº 4, pp. 377-398.

[44] RED OTRI UNIVERSIDADES (2011). *Informe de la encuesta de investigación y transferencia de conocimiento 2011 de las universidades españolas.* Recuperado de: *http://www.crue.org/Publicaciones/Documents/Informe%20Redotri/INFORME-ENCUESTA_2011%20RedOTRI.PDF*

[45] ROBERT, E. B. y EESLEY, C. (2009). *Entrepreneurial Impact: The role of MIT*. Kauffman Foundation, Estados Unidos.

[46] SCHUMPETER, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

[47] SHANE, S. (1996). «Explaining Variation in Rates of Entrepreneurship in the United States: 1899-1988». *Journal of Management,* vol. 22, nº 5, pp. 747-781.

[48] SHANE, S. (2004). *Academic Entrepreneurship. University Spinoffs and Wealth Creation*. Northampton, Estados Unidos, Edward Elgar Publishing.

[49] SHANE, S. y VENKATARAMAN, S. (2000). «The Promise of Enterpreneurship as a Field of Research». *Academy of Management Review*, vol. 25, nº 1, pp. 217-226.

[50] TIMMONS, J. (2003). *Entrepreneurial Thinking: Can Entrepreneurship Be Taught?*. Chicago, IL: Coleman Foundation White Paper Series, Coleman Foundation.

[51] VAN STEL, A.; CARREE, M. y THURIK, R. (2005). «The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth». *Small Business Economics*, vol. 24, pp. 311-321.

[52] WENNEKERS, S. y THURIK, R. (1999). «Linking Entrepreneurship and Economic Growth». *Small Business Economics*, vol. 13, pp. 27-55.

[53] WENNEKERS, S.; VAN STEL, A.; THURIK, R. y REYNOLDS, P. (2005). «Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development». *Small Business Economics,* vol. 24, nº 3, pp. 293-309.

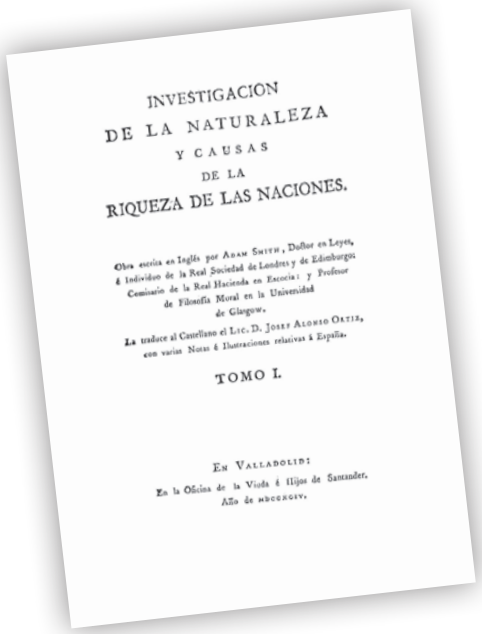
[54] ZAHRA, S. A. (1996). «Governance, Ownership, and Corporate Entrepreneurship: The Moderating Impact of Industry Technological Opportunities». *Academy of Management Journal*, vol. 39, nº 6, pp. 1713-1735.

[55] ZAHRA, S. A.; NIELSEN, A. P. y BOGNER, W. C. (1999). «Corporate Entrepreneurship, Knowledge, and Competence Development». *Entrepreneurship Theory and Practice*, vol. 23, nº 3, pp.169-189.

ICE
INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA

INVESTIGACIÓN DE LA NATURALEZA Y CAUSAS DE LA RIQUEZA DE LAS NACIONES

ADAM SMITH



INVESTIGACION
DE LA NATURALEZA
Y CAUSAS
DE LA
RIQUEZA DE LAS NACIONES.

Obra escrita en Inglés por Adam Smith, Doctor en Leyes, é Individuo de la Real Sociedad de Londres y de Edimburgo; Comisario de la Real Hacienda en Escocia: y Profesor de Filosofía Moral en la Universidad de Glasgow.

La traduce al Castellano el Lic. D. Josef Alonso Ortiz, con varias Notas é Ilustraciones relativas á España.

TOMO I.

En Valladolid:
En la Oficina de la Viuda é Hijos de Santander.
Año de MDCCXCIV.

La «Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones» de Adam Smith es una obra clave del pensamiento económico y posiblemente, la que más ha influido en la doctrina posterior y en la toma de decisiones y preparación de políticas económicas. Es el estudio doctrinal que se puede considerar como la piedra angular de la economía clásica. La primera edición se publicó en Londres en 1776 y dieciocho años después, en 1794, la primera edición en español cuya descarga aquí ofrecemos. La traducción fue realizada por José Alonso Ortiz y la impresión se hizo en la ciudad de Valladolid. El ejemplar sobre el que se ha realizado la digitalización, en 2014, se encuentra depositado en la Biblioteca Central del Ministerio de Economía y Competitividad. Esta primera edición, accesible por primera vez en este soporte, está dedicada a Manuel Godoy.

Número de páginas: 1.736
Precio papel: 15,00 € (IVA incluído)
En soporte electrónico: Descarga gratuita
email: distribucionpublicaciones@mineco.es

Librería virtual, suscripción y venta: www.mineco.gob.es
Pº de la Castellana, 162 – 28046 Madrid. – Telf. 91 583.55.07