www.obs-edu.com

OBS Business School

Emprendimiento juvenil en España

Claves de un desafío pendiente

Autor
Jorge Tuñón
Profesor de la Universidad Carlos III y
Colaborador de OBS Business School

Partners Académicos:

Universitat de Barcelona

uic barcelona

OBS Business School

AUTOR

Jorge Tuñón Navarro es docente de las asignaturas de Comunicación Europea y Periodismo Internacional en la Universidad Carlos III de Madrid; experto científico externo de la Comisión y del Parlamento Europeo, evaluador de proyectos europeos, además de colaborador del Colegio de Europa, del Instituto Nacional de Administración Pública de España y de OBS Business School. Previamente obtuvo su Doctorado Europeo (Premio Extraordinario) en la Universidad Complutense en Unión Europea y Relaciones Internacionales, tras licenciarse en Derecho, Periodismo y Ciencias Políticas. Ha sido profesor e investigador invitado en distintas universidades europeas y americanas, incluido el Colegio de Europa en Brujas (Bélgica). Asimismo, forma parte de diferentes grupos de investigación internacionales y cuenta con un notable listado de publicaciones en inglés, castellano, francés e italiano. Además de como abogado, traductor y consultor para diferentes administraciones regionales, tiene experiencia como periodista en diversos medios de comunicación y ha trabajado para el Instituto Nacional de Administración Pública en Madrid y para la Comisión Europea en Bruselas. Actualmente lidera el proyecto europeo Jean Monnet EUCOPOL "Comunicación Europea: desafío o milagro" Ref: 587167-EPP-1-2017-1-ES-EPPJMO, www.comunicacioneuropea.eu .

Índice

Introducción 5

Claves y primeros pasos en el emprendimiento 8

¿Por qué emprender? La figura del emprendedor 12

El emprendimiento en España actual 17

El emprendimiento en España y en el mundo en cifras 22

Variables del proceso emprendedor en España 30

- Motivación 30
- Nivel de Educación 31
- Nivel de Renta 32
- Género 34
- Edad 36

Emprendimiento juvenil en España dentro del contexto iberoamericano 40

¿Jóvenes, aunque exitosos emprendedores en España? 46

20 casos exitosos de emprendimiento juvenil español 51

Conclusiones 54

Referencias Bibliográficas

Introducción

La Real Academia Española define el término emprendedor como aquella persona que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras. Por su parte, emprendimiento e innovación se constituyen en dos aspectos que muchos académicos y economistas consideran intrínsecamente entrelazados. Históricamente, desde **Adam Smith**, para el que la innovación favorecía la división del trabajo y se constituía en clave del progreso, fijando a su vez la esencia del crecimiento económico sostenido en la propia actividad emprendedora; hasta **Joseph A. Schumpeter,** para quien la innovación constituye un objetivo fundamental de todo emprendedor.

Viene siendo aceptado (**Westhead and Wright, 2013:1)** que nos encontramos en la Edad de Oro del Emprendimiento. Según el **Global Entrepreneurship Monitor** (GEM), cuyas series recogen desde hace casi ya dos décadas las dinámicas del emprendimiento global, con datos provenientes de unos 150.000 adultos (18 a 64 años de edad), procedentes de 54 economías mundiales que suponen el 86% del Producto Interno Bruto (PIB) a escala global y algo más de dos tercios de la economía mundial, en torno a unos 400 millones de emprendedores se encuentran de manera activa en la tarea de lanzar o gestionar sus propias iniciativas emprendedoras.

De hecho, los innovadores pueden convertirse en agentes del cambio innovativo, cuyas acciones lideren la creación de nuevas start-ups o firmas. Asimismo, también pueden transformar empresas preexistentes, explotando así oportunidades económica y socialmente beneficiosas. No resulta extraño, por tanto, que los medios de comunicación proyecten una imagen de los emprendedores como agentes decisivos de la promoción del desarrollo económico. De hecho, las sucesivas series del **GEM** han podido verificar un significativo vínculo entre la intensidad emprendedora en un territorio y el crecimiento de su PIB.

Socialmente, los emprendedores y sus iniciativas generan bienestar y puestos de trabajo, factores ambos que bien pueden liderar, tanto el cambio social como la reducción de las disparidades regionales. Sociológicamente, pueden ser diferentes los perfiles o las motivaciones que conducen a los individuos a optar por el emprendimiento: desde la percepción de una oportunidad de negocio, hasta la mera necesidad por encontrarse en situación de desempleo.

Como consecuencia de la diseminación de la creencia de la capacidad que tiene el emprendimiento para generar bienestar económico y social, tanto las agencias internacionales como los gobiernos a lo largo del mundo, vienen promoviendo durante los últimos ejercicios políticas públicas de emprendimiento. Además, las propias empresas financian los proyectos de algunos emprendedores en la creencia de que les podrán generar unos elevados beneficios económicos. Mientras tanto, centros de investigación, universidades y fundaciones vienen invirtiendo una parte de sus recursos en investigaciones que buscan probar la eficacia del emprendimiento en el fortalecimiento del crecimiento social, tecnológico y económico.

Introducción

No debemos obviar que la acción de algunos emprendedores les ha catapultado al estrellado mediático debido al alto perfil alcanzado por sus iniciativas y a cómo sus empresas han terminado por modelar la vida de los ciudadanos. **Stelios Ioanou (Easyjet), Davei Oleary (Ryanair), Bill Gates (Microsoft), Steve Jobs (Apple), Ingvar Kamprad (Ikea), Jeff Bezos (Amazon), Mark Zuckerberg (Facebook),** por solo citar a unos pocos, están ya en nuestro imaginario colectivo, y sin duda, han cambiado nuestras vidas.

En la actualidad, podemos asegurar que el emprendimiento se ha convertido en una suerte de moda. No solo cada vez son más frecuentes los programas de televisión en horarios de máxima audiencia que ponen en contacto a emprendedores que comparten sus ideas con posibles inversores, sino que el emprendimiento se ha popularizado, tanto como objeto de investigación, como de docencia. Nunca antes las escuelas de negocio habían contado con tantos cursos sobre emprendimiento. Además, la docencia sobre emprendimiento se ha extendido también a diferentes departamentos universitarios, cuyos estudiantes pretenden lanzar sus propias iniciativas de emprendimiento para crear negocios que exploten sus creaciones en los laboratorios. No queda ahí la cosa, sino que ahora también los colegios tanto en educación primaria como en educación secundaria están incluyendo el emprendimiento entre sus asignaturas docentes.

En definitiva, hoy más que nunca es probable la repetición de casos de emprendedores inusitadamente jóvenes o incluso adolescentes, que deban dejar sus propios estudios universitarios para completar sus proyectos de emprendimiento, tal y como le sucedió hace no tanto a un tal **Mark Zuckerberg,** quien dejó apenas en su segundo año universitario **Harvard,** para embarcarse en el proyecto de Facebook, que venía diseñando desde sus años en el instituto.

El presente informe de **OBS Business School** pretende dar respuesta a preguntas tales como: ¿Cuáles son las claves y los primeros pasos del emprendedor? ¿Por qué motivos se decide emprender? ¿Cuáles son los índices de penetración del emprendimiento en España en comparación con los de los países de su entorno y los globales? ¿Cuáles son los rasgos esenciales del emprendimiento español actual? ¿Cómo inciden las variables de educación, género y edad en el emprendimiento español? o ¿Cuál es papel de los más jóvenes en el emprendimiento global y español?, entre otras cuestiones.

Foto 1.
Los emprendedores son agentes decisivos del desarrollo económico

Claves y primeros pasos en el emprendimiento

La primera noción acerca del término Emprendimiento nos hace remontarnos a la Edad Media francesa, como fórmula de sobreponerse a aquella obscura época histórica. A través de los siglos, el concepto ha ido evolucionando y numerosos economistas han esgrimido sus propias aproximaciones. No obstante, una de las más reconocidas fue la atribuida a **Joseph A. Schumpeter (1972)**, para quien el emprendimiento suponía "una reforma o revolución de los modos de producción, por medio de la explotación o la invención, o de forma más genérica, un método tecnológico inexplorado de producción de una nueva mercancía, o la producción de una preexistente a través de un nuevo método, abriendo una nueva fuente de suministro de materiales o una nueva gama de productos, por medio de la organización de una nueva industria".

Más allá de disquisiciones académicas, lo cierto es que en la actualidad un emprendedor es una persona que identifica una necesidad y comienza un negocio para llenar ese vacío. Pero esta definición básica proporciona poca información sobre los rasgos y atributos de carácter específicos que hacen que una persona prospere como emprendedor. Y sobre todo que acepte el desafío de renunciar a su trabajo diario para perseguir esa idea que se ha estado gestando en el fondo de su mente. Es por ello que el "espíritu empresarial es la progresión persistente hacia una solución innovadora para un problema clave. Es el hambre constante de mejorar las cosas y la idea de que nunca estás satisfecho con cómo están las cosas", según **Debbie Roxarzade**, fundadora y CEO de **Rachel's Kitchen**. Apreciaciones en las que coincide mayormente el director ejecutivo del Laboratorio de Emprendimiento de la **Universidad de Pace, Bruce Bachenheimer,** para quien "en esencia, [el espíritu empresarial] es una mentalidad, una forma de pensar y actuar. Se trata de imaginar nuevas formas de resolver problemas y crear valor. Fundamentalmente, el espíritu empresarial se trata de ... la capacidad de reconocer [y] metódicamente analizar [una] oportunidad, y en última instancia, para capturar [su] valor " (**Fernandes**, 2018).

De cualquiera de las maneras, resulta clave al inicio del proceso de emprendimiento pararse a reflexionar acerca de cuáles son las necesidades y los primeros pasos a efectuar, sobre todo en el caso de los más jóvenes, que cuentan con una menor experiencia vital. Es por ello que bien cabe hacerse algunas preguntas más: ¿Cuánto se conoce acerca del sector en el que se pretende emprender?; ¿Se conocen las especificidades, limitaciones o/y regulaciones del mismo?; ¿Cuánta disponibilidad temporal se tiene para dedicar al proceso de emprendimiento y si la misma es suficiente?; ¿Con qué talante cuenta el emprendedor en términos de confianza, personalidad, liderazgo o/y paciencia?; ¿Cómo se podrá manejar en tiempos de crisis?

Al inicio de todo proyecto de emprendimiento puede ser de ayuda plantearse el cumplimiento de la triada compuesta por: la idea; la investigación y la experiencia:

Claves y primeros pasos en el emprendimiento

a) Tener una buena idea no significa que tenga que ser necesariamente original, sino que sirva para satisfacer las necesidades de unos públicos específicos. Y es que, de hecho, un negocio, ya sea simple o sofisticado, puede ser exitoso en cuanto cubra un mercado en el que existan clientes dispuestos a pagar por el servicio o el producto ofrecido.
b) La investigación resulta decisiva cuando más allá de tener una idea que satisfaga las necesidades del mercado, sea razonablemente innovadora y original, elemento que, evidentemente, necesita de una investigación previa que nos de pistas, tanto del estado del mercado, como de los posibles competidores o/y de los clientes en el mismo.
c) Más allá de una buena idea y de una concienzuda investigación sobre el sector, el emprendedor debe apoyarse sobre toda una serie de conocimientos y experiencias previas, es decir sobre su propio *know-how* o saber hacer, derivado igualmente tanto de su motivación como de sus propias habilidades personales.

Los numerosos manuales existentes para crear empresas inciden en la presentación, tanto de la iniciativa de emprendimiento, como de los productos o servicios derivados en términos de misión, visión y valores:

a) La **misión** de una *start-up* consistiría en la sucinta representación del propósito de existencia de la empresa. Puede incorporar su posición ética, su imagen pública, sus objetivos de mercado, su expansión geográfica y/o las expectaciones de crecimiento y rentabilidad. Todo ello lo debe hacer dirigiéndose tanto a los propios empleados, como a los accionistas y a los clientes. Asimismo, la misión debe estar orientada al mercado para que pueda satisfacer las necesidades de los clientes; además de ser alcanzable, realista, específica y motivadora. A modo de ejemplo la multinacional sueca IKEA desde sus inicios sostiene que su misión pasa por mejorar el día a día de los clientes, ofreciendo una amplia gama de muebles bien diseñados y funcionales a un precio lo suficientemente bajo, como para que una gran cantidad de clientes se los puedan permitir.
b) La **visión** supone, por otra parte, la declaración formal acerca de aquello en lo que la organización pretende convertirse. Se trata de una manera de involucrar a todos los miembros de la organización haciéndoles sentir orgullosos y motivados de pertenecer a la misma, en tanto en cuanto dicha visión modela y dirige el futuro de la organización. De cualquiera de las maneras, la visión emprendedora debe congeniar dos tipos de aproximaciones. La empresarial de liderazgo de mercado y rentabilidad de una parte; y la social que tiene en cuenta el impacto que desea tener en el mercado a largo plazo. Muy ilustrativa resulta la visión de Google, que pretende organizar la información mundial, haciéndola universalmente útil y accesible.
c) Por último, los **valores** consisten en las filosofías operativas o los principios que guían el funcionamiento interno de la compañía, así como sus relaciones con clientes, proveedores y accionistas. De hecho, los valores son centrales a la industria y no cambian incluso aunque el sector en el que opera la compañía cambie, puesto que se asocian a la imagen pública de la empresa. Así las organizaciones declaran entre sus valores esenciales la innovación, la colaboración, la sinceridad o su propio apasionamiento, entre otros.

Claves y primeros pasos en el emprendimiento

Al margen de la cuestión de la tipología de iniciativa de emprendimiento o de start up, cuya disección bien podría constituir el objeto de otro informe de **OBS Business School,** en los inicios de cualquier tipo de emprendimiento siempre existen una serie de errores tipo a evitar, en todos los casos, pero más aún en el caso de jóvenes emprendedores, tal y como nos relataba **Nicole Fallon** (2014). Sin ánimo de exhaustividad, los más evidentes que llevados por la edad o la inexperiencia debieran evitarse, serían:

1) dar la viabilidad de un negocio por segura, en tanto en cuanto una buena idea es una condición necesaria pero no suficiente para el desarrollo de una empresa; 2) No contar con una clara descripción de la segmentación de los clientes, de sus necesidades, de lo que quieren y de qué precio y por qué están dispuestos a pagar; 3) La indefinición del propio producto y la falta de diferenciación respecto a las ofertas de la competencia, algo que denota la falta de un estudio de mercado o/y de un plan de negocio previos; 4) Olvidarse de la cuestión de la tesorería o el cash flow para el funcionamiento ordinario y el pago de los gastos en tanto en cuanto la empresa comienza a dar beneficios; 5) Dar por seguro que la financiación externa estará siempre a disposición sin atender a las garantías necesarias para su obtención; y 6) La falta de involucración en el propio día a día del negocio, atendiendo, más allá de la grandes cifras de la organización, a los detalles diarios del funcionamiento del servicio de atención al cliente o de los tiempos de entregas (recordemos en este sentido el ejemplo del magnate de **Inditex, Amancio Ortega**, quien antes de involucrar a su hija en el negocio, la envió a una de sus tiendas en Londres, para que pudiese comprender, desde abajo, el día a día del negocio).

Foto 2.
La innovación y la creatividad son rasgos esenciales del emprendedor

¿Por qué emprender?
La figura del emprendedor

Cabe preguntarse ahora qué lleva a una persona en general y un joven en particular a emprender. Es decir, cuáles son las motivaciones básicas del emprendimiento y qué perfiles reúnen habitualmente aquellos que deciden emprender.

Inicialmente, un emprendedor es aquella persona que lanza uno o varios negocios asumiendo unos riesgos financieros, con el objetivo de obtener unos beneficios económicos. Más allá de la teoría, resulta cierto que para muchos emprendedores la mayor de las recompensas es la satisfacción personal derivada de contar con la libertad para liderar y tomar sus propias decisiones de negocio. No en vano, el emprendimiento supone: establecer unas reglas propias; hacer un trabajo que a uno le gusta; crear riqueza; y/o ayudar a la comunidad del propio emprendedor.

Es por ello que cualquier emprendedor desarrolla al menos siete funciones esenciales: innovación; gestión del riesgo; análisis de oportunidades y amenazas; preparación de un Plan de Negocio; organización del emprendimiento; desarrollo y crecimiento del emprendimiento; y supervisión y control (**Pahuja and Sanjeev,** 2015: 13-16). De hecho, la **innovación y la creatividad** son rasgos esenciales del emprendedor. La innovación supone hacer cosas nuevas o las mismas pero de una nueva manera. Puede consistir, por tanto, en la introducción de un nuevo producto o servicio, nuevos métodos de producción, materiales o mercados. Además, el emprendimiento supone tanto la medida de un hipotético riesgo como la asunción del mismo, no solo relacionado con la incerteza del éxito de la iniciativa, sino también con oportunidades perdidas en los ámbitos laboral y personal, también. Asimismo, el emprendedor cumple el doble rol de buscar y analizar oportunidades al mismo tiempo que descubre y analiza amenazas. No cabe emprendimiento alguno con una mínima viabilidad, que no tenga un adecuado Plan de Negocio en el que el emprendedor reflexione y ponga por escrito los detalles de su iniciativa.

Tampoco debe olvidar que la misma implica unas altas dosis de organización y planificación por lo que respecta al capital, la mano de obra, la maquinaria, las instalaciones, etc. Y siendo muy necesarios los anteriores, tampoco asegurarán la supervivencia de las iniciativas si el emprendedor no se involucra en el propio desarrollo y en las fases de crecimiento, a través de un control y una supervisión personal y rutinaria de la evolución empresarial.

Más allá de sus funciones, se han pretendido analizar los perfiles concretos con los que cuentan los emprendedores a partir de una serie de variables como: su situación de partida; su ubicación socio-cultural; sus motivaciones; o sus experiencias previas, entre otras.

¿Por qué emprender?
La figura del emprendedor

Si en primer lugar acudimos a una clasificación que tenga en cuenta **la situación de partida del emprendedor,** es posible hablar de: **innovadores**, que son los que prevalecen en los países desarrollados, generan nuevos bienes y servicios, así como métodos de producción o/y descubren nuevos mercados; **imitadores**, que son los que adoptan las innovaciones exitosas ya descubiertas por los emprendedores innovadores desde las economías desarrolladas, pero sin innovar cambios por ellos mismos, sino reproduciendo técnicas y tecnologías innovadas por otros; **fabianos,** que son aquellos que sin interés por adoptar nuevos métodos de producción, solo los imitan cuando resulta cristalino que de no hacerlo la empresa sufrirá graves pérdidas económicas y de posición relativa en el mercado; **zánganos**, que son aquellos que se niegan a adoptar las oportunidades para hacer cambios en los métodos existentes de producción, a pesar de contar con unas ganancias muy reducidas en comparación con el resto de los productores, ya que prefieren continuar trabajando de manera convencional y resistiéndose al cambio, bajo la máxima de resistir pero no de crecer.

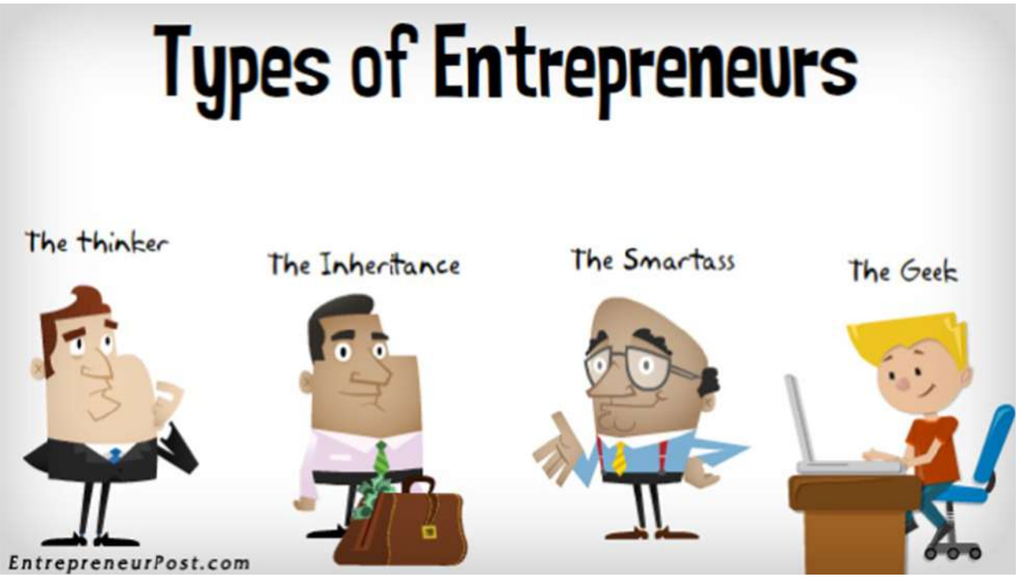
En segundo lugar, también se aplica la clasificación que distingue a los emprendedores en función de sus **características socio-culturales.** Así es posible hablar de: **inmigrantes** o nacionales; aquellos que pertenecen a ciertas **minorías** sociales; las **mujeres,** todavía minoritarias y los **hombres**, como producto de la división por género; los **jóvenes** como resultado de la discriminación por la variable de la edad; o en función de su **formación previa.**

Una tercera clasificación distingue a los emprendedores en función de **su motivación** para iniciar el emprendimiento, pudiendo encontrarse: los de **primera generación,** que son los que no tienen ninguna experiencia empresarial previa en la familia; los emprendedores **familiares**, que son los que heredan un negocio familiar y deciden expandirlo; los que buscan su **realización personal,** por medio del logro de aquello para lo que son capaces o bien en busca de independencia y autonomía; los descontentos, que son los **infelices** dentro de sus organizaciones, motivo por el que deciden iniciar un emprendimiento; o los que emprenden por **necesidad,** al carecer de empleo.

Por último, podemos distinguir a los emprendedores según su propia **experiencia previa** en el marco del emprendimiento: los **principiantes,** que son los que no han tenido ninguna experiencia previa empresarial; y los **habituales o veteranos**, que son los que tienen la experiencia de haber iniciado al menos dos negocios de emprendimiento, ya sea consecutivos en el tiempo (**seriales**) o simultáneamente (**emprendedores de cartera**).

¿Por qué emprender?
La figura del emprendedor

Fueran cuales fueren las motivaciones y los perfiles del emprendedor, y más allá de las propias características implícitas que todo emprendedor en busca de éxito deba tener, bien es cierto que toda iniciativa de emprendimiento comporta ciertos riesgos a tener en cuenta. Riesgos que tienen que ver con el propio fracaso del emprendimiento; obstáculos inesperados para el desarrollo del mismo; la inseguridad financiera derivada de que pocas iniciativas dan beneficios desde el inicio, lo que el emprendedor deberá trabajar por un tiempo invirtiendo capital pero sin recibir remuneración por su trabajo; por las propias extensas y duras jornadas de trabajo derivadas de una iniciativa propia, en una concepción muy diferente a la del trabajo por cuenta ajena; o el propio riesgo personal derivado del lucro cesante de realizar otras inversiones de capital, de rendimientos del trabajo, o de ocio y familiares, en lugar de la iniciativa de emprendimiento.



Infografía sobre las tipologías de emprendedores obtenida de entrepreneurpost.com

¿Por qué emprender?
La figura del emprendedor

Sea como fuere y dando por sentado que tan solo una muy pequeña parte de las iniciativas de emprendimiento terminan por cuajar, no resulta nada desdeñable el hecho de que cuando las mismas fructifican, bien pueden, en el mejor de los casos, cambiar nuestras formas de vida y en definitiva el mundo en el que vivimos, que hoy no comprenderíamos sin buscar en Google un apartamento por Airbnb, a través nuestro portátil Samsung y gracias al sistema operativo de Microsoft, recibiendo confirmación del mismo en nuestro teléfono inteligente Apple, a la vez que buscamos una nueva cómoda en Amazon, si bien la compramos definitivamente en la web de IKEA, mientras que nos llega una pizza a domicilio a través de Glovo o Deliveroo, que cenaremos mientras vemos la última serie de Netflix en una la smartTV LG, que nos recomendó uno de nuestros contactos de Facebook, todo ello sin desatender nuestros numerosos grupos de Whatsapp, ni nuestros perfiles de Twitter e Instagram.

De hecho, no debe, por tanto, minusvalorarse el papel de los emprendedores en el desarrollo económico, por cuanto resultan decisivos para la creación de tejido empresarial, rejuvenecen la economía y sostienen el desarrollo económico, a través de: el crecimiento de la renta per capita y el bienestar generacional; la generación de oportunidades de empleo (no solo autoempleo); el ejemplo y la inspiración a otros de cara a las iniciativas de emprendimiento; facilitan la entrada de nuevas firmas y por tanto fomentan la competencia en los sectores empresariales; suponen una diversidad de oferta para los ciudadanos; y ayudan a la eliminación de las barreras derivadas de las disparidades del desarrollo económico regional, ya que como consecuencia de los subsidios e incentivos recibidos por parte de los poderes públicos, pueden establecerse en las áreas menos favorecidas o desarrolladas (**Pahuja y Sanjeev**, 2015).

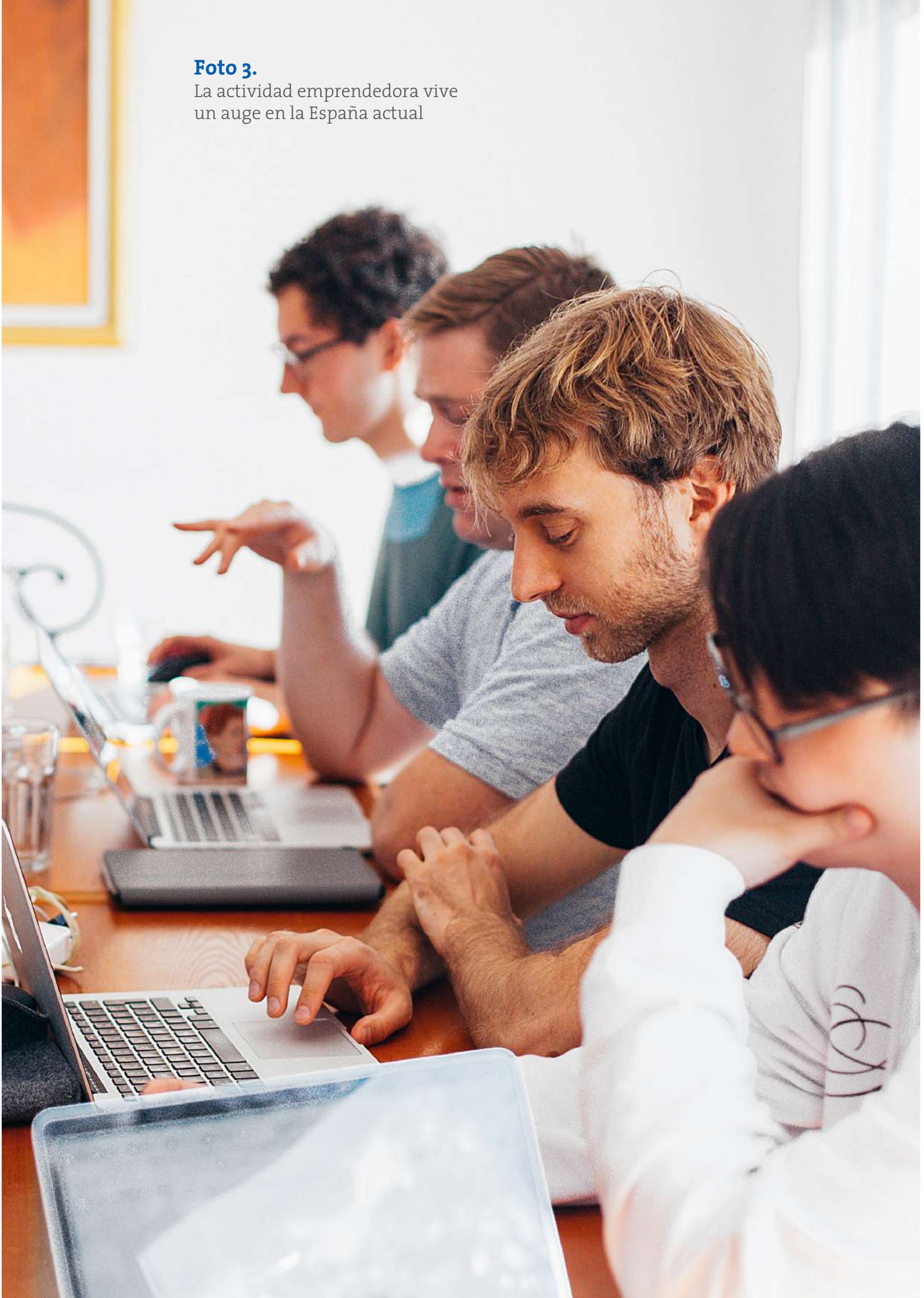


Foto 3.
La actividad emprendedora vive un auge en la España actual

El emprendimiento en España en la actualidad

Podemos asegurar, apoyándonos en el último informe del **Global Entrepreneurship Monitor para España (2017-2018),** que la actividad emprendedora vive un auge en la España actual, puesto que ya supera las cifras previas a la crisis financiera y económica de 2008, y por primera vez desde entonces, se han superado las seis personas emprendedoras en fase inicial por cada cien personas de la población adulta nacional (**GEM,2018:34**). Concretamente, los últimos datos disponibles sitúan la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) española en un 6,2%, cifra que traspasa la barrera psicológica del 6%, algo que no sucedía en nuestro país desde hace más de una década. Cabe, no obstante, distinguir en la comparación con los datos pre-crisis de 2009, que mientras que mientras que el 28,3% de la actividad capturada por el TEA en 2017, se corresponde con personas que emprendieron motivadas por la necesidad, hasta aquel 2009, las personas que precisamente emprendían por necesidad apenas representaban el 15% de la actividad emprendedora total.

Atendiendo a la **variable de la edad,** el perfil de la población emprendedora en fase inicial no ha cambiado mucho durante los últimos ejercicios. La media se mantiene en los cuarenta años de edad, siendo el tramo de edad en el que más emprendemos los españoles el comprendido precisamente entre los 35 y los 44 años de edad (uno de cada tres emprendedores en fase inicial), seguido por el tramo inferior entre los 25 y los 34 años (uno de cada cuatro emprendedores en fase inicial).

Por lo que respecta a la **variable de género**, sigue existiendo un gap o diferencia de en torno a un 10% entre la población emprendedora en fase inicial masculina (55,1%) con respecto a la femenina (44,9%), unas diferencias que refrenda el dato del TEA estimado para hombres (6,8%), por encima del (5,8%) del TEA estimado para mujeres, si bien resulta plausible que precisamente esta brecha de género esté disminuyendo de manera continuada desde 2013.

Asimismo, y en relación a la **variable de la formación** previa al emprendimiento, prácticamente uno de cada dos españoles emprendedores (49,8%) cuentan con algún tipo de formación superior o postgrado, mientras que solo unos pocos menos (49,2%) había recibido algún tipo de formación específica para crear empresas.

Igualmente, también detectó el último informe **GEM,** como consecuencia de la **variable económica,** que las personas de mayor nivel de ingresos tienen mayor propensión a emprender que aquellas con ingresos más reducidos.

Algunos otros indicadores de dicho informe posicionaron al proceso emprendedor en España por debajo de la media de las economías basadas en la innovación por lo que respecta al porcentaje de emprendedores potenciales (6,8%) o al nivel de la actividad emprendedora en fase inicial, si bien, la proporción de empresarios consolidados (aquellos que han pagado salarios durante más de 42 meses que alcanza el 7%), es superior al valor de otros países de idéntico nivel de desarrollo, mientras que la proporción de abandonos empresariales se ubicó favorablemente para **España** (1,9%) también por debajo de los indicadores de los países de su entorno.

El emprendimiento en España en la actualidad

Tabla sobre Emprendimiento en España 2016 y 2017 (GEM, 2018:33-34)

Tabla 1.1. *Balanced Scorecard* GEM España 2017-2018

Percepciones de la población de 18-64 años entrevistada sobre los valores, las actitudes, las habilidades, experiencias e intenciones emprendedoras	2016	2017	Variación %
Percibe modelos de referencia (conoce personas que han emprendido)	35,6%	33,0%	-7,4%
Percibe oportunidades para emprender en los próximos seis meses	25,6%	31,9%	24,6%
Posee habilidades, conocimientos y experiencias requeridas para emprender	46,7%	44,8%	-4,0%
Percibe el miedo al fracaso como un obstáculo al momento de emprender	45,0%	43,6%	-3,3%
Considera que la mayoría de la población española preferiría tener el mismo nivel de vida	70,3%	71,4%	1,5%
Ha manifestado su intención de emprender en los próximos tres años	6,1%	6,8%	12,5%
Ha abandonado una actividad para cerrarla o traspasarla o por jubilación	1,6%	1,9%	18,3%
Ha actuado como inversor informal o como *business angels*	3,2%	3,1%	-3,7%
TEA, porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas emprendedoras en los últimos 3,5 años	**2016**	**2017**	**Variación %**
TEA Total	5,2%	6,2%	18,3%
TEA Femenina (sobre total de población femenina de 18-64 años)	4,7%	5,6%	19,7%
TEA Masculina (sobre total de población masculina de 18-64 años)	5,8%	6,8%	17,3%
Distribución del TEA, tomado como 100%	**2016**	**2017**	**Variación %**
TEA por necesidad (iniciativas creadas por falta de alternativas de empleo)	26,0%	28,3%	8,8%
TEA por oportunidad (iniciativas que aprovechan un negocio detectado)	70,2%	68,5%	-2,4%
TEA por otro motivo (iniciativas creadas por otros motivos)	3,8%	3,2%	-15,9%
TEA del sector extractivo o primario	4,1%	3,5%	-15,5%
TEA del sector transformador	16,2%	17,3%	7,0%
TEA del sector de servicios a empresas	25,1%	27,0%	7,7%
TEA del sector orientado al consumo	54,6%	52,2%	-4,4%
TEA sin empleados	52,4%	59,2%	13,0%
TEA de 1-5 empleados	38,0%	34,6%	-8,9%
TEA de 6-19 empleados	6,5%	3,5%	-45,3%
TEA de 20 y más empleados	3,2%	2,7%	-15,2%
TEA iniciativas completamente innovadoras en producto o servicio	12,5%	13,4%	7,5%
TEA iniciativas sin competencia en su principal mercado	10,6%	10,5%	-0,9%
TEA iniciativas que utilizan tecnologías de menos de un año en el mercado	11,9%	11,9%	-0,3%
TEA iniciativas cuyo sector es de base tecnológica media o alta	7,6%	9,1%	20,6%
TEA iniciativas que exportan en algún grado	27,8%	24,9%	-10,7%
TEA iniciativas con notable expectativa de expansión a corto plazo	0,1%	0,2%	118,8%
EEA, porcentaje de la población española de 18-64 años involucrada en iniciativas (intra)emprendedoras	**2016**	**2017**	**Variación %**
Población (intra)emprendedora	4,8%	2,8%	-41,5%
Población que desarrolló/lideró iniciativas (intra)emprendedoras en los últimos 3 años	2,7%	1,4%	-49,8%
Población que actualmente desarrolla y lidera iniciativas (intra)emprendedoras	2,4%	1,2%	-50,2%

Tabla 1.1. *Balanced Scorecard* GEM España 2017-2018 *(cont.)*

Valoración de los expertos sobre las condiciones del ecosistema emprendedor español	2016	2017	Variación %
Financiación para emprendedores	2,37	2,52	6,3%
Políticas gubernamentales: emprendimiento como prioridad y su apoyo	1,90	2,28	20,0%
Políticas gubernamentales: burocracia e impuestos	2,00	1,85	-7,5%
Programas gubernamentales	3,09	2,95	-4,5%
Educación y formación emprendedora etapa escolar	1,74	1,82	4,6%
Educación y formación emprendedora etapa post escolar	2,15	2,79	29,8%
Transferencia de I+D	2,69	2,28	-15,2%
Existencia y acceso a infraestructura comercial y profesional	3,25	2,89	-11,1%
Dinámica del mercado interno	2,73	2,39	-12,5%
Barreras de acceso al mercado interno	2,83	2,18	-23,0%
Existencia y acceso a infraestructura física y de servicios	3,48	3,54	1,7%
Normas sociales y culturales	2,71	2,33	-14,0%

El emprendimiento en España en la actualidad

Muy interesante en el marco del emprendimiento en **España** en la actualidad resulta atender a las aspiraciones de la actividad emprendedora. Si bien el volumen de actividad emprendedora ha crecido moderadamente durante los últimos ejercicios, la asignatura pendiente es la calidad de los nuevos negocios, en tanto en cuanto que se ha advertido que las nuevas iniciativas de emprendimiento siguen concentrándose en el sector servicios, y nacen en su mayoría bajo la fórmula del autoempleo (solo cuatro de cada diez emprendedores genera otros empleos). Además, la orientación hacia innovación y la internacionalización de los nuevos negocios es muy limitada, solo un 10% de los emprendedores innova y solo el 20% se internacionaliza, en unas cifras que continúan por debajo de los promedios de la Europa a 28 estados.

En tanto en cuanto la actividad emprendedora suele ser un reflejo de la percepción de valores y actitudes de una población, conviene arrojar luz sobre las percepciones emprendedoras de la población española. En primer lugar, la proporción de ciudadanos que percibe oportunidades de negocio (31,9%) es la mayor desde que se miden estos datos, lo cual es una muy buena noticia (si bien todavía lejos de la media europea) dado que suele suponer un antecedente inmediato al propio emprendimiento. Asimismo, la proporción de individuos que perciben contar con las capacidades necesarias para emprender (45%) se mantiene y es ligeramente superior a la de los países de nuestro entorno. De otra parte, el indicador de miedo al fracaso (43,6%) se mantiene constante para el conjunto de la población, si bien experimenta una ligera subida entre los emprendedores, lo que refleja una mayor concienciación acerca de los riesgos del emprendimiento. Además, desde la perspectiva socio-económica resulta destacable que el estatus social del emprendedor refleja una ligera tendencia a la baja, si bien por el contrario la imagen ofrecida de los emprendedores en los medios de comunicación, resulta algo más positiva. A pesar de todo lo anterior y en perspectiva comparada, España todavía tiene una cultura menos emprendedora que la media de la **Unión Europea** (UE).

Sobre las condiciones generales del entorno español en relación con el emprendimiento, diversos expertos han coincidido en que algunos indicadores comparados bien podrían indicar que podemos estar asistiendo a un "estancamiento", así como en que existe la necesidad de identificar las estrategias que permitan transitar a un estado evolutivo de madurez del ecosistema del emprendimiento español (**GEM, 2018:37**). Por lo que respecta a los obstáculos al emprendimiento en España, más de tres de cada cinco expertos consultados apuntan a las políticas gubernamentales debido a los altos niveles de burocracia administrativa, así como al exceso de impuestos y regulaciones que dificultan la creación de empresas. Por el contrario, algo más de la mitad de los encuestados coincide en que el factor que promueve con mayor fuerza el emprendimiento en España es el derivado del mercado laboral español con una elevada tasa de desempleo y de empleo precario y de poca calidad.

El emprendimiento en España en la actualidad

Por todo lo anterior, las recomendaciones esenciales para la mejora del ecosistema emprendedor español deberían pasar por: a) el diseño de unas políticas públicas que fomenten el emprendimiento por medio de la reducción de burocracia, costes y cargas fiscales; b) el apoyo a la financiación público/privada del emprendimiento a través de la diversificación de instrumentos financieros destinados a la creación de nuevas empresas; y c) el fortalecimiento de las competencias emprendedoras en los programas formativos impartidos en todos los niveles educativos.

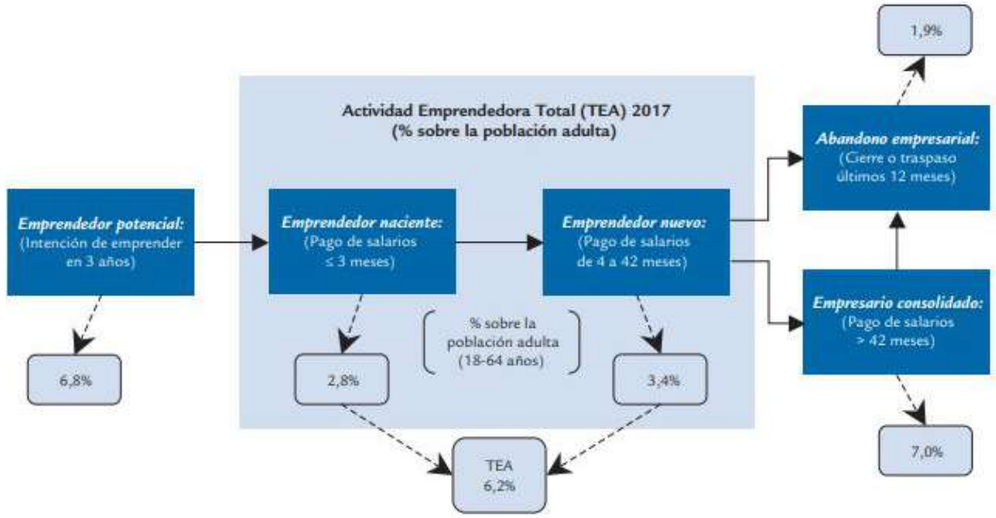


Tabla sobre Emprendimiento en España en 2017 (GEM, 2018:61)

Foto 4.
España todavía tiene una cultura menos emprendedora que la media de la Unión Europea (UE).

El emprendimiento en España y en el mundo en cifras

Se explicitaba ya en uno de los últimos párrafos de la sección anterior que España todavía tiene una cultura menos emprendedora que la media de la **Unión Europea** (UE). Queremos, no obstante, analizar las cifras españolas no solo a escala europea, sino también global. Para ello, contamos con algunos intentos de benchmarking internacional en los que apoyar el presente informe, entre los que destacamos el del *Global Entrepreneurship Monitor* (**GEM**, 2018) y el del *Global Entrepreneurship Index (***GEDI,** 2017).

Atendiendo al **GEM** (2018) y bajo la lógica de las similitudes en el marco de los estudios de caso comparados, se comparan metodológicamente las economías de los 53 países objeto del estudio, en función de su grado de desarrollo económico: **a) economías basadas en factores,** que son las menos desarrolladas ya que presentan muchas ineficiencias en sus procesos productivos, y sus muchas empresas de reducidas dimensiones compiten a través de productos de escaso valor añadido; **b) economías basadas en la eficiencia,** que se caracterizan por un incremento de eficiencia en los procesos, con un número menor de empresas pero de mayor tamaño, que crean economías de escala y que permiten ofrecer productos para unos consumidores más formados y más capaces en el manejo de las tecnologías; y **c) economías basadas en la innovación,** en las que disminuye el peso del sector manufacturero en beneficio un sector servicios muy enfocado a las tecnologías y a la innovación.

Tabla sobre Percepciones, valores y aptitudes para emprender de la población adulta en 2017 de las Economías basadas en la Innovación (GEM, 2018:55)

Economías basadas en la Innovación	Percepción de oportunidades	Conocimientos y habilidades para emprender	Miedo al fracaso como obstáculo para emprender	Modelos de referencia	Equidad en los estándares de vida en la sociedad	Emprender como buena opción profesional	Emprender brinda estatus social y económico	Medios de comunicación y emprendimiento
Media	**43,4**	**43,0**	**43,2**	**38,5**	**61,5**	**57,0**	**70,0**	**62,3**
Media EU28	**44,8**	**42,5**	**44,2**	**36,4**	**61,7**	**58,0**	**69,6**	**56,8**
Alemania	42,0	37,4	42,0	26,2	62,8	51,3	77,9	49,5
Australia	51,4	49,3	41,8	37,2	79,0	53,9	68,9	74,0
Canadá	60,2	55,6	47,2	44,9	74,8	65,6	74,0	76,5
Catar	45,6	41,1	43,3	29,4	57,0	65,9	77,3	54,0
Chipre	51,0	46,3	54,8	39,5	51,9	66,2	61,5	50,5
Corea	35,3	45,7	32,6	48,0	67,1	47,2	68,6	60,5
Emiratos	35,5	64,8	53,6	68,7	82,3	82,7	87,8	84,5
Eslovenia	34,6	53,3	34,8	43,6	80,5	55,1	73,4	72,6
España	**31,9**	**44,8**	**43,6**	**35,4**	**71,4**	**53,8**	**47,9**	**50,9**
Estados Unidos	63,6	54,3	34,4	36,0	52,4	63,0	75,5	74,5
Estonia	61,0	49,7	36,8	51,1	57,0	54,2	64,7	61,0
Francia	34,1	36,3	38,3	38,0	53,0	59,1	74,2	47,0
Grecia	13,7	43,4	70,2	26,3	61,3	63,4	66,5	43,4
Irlanda	44,5	42,2	39,2	34,7	-	53,2	81,9	72,9
Israel	58,3	44,1	54,7	61,7	41,0	65,2	86,1	55,3
Italia	28,8	30,4	51,1	25,6	68,9	64,2	73,2	54,9
Japón	7,4	10,8	44,0	23,0	43,0	24,3	52,0	56,2
Luxemburgo	54,8	40,9	50,6	38,2	44,8	43,0	70,0	48,7
Países Bajos	64,1	44,6	32,9	39,5	63,0	81,0	67,5	63,2
Puerto Rico	28,0	46,6	33,4	23,1	55,6	22,6	52,3	81,2
Reino Unido	43,0	48,2	37,3	35,9	-	55,6	75,6	58,5
Suecia	79,5	34,5	43,1	38,5	64,3	53,6	70,5	64,7
Suiza	47,2	42,1	35,2	38,9	60,2	53,0	73,2	59,0
Taiwán	26,6	25,9	42,2	41,7	-	71,1	60,1	81,3

El emprendimiento en España y en el mundo en cifras

La española se ha situado en la categoría de las economías basadas en la innovación. En materia de emprendimiento resulta también pertinente compararla con las economías de este mismo grupo, o bien a la media de los países de la **UE** incluidos en dicho grupo. Precisamente, la tabla anterior sitúa cuantitativamente y en comparación con las citadas economías, la más reciente posición de los emprendedores españoles en relación a: la percepción de oportunidades; los conocimientos y habilidades para emprender; el miedo al fracaso; los modelos de referencia; la equidad social; la dignificación profesional, social y económica del emprendimiento; o el posicionamiento de los medios de comunicación ante el fenómeno.

Asimismo, puede resultar muy útil también el análisis comparado de las medias de los países de la **UE** y la puntuación de **España** en cada uno de los indicadores mencionados, tal y como se recoge en el gráfico posterior. Allí puede observarse como **España** se sitúa en la media de la **UE** en los indicadores de miedo al fracaso y de conocimiento de otros emprendedores (modelos de referencia), y como se ubica un poco por encima en valores como la confianza en los conocimientos y las habilidades para emprender y en el positivo de la equidad que supone para los estándares de vida de la sociedad.

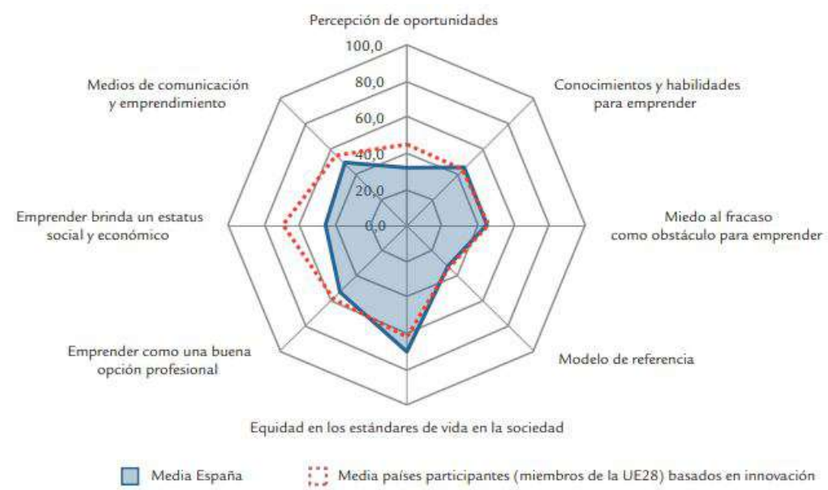


Gráfico sobre percepciones, valores y aptitudes para emprender de los españoles comparada con el resto de la Unión Europea en 2017 (GEM, 2018:56)

El emprendimiento en España y en el mundo en cifras

Por el contrario, no puede esconderse que **España** se sitúa claramente por debajo en otra serie de indicadores como: a) la percepción de oportunidades de negocio durante el próximo semestre (muy relevante ya que supone un antecedente directo a la decisión de emprender); b) el emprendimiento como opción profesional deseable; c) el estatus social y económico de los emprendedores (indicador en el que el desfase español es más acusado); y d) la visibilidad de los empresarios de éxito en los medios de comunicación.

Bien cabría afinar aún más el análisis de la posición española en relación al resto de las economías basadas en la innovación, subrayando la posición que alcanza **España** en cada uno de los indicadores antes comentados. Concretamente, tal y como se puede advertir en los gráficos facilitados al efecto, España se encuentra muy por debajo de la media de la **UE** en la percepción de oportunidades (solo tiene por debajo a Italia entre las grandes economías europeas), llamando la atención de **Japón,** que tiene resultados muy pobres en este indicador. Por el contrario, en percepción de conocimientos y habilidades para emprender **España** se sitúa por encima de la media de las economías innovadoras, lo que refleja la confianza de sus ciudadanos en las habilidades. Asimismo, tanto en el marco del indicador del miedo al fracaso como en el de los modelos de referencia, las puntuaciones españolas ocupan una posición intermedia, tanto dentro de las economías innovadoras, como dentro del grupo de economías de la **UE.**

Foto 5.
La debilidad esencial del emprendimiento en España es su reducido índice de internacionalización, innovación y apoyo cultural

El emprendimiento en España y en el mundo en cifras

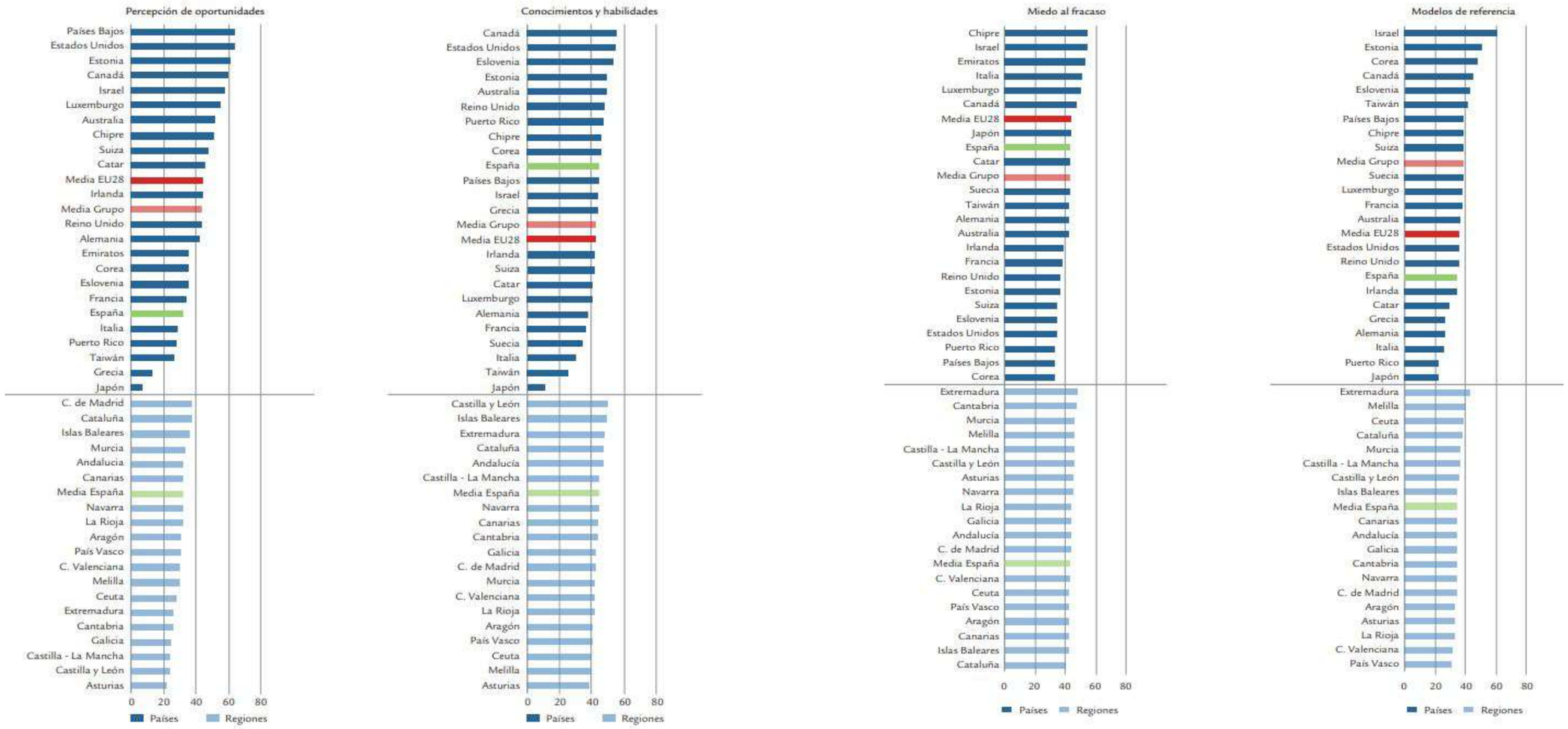
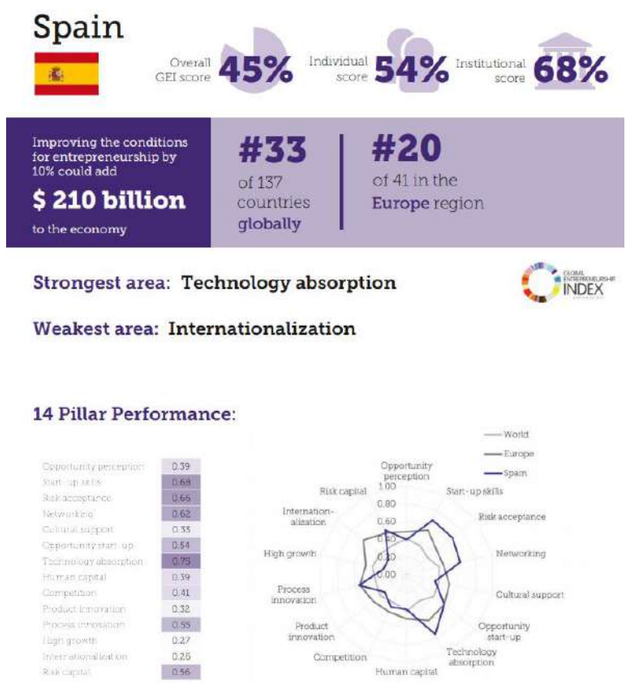


Tabla sobre posicionamiento de España en 2017 a nivel internacional (comparada con otras economías basadas en la innovación), y de sus propias Comunidades Autónomas, de cara al emprendimiento y en función de: a) percepción de oportunidades; b) conocimientos y habilidades; c) miedo al fracaso; y d) modelos de referencia (GEM, 2018:58-59)

El emprendimiento en España y en el mundo en cifras

Muy interesantes resultan los datos que ofrece también en relación a estos indicadores, de manera desagregada y por Comunidades Autónomas, el Informe **GEM** (2018) también. Si acudimos a la parte inferior de los gráficos, podemos advertir como en la percepción de oportunidades, la **Comunidad de Madrid, Cataluña** y las **Islas Baleares** lideran la estadística, todo lo contrario que Castilla y León, Castilla la Mancha y Asturias, que se ubican en el vagón de cola. No obstante, la variación es menos acusada entre Comunidades Autónomas en indicadores como los conocimientos y habilidades, el miedo al fracaso o los modelos de referencia. Aun así, dentro de las comunidades que puntúan mejor en este caso por su menor miedo al fracaso, encontramos a Cataluña y Baleares, mientras que en el de modelos de referencia repite Cataluña, en esta ocasión junto a Extremadura y las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla.

Junto al Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018), apuntábamos al inicio de la presente sección al Global Entrepreneurship Index (GEDI, 2017), otro índice global de prestigio internacional, que facilita indicadores cuantitativos españoles en materia de emprendimiento y en comparación con otras 137 economías a escala mundial. En particular, el índice GEDI nos ubica en la posición 33 sobre 137 para emprender de entre todos los países analizados del mundo. Si bien dicha clasificación podría resultar satisfactoria a priori, no resulta tan beneficiosa para los intereses españoles, cuando se enmarca dentro de la realidad europea. Aquí ya solo ocupa el puesto 20 en el ranking de las 41 economías europeas, posición muy débil en materia de emprendimiento para la quinta economía europea. En particular, el índice GEDI apunta que el principal pilar del emprendimiento español se sitúa en su capacidad para absorber tecnología, seguido por las capacidades de las start-up, la aceptación del riesgo y el fenómeno del networking. Por el contrario, la debilidad esencial del emprendimiento en España es su reducido índice de internacionalización, si bien también cuenta con carencias fundamentales como su falta de crecimiento, innovación y apoyo cultural.



Ficha de España sobre indicadores básicos de emprendimiento (GEDI, 2017: 234)

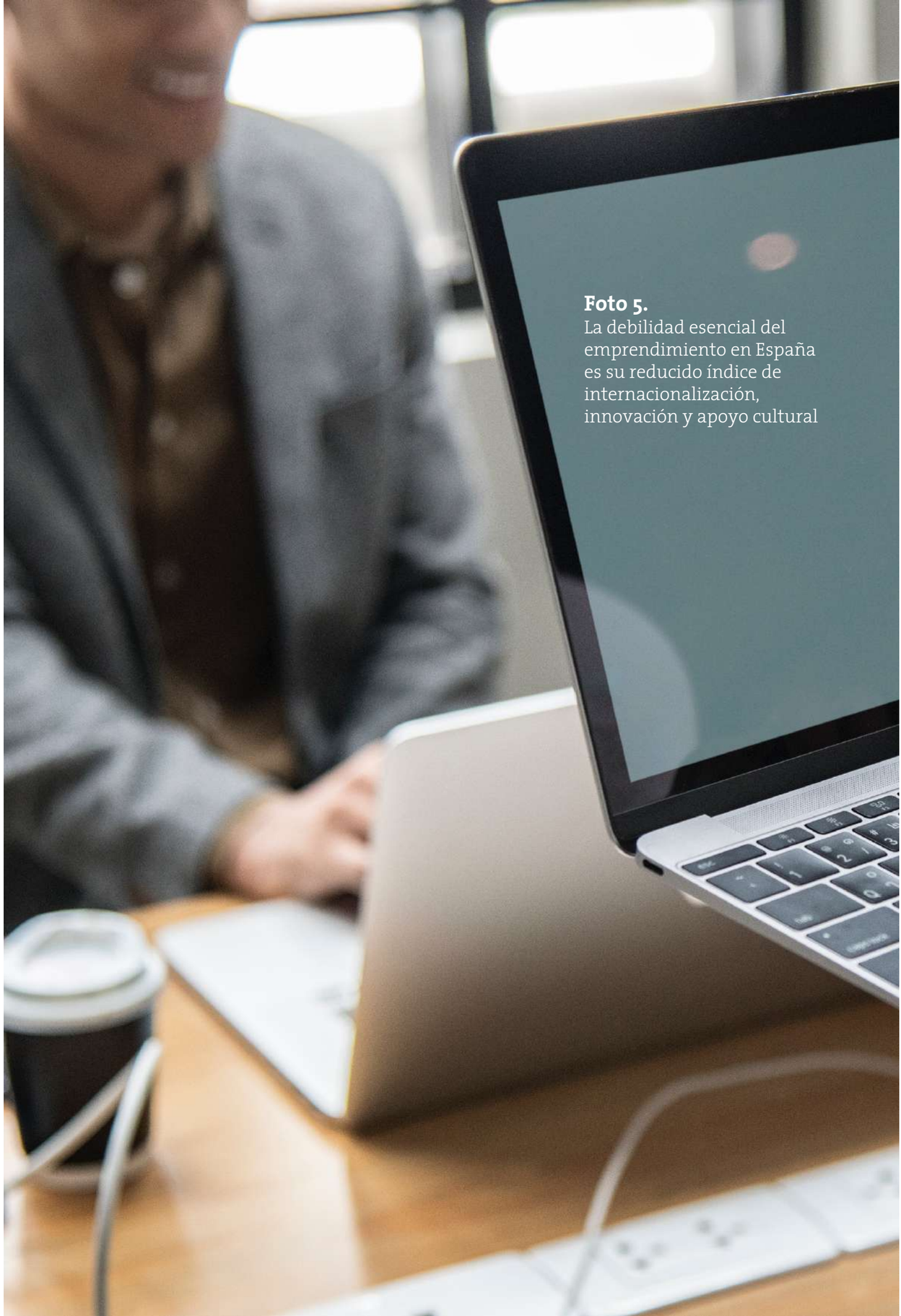


Foto 5.
La debilidad esencial del emprendimiento en España es su reducido índice de internacionalización, innovación y apoyo cultural

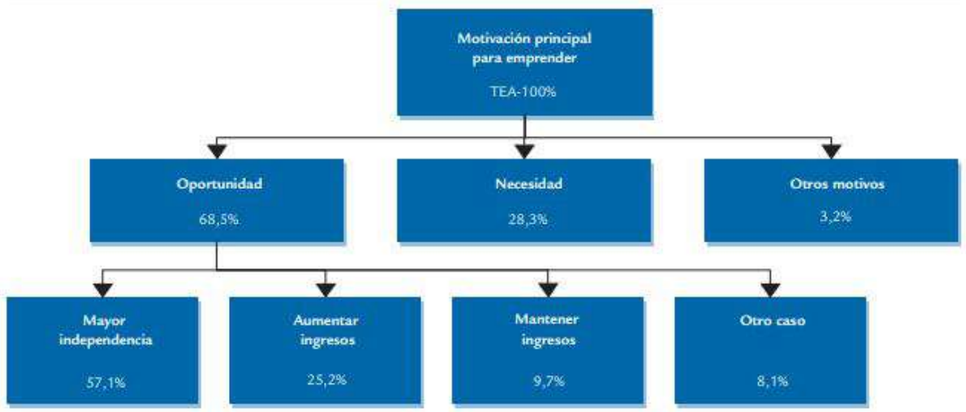
Variables del proceso emprendedor en España

En el caso español, al igual que lo que sucede en muchas otras economías de su entorno, existe una gran heterogeneidad de perfiles para los emprendedores, que dificultan la clasificación de los mismos. No obstante, y a pesar de la dificultad descrita, es factible realizar una aproximación al perfil del emprendedor español, atendiendo a cinco variables o indicadores descriptivos del mismo: motivación, nivel de renta, nivel de educación, género y edad.

MOTIVACIÓN

Uno de los aspectos diferenciales entre las personas que pretenden emprender radica en la motivación que hay detrás de sus iniciativas de negocio. Mientras en ocasiones la motivación supone una respuesta a la identificación de oportunidades no explotadas en el mercado, otras veces constituye una consecuencia directa de la escasez de alternativas laborales en el mercado. Así, en relación a la Tasa de Actividad de Emprendimiento (TEA) y en base a los últimos datos disponibles de 2017 (GEM, 2018: 66-67), algo más de dos de cada tres emprendedores en fase inicial (68,5%) emprendieron motivados por una oportunidad, mientras que solo el 28,3% (menos de una tercera parte) lo hizo motivado por una necesidad imperiosa. De hecho, del conjunto de aquellos que buscaron explotar una oportunidad, más de la mitad (57,1%) pretendía alcanzar una mayor independencia, una cuarta parte (25,2%) buscaba aumentar sus ingresos, y casi una décima parte (9,7%) solo buscaba mantener su nivel de ingresos.

Gráfico sobre la actividad emprendedora en España según la motivación (GEM, 2018:67)

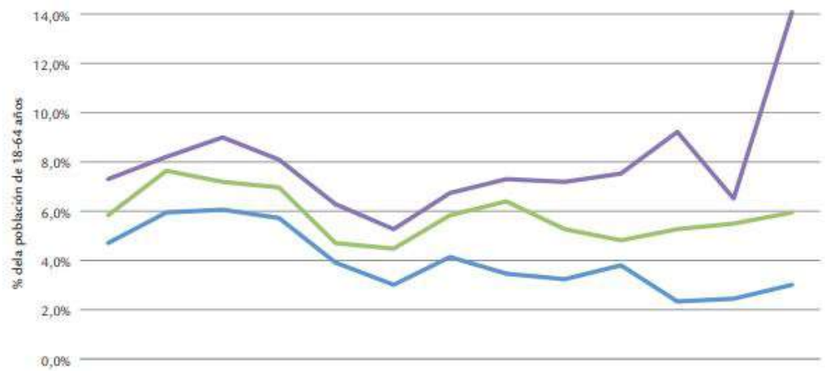


Variables del proceso emprendedor en España

NIVEL DE EDUCACIÓN

El nivel de educación supone un elemento que permite determinar el capital humano acumulado a través de la formación y la experiencia. Es por ello que los investigadores acerca del emprendimiento, a un nivel de educación superior han asociado mayor desarrollo cognitivo, visiones más abiertas y mayores posibilidades de aprovisionarse de información y recursos relevantes a la hora de emprender. Los datos del **Global Monitor Entrepreneurship** para 2017 (**GEM,** 2018:74-76) ya indicaban precisamente, que en **España** la mitad de los nuevos emprendedores (49,8%) contaban precisamente con educación superior (licenciado, ingeniero, etc) o de postgrado (máster o doctorado). Además, la estimación del TEA por nivel educativo, permite observar que el colectivo más propenso para emprender en toda la serie desde el año 2005, viene siendo el de las personas adultas con nivel de educación superior, seguido por el grupo de personas con nivel de educación medio, y por último por el de aquellos ciudadanos de menores o más bajos niveles de educación. Cabe reseñar, que precisamente dentro de la serie de datos de los últimos trece años computados, los del último ejercicio (2017) son los que validan más ampliamente la hipótesis de que a mayor capital educativo se corresponde una mayor intensidad de emprendimiento.

Gráfico sobre la evolución del TEA entre 2005 y 2017 en España según niveles de educación (GEM, 2018:76)



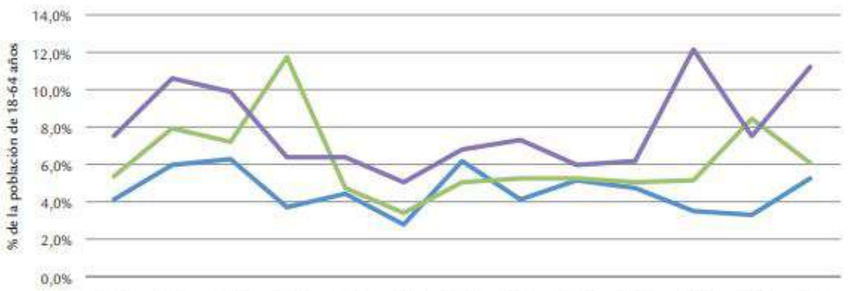
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TEA_bajo	4,7%	6,0%	6,1%	5,7%	3,9%	3,0%	4,2%	3,5%	3,2%	3,8%	2,3%	2,5%	3,0%
TEA_medio	5,9%	7,7%	7,2%	7,0%	4,7%	4,5%	5,9%	6,4%	5,3%	4,8%	5,3%	5,5%	6,0%
TEA_superior	7,3%	8,2%	9,0%	8,1%	6,3%	5,3%	6,8%	7,3%	7,2%	7,5%	9,2%	6,5%	14,1%

Variables del proceso emprendedor en España

Gráfico sobre la evolución del TEA entre 2005 y 2017 en España según niveles de renta (GEM, 2018:77)

NIVEL DE RENTA

El nivel de renta supone también un indicador relevante del perfil demográfico emprendedor en tanto en cuanto en las primeras etapas de la puesta en marcha de los negocios, los emprendedores suelen o pueden hacer uso de sus recursos propios para la financiación de sus proyectos. Es por ello que en la medición del **GEM** relativa a la evolución del TEA para la población adulta ubicada en el tercio inferior, medio y superior de renta en **España** durante los últimos ejercicios demuestra que (salvo en 2008 y 2016) el TEA específico para la población ubicada en el tercio superior del nivel de renta ha sido sostenidamente mayor que el de la ubicada, tanto en el tercio medio como en el inferior, por cuanto a los ingresos se refiere.



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TEA_33%_inferior	4,2%	6,0%	6,4%	3,8%	4,5%	2,9%	6,3%	4,2%	5,2%	4,8%	3,6%	3,4%	5,4%
TEA_33%_medio	5,4%	8,0%	7,3%	11,8%	4,8%	3,5%	5,1%	5,3%	5,4%	5,1%	5,3%	8,5%	6,1%
TEA_33%_superior	7,6%	10,7%	9,9%	6,5%	6,5%	5,1%	6,9%	7,4%	6,1%	6,2%	12,2%	7,6%	11,3%

GÉNERO

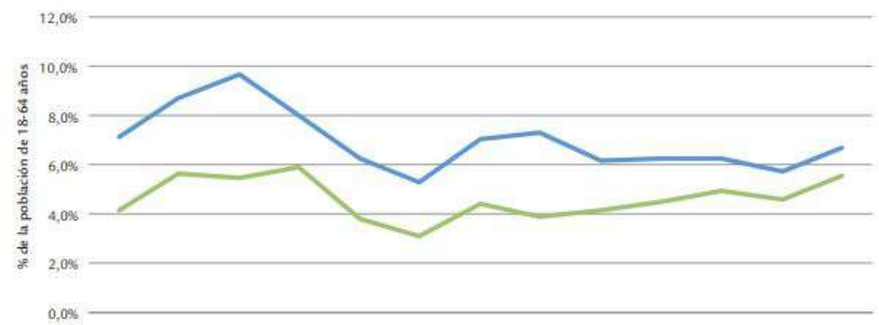
El género es también un aspecto demográfico en el que se observan tradicionalmente diferencias dentro de la población emprendedora. No resulta extraño afirmar que generalmente los hombres cuentan con índices de emprendimiento superiores a los de las mujeres. Efectivamente, diferentes aproximaciones teóricas han pretendido explicar los motivos por los que las mujeres suelen emprender menos que los hombres.

Variables del proceso emprendedor en España

Unas abogan por que las diferencias de género a la hora de emprender son consecuencia directa de las barreras o diferencias sistemáticas que limitan el acceso a oportunidades en igualdad de condiciones (feminismo liberal); mientras que otras defienden que mujeres y hombres tienen comportamientos emprendedores distintos ya que las estructuras sociales fomentan el desarrollo de capacidades y percepciones vitales específicas de cada género, por lo que si las mujeres son menos propensas a emprender, ello es porque como consecuencia de la realidad construida socialmente, desempeñan roles con valores y expectaciones que les hacen elegir ocupaciones menos ambiciosas o arriesgadas que las de los hombres (feminismo socialista).

Sea como fuere, el contexto español no es para nada ajeno a la realidad descrita, puesto que el TEA 2017 demuestra que la tasa de emprendimiento de los hombres es más de diez puntos porcentuales superior a la de las mujeres (55,1% por 44,9%). Pero la importancia de la línea de fractura radica en el hecho de que no se trata de una foto fija sino del reflejo de una tendencia (la población adulta masculina ha sido de forma continua más propensa a emprender que la femenina), que acaece desde que se registran dichos datos (2005). Como puede advertirse a través del gráfico aportado al efecto, la brecha resulta evidente y las líneas de evolución por género no se han cruzado jamás durante los últimos trece años, si bien también denota que dicha brecha se ha ido reduciendo desde la crisis económica y financiera de este siglo.

Gráfico sobre la evolución del TEA entre 2005 y 2017 en España según el género (GEM, 2018:74)



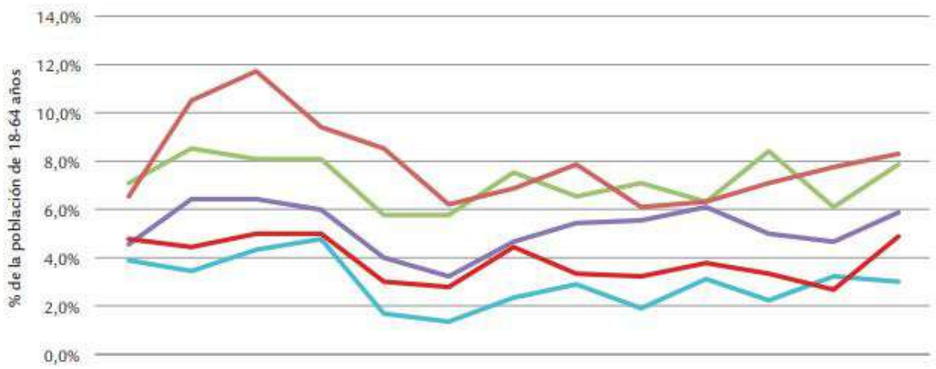
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TEA Hombre	7,2%	8,8%	9,7%	8,1%	6,3%	5,4%	7,1%	7,4%	6,2%	6,4%	6,4%	5,8%	6,8%
TEA Mujer	4,2%	5,7%	5,5%	6,0%	3,9%	3,2%	4,5%	4,0%	4,2%	4,6%	5,0%	4,7%	5,6%

Variables del proceso emprendedor en España

EDAD

Probablemente la edad sea uno de los factores más decisivos para caracterizar a la población involucrada en las diferentes fases del proceso emprendedor, ya que la edad media de las personas emprendedoras aumenta (como no podía ser de otra forma) a medida que las mismas avanzan en el proceso emprendedor. Efectivamente, en muchas ocasiones la experiencia vital adquirida a través del paso de los años bien puede resultar clave para la identificación y la explotación de oportunidades de negocio. Así, según los últimos datos disponibles para 2017, la edad media de las personas identificadas como emprendedores potenciales en España fue de 38,4 años cercana a la edad media de los emprendedores en fase inicial (40), quedando ambas más alejadas de la edad media de los empresarios consolidados en España (49,7).

Gráfico sobre la evolución del TEA entre 2005 y 2017 en España según la edad (GEM, 2018:71)



	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TEA 55-64	3,9%	3,5%	4,3%	4,8%	1,7%	1,4%	2,3%	2,9%	1,9%	3,1%	2,2%	3,2%	3,0%
TEA 45-54	4,6%	6,4%	6,4%	6,0%	4,0%	3,2%	4,7%	5,5%	5,5%	6,1%	5,0%	4,7%	5,9%
TEA 35-44	7,1%	8,6%	8,1%	8,1%	5,8%	5,8%	7,6%	6,6%	7,1%	6,4%	8,4%	6,1%	7,8%
TEA 25-34	6,6%	10,5%	11,8%	9,4%	8,5%	6,2%	6,9%	7,9%	6,1%	6,3%	7,1%	7,8%	8,3%
TEA 18-24	4,8%	4,5%	5,0%	5,0%	3,0%	2,8%	4,4%	3,4%	3,3%	3,8%	3,4%	2,6%	4,9%

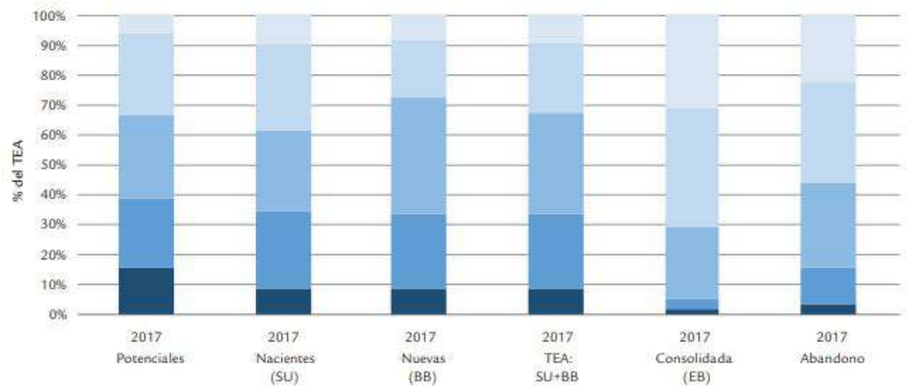
Los últimos datos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2018: 70-72) ratifican para el caso español que la edad de los emprendedores aumenta conforme los mismos se encuentran en etapas más avanzadas del proceso emprendedor, si bien, también hacen notar que a partir de un determinado umbral de edad hay factores (acercamiento a la jubilación, búsqueda de mayor estabilidad o pérdida de energía, entre otros) que pueden hacer disminuir la propensión a emprender, con lo que la relación entre edad y tendencia al emprendimiento no sería lineal sino con forma de U invertida.

Variables del proceso emprendedor en España

Concretamente, si atendemos al TEA desagregado por tramos de edad, se observa como los emprendedores en fase inicial se concentraron durante el último ejercicio en la franja entre los 35-44 años, si bien fue la población entre los 25 y los 34 años la más propensa a emprender. En concreto, ambas franjas de edad (7,8% y 8,3%) son las únicas que ofrecen niveles de emprendimiento por encima TEA general en 2017, que para el conjunto de la población entre los 18 y los 64 años, alcanzó el 6,2%, quedando por debajo del mismo tanto la franja anterior (18-24), como las posteriores (45-54 y 55-64) a las mencionadas.

Cabe resaltar el intercambio de liderazgo entre las categorías (25-34) y (35-44) en función del momento histórico reciente. Si bien antes de la crisis era mayor el porcentaje de emprendedores en fase inicial entre la población de 25 a 34 que entre la de 35 a 44, dicha tendencia se invirtió en los años de la crisis, destacando, por tanto, la importancia de la mayor experiencia previa asociada al tramo entre 35 y 44 años. Con la recuperación económica, puede observarse una nueva inversión de la tendencia, colocándose de nuevo por delante la franja entre 25 y 34 años. Más allá de las diatribas económicas, lo que no cambia en toda la serie histórica es la propensión a dejar de emprender a partir del tramo entre los 45 y los 54 años de edad.

Gráfico sobre la distribución por edad de los colectivos emprendedores en España en 2017 (GEM, 2018:70)



	2017 Potenciales	2017 Nacientes (SU)	2017 Nuevas (BB)	2017 TEA: SU+BB	2017 Consolidada (EB)	2017 Abandono
55-64	6,1%	10,4%	8,8%	9,5%	31,2%	22,9%
45-54	27,5%	28,9%	19,2%	23,5%	39,9%	33,3%
35-44	27,7%	26,8%	38,5%	33,3%	23,5%	28,6%
25-34	23,4%	25,4%	25,3%	25,3%	3,6%	11,8%
18-24	15,3%	8,5%	8,2%	8,4%	1,8%	3,4%

Emprendimiento juvenil en España dentro del contexto iberoamericano

El emprendimiento juvenil supone un factor de prosperidad, que como han señalado organizaciones supranacionales como la **Organización Internacional del Trabajo, las Naciones Unidas o el Banco Mundial** implica toda una serie de ventajas en el marco de las sociedades con las que conviven: "**a)** el emprendimiento juvenil es una opción para crear empleo para los jóvenes; **b)** los emprendedores jóvenes son más propensos a contratar compañeros jóvenes; **c)** los emprendedores jóvenes son particularmente receptivos a las nuevas oportunidades y tendencias económicas; **d)** Los jóvenes son activos en sectores de alto crecimiento; **e)** los jóvenes con habilidades emprendedoras tienen mayor empleabilidad; **f)** los jóvenes son más innovadores y con frecuencia crean nuevas formas de trabajo independiente; **g)** los jóvenes que son trabajadores por cuenta propia tienen una mayor "satisfacción con la vida"; **h)** el emprendimiento ofrece a los jóvenes en paro o desanimados la oportunidad de crear medios de vida sostenibles y la oportunidad de integrarse en la sociedad; e **i)** la experiencia empresarial y/o la educación ayuda a los jóvenes a desarrollar nuevas habilidades que se puedan aplicar a otros desafíos en la vida. De este modo, habilidades tales como la detección de oportunidades de negocio, la innovación, el pensamiento crítico, la resiliencia, la toma de decisiones, trabajo en equipo y el liderazgo beneficiarán a todos los jóvenes, tengan o no la intención de convertirse o continuar como emprendedores" (**OIJ,** 2018: 28).

No obstante todo lo anterior tal y como bien ha podido advertirse en el parágrafo relativo a la edad como variable del perfil del emprendedor español, las estadísticas más recientes no avalan precisamente las dinámicas de emprendimiento juvenil en España, que al contrario de lo que sucede en otras economías como por ejemplo las iberoamericanas (tal y como recoge **el Informe sobre Emprendimiento Juvenil en Iberoamérica publicado en 2018 por la Organización Internacional de la Juventud –OIJ,**2018-), no ponderan ni reflejan un cuadro de actuaciones propicio para aquellos emprendedores de menor edad, concretamente aquellos que pueden incluirse entre las franjas de los 18 a los 24 y la de los 25 a los 34 años.

Evidentemente, para el caso español existen diferentes explicaciones que sobre todo radican en su ubicación en el marco de las economías innovadoras que caracterizan a los países de mayor nivel de desarrollo, lo cual en ocasiones se convierte en un verdadero hándicap para los jóvenes a la hora de lanzarse a emprender en tanto en cuanto la ecuación coste/riesgo y beneficio, no suele ser excesivamente positiva, sobre todo por lo que respecta al factor del lucro cesante, derivado de la inversión de recursos económicos, laborales y personales en iniciativas de emprendimiento en lugar del trabajo por cuenta ajena, tanto en el sector público como en el privado.

Emprendimiento juvenil en España dentro del contexto iberoamericano

Específicamente para el caso español, y por lo que respecta al emprendimiento juvenil, el desempleo estructural tiene un efecto marcado para las primeras franjas de edad, cuya inclusión en el mercado laboral es mucho más complicada. De hecho, incluso durante los años de mayor crecimiento económico en **España,** la tasa de desempleo juvenil nunca decreció por debajo del 18%, cifras muy alejadas de las de las economías comparables de nuestro entorno.

Es por ello que "los jóvenes menores de 25 años forman uno de los grupos de población más afectados por el proceso de destrucción de empleo que se inició en 2007. En 2012, de un total de 4.156.100 jóvenes de edades comprendidas entre los 16 y 24 en España, 945.000 estaban en el paro y 858.000 no tenían educación, empleo ni formación. Esta categoría abarca los jóvenes inactivos, pero la mayoría de ellos son jóvenes que están buscando activamente empleo. **España,** a pesar de haber mejorado desde 2012, cuando la tasa fue de 18,6%, sigue teniendo una de las tasas más altas de jóvenes que no estudian o no trabajan menores de 25 en la **Unión Europea** (15,6% de **España** frente al 12% de la UE27 en 2015)" (**OIJ,** 2018: 152).

Tabla sobre las actitudes sociales en torno al emprendimiento de los jóvenes iberoamericanos en 2015 (OIJ, 2018:51)

País	18-24 años			25-34 años		
	Emprendimiento como buena elección de carrera profesional	Alto estatus de los emprendedores con éxito	Atención de los medios a los em-prendedores	Emprendimiento como buena elección de carrera profesional	Alto estatus de los emprendedores con éxito	Atención de los medios a los emprendedores
Argentina	64,5	58,7	67,4	63,4	51,1	64,4
Bolivia*	72,0	77,7	76,9	69,0	77,2	76,6
Brasil	80,0	82,8	69,5	80,6	82,6	70,0
Chile	69,5	64,3	57,7	67,5	64,5	52,6
Colombia	74,8	66,1	67,5	69,5	64,2	65,4
Costa Rica*	63,5	62,6	76,2	64,3	64,6	78,5
Ecuador	62,1	66,0	77,0	58,3	67,9	78,7
El Salvador*	77,5	63,9	59,3	80,5	66,0	61,3
España	54,3	51,9	40,6	51,2	47,3	42,2
Guatemala	96,6	80,5	61,3	95,9	77,4	56,3
Honduras*	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
México	49,1	49,1	38,1	50,6	51,4	40,3
Nicaragua*	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
Panamá	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d	n.d
Paraguay*	70,3	72,0	74,7	66,7	72,1	74,4
Perú	75,0	68,4	69,2	72,0	70,0	67,7
Portugal	66,1	72,1	69,8	64,5	63,4	73,7
República Dominicana*	89,3	85,3	60,1	92,8	90,3	63,9
Uruguay	67,9	60,3	52,9	58,2	57,6	59,6
Venezuela*	81,9	76,9	67,1	83,1	75,9	61,5
TOTAL (media no ponderada)	72,6	69,5	63,6	71,1	67,6	63,1

Emprendimiento juvenil en España dentro del contexto iberoamericano

Ante la situación descrita, **España** ha debido emprender precisamente una carrera contrarreloj de apoyo a los emprendedores y sobre todo a aquellos en edades tempranas, en tanto en cuanto las actitudes sociales en referencia al espíritu empresarial entre la juventud española no son demasiado elevadas ni en el marco de las economías de su entorno ni en el de la comparación iberoamericana. De hecho, España tiene una de las puntaciones más bajas de atención de los medios a los emprendedores de éxito (40%), mientras que solo la mitad de la juventud considera el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional y cree que los emprendedores tienen un alto estatus.

Igualmente, **España** muestra una baja percepción de la oportunidad del emprendimiento ya que solo alrededor de un tercio de los jóvenes considera que existen buenas oportunidades de emprendimiento en sus áreas. Además, el 25% de la juventud joven y el 46% de la juventud mayor tienen confianza en su capacidad para iniciar un negocio, por debajo de los promedios de los países iberoamericanos. Muy relacionado con lo anterior en lo que sería el reverso de la misma moneda, las tasas de miedo al fracaso son elevadas: por encima del 40% en España.

Tabla sobre los atributos emprendedores auto percibidos de los jóvenes iberoamericanos en 2015 (OIJ, 2018:55)

País	18-24 años				25-34 años			
	Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Miedo al fracaso	Intenciones de emprendimiento	Oportunidades percibidas	Capacidades percibidas	Miedo al fracaso	Intenciones de emprendimiento
Argentina	53,7	47,6	25,9	33,5	48,2	67,6	27,8	35
Bolivia*	58,1	67,9	37,6	50,2	57,5	75,2	39,4	53,7
Brasil	40,3	48,7	42,6	28,3	44,4	58,8	50,5	31,9
Chile	62,6	52	25	52,9	60,7	66,4	26,8	57,2
Colombia	64	52,8	35,1	54,6	54,3	60,7	28,6	53
Costa Rica*	41,3	53,4	36,2	30,8	42,3	62,5	36,8	35,6
Ecuador	54,1	67,8	28,1	46,8	55,3	72,5	29,5	49,8
El Salvador*	42,2	55,9	37,5	34,7	45,2	70,6	36,1	33,9
España	30,5	26,7	43	9,6	26,8	45,8	45,8	5,5
Guatemala	50,2	56,3	28,3	48,1	48,5	62	29,8	35,9
Honduras*	46,8	49,7	24,3	36	47,9	56,5	28,3	26,6
México	41,8	38,9	40,4	13,9	45,4	46,2	35,6	14
Nicaragua*	46,8	49,7	24,3	36	47,9	56,5	28,3	26,6
Panamá	41	38,7	16,2	16,5	47,3	49,4	26,3	13,7
Paraguay*	56,9	67,1	31,2	46,6	54,6	72	33,3	48,6
Perú	57,8	65,1	23,7	41,3	50,6	67,7	28,8	44,3
Portugal	30,8	30,7	47	28,7	36,2	55,4	41,5	22
República Dominicana*	50,8	81,3	26,9	25,2	49	76,9	30,5	31,1
Uruguay	47,2	45,1	33,2	31,3	40,9	65,5	26,6	30,3
Venezuela*	48,4	59,6	33,2	18,7	47,3	69,7	21,9	19,7
TOTAL (media no ponderada)	48,3	52,8	32,0	34,2	47,5	62,9	32,6	33,4

Emprendimiento juvenil en España dentro del contexto iberoamericano

A la luz de estas percepciones sobre el emprendimiento, los bajos niveles de intención emprendedora no son sorprendentes. Las puntuaciones de **España** para este indicador son considerablemente más bajas que la media iberoamericana, en particular entre la juventud joven, donde solo el 5,5% de los jóvenes expresan las intenciones de emprender. En particular, la juventud española en su conjunto es 2,5 veces más propensa a ejercer una actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos (35 años y mayores), si bien los datos españoles comparados son de los más reducidos en el contexto iberoamericano, para ambas franjas de edad (OIJ, 2018:91).

Si cruzamos la variable de género dentro del marco de la de edad y por lo que respecta al emprendimiento juvenil en **España,** la participación de la mujer en la actividad empresarial está por debajo de la de los hombres. "Entre la juventud joven ocho mujeres están implicadas en la puesta en marcha de un negocio por cada diez hombres, mientras que entre la juventud mayor la proporción es de siete a diez. Entre la juventud mayor, una relación muy similar se aplica a la actividad empresarial consolidada. Sin embargo, entre la juventud joven los hombres son casi tres veces más propensos que las mujeres a ser propietarios de las empresas consolidadas. La mayoría (80%) de los jóvenes están motivados por la oportunidad, un hallazgo positivo. Entre la juventud joven, las mujeres son más propensas que los hombres a estar motivadas por la oportunidad. Entre la juventud mayor, tanto hombres (86%) como mujeres (78%) muestran altas tasas de oportunidad" (OIJ, 2018:91).

Por lo que respecta a la variable de la financiación de las iniciativas empresariales juveniles, la juventud joven prefiere fondos propios como fuente principal de financiación (81%), mientras que solo un tercio depende de los apoyos familiares como fuente sustancial de financiación. Entre la juventud mayor, los emprendedores en **España** son algo menos propensos (77%) a utilizar sus propios fondos como fuente primaria. En todo caso, tanto la familia como los bancos suponen fuentes trascendentes de financiación, al ser utilizados por hasta un 30% de los emprendedores.

Uno de los hándicap esenciales del emprendimiento juvenil español radica en el hecho de que "la contribución de las empresas jóvenes en **España** para la creación de empleo es baja. La mitad de los jóvenes solo crea empleo para el propietario. Un tercio de los jóvenes emprendedores no espera crear nuevos puestos de trabajo en los próximos cinco años, el doble de la media iberoamericana. Los niveles de innovación están en línea con la media iberoamericana" (OIJ, 2018: 91).
Por último y en relación a la variable tecnológica, más del 70% de la juventud mayor no utiliza las nuevas tecnologías en sus negocios. A pesar de lo poco halagüeño del anterior indicador, por el contrario, el panorama es más alentador entre la juventud joven, ya que solo la mitad no utiliza ninguna tecnología, mientras que una quinta parte utiliza la última tecnología (OIJ, 2018:91).

¿Jóvenes, aunque exitosos emprendedores en España?

Tal y como hemos podido advertir, el caldo de cultivo a escala global no es todavía excesivamente proclive para el emprendimiento juvenil, tendencia claramente acentuada en el caso español. No obstante, lo anterior, el panorama no es tan negro como pudiera parecer, ya que, en el contexto actual, caben desarrollarse políticas públicas que fomenten el emprendimiento juvenil mediante el fortalecimiento de la educación y la aprobación de programas de ayudas y agilización de los trámites administrativos. Por mucho que la edad sea un condicionante a la hora de emprender "no tiene por qué ser un factor negativo ya que dota a la juventud de habilidades digitales y de una profesionalización del perfil emprendedor. Los resultados de diversos estudios manifiestan que la edad del emprendedor medio español ha descendido, que uno de cada cinco jóvenes considera que crear su propio negocio en una alternativa y que el sector de las nuevas tecnologías es el más atractivo para ello" (**Blanco, Del Castillo y Cachón,** 2017:59).

De hecho, **Jáuregui, Carmona y Carrión** (2016), confirman que existen tres perfiles de aspiración profesional entre los estudiantes en **España**: los emprendedores que quieren crear su propia empresa (18,8%), trabajar como autónomos (3,4%) o continuar con la empresa familiar (1,2%); los funcionarios (25,2%); y los asalariados que aspiran a trabajar en una PYME (11%), una gran empresa (22,6%) u otro tipo de trabajo por cuenta ajena (3,3%). Si, siguiendo el estudio antes citado, debemos diseñar entonces un perfil tipo de estudiante que desea emprender de una media de edad de 24 años, que trabaja y que estudia, por lo general en un centro privado, que cuenta con experiencia internacional, además de manejo de otros idiomas.

No se trata, sin embargo, de una cuestión pacífica entre los estudiosos la de que la edad sea un factor decisivo a la hora de determinar tanto los índices de emprendimiento como el posible éxito derivado del fenómeno. Y es que, aunque han sido diferentes los estudiosos en la materia, los resultados no podemos decir que sean concluyentes. Es por ello que podemos distinguir entre aquellos más escépticos o para los que no ha podido demostrarse una correlación causal entre juventud y emprendimiento, de aquellos otros para los que la influencia de la edad en el fenómeno emprendedor ha quedado suficientemente demostrada.

Entre los más escépticos, ya **Bird** en 1993 sostenía que edad de un emprendedor suponía una variable de menor peso que otras. Una década más tarde **Blanchflower y Meyer** (1994), sostuvieron, por el contrario, que la posibilidad de emprender aumenta con la edad y la experiencia laboral, motivo por el que la juventud emprendería menos, al haber apenas iniciado su vida laboral y carecer de los conocimientos y de la experiencia necesaria para el emprendimiento. Complementario al anterior es el análisis de **Thomas** (2009), para quien los licenciados universitarios emprenden menos porque esperan mejores oportunidades en otros empleos y porque antes de emprender pretenden obtener una mayor experiencia.

¿Jóvenes, aunque exitosos emprendedores en España?

De otra parte y entre los más convencidos de la relación directamente proporcional entre juventud y niveles de emprendimiento: **Honjo** (2004) concluye que la capacidad de aprendizaje y de afrontar retos de los jóvenes es muy superior que las de las personas de mayor edad; **Bennet y Furnham** (1991) entienden que la juventud percibe en menor medida el éxito o el fracaso, con lo que tiene menos miedo a lanzarse al emprendimiento; en la línea de lo defendido por **Jackson y Rodkay** (1994) o **Levesque y Minitti** (2006), para quienes la edad es inversamente proporcional a la propensión para asumir riesgos y por tanto crear una empresa (precisamente, para **Jackson y Rodkay** el rango más proclive para el emprendimiento es el comprendido entre los 25 y los 40 años ya que: se dispone de energía; experiencia y conocimientos; autoconfianza; las cargas familiares todavía no son excesivas; y por lo general se carece de una reputación o posición social consolidada que arriesgar).

¿Cuál sería entonces el perfil concreto de un joven emprendedor para gozar de mayores probabilidades de éxito? Siguiendo a **Blanco, Del Castillo y Cachón,** 2017:64, "destacan la experiencia, el conocimiento y las habilidades de gestión y de negociación para poner en marcha un negocio. (...) Actualmente, lo juventud (española) está formada por hombres y mujeres que dominan las competencias digitales y puedan desempeñar el rol de emprendedores en un sector que dominan como los negocios online. Por ello, sus intereses se centran especialmente en aplicaciones *online, big data o el e-commerce*".

Aunque la juventud española sigue encontrando como principales trabas a la hora de emprender tanto los trámites administrativos como la financiación, también ha dado el paso de profesionalizar la figura del emprendedor por medio de: formación específica, viveros de empresas, incubadoras o fórmulas colaborativas.

Resulta muy útil también individualizar los sectores más exitosos o preferidos para el emprendimiento de la juventud española. Efectivamente podemos identificarlos (**Jáuregui, Carmona y Carrión**, 2016) como: servicios de profesionales y de consultoría, marketing, publicidad y diseño e ingeniería. Si nos centramos específicamente en aquellos emprendedores menores de 25 años españoles, ellos prefieren los negocios online y con carácter social, mayormente concentrados en los sectores de la salud y la logística.

¿Jóvenes, aunque exitosos emprendedores en España?

Tabla 2. **Negocios de emprendedores menores de 25 años**

Denominación	Descripción	Sector
Wellframe	Seguimiento móvil de tratamientos a esquizofrénicos	Digital Salud
Leka	Un juguete para niños con problemas de aprendizaje	Digital Salud
Printr	Software de control de impresoras 3D	Digital
FredSense	Detección rápida de químicos en el agua	Digital
Suncayr	Analizar el nivel de UV	Digital Salud
CodeHS	Enseñar informática no es tan complicado	Digital Educación
Ava	App de traducción en grupo para sordos	Digital Salud
Adjuvo Motion	Rehabilitación de pacientes de ictus con robots	Digital Salud
Local Roots Farms	Granjas urbanas con visión comercial	Medio ambiente
Dray	Reinventando el transporte por carretera	Digital Logística
Erghis	Dispositivos móviles sin tocarlos	Digital
BioMetrix	Sensores wereable para evitar lesiones	Digital Salud
ExVivo Labs	Análisis alérgicos inmediatos	Digital Salud
EyeCheck	Un oculista en el bolsillo	Digital Salud
Fleet	Ahorras un 20% en los envíos internacionales	Logística
Mi Aguila	Vehículos con chófer para ejecutivos	Digital Transporte
PLD Space	EL cohete español	Ingeniería aeroespacial
ShotPut	Logística pensada para micropymes	Digital Logística
SkyMutual	Cómo tomar mejores decisiones con el tiempo	Digital Meteorología
SPIDR Tech	Software para policías	Digital Seguridad
Voltera	Una máquina para fabricar hardware en casa	Digital
Stampery	El sustituto de los notarios	Digital Seguridad
Verse	Enviar y solicitar dinero vía app	Digital Finanzas
Koachtv	Curación de vídeos de fitness	Digital Deporte
Chalk	Cómo hacerle la vida fácil a un profesor	Digital Educación

Tabla sobre los negocios de los emprendedores españoles menores de 25 años (Blanco, Del Castillo y Cachón, 2017:64-65)

¿Jóvenes, aunque exitosos emprendedores en España?

Como bien se desprende de la tabla anterior, el emprendimiento juvenil en la **España** actual pasa por lo digital, internet y la tecnología de plataforma, además de la por la promoción del desarrollo tanto individual como social. No en vano, el desarrollo tecnológico tiene un gran impacto, motivo por el que el desarrollo de aplicaciones para móviles o el diseño de tecnología médica, implica la transcendencia actual de los ingenieros en el marco del emprendimiento (**Jáuregui, Carmona y Carrión,** 2016). Tal y como hacen (**Blanco, Del Castillo y Cachón,** 2017:64-65), cabe mencionar aquí como jóvenes, aunque exitosos emprendedores ligados a la tecnología en España, los casos de: **Javier Agüera,** influencer de primer nivel en el campo de la tecnología; **Luis Iván Cuende,** reconocido como el mejor hacker europeo menor de veinte años; **Bárbara Navarro (Google); o Javier Oliván (Facebook).**

Parece que últimamente las instituciones, a diferentes niveles de gobierno, se han dado (por fin) cuenta de las bondades de fomentar el emprendimiento juvenil. En ese sentido coinciden actualmente programas como "Garantía Juvenil" de la **Comisión Europea**, la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (durante el periodo 2013-2016), los programas de algunas comunidades autónomas como "Andalucía emprende", los de universidades como el Programa de Emprendimiento Juvenil de la Universidad del País Vasco, o los derivados de entidades privadas como **La Caixa,** con su programa EduCaixa.

Cabría, por tanto, poner números a estos intentos de política pública por fomentar el emprendimiento en España. Si bien no existe un registro de start-ups o incubadoras que nos puedan arrojar cifras exactas del fenómeno, sí que podemos acudir a una aproximación derivada de las que participan anualmente en el reconocido **South Summit,** plataforma de innovación y desarrollo de negocio que conecta a las start-ups más disruptivas con inversores y corporaciones de todo el mundo, que buscan mejorar su competitividad a través de la innovación.

En ese sentido, el perfil medio del emprendedor español no es que sea juvenil, pero tampoco está demasiado alejado, ya que cuenta con 35 años, además de estudios universitarios (93%) y es un emprendedor de tipo recurrente (46%), siendo predominantemente hombre, si bien la proporción de mujeres emprendedoras aumenta progresivamente y ya se sitúa en un 22%. En cuanto a las start-ups propiamente dichas, las españolas (que alcanzaron en el marco del South Summit 2018 la cifra de 3.258) ya son más maduras, contando con una edad media de 2,3 años, y una quinta parte de las mismas, se encuentra ya en fase de crecimiento "growth". Además, progresivamente las start-ups españolas obtienen mejores resultados, ya que el 17% de las mismas ya conseguía en 2018 un EBITDA positivo. No solo eso, sino que además se constituyen en una importante fuente de empleo, ya que de media cuentan con 7 empleados. Queda asimismo corroborado el interés de los emprendedores por asociar sus iniciativas con corporaciones de mayores dimensiones, lo que sucede en 8 de cada 10 start-ups españolas.

¿Jóvenes, aunque exitosos emprendedores en España?

En definitiva, el ecosistema emprendedor español es cada vez más abierto y fuerte tendiendo a una financiación mixta (acceso a financiación internacional más autofinanciación de proyectos), si bien las políticas públicas gubernamentales para el favorecimiento del emprendimiento (no ayuda, por tanto, la actual inestabilidad política en nuestro país), supondrían un bonus decisivo para su afianzamiento en España. De cualquier manera, cabe reseñar que las 3.258 start-ups registradas en el marco del último **South Summit** (2018) en España (un 20% de incremento en apenas dos años desde 2016), demuestran una alta concentración en las provincias de **Barcelona** (34%) y **Madrid** (31,5%), líderes absolutas de la generación del tejido de nuevas iniciativas empresariales en España, a las que solo se oponen, muy de lejos, la incipiente pujanza de la provincia de **Valencia** (5,5%), así como la de **Bilbao (**3%). Muy reseñable resulta el dato de que en la actualidad, tres cuartas partes de la inversión en start-ups españolas es internacional, lo cual denota, de una parte una considerable capacidad de atracción de financiaciación extranjera, pero de otra las dificultades para la consecución de financiación en nuestro propio país, cuestión mejorable desde la perspectiva de los poderes públicos.

Ecosistema español de emprendimiento según el "Mapa del Emprendimiento 2018" (South Summit, 2018)

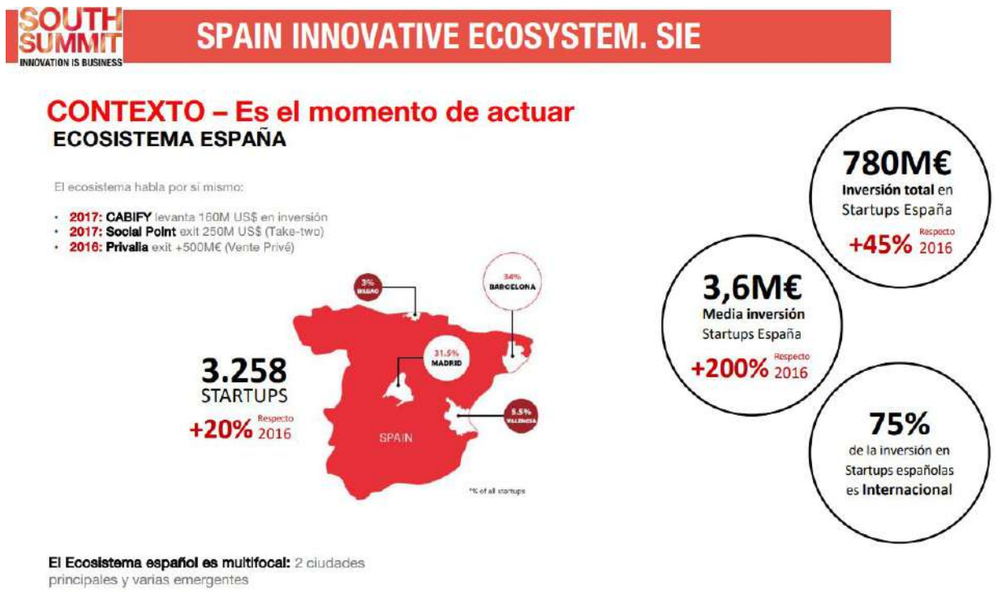


Foto 6.
El emprendimiento juvenil supone un factor de prosperidad

20 casos exitosos de emprendimiento juvenil español

Ha sido precisamente en el contexto descrito en el que han podido florecer con éxito las ideas de algunos jóvenes emprendedores españoles. Si bien, resultaría inabordable la tarea de recopilar todos y cada uno de aquellos que cumplen con las premisas de españoles aunque exitosos emprendedores, podemos, siempre a modo de ejemplo, analizar los casos que siguen[1]:

1) **Nono Ruiz y Laura Muñoz (Chicfy)**: Por medio de una inversión inicial de solo 4.000 euros, ambos jóvenes granadinos crearon hace cinco años la plataforma de **Chicfy**, un mercadillo de moda para chicas y chicos que hoy día es considerado el más grande de España. **Chicfy** es una aplicación de compra y venta de ropa y complementos de segunda mano (tipo **Wallapop** pero focalizada en el sector textil y de pago) que ha conseguido crear una comunidad de más de 6 millones de usuarios. Ofrecen más de 8 millones de prendas distintas y tienen una facturación anual con un promedio de 20 millones de euros.

2) **Javier Martín (Aluxion Labs, Fudeat y Utalen)**: Desde pequeño se interesó por los sectores de la programación y el hacking, hasta el punto de desarrollar su propia aplicación con tan sólo 20 años y llegar a convertirse en el responsable mobile del departamento ElevenPaths de Telefónica. Más tarde y tras formarse en Telecomunicaciones y Administración y Dirección de Empresas, fundó su propia empresa: **Aluxion Labs**, una de las principales agencias de diseño y desarrollo de producto digital en España. Además, también ha cofundado otras start-ups como Fudeat o Utalen.

3) **Pablo Vidarte (Bioo)**: Contando con 22 años se ha convertido ya en uno de los emprendedores españoles de éxito referencia del sector tecnológico. De hecho, es el creador y desarrollador de **Bioo**, un proyecto líder de **Arkyne** para la generación de electricidad a partir de la fotosíntesis de las plantas. Todo ello le ha valido para colocarse en el listado **Forbes** en la edición de '30 under 30 Europe'.

4) **Antonio Espinosa, junto a Pablo Urbano y Luis de Sande (Auara):** Antonio Espinosa es un arquitecto sevillano que ha vivido y trabajado en diferentes países como **Perú, Camboya o Etiopía**, entre otros. Ante la escasez de agua potable en Etiopía optó por dedicarse a trabajar para cambiar esta realidad y desarrolló el proyecto Auara con sus socios **Pablo Urbano y Luis de Sande. Auara** es una empresa social que se encarga de llevar agua potable a personas que lo necesitan, financiando proyectos sociales a través de la venta en **España** de esta marca de agua mineral.

5) **Cosme Bergareche, Jaime Garrastazu, Jorge y Nacho Vidri e Iñaki Sánchez (Pompeii):** Pompeii es una marca de calzado española creada por cinco jóvenes madrileños recién graduados de la universidad. Durante el tercer año de carrera, estos veinteañeros vieron en las zapatillas, no solo algo lúdico, sino también una oportunidad de negocio. Tras reunir 18.000€, fabricaron 349 pares de zapatillas que lograron vender en apenas dos días en una tienda "pop-up" que instalaron en Madrid. A día de hoy, **Pompeii** gestiona su negocio exclusivamente por internet, cuenta con 17 empleados y ya ha vendido más de 100.000 zapatillas.

20 casos exitosos de emprendimiento juvenil español

6) **Uriel Romero (Stuvoz, Qnoow, Odre y Nekuno):** Con once años ya creaba páginas web y todavía siendo menor de edad ya puso en marcha dos proyectos: **Stuvoz y Qnoow,** ambos enfocados al mundo educativo. Más tarde fundó la ONG Odre para promover un cambio real en el sistema educativo, desarrolló un producto de Inteligencia Artificial, fundó Nekuno y recientemente ha sido incluido también en la lista de Forbes '30 under 30'.

7) **Yaiza Canosa (Goi Travel, Glue Concept, GlueWork y Withmenu):** Aunque todavía cuente con solo 26 años, esta coruñesa, licenciada en Administración y Dirección de Empresas y como un MBA, ha compatibilizado siempre los estudios con el trabajo. Aunque, actualmente sea la CEO de Goi, su último emprendimiento, el primero lo desarrolló a la edad de 16 años, cuando presentó una idea a una empresa que la desarrolló e implementó. Posteriormente montó **Glue Concept,** ahora también propietaria del espacio de coworking **Gluework, y Withmenu,** dentro de la economía colaborativa.

8) **Manuel Sierra (Snau)**: Con 12 años ya lanzó su primera tienda online. Y su prematura inquietud por el mundo digital le ha llevado a lanzar proyectos de todo tipo. Actualmente, es cofundador y CMO de **Snau**, la primera plataforma que ofrece todos los servicios que un perro necesita en un mismo punto.

9) **Jaime Riesgo (Cervezas La Virgen): Este joven emprendedor de poco más de 30 años, consiguió lo que a más de uno l**e hubiese encantado, combinar su pasión por la cerveza y sus estudios para montar una fábrica de cervezas locales. Sus conocimientos en administración y dirección de empresas obtenidos en la **Universidad Carlos III de Madrid,** le permitieron crear un plan de negocio y redactar los valores de **Cervezas La Virgen.** Hoy día, la empresa de la que es cofundador cuenta con más de 40 personas a su cargo y produce unos 3.000 litros de cerveza por día.

10) **Paloma Cantero (YouthProAktiv, CWC y YesIDo)**: Gracias a su formación en Derecho, Ciencias Políticas y Periodismo, habiéndose especializado en Relaciones Internacionales y apasionada del liderazgo y el emprendimiento, ha lanzado varios proyectos relacionados con la educación, la juventud, los movimientos sociales, la dignidad humana y la moda. En particular es cofundadora y actual CEO en YouthProAktiv, además de fundadora de **CWC y YesIDo,** o consultora especializada en representación de empresas y organizaciones ante las instituciones europeas en Bruselas.

1: El listado en ningún caso pretende ser exhaustivo sino ejemplificar algunas de las iniciativas más exitosas lanzadas por jóvenes emprendedores en España durante los últimos ejercicios, basándose en la recogida previa de datos de: Lexintong (2018); Codeglia (2018) y Blanco, Del Castillo y Cachón (2017).

20 casos exitosos de emprendimiento juvenil español

11) **Pep Gómez (Fever):** Este joven castellonense, emprendedor e inversor de empresas tecnológicas se mudó con solo 18 años a San Francisco para trabajar para **Solon Venture Capital**, vehículo de inversión involucrado en compañías como S**tepOne, Idealista, Tuenti, FloresFrescas o Wallapop.** Ya en 2012 fundó Fever y en 2016 se unió como Chairman de Innovación y Capital Riesgo para la Fundación **Mobile World Capital.**

12) **Óscar Pierre (Glovo):** Tal vez se trate de uno de los jóvenes emprendedores españoles más reconocidos, por haber sido el cofundador de **Glovo,** la aplicación de paquetería líder en el mercado español. Su start-up cuenta ya con presencia en ciudades como Barcelona, Madrid, Valencia, Milán y París. Por todo lo anterior Óscar forma parte también de la lista de los 30 europeos menores de 30 más prometedores, según la prestigiosa Forbes.

13) **Angela Cabal y Javier Aracil (Mr. Wonderful):** Ángela y Javier son dos esposos catalanes diseñadores creadores de la marca y una de las tiendas online más conocidas de España, **Mr. Wonderful**. La idea de negocio surgió durante el periodo en el que planificaban su boda, tras advertir la falta de explotación del nicho de mercado de los regalos de boda. Aunque la idea inicial consistía solamente en crear productos para ganar un dinero extra, apenas un mes después de comenzar se vieron desbordados de clientes y pedidos, por lo cual dejaron sus trabajos para dedicarse por completo a **Mr. Wonderful.** Hoy cuentan con 150 empleados, venden en 26 países, tienen más de 1 millón de seguidores en **Instagram** y facturaron más de 30 millones de euros en el 2016.

14) **Blanca Rodríguez (Smile and Learn)**: Más allá de su andadura profesional como consultora en el terreno de las industrias minorista y de consumo en el departamento de estrategia en **The Boston Consulting Group,** en 2014 lanzó **Smile and Learn,** empresa de edtech para mejorar la educación de los niños. Hoy en día, cuenta con 15 trabajadores, más de 500.000 descargas de aplicaciones y la utilización en más de 50 escuelas.

15) **Jordina Arcal y Jordi Cusidó (HealthApp)**: Jordina Arcal es una emprendedora innata, que junto a Jordi Cusidó fundó **HealthApp**, una desarrolladora de aplicaciones para uso sanitario que facilita la comunicación entre médicos y pacientes desde el móvil. Además, a partir de su éxito y experiencia, Jordina ha obtenido el reconocimiento del **MIT Technology Review.**

20 casos exitosos de emprendimiento juvenil español

16) Jaime Farres (21 Buttons): A pesar de introducirse al mercado laboral en calidad de ingeniero mecánico, pronto pasó a especializarse en el sector de los negocios hasta que en 2016 decidió constituir su propia empresa, **21 Buttons**, un ecommerce social de notable crecimiento a través del cual sus usuarios pueden comprar productos de moda desde la misma red social.

17) Javier Rodríguez (Arkyne Technologies): Este estudiante de Nanociencia y Nanotecnología en la **Universitat Autónoma de Barcelona,** es a sus 22 años cofundador y Director de Operaciones de **Arkyne Technologies**, su propia start-up en la que desempeña funciones en la elaboración de estrategia empresarial, procesos de producto-mercado y colaboración con otras entidades.

18) **Jorge Dobón (Demium)**: Se trata de otro de los emprendedores españoles de mayor éxito. Actualmente es CEO de **Demium Startups**, una de las redes de incubadoras más conocidas del país, que puso en marcha junto a Ismael Teijón y Aitor Sancho. Más allá del emprendimiento, **Dobón** destaca también como business angel, encargándose de poner su foco de atención en empresas en fase seed de los programas de incubación de **Demium**.

19) **Luis Iván Cuende (Asturix y Stampery):** Carrera precoz la de este hacker asturiano que aprendió a programar con 11 años, con 12 diseñó su primer sistema operativo (**Asturix)** y con 15 ganó su primer premio en Berlín. Sin llegar a 20 años, ya ha conocido tanto el éxito como el fracaso, y salió del anonimato cuando en 2014 publicó su libro "Tengo 18 años y ni estudio ni trabajo" (2014), que incluye una crítica despiadada del sistema educativo y que le ha dado cierta notoriedad. Su último emprendimiento es **Stampery,** un sistema de certificación de mensajes basado en la tecnología de la moneda virtual **Bitcoin,** capaz de certificar sin errores la propiedad de un documento y su hora exacta de envío. Del éxito de la iniciativa, podría depender la jubilación forzosa de los notarios.

20) **Javier Agüera (Geeksphone)**: Ya había fundado tres start-ups a los 19 años. La primera en 2009 a los 16, **GeeksPhone,** una empresa centrada en la industria de la telefonía móvil, siendo la primera empresa española que lanzó al mercado un smartphone basado en el sistema operativo **Android.** Hoy en día, se enfoca en idear productos y compañías innovadoras y disruptivas sin perder el toque humano.

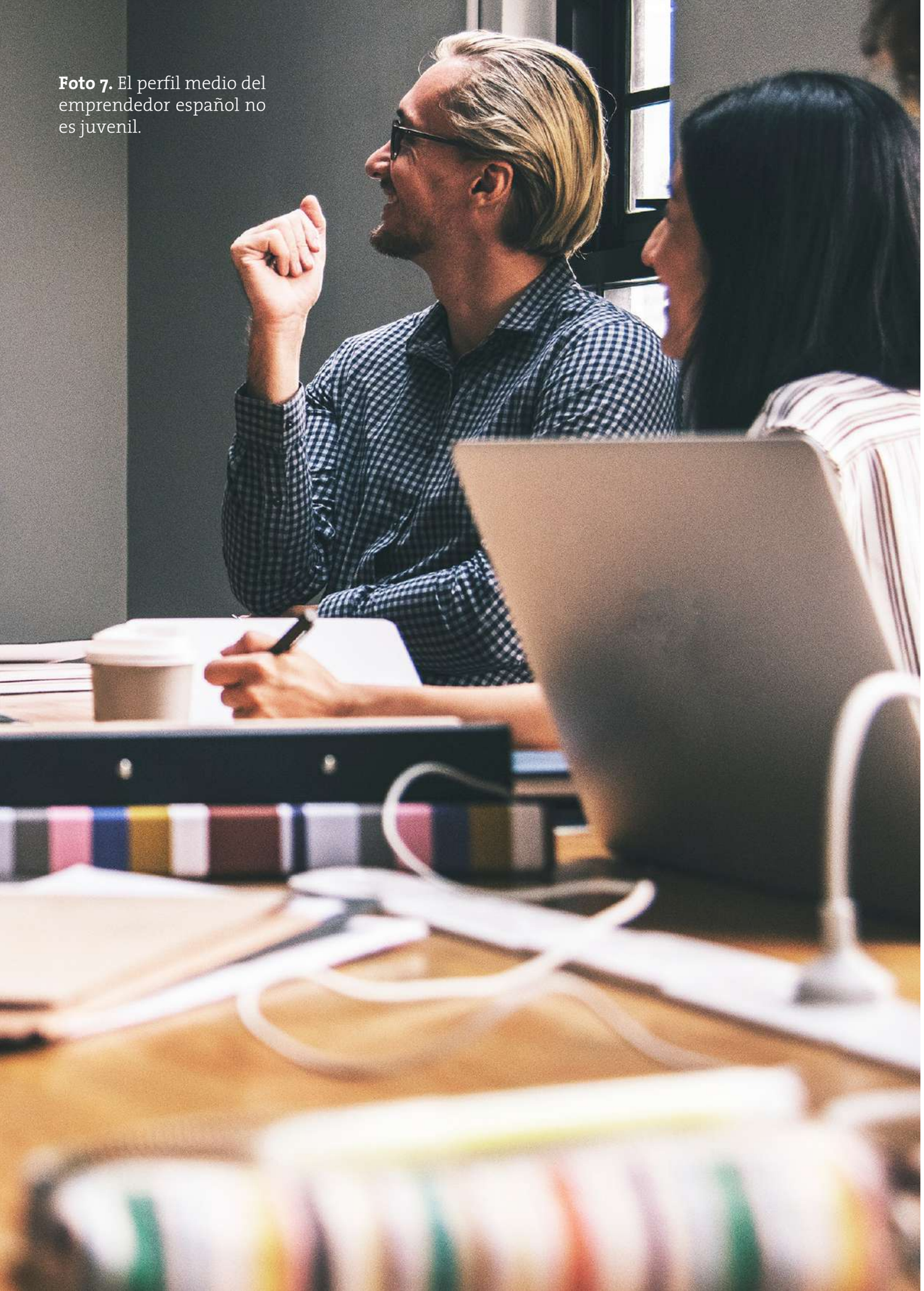


Foto 7. El perfil medio del emprendedor español no es juvenil.

Conclusiones

Se ha argumentado a lo largo de este informe que nos encontramos en la Edad de Oro del Emprendimiento, con unos 400 millones de emprendedores activos en todo el mundo. Económicamente generan riqueza, y socialmente bienestar y puestos de trabajo, factores ambos que bien pueden liderar, tanto el cambio social con la reducción de las disparidades regionales. Los perfiles o motivaciones sociológicas que conducen a los individuos a optar por el emprendimiento pueden oscilar desde la percepción de una oportunidad de negocio, hasta la mera necesidad por encontrarse en situación de desempleo. Además, los poderes públicos a escala global, concernido de la capacidad del emprendimiento para generar bienestar económico y social, vienen promoviendo durante los últimos ejercicios políticas públicas para favorecerlo. Contemporáneamente, las empresas financian nuevos proyectos de emprendimiento en busca de posibles beneficios económicos; mientras que los académicos invierten recursos crecientes en investigaciones que pretenden verificar la correlación entre el emprendimiento y el crecimiento social, tecnológico y económico.

Más allá de una suerte de moda, el emprendimiento ha cambiado y modelado decisivamente nuestras vidas. Hoy en día ya no podemos comprender el mundo en el que vivimos sin acceder a los servicios de las hoy multinacionales **(Google, Airbnb, Microsoft, Aple, Ikea, Amazon, Ikea, Glovo, Deliveroo, Netflix, Facebook, Twitter, Whatsapp, o Instagram, entre otras)**, pero hace no tanto, simplemente incipientes emprendimientos.

A escala nacional, la actividad emprendedora vive un auge en la España actual, puesto que ya supera las cifras previas a la crisis financiera y económica de 2008, y por primera vez desde entonces, se han superado las seis personas emprendedoras en fase inicial por cada cien personas de la población adulta nacional, algo que no sucedía en España desde hace más de una década. Cabe, no obstante, distinguir en la comparación con los datos pre-crisis de 2009, que mientras que entonces solo el 15% emprendía por necesidad, ahora esa cifra alcanza el 28,3% de la actividad capturada por el TEA.

Más allá de los diferentes indicadores acerca del proceso emprendedor en España en comparación con las economías basadas en la innovación de su entorno que se recogen en este informe, resulta conveniente atender a las aspiraciones de la actividad emprendedora. Aunque el volumen de actividad emprendedora ha crecido moderadamente durante los últimos ejercicios, la asignatura pendiente es la calidad de los nuevos negocios. De hecho, las nuevas iniciativas todavía se centran mayormente en el sector servicios, como fórmula (generalmente) de autoempleo (solo cuatro de cada diez emprendedores genera empleos más allá de los suyos propios). Asimismo, cabe destacarse una todavía muy limitada orientación hacia la innovación y la internacionalización. Sólo el 10% innova y el 20% se internacionaliza, cifras todavía por debajo de la media de la UE.

Conclusiones

Al objeto de evitar el estancamiento del emprendimiento español (más ahora que se atisba una coyuntura global de estancamiento económico), sería muy recomendable: a) el diseño de unas políticas públicas que fomenten el emprendimiento a la vez que reduzcan burocracia, costes y cargas fiscales; b) el apoyo a la financiación público/privada a través de la diversificación de instrumentos financieros; y c) el fortalecimiento de las competencias emprendedoras en los programas formativos en los diferentes niveles educativos.

Un papel decisivo será el que jueguen los más jóvenes, en tanto en cuanto el emprendimiento juvenil supone un factor de prosperidad y de empoderamiento, que, como sostienen la **Organización Internacional del Trabajo, las Naciones Unidas o el Banco Mundial** implica toda una serie de ventajas para la sociedad: a) opción para crear empleo para los jóvenes; b) mayor propensión a contratar compañeros jóvenes; c) más elevada receptividad a las nuevas oportunidades y tendencias económicas; d) mayor actividad en los sectores de alto crecimiento; e) emprendedores con mayor empleabilidad; f) tasas más elevadas de innovación; g) mayor "satisfacción de vida"; h) oportunidad juvenil de crear medios de vida sostenibles y la oportunidad de integrarse en la sociedad; e i) la experiencia empresarial en las primeras etapas laborales tiene una más elevada incidencia sobre el desarrollo de nuevas habilidades aplicables a otros desafíos vitales (**OIJ,** 2018: 28).

Tal y como se ha expuesto a lo largo del informe, el emprendimiento juvenil no goza todavía de todas las bendiciones necesarias a escala global, en una situación que se acentúa en el caso español. Es por ello que todavía es muy necesario el desarrollo de políticas públicas que fomenten el emprendimiento juvenil mediante el fortalecimiento de la educación y la aprobación de programas de ayudas y agilización de los trámites administrativos. Se trata de evitar que la edad pueda ser un condicionante negativo a la hora de emprender, en tanto en cuanto las habilidades de los más jóvenes en sectores como el digital y las nuevas tecnologías suelen ser superiores a las de los emprendedores más experimentados.

Si bien los jóvenes españoles encuentran en los trámites administrativos y en la financiación las principales trabas para emprender, están apostando por una decidida profesionalización de la figura del emprendedor a través de: formación específica, viveros de empresas, incubadoras o fórmulas colaborativas. Por sectores, los jóvenes españoles apuestan por: servicios de profesionales y de consultoría, marketing, publicidad y diseño e ingeniería. De hecho, los menores de 25 años prefieren los negocios online y con carácter social, mayormente concentrados en los sectores de la salud y la logística.

Conclusiones

No cabe duda (por lo tanto) de que el emprendimiento juvenil en la **España** actual pasa por lo digital, internet y la tecnología. De hecho, el desarrollo tecnológico tiene un gran impacto, motivo por el que el desarrollo de aplicaciones para móviles o el diseño de tecnología médica, hace de los ingenieros actores cruciales del proceso. En ese sentido, sin ánimo de exhaustividad en el apartado noveno del presente informe pusimos nombre a algunas de las más reconocidas y trascedentes iniciativas empresariales lanzadas por jóvenes emprendedores españoles durante los últimos ejercicios.

Actualmente, el perfil medio del emprendedor español no es que sea junior, pero tampoco es excesivamente avejentado puesto que cuenta con 35 años, además de estudios universitarios (93%) y es de frecuencia recurrente (46%), siendo predominantemente hombre, si bien la proporción de mujeres emprendedoras aumenta progresivamente (22%), ubicándose en dos tercios de las ocasiones en los polos de Madrid y Barcelona. Será, por tanto, tarea de los propios jóvenes, pero también de los poderes públicos crear el marco de un ecosistema de emprendimiento cada vez más abierto y fuerte tendiendo a una financiación mixta e internacional, con decididas políticas gubernamentales que afiancen las iniciativas de emprendimiento de los jóvenes en España.

Bibliografía

- Bird, B.J. (1993). "Demographic approaches to Entrepreneurship: The Role of Experience and
- Background. En Katz, J.A. y Brockhaus, R.H. Eds. Advances in Entrepreneurship and Growth,1, (11-43). Greenwich, Jai Press.
- Blanchflower, D.; Meyer, B. (1994). "A Longitudinal Analysis of Young Self-employed in Australia and the United States". Small Business Economics, 6 (1), 1-20.
- Blanco, A.; Del Castillo, C. y Cachón, G. (2017): En qué emprende la juventud española. Documentos 4, Injuve, Madrid, en http://www.injuve.es/sites/default/files/2018/29/publicaciones/4._en_que_emprende_la_juventud_espanola.pdf Bonnett, C.; Furnham, A. (1991)." Who Wants to Be an Entrepreneur? A Study of Adolescents Interested in a Young Enterprise Scheme". Journal of Economic Psychology, 12(3), 465.
- Codeglia, A. (2018): Jóvenes emprendedores: ¡15 casos de éxito para inspirarte!. https://blog.hotmart.com/es/jovenes-emprendedores/
- Fallon, N. (2014): "10 Leadership Tips for Young Entrepreneurs", en Business News Daily, a través de https://www.businessnewsdaily.com/7201-young-entrepreneur-leadership-tips.html
- Fernandes, P. (2018): "Entrepreneurship Defined: What It Means to Be an Entrepreneur", en Business News Daily, a través de https://www.businessnewsdaily.com/7275-entrepreneurship-defined.html
- GEDI (2017): "Global Entrepreneurship Index", en https://www.researchgate.net/profile/Laszlo_Szerb2/publication/316595971_Global_Entrepreneurship_Index_2017/links/5906107ba6fdccd580d37ba1/Global-Entrepreneurship-Index-2017.pdf GEM (2018): "Global Entrepreneurship Monitor: Informe GEM España2017-2018", en http://www.gem-spain.com/wp-content/uploads/2018/04/Informe-GEM-2017-18.pdf
- Honjo, Y. (2004). "Growth of new start-up firms: evidence from the Japanese manufacturing Industry" Applied Economics, 11(1), 21-32.
- Jackson, J. E.; Rodkay, G.R (1994). The Attitudinal Climate for Entrepreneurial Activity. Public Opinion Quarterly, 58, 358-380.
- Jauregui, F., Carmona, L., Carrión, E. (2016) "Universidad y empleo, manual de Instrucciones". Almuzara y Ecuca2010, Madrid
- Lexintong (2018): Jóvenes emprendedores españoles de éxito que debes conocer. https://www.lexington.es/blog/jovenes-emprendedores-espanoles-exito/
- Levesque, M.; Minniti, M. (2006). "The effect of aging on entrepreneurial behavior". Journal of Business Venturing, 21(2), 177-194

Bibliografía

- Organización Internacional de la Juventud –OIJ-(2018): "Informe Iberoamericano de Emprendimiento Juvenil", en https://oij.org/wp-content/uploads/2019/02/INFORME-EMPRENDIMIENTO-IBEROAMERICA-digital.pdf
- Pahuja, A. y Sanjeev, R. (2015): Introduction to Entrepreneurship. Nueva Delhi, CEGR.
- South Summit (2018): "Mapa del Emprendimiento 2018", en https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/ssassetspro/docs/press/Informe%20Mapa%20del%20Emprendimiento%202018.pdf?timestamp=1548852043
- Thomas, M. (2009): "The impact of education stories on the decision to become self-employed: a study of young, aspiring, minority business owners". Small Business Economics, 33(4), 455-466.
- Tuñón, J. (2017): Comunicación Internacional del siglo XXI: Información y Desinformación Global en el siglo XXI. Fragua editorial, Madrid. ISBN 9788470747472 https://www.academia.edu/31136532/COMUNICACI%C3%93N_INTERNACIONAL_Informaci%C3%B3n_y_desinformaci%C3%B3n_Global_en_el_siglo_XXI
- Tuñón, J. (2016): La ética de la corrupción en la España actual. OBS Business School, Planeta, Barcelona. https://www.academia.edu/29708125/La_%C3%89tica_de_la_Corrupci%C3%B3n_en_la_Espa%C3%B1a_actual
- Tuñón, J; Bouza, L.; y Carral, U. (2019): Comunicación Europea. ¿A quién doy like para interactuar con Europa? Dykinson, Madrid. ISBN: 978-84-9148-977-1. https://www.dykinson.com/libros/comunicacion-europea-a-quien-doy-like-para-hablar-con-europa/9788491489771/
- Tuñón, J. y Carral, U. (2018): Últimas Noticias sobre el Brexit Económico. OBS **Business School. Barcelona. https://www.academia.edu/37226231/%C3%9Altimas_noticias_del_Brexit_econ%C3%B3mico**
- Tuñón, Jorge y Carral, Uxía (2017): «Crónica de la Unión Europea 2017», en Revista Electrónica de Estudios Internacionales, n. 34. http://www.reei.org/index.php/revista/num34/cronicas/cronica-union-europea-2017-enero-diciembre-2017
- Westhead, P. y Wright, M. (2013): Entrepreneurship. A very short introduction. Oxford University Press, Oxford.

www.obs-edu.com