

Juventud, Emprendimiento y Desarrollo: Nuevos nichos de mercado y yacimientos de empleo.

Emprendimiento y autoempleo se han manifestado esenciales desde el punto de vista del desarrollo socioeconómico, máxime en los últimos años, como forma de sortear un paro juvenil endémico y la crisis. Con este fin, se revisan teorías explicativas de las CC. Sociales, llegando a la conclusión de que es necesario desarrollar habilidades y actitudes de emprendimiento concretas: la inteligencia de mercado y la valoración del rol empresarial, así como, unos centros educativos que incentiven la opción del trabajo por cuenta propia. Desde este contexto los nuevos nichos de mercado, serán resultado como apuntaba Schumpeter, de una nueva combinación de recursos; pero sobre todo, de coherencia con los cambios en la estructura social que anuncian nuevas necesidades, y con ello los yacimientos de empleo propuestos.

Palabras clave: Emprendimiento, autoempleo, Juventud emprendedora, nichos de mercado, yacimientos de empleo, desarrollo socioeconómico.

*"Tu pasado no es tu potencial.
En cualquier momento puedes liberar tu futuro".*
Marilyn Ferguson

1. Función Emprendedora. Oportunidad y antecedentes

El estudio de la relación entre juventud y emprendimiento empresarial es un tema necesario desde tres puntos de vista. 1. Su potencial para el desarrollo socioeconómico en el actual entorno de crisis de la ocupación en general y de la juvenil sobre todo (el 48, 5% de la juventud de 15 a 25 años en España se encuentra desempleada, frente al 22,3 % de la europea); 2. Para alcanzar un mayor conocimiento sobre las condiciones empíricas en las que dicha relación prospera: en qué medida y bajo qué situaciones participa la juventud en la creación de nuevos negocios; y 3. el avance en éste ámbito desde el punto de vista académico, para poder profundizar en una de las áreas que más rápidamente está creciendo en las Ciencias Sociales (Katz, 2003). Desde el siglo XVIII en la Economía y a partir de 1960 en la Sociología y la Psicología Social.

Richard Cantillon fue el primero en definir al emprendedor, "como alguien que asume un riesgo" vendiendo a precio desconocido, Marshall destaca su actividad como proveedor de bienes para la sociedad y coordinador de los procesos de oferta y demanda, y Merger (otro economista neoclásico) destaca las funciones de obtención de información, cálculos esenciales de beneficio, estímulo del proceso de producción y control del proceso. Desde la sociológica, éste área conoce un repunte importante a finales de los años 80 (desarrollos que pueden seguirse en Martinelli, 1994), como ámbito de la sociología económica, así como parte del estudio del comportamiento de ciertas etnias y grupos sociales. La psicología, se ha centrado en el debate sobre las diferencias individuales (McLelland del perfil psicológico de los roles emprendedores y la 'motivación del logro'), pero es más recientemente cuando analiza las motivaciones sociales que predicen dicha conducta (Barón, 2002; Gatner, 1988; etc.).

Asimismo, por tratarse de un fenómeno interdisciplinar, buena parte de los autores han navegado en este terreno compartido desde sus orígenes. Así destaca desde la Economía Schumpeter (1934), teórico de la innovación y la actividad empresarial, a través de cuya teorización desarrolla su vertiente más sociológica. Algo que defendiera Seymour Harris durante su homenaje póstumo en Harvard (1965); o Alberto Martinelli (1985), en *Análisis Económico y Análisis Sociológico en el sistema teórico de Schumpeter*. Para Martinelli, es clara la perspectiva sociológica del fenómeno emprendedor en Schumpeter, sobre todo cuando diferencia entre "función emprendedora" y gerencial (1994: "Entrepreneurship and management"). En efecto, la obra de Schumpeter se encuentra muy vigente cuando se trata el emprendimiento juvenil, por su interés en aspectos como el riesgo, la gestión y "otorga gran importancia a los comportamientos que tienen que ver con la innovación, distinguiendo entre, empresario capitalista y el emprendedor propiamente dicho" (Fernández Esquinas, 2006). Es decir, la persona emprendedora es quien consigue la habilidad y la responsabilidad de realizar una nueva combinación de recursos, como rasgo definitorio de cualquier nueva empresa. Una interpretación relevante, en tanto el grueso de la juventud podría encontrarse más próxima a estas últimas circunstancias, y a la adquisición de habilidades y recursos necesarios para el emprendimiento, antes que a la posesión de grandes capitales.

Todas estas perspectivas son de utilidad a la hora de perfilar tendencias estructurales que constituyan oportunidades de emprendimiento juvenil: qué trayectorias y actitudes adoptan para la innovación, fortalezas de éste segmento poblacional en dicha tarea, actividades emergentes y nuevos yacimientos de empleo.

2. Juventud y Emprendimiento

Las distintas estadísticas y estudios consultados, coinciden en que la edad suele ejercer una influencia positiva sobre la probabilidad de pasar a engrosar la población empresarial, tanto por aspectos relacionados con el capital humano y el acceso al capital financiero (Álvarez y Otero, 2007; Kidd, 1993; Calvo y Wellis, 1980), como por aspectos relacionados con el mercado de trabajo. Como ejemplo, la disminución de las posibilidades de reempleo, como se comprueba en los emigrantes mayores (Solé, 2010). A estos debiera añadirse el relacionado con un incremento del capital social con la edad, que se traduce en una mayor densidad de contactos personales y profesionales y redes que facilitan el acceso a la demanda, los recursos (financieros, proveedores, promocionales, etc.).

Podría decirse que, en términos generales el perfil del empresario europeo es un hombre mayor de 31 años (de media), "que dirige un negocio en el sector servicios, está casado, tiene ingresos no laborales y posee un nivel educativo bajo o elevado dependiendo del país considerado". Porque la edad influye, pero no posee una relación lineal (Álvarez y Otero, 2007), ni del todo determinante, a juzgar por las diferencias entre países y regiones, y otros cambios recientes que se observan en algunos sectores de la juventud respecto al acceso a los citados tres capitales (humano, financiero y social). Siguiendo el Panel de Hogares de la Unión Europea (PHOGUE), las personas de más de 50 años muestran en Portugal una probabilidad mayor del 33% de ser empresarios que las personas más jóvenes, pero en Países Bajos, sólo muestran una probabilidad de un 4% frente a los de menor edad.

Por otra parte, la juventud actual cuenta con nuevos recursos que afectan a variables que se relacionan positivamente con el emprendimiento, como son la educación, nuevas formas de acceso al capital fijo y financiero, mayor internacionalización y habilidad para las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que sus antecesores, y para el establecimiento de redes sociales:

a) La educación

Influye sobre la probabilidad de ser persona autoempleada y sobre el éxito empresarial (Rees y Shah, 1986; Borjas, 1986), como ocurre en Alemania, Austria, Bélgica y Luxemburgo; siempre que dicha educación no constituya un aliciente mayor para el trabajo por cuenta ajena, en especial cuando los estudios son superiores (Kidd, 1993), lo que al parecer ocurre en países como, Finlandia, Grecia, Italia, Portugal y Suecia (PHOGUE).

b) La financiación

Los modernos sistemas de financiación están contribuyendo a la accesibilidad a la inversión inicial para el emprendimiento juvenil: bancos especializados, posibles inversores tipo business angels (que financian un negocio naciente con capital semilla), empresas de capital de riesgo; o subvenciones y ayudas administrativas, siempre que, aporten un proyecto válido (plasmado en un plan de negocio), "para una nueva combinación de recursos" (siguiendo la teoría schumpeteriana), y que sea viable. Asimismo, algunos bancos y administraciones han girado la vista hacia las start-up (empresas de reciente creación que se distinguen por su perfil riesgo/recompensa y sus grandes posibilidades de crecimiento) promovidas por éste segmento de población de menores de 30 años. La Empresa Nacional de Innovación (ENISA) y la Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios (CEAJE) han puesto en marcha una línea para financiar a emprendedores menores de 40 años y pymes de reciente creación, dotado con 25 millones de Euros, y un importe máximo por cliente de 50.000 euros. Se valora la viabilidad y el carácter innovador del proyecto por encima de todo, sin necesidad de avales, y un 15% del total de la inversión. En condiciones muy parecidas se establecieron los "créditos jóvenes" de diversas cajas de ahorros a partir de 2009, como la Kutxa (Credigazte Autoempleo), Caja España (Crediprofesional Joven), Ibercaja (para egresados de la Universidad de Zaragoza), Caja de Ahorros del Mediterráneo (Préstamo Emprendedores), Bancaja (Crédito Primera Empresa para titulares de Cuenta Joven), etc.

Otras fuentes de financiación han sido los microcréditos, en mejores condiciones, aunque de menor cuantía. Son por ejemplo, los derivados del acuerdo entre MicroBank, el banco social de "La Caixa" y el Injuve, los de Caja Duero; o Caja Canarias, con requisitos sobre el número de empleados y el máximo de negocio anual. En cualquier caso, contribuciones que debieran intensificarse y coordinarse con otros agentes de desarrollo, para impulsar el emprendimiento juvenil.

En cuanto a programas para jóvenes, La Caixa, que cuenta con un millón de clientes menores de 26 años, dispone además de su propia marca, "LKXA", que integra todos los productos y servicios del banco diseñados para la juventud, en marcha desde enero de 2005. Puede accederse a ella a través de las redes sociales (Facebook y Twitter) y cuenta con ventajas como la supresión de comisiones, descuentos en servicios como viajes, cine, ocio, estudios, etc. El Banco Santander por último, para atraer a la juventud ha empleado Universia, desde donde lanza diversos productos para universitarios, especialmente préstamos. Dentro de ésta, RedEmprendia, colabora con becas y apoyo a la creación de empresas de base tecnológica o para la consolidación de empresas de reciente creación. Colabora con su búsqueda de financiación en forma de capital riesgo o similar, a la elaboración de un plan de negocio y a la asesoría legal y de propiedad industrial, y recopilando buenas prácticas para emprender desde las universidades.

c) Internacionalización

Puede afirmarse sin miedo al error, que se asiste en España a la juventud más preparada para el comercio en una sociedad global, con mejor formación idiomática, que ha contado con grandes oportunidades para cursar sus estudios en el extranjero (como el programa Erasmus de la UE), y que además, goza de una excelente interrelación con otros países gracias a Internet y a una vocación más viajera debido a ventajas administrativas

(albergues, carnets juveniles, etc.) y en el transporte (Low Cost en las líneas aéreas, Carnet Joven de Renfe). Según datos del INE, Si antes del año 2000 el número medio de idiomas aprendidos por el alumnado de segundo ciclo de secundaria era de 0,8, después de este año es de 1,2; mientras por ejemplo en Alemania ha ido del 0,7 al 0,9.

En consecuencia, el emprendimiento juvenil ha sido considerable en los últimos años, hasta que su número se ha visto seriamente mermado por la crisis, llegando sólo al 4% de los jóvenes menores de treinta años en activo (después de perder el 44% con la crisis según la ATA -Federación de Autónomos-), mientras Europa mantenía el 5,5%, y una pérdida con la crisis de sólo el 9%.

d) Alfabetización digital

Conocida como "nativa digital", la juventud de nuestros días no sólo ha crecido rodeada de una innovación tecnológica permanente, sino que también, ha actuado como pionera y conductora en el uso de las TIC (Rubio, 2009) del resto de la sociedad. Según datos del INE, desde 2003 la conexión a internet se encontraba prácticamente generalizada en todos los centros públicos de secundaria (99,5%), y el número de alumnos por ordenador pasó de 11 a 5 en 2008.

Todo ello supone un aliciente añadido desde el punto de vista de los nuevos negocios; tanto en lo que concierne a las oportunidades de negocio de las empresas de base tecnológica, como a los procesos del conjunto de ellas, por contar con unas variables del marketing más accesibles (distribución, servicio, promoción y precio), que suele traducirse en un menor coste, por ejemplo en la distribución con el emprendimiento de negocios on line, en donde la inversión inicial necesaria es mucho menor. Las TIC asimismo, han reducido la importancia de las economías de escala en muchos sectores, fomentando la competitividad de las unidades de menor tamaño (Arenius y Minniti, 2005).

Siguiendo a Medrano (2009), "Las personas adultas jóvenes optan por Internet para interactuar con sus bancos en las transacciones más básicas, como el pago de facturas (70%), o informativas, como la comprobación de saldos y movimientos (74%). No obstante, cada vez son más las y los chicos que optan por completar incluso transacciones complejas sin trasladarse a la sucursal". En general, la juventud de entre 18 y 30 años prefiere realizar sus operaciones bancarias on line, en lugar de acudir a una sucursal (Javelin Strategy, 2008), mientras "el perfil de los compradores online españoles es el de "hombres, de 25 a 49 años, residentes en hábitats urbanos de más de 50.000 habitantes, con estudios universitarios, de nivel socioeconómico alto y medio alto, trabajadores en activo a tiempo completo" (ONTSI, 2009). Se trata de un segmento de población con un mayor desarrollo cognitivo y entrenamiento para la complejidad informativa que propicia Internet (hipertexto, saturación, opacidad), acostumbrados a trabajar en Red, de forma virtual y en tiempo real. Es decir, personas con unas condiciones más favorables para la innovación y el autoempleo, lo que tiene especial relevancia en el actual entorno coyuntural recesivo de las sociedades de capitalismo avanzado. En ellas el valor ya no se crea en la posesión de tierras (como creían los fisiócratas en el siglo XVIII), en el comercio y el capital (anteriormente los mercantilistas), el ahorro (Max Weber), en los medios de producción (la escuela crítica), o en la libre competencia (clásicos y neoclásicos), sino sobre todo, en la capacidad de innovación, cómo anticipó Shumpeter y consideran autores contemporáneos como Castells (2000). Y la saturación de la oferta, y una competencia a escala global, la convierten en la única vía posible de acceso de los nuevos negocios al mercado. Siguiendo con la concepción schumpeteriana sobre la innovación empresarial como fundamento del desarrollo económico, su visión es el resultado "del reconocimiento de las motivaciones de la conducta empresarial y de la comparación entre ésta última y el comportamiento del homo oeconomicus" (Martinelli, 1985). Es decir, que a diferencia de los autores clásicos, la conducta emprendedora sobrepasaría la mera racionalidad y el beneficio, siendo el producto de un entramado de motivaciones racionales e

irracionales (diferiendo de otros clásicos como Sombart, Weber, o Pareto); utilitarias sí, pero no sólo egoístas ni hedonistas. En segundo lugar, ser emprendedor no supone un acto de conformismo, sino que muy al contrario, para dicho autor, la "función empresarial es un acto creativo y en cierto modo, revolucionario". Nada que ver con la rutina del gerente (como apuntase Marshall) y su resistencia a la innovación. Tampoco se trata de un rol acomodaticio, sino que entraña un gran liderazgo para convencer al cuerpo social de la empresa (shareholders y stakeholders) del sentido de su proyecto. Las personas emprendedoras en resumen, constituyen el auténtico factor dinámico de la economía, los protagonistas del desarrollo, lo que entraña rasgos y actitudes diferentes en cualidad y no sólo en grado, de la mera conducta racional (Schumpeter, 1949).

3. Emprendimiento, autoempleo juvenil y Desarrollo Socioeconómico

El diccionario de la Real academia Española define 'emprendedor' como "aquel que lleva a cabo con resolución, acciones dificultosas o azarosas", y 'emprender', como la acción de "...acometer o comenzar una obra, negocio o empeño... más frecuentemente hablando de los que encierran dificultad o peligro". Dichos términos en español, se han ido decantando hacia el mundo de los negocios, más que hacia otro tipo de iniciativas, por influencia de vocablos, primero del francés *entrepreneur* (hombre de empresa), y a partir del siglo XX del vocablo anglosajón *entrepreneurship* (emprendimiento); entendiendo emprendedor/a como "la persona que organiza y gestiona cualquier clase de empresa, especialmente un negocio, y usualmente con iniciativa y riesgo considerable" (Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary, 1990). Dichas acepciones, serán finalmente las empleadas de forma genérica, tanto por influencia de la literatura gerencial, como de los organismos internacionales.

La extensión de su uso, tanto en el entorno privado como en el público, ha sido consecuencia de las políticas de promoción del empleo destinadas fundamentalmente a la juventud, frente a las sucesivas crisis estructurales del mismo (del empleo agrícola primero, industrial y de servicios más tarde); y recientemente, para hacer alusión a la transferencia de resultados de la investigación científica y el desarrollo tecnológico al sector productivo. Desde ambos ámbitos, el autoempleo en las políticas de inserción laboral y las relacionadas con la innovación, es clara su vinculación con la juventud como principal destinataria de ambas (generalmente dirigidas a emprendedores/as menores de 35-40 años, o investigadores/as menores de 30-35). En primer lugar porque el desempleo afecta en mayor medida a las personas sin experiencia laboral que buscan su primer empleo; o sucesivos, por haber sido las destinatarias principales de las políticas de flexibilización del mercado de trabajo. Recayendo asimismo sobre ellos, los nuevos déficits de demanda de mano de obra, resultado de las TIC y la automatización extrema en todos los sectores (por ejemplo banca electrónica, sucursales automatizadas en las finanzas), y que ilustran obras ya clásicas como "El final del trabajo" (Jeremy Rifkin, 1996) o La Mcdonalización de la Sociedad (George Ritzer, 1996).

Innovación, emprendimiento y autoempleo han sido considerados motores del desarrollo socioeconómico, y tal vez por ello, se han asociado con demasiada facilidad, debido a la dificultad para obtener indicadores homogéneos y válidos para el objeto de los distintos análisis, y para su cuantificación. Por último, en lo que concierne al término, 'emprendimiento' suele emplearse indistintamente con 'autoempleo', al igual que hacen organismos públicos como la OCDE o en los documentos de la Unión europea (Eurostat, 2004). Si bien, ambos conceptos tienen matices dispares y mucho más complejos, desde la economía (aludiendo a toda función empresarial), o desde las distintas perspectivas multidisciplinares del management (forma de gestión característica por la identificación de oportunidades).

El término desarrollo, por su parte, es contemplado por la sociología desde la perspectiva del cambio social, y al igual que éste, ha sido uno de los temas más controvertidos y en el que se han encontrado mayores dificultades para el consenso. Con él, en contraposición con el término progreso y evolución, se pretende hacer alusión a las transformaciones de las estructuras económicas tradicionales, y no sólo al incremento cuantitativo de las variables económicas. Dicha diferenciación se produce cuando el optimismo que caracterizaba el pensamiento social del siglo XIX y principios del XX, es cuestionado como resultado de los avatares producidos durante éste último: dos guerras mundiales, totalitarismos, degradación medioambiental, etc. Para dar explicación a éste estado de cosas, surge la teoría del "cultural lag" o 'retardo cultural', de Willian Ogburn (1886-1959); que niega el valor de los enfoques evolucionistas, que han sido desmentidos por los hechos históricos. Según este autor, la cultura material es acumulativa, dando lugar a nuevas innovaciones, algo que no acontece en los valores y la cultura espiritual, que tiende a reemplazarse más que acumularse (Ogburn, 2000).

El concepto desarrollo pone el énfasis en los valores a través de los cuales las sociedades activan la autocontención, para evitar las fuerzas destructivas que comporta la modernidad en su actual estadio (Giddens, 1995). Es decir, "que mantenga el capital cultural, tras los principios de precaución y seguridad, que garantizan un 'contrato social' intergeneracional" (Rubio, 2003), y que responda a la idea de sostenibilidad desde tres puntos de vista: (1ª) desde una perspectiva económica: de mantenimiento de la ventaja competitiva, (2ª) desde una perspectiva ecológica: de sustentabilidad y (3ª) desde una perspectiva social: calidad de vida, empleo, bienestar y ciudadanía.

Se trata de una suma de variables socioeconómicas que producen transformaciones consistentes en una mayor diversificación, organización y vertebración del capital social en las comunidades y su calidad de vida. Entendido el capital social como, "los aspectos de las organizaciones sociales, tales como las redes, las normas y la confianza que permiten la acción y la cooperación para el beneficio mutuo" (Robert Putnam, 1993, 1996), que sin duda favorecen el emprendimiento, y que, según el Banco Mundial, en su Informe sobre Desarrollo Mundial de 1997, tiene especial importancia para el crecimiento económico y el desarrollo, "debido a que favorece el intercambio de información, la coordinación de actividades y la toma colectiva de decisiones".

Por último, supone transformaciones cualitativas de las estructuras económicas y sociales, que generan el ahorro y la inversión suficientes para diversificar las estructuras económicas y sociales, como afirma Crevillén (1999). Modelo que puede llevarse a cabo a partir de los años noventa, gracias a las TIC, que favorecen los proceso de descentralización productiva y las políticas económicas centradas en el empleo a escala local, que consiguen virar la estrategia del desarrollo económico, alejándose de los viejos teoremas': que se manifiestan nocivos para la calidad de vida definido previamente bajo el teorema: "industrialización + urbanización + concentración".

En España, la implantación de dicho modelo de desarrollo local ha contado con el impulso de las políticas sociales y de autoempleo de la Unión Europea en los países miembros. Con él se persigue el fin último de resolver grandes problemas ecológicos y socioeconómicos, la distribución más eficiente de los recursos productivos, la generación de ocupación estable y el alcance de mayores niveles de renta y calidad de vida. Como por ejemplo a través de los planes sucesivos para el desarrollo rural, su diversificación, el turismo de interior de la Unión Europea: FEADER, LEADER o PRODER.

En este marco es en el que comienza a emplearse el término 'yacimientos de empleo', que parte de la idea de que si bien las transformaciones acontecidas en las sociedades occidentales han afectado negativamente a la ocupación laboral, también van a generar una serie de necesidades, que deben ser resueltas en apoyo del mismo. Así el "Libro Blanco de la Comisión

Europea" (Informe Delors) detectó en 1993 (Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para entrar en el Siglo XXI), en total 17 ámbitos sectoriales: Servicios a domicilio, cuidado de los niños, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, la ayuda a los jóvenes en dificultad y la inserción, la mejora de la vivienda, la seguridad, los transportes colectivos locales, la revalorización de los espacios públicos urbanos, los comercios de proximidad, el turismo, el sector audiovisual, la valoración del patrimonio cultural, el desarrollo cultural local, la gestión de residuos, la protección y mantenimiento de las zonas naturales, el control de la contaminación, la gestión de la energía y el deporte.

Los yacimientos de empleo son a su vez resultado del descubrimiento de nichos de mercado fehacientes, lo que dependerá de cómo se adecuen tanto desde el punto de vista de la oferta (características del grupo social que los acometen); como de la demanda: ajuste a las necesidades, posibilidades y comportamiento de consumo de los colectivos a los que se encuentren dirigidos, y que en este caso la juventud, cabe hacerse dos preguntas: (1) ¿en qué medida las condiciones económicas influyen en el emprendimiento juvenil? y (2) ¿cómo conocer los nuevos nichos de negocio y yacimientos de empleo?.

4. Teorías del emprendimiento y Nichos de Mercado para la juventud

La creación de empresas ha sido tratada desde enfoques económicos que ponen en relación el ciclo económico y las actitudes emprendedoras (push thesis, pull thesis), a tenor del ciclo económico alcista o recesivo. Los estudios desde el management y la psicología social, han tratado las características personales del éxito; y por su parte, los estudios sociológicos han tenido en cuenta las anteriores, para hablar de estructura de oportunidades y desventajas, sobre el emprendimiento de colectivos concretos, como el de emigrantes, o la propia juventud. Es decir, han tenido en cuenta tanto las habilidades sociales, como los recursos grupales (cultural thesis); que en esta ocasión serán de utilidad para vislumbrar nichos de mercado y nuevas rutas que favorecen el autoempleo juvenil.

a. El enfoque de la "estructura de oportunidades" o 'pull thesis' (R. Waldinger, D. McEvoy y H. Aldrich -1990), considera las condiciones favorables de mercado, situaciones que objetivamente resultan atractivas para el proceso de apertura de nuevos negocios (factores pull), como por ejemplo, las derivadas de las políticas públicas, pero que no siempre pueden aplicarse de forma generalizada. Por ejemplo, una situación económica más favorable no garantiza una mayor vocación emprendedora de la juventud, hecho que puede comprobarse en países como Francia y Alemania con tasas de emprendimiento juvenil por debajo de España: con porcentajes del 3,6% y 3,3% del total de la juventud, respectivamente.

Son tesis que se mantienen en la medida que, las buenas condiciones del trabajo asalariado que deparan los ciclos alcistas, no disuaden a los emprendedores (Callejón, 2003); algo que suele suceder con ciertos colectivos que encuentran mayores dificultades de inserción laboral por cuenta ajena incluso en ciclos de bonanza económica, como ha ocurrido con la juventud por la falta de experiencia, pero también con personas de edad avanzada, inmigrantes o con alguna discapacidad. De éste modo éstos aprovechan las "sinergias" positivas de cada colectivo concreto, término que desde la teoría de Sistemas, alude a que el resultado del conjunto es mejor que la suma de las individualidades.

Siguiendo dicha lógica, en los tipos de empresa ligadas a un determinado grupo social, pueden encontrarse oportunidades de mercado; como los negocios que sirven a su propio consumo para distintos grupos étnicos (tiendas de alimentación coser o halal, periódicos); como las destinadas al consumo general de los productos autóctonos por su atractivo/exotismo

(restaurantes o muebles orientales). Precisamente, dentro de éste ámbito se mueve el autoempleo de un segmento importante de población juvenil inmigrante (Waldinger, 1990; Ambrosini, 1996, Solé, 2008). Y del mismo modo, la juventud como grupo social, cuenta con características culturales que dan lugar a una taxonomía paralela de nuevos y viejos tipos de empresa que pueden atraer nichos de mercado y autoempleo para la juventud, en tanto se encuentra familiarizada con los productos, entornos y necesidades:

- a) Empresas circuito: destinadas a que las personas jóvenes se relacionen, como centros de esparcimiento que le son propios, locutorios y cibercafés para la comunicación e intercambio de software, etc. Actividades para la creación y mantenimiento de redes sociales, asociaciones, publicaciones juveniles para relacionarse, de anuncios y contactos para la compra-venta, intercambio y compartir (automóviles y otros medios de transporte, viajes, objetos de segunda-mano, intercambios de idiomas, vivienda, etc.)... y todo ello en soportes on line, papel, o presencialmente.
- b) Empresas especializadas en población joven: ofrecen servicios o productos de diversa índole, desde inmobiliarias, asesoría jurídica, profesionales liberales, ONG, discotecas, moda de temporada, complementos, etc.
- c) Empresas centradas en 'lo juvenil'. Utilizan productos, servicios e ideas asociadas con la juventud o productos típicamente 'juveniles' para un público amplio: campings y turismo de aventura, ciertas marcas de coches, música, líneas editoriales, revistas, tatuajes, piercings, conciertos y espectáculos específicos, pizzerías, fast food, ropa de segunda mano, etc.
- d) Empresas generalistas: cuyos clientes son fundamentalmente adolescentes y jóvenes que gustan ser atendidos por iguales, como ciertos establecimientos de ropa de deporte, informática, gadgets, videojuegos, bicicletas y motocicletas, animación, muebles, deporte y turismo de aventura, etc.
- e) Empresas de orientación subcultural: creación, distribución y venta de moda de las distintas subculturas juveniles (rock y rockabilly, hip-hop, punk, ciberpunk, heavy metal, gótica, tecno, street clothes), gestión cultural de publicaciones, moda, cine, exposiciones de los anteriores, espectáculos, de las anteriores; industria y comercios del ocio (revistas, cine, bares y discotecas) y productos relacionados con ellas (videojuegos, tuning, música, deportes -Surf, montañismo, motorismo-, etc.).
- f) Actividades socio-organizativas juveniles: agrupaciones y asociaciones (deportivas, religiosas, Scouts, ONGs, etc.). Derivadas de ventajas administrativas en políticas activas de empleo o juvenil: animación sociocultural, información juvenil, turismo, formación, centros de orientación para el autoempleo, viveros de empresas y 'spin-off' en universidades, etc.

b. El enfoque de las 'desventajas' (disadvantage o 'push' thesis): considera que una de las principales causas para el emprendimiento, se halla relacionada con las limitaciones que encuentra un colectivo ante el empleo por cuenta ajena (Light, 1979; Light y Gold, 2000), que hace que sean empujados (pushed), en vez de atraídos (pulled) a la creación de empresas. En la misma lógica que el enfoque de las ventajas para ciertos grupos a pesar de encontrarse en ciclos económicos alcistas, "la percepción de una posición relativa de marginación es fundamental en la motivación hacia la actividad empresarial independiente y constituye la vía a través de la cual fluye la creatividad y la energía emprendedora" (Alonso, 2008). Esta palanca entre la juventud española (que concentra el 6,6 % de trabajadores jóvenes por cuenta propia de la Unión), se ha visto obstaculizada por condiciones más favorables para el estudio y de calidad de vida con sus progenitores, que han llevado a postergar opciones laborales arriesgadas a pesar de que el paro juvenil fuese en aumento durante décadas. Según datos de la Federación de Autónomos (ATA) a partir de datos Eurostat, en España

únicamente el 4% de los jóvenes en activo menores de 30 años es autónomo, frente al 11% de Italia, el 9,5 de Grecia, el 6,2 de Bélgica, o el 5,5 de UK, 5,3 en el caso de Portugal. Además, uno de cada dos (el 52,4%) de los autónomos menores de 30 años que ha perdido la Unión Europea (27) desde el inicio de la crisis, es español. Es decir, la crisis 'se ha llevado' al 44,2% de los autónomos españoles menores de 30 años, mientras la pérdida media en Europa fue del 9,1%.

Ahora bien, la crisis y la mayor especialización en formación empresarial en cualquier nivel educativo, pueden jugar a favor de un emprendimiento juvenil que salve las dificultades de la recesión, en la medida que se traten de experiencias que fomenten la cultura de empresa y desarrollen experiencias de 'autoeficiencia emprendedora". Estas últimas, entendidas como "el grado en que una personas se considera capaz de realizar exitosamente roles y tareas entrañadas por la creación de empresas" (Lanero, 2011); ambos aspectos, formación emprendedora y espíritu de empresa, que hasta el momento han resultado insuficientes, pero que se encuentran en expansión: programas Master oficiales tras el tratado de Bolonia de integración de las Universidades Europeas, la tutorización del emprendimiento con el incremento de los "spin-off universitarias", viveros de empresas, escuelas taller de empresarios, programas de 'Jóvenes Emprendedores Sociales", etc. Actividades, que de forma integrada, han demostrado desempeñar un papel muy activo en el fomento de la enseñanza del espíritu emprendedor (Vega, 2010).

Es decir, experiencias de gran calado para incentivar el emprendimiento juvenil, siempre y cuando los esquemas formativos de los centros (y otros agentes de socialización como las familias y los iguales) no sigan asumiendo implícitamente, que la inserción laboral de las personas graduadas "tendrá lugar preferentemente en el contexto de empleos asalariados en empresas privadas o en la Administración Pública" (Vázquez, 2006, 2009, 2010, Lanero, 2011).

La situación así lo exige: las tasas de ocupación de la población juvenil española (de 15 a 25 años) doblan la cifra europea (el 48, 56% frente al 22,3 %), y cuadruplica la tasa de desempleo juvenil mundial que asciende al 12,7%, según la organización mundial del trabajo. A esto se une la gran dificultad para establecer y apoyar del lado de los distintos agentes (familia, educación, administraciones) trayectorias profesionales ciertas, tanto a través del trabajo autónomo, como por cuenta ajena. Si la sociedad industrial se regía por principios burocráticos de organización empresarial (piramidales, promoción en función del mérito, la antigüedad y la experiencia) en las que el trabajo de calidad encontraba siempre su espacio; en la posindustrial son los mercados altamente especulativos los que rigen la supervivencia de las empresas (ya no basta con el ahorro y el esfuerzo). El carácter desregularizado de los negocios e informal de los planes de carrera profesional, exige el desarrollo de dos aspectos fundamentales, tanto para la promoción laboral, como para el emprendimiento:

1. Adiestramiento (coaching) y orientación profesional para el trazado de trayectorias emprendedoras reales y de forma individualizada, que ya no se encuentran definidas por la tradición, como tampoco la promoción en el empleo se encuentra regulada a través de bases del trabajo o convenios colectivos, ni son ninguna estables, sino que han quedado desdibujadas y dependen del aprendizaje y pericia individual.
2. Inteligencia de mercado capaz de detectar necesidades-oportunidades de nuevos nichos (de negocio o empleo) en mercados globales saturados, y explotarlos a través de empresas con alto potencial de crecimiento. Por otra parte, el entorno de riesgo, consigue que ciertas actividades se conviertan en oportunidades de autoempleo: investigación y estudios de mercado, security management, intermediación en el mercado de laboral (ETTs, Selección, Headhunting, servicios de orientación e inserción laboral, outplacement); empresas de economía social, determinadas funciones de recursos humanos a escala internacional, coaching; educación económica y

financiera mundial, auditoras, asesorías legales, consultoras de eficiencia, etc. c. El enfoque de "los recursos grupales", considera que, todo proyecto de empresa exitoso, es una consecuencia de la cultura emprendedora y los recursos propios de determinado grupo social.

Perspectiva que puede extrapolarse al emprendimiento juvenil. Al igual que cada etnia goza de unas habilidades y actitudes más o menos favorables hacia la función empresarial, cada grupo de edad cuenta con motivaciones más o menos en sintonía con el riesgo, la novedad y 'el esfuerzo aventurero'. Aplicando la taxonomía de la motivación de Plog (1974, 1991) hacia estos aspectos, se consideran tres tipos de personas: 1. Psicocéntricas, que prefieren un estilo de vida y de ocio tranquilos, pautado, con normas, son personas autoinhibidas, más inseguras, que rehúyen el riesgo, 2. Alocéntricas, que son atrevidas, prefieren la novedad en el consumo, el trabajo y el ocio, no necesitan normas, ni rutina, se sienten seguras y estimuladas con los retos.

3. Por último las Midcéntricas, serían aquellos individuos a medio camino entre las proposiciones anteriores.

Las personas jóvenes, solteras y sin descendencia, suelen caracterizarse por un tipo de actitudes de corte más alocéntrico, que las personas mayores y/o con cargas familiares; lo que sin duda es una característica de la juventud que describe el tipo de recursos grupales propios a los que se refieren la tesis culturales. Así en torno al 43% de los nuevos negocios españoles correspondieron a emprendedores de entre 25 y 34 años, con una tendencia al rejuvenecimiento del emprendimiento, coherente con la tendencia de otros países europeos y del mundo, con independencia del nivel de desarrollo económico (Lanero, 2011).

Por otra parte, las personas jóvenes en las sociedades postindustriales suelen manifestar una serie de preferencias por los valores ecológicos, de gusto por la comunicación global (66% de la juventud según estudio propio para Injuve) que consideran primer aliciente de la Red, y con ella mayor capacidad para la creación y establecimiento y gestión de redes sociales (community manager), actualización de páginas Web (webgardeners) y el trabajo en red (networking), para el comercio internacional y los viajes, gracias como ya se ha dicho a los idiomas, la proliferación de las becas de intercambio y la especialización (a través de los nuevos estudios derecho, economía, derecho y marketing internacional, etc.), que describen nuevos yacimientos de empleo. Ya no es preciso acumular años de experiencia y méritos en las organizaciones, mientras las administraciones deparan importantes factores de oportunidad para el desarrollo de la inteligencia de mercado (incremento exponencial de los estudiantes de dirección de empresa), desarrollo de centros spin-off en las universidades, etc. Todo ello les cualifica para el entorno de una "Sociedad del Riesgo (hacia una nueva modernidad)", como la ha denominado el sociólogo polaco Ulrich Beck (1986), y perfila una serie de nuevas oportunidades concretas para el emprendimiento y el empleo.

SOCIEDAD	TRADICIONAL	INDUSTRIAL	POST-INDUSTRIAL	SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	NICHOS DE MERCADO
RIESGOS	Subsistencia	Bélico-Ideológicos	El acceso: de pueblos o personas a mercados, redes... a la seguridad	Desequilibrios Financieros	Gestión impagados, custodia Reformas, reparaciones Marcas blancas, granel, etc. Banca cívica
	Sanidad	Conflictos-Laborales		Insalubridad	Gestión Aguas Salud ambiental Agricultura ecológica Gestión de suelos
	Guerras-territoriales			Insostenibilidad	Energías limpias Consultor-medioambiental Negocios forestales Rehabilitación casas
				Inseguridad	Empleo en mutuas y seguros Juristas especializados Protección de datos Gestión Seguridad Policía ecológica y ciudadana
				Equilibrio psicológico	Servicios reparación físico-espiritual Entrenador 3ª Edad Gestores Bienestar En Empresa Servicios integración social en las ciudades Servicios redes presenciales
NUEVAS OPORTUNIDADES				Nuevas Tecnologías en el hogar	- Domótica + ecología - Hogares con energías renovables y reciclaje
				Solidaridad inclusiva	Corporaciones profesionales Trabajo asociado Bancos de Tiempo ONGs y voluntariado Cooperación Nuevas finanzas Neogremialismo
				Mercado Global	Consultor/a comercio exterior Community Manager Intern. Formación a distancia Asesor/a legal internacional
				Bioecología	Energía Alternativas Nuevos empleos en Ecoaldeas Granjero-farmacéutico Mecánica nuevos transportes Nuevos medicina trasplantes Medicinas alternativas Agricultura urbana

Elaboración propia (Rubio-Gil)

La crisis del empleo y el emprendimiento en el nuevo entorno recesivo, hace necesario analizar el perfil de la actual estructura socioeconómica, para la promoción del autoempleo joven, a través del estudio de nuevos nichos de mercado y yacimientos de ocupación. Y que serán aquellos que realmente pongan en correspondencia las necesidades y riesgos de la población, con las actitudes que le son propias de éste grupo social. Por ejemplo, su afección por las tendencias que implican una mayor concienciación sobre el futuro, como los servicios a la mejora del medioambiente, una nueva cultura más integradora de lo humano, pero sobre todo, el trabajo en aras de la propia empleabilidad como proyecto urgente, en un país que pasa por ser de los menos proclives a la iniciativa emprendedora de la Unión Europea: Si el 59% de las personas europeas encuestadas no ha considerado nunca la posibilidad de crear una empresa, en España el porcentaje se eleva al 70%, según datos recientes del Eurobarómetro.

5. Tendencias estructurales y nuevos yacimientos de autoempleo

Si los nuevos yacimientos de empleo entran en escena con El Libro Blanco o informe Delors en 1993, es en 1997 cuando comienzan a llevarse a la práctica comunitaria con la Cumbre sobre empleo y el Consejo Europeo Extraordinario en Luxemburgo. Entre ambos, J. Santer, en el Consejo Europeo de Florencia, presenta su propuesta de pacto por el empleo: Acción a favor de la ocupación en Europa. "Pacto de confianza" (CSE (96)1final). Éste, frente al optimismo de otros documentos comunitarios, reconoce que "los Gobiernos y los interlocutores sociales todavía no han logrado descubrir juntos los grandes filones del trabajo del futuro", proponiendo poner en marcha los procesos, para la implicación colectiva y la adaptación a la realidad local concreta. Se refiere a los yacimientos de empleo, que son los que explotan "de manera activa el filón económico y de empleo que se esconde en los cambios sociales".

Las directrices aprobadas en Luxemburgo concluyen con una propuesta final para las políticas de empleo de fomentar la adaptación a dichas transformaciones de trabajadores y corporaciones, reforzando la capacidad de inserción y la igualdad de oportunidades, pero sobre todo y lo más importante, desarrollar el espíritu de empresa necesario. Dichos planteamientos, a la luz de las investigaciones, mantienen su vigencia. Por ejemplo, las que constatan que, la mayoría de los jóvenes empresarios provienen de un ambiente familiar empresarial, 60 y 39% respectivamente (Injuve, 2000); o la influencia del aprendizaje social de un país determinado, que justifican mayores niveles de emprendimiento juvenil (por ejemplo en el estudio de Sánchez García de 2009 comparando jóvenes de México frente a los de Portugal y España).

Por un lado porque, si el concepto de 'yacimiento' parte de la idea sobre que, las transformaciones que afectaban al empleo, generaban una serie de necesidades, que coadyuvarían precisamente a dicho empleo; la nueva crisis financiera, empresarial y de la ocupación, enfrenta a todos los agentes sociales a una nueva estructura socioeconómica, en la cual, tendencias y oportunidades se ven profundamente modificadas. De modo que, partiendo de la misma filosofía es necesario plantear nuevos análisis y propuestas.

Por el otro, y siguiendo al profesor Cachón (1998) "Yacimientos de empleo son potencialidades, que para transformarse en realidad de empresas y de empleo necesitan una serie de condiciones especiales". Si las nuevas condiciones afectan profundamente a los nuevos yacimientos de empleo, también requieren emprendedores capaces de entender las nuevas demandas y que posean las características que requiere la iniciativa empresarial innovadora (como demuestra a través de las recientes investigaciones de Álvarez, Borges y González (2005).

Respecto a las nuevas condiciones pueden resumirse en cuatro puntos centrales, que afectan a toda la estructura socioeconómica, y que queda sintetizada en el cuadro siguiente, en espera de desarrollos y ajustes ulteriores dado el momento de cambio presente:

- a. La inversión de las pirámides de población, por la caída de la natalidad y la mayor esperanza de vida, ha quedado mitigada por la llegada masiva desde los años noventa de población inmigrada, así como con diferente patrón de crecimiento demográfico, que ha supuesto un repunte de nacimientos, pero una población fundamentalmente envejecida.
- b. La deuda del Estado y las administraciones perfila necesidades de servicios privados y del tercer sector, en los ámbitos en los que no

puedan ser cubiertos por los anteriores. Asimismo, la mayor rentabilidad de función especulativa de los capitales a escala global, frente a la productiva, ha introducido grandes desequilibrios financieros. Ante la crisis, la necesidad-responsabilidad de inserción laboral ya no recae sobre el Estado, ni sobre el sector productivo, sino sobre los individuos que deben emplear sus recursos para el emprendimiento, el trabajo asociado, 'e'lancers' (autoempleados que ofrecen sus servicios en Internet).

- c. La transformación de los hogares con más de una persona sustentadora, dio paso a un incremento de los hogares unipersonales y monoparentales, que a su vez van siendo sustituidas con la crisis por unidades de convivencia informales de tipo urbano: no se regresa a la familia extensa, pero sí a compartir gastos con personas queridas, familiares y amistades.
- d. Seguirán desarrollándose las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para relacionarse, pero bajo el predominio de redes sociales digitales integradas (que integran otros medios y herramientas audiovisuales) y que a su vez darán lugar a fenómenos y nuevos servicios off-line que compensen la excesiva virtualización (redes presenciales de todo orden, 15-M, quedadas).
- e. Los cambios en el consumo y uso del tiempo social, pasan de pautas postfordistas (de diferenciación dentro de la homogeneidad), a la polarización, entre patrones de 'distinción' de los que hablaba Bourdieu (1988), y patrones de consumo masificado (servicios 'mcdonalizados, modelo asiático, etc.). Los primeros mantendrán la demanda de productos y servicios de gran calidad, y bajo el segundo, los negocios que compitan en precio.

SOCIEDAD	TRADICIONAL	INDUSTRIAL	POS-INDUSTRIAL	INFORMACIÓN	NICHOS DE MERCADO
Generación de VALOR	TIERRAS Conquista Agricultura	MEDIOS DE PRODUCCIÓN + Ahorro	Valor de cambio Finanzas	Innovación	Micro-emprendedores Investigación: Estudios de Mercado, biotecnología...
ACTIVIDAD	Extractiva	Fabricación	Servicios	Transmisión de Información	TICS, Domótica, sector Ingeniería y Audiovisual
ASENTAMIENTO	Rural	Industrial	Servicios	Áreas	Trabajo comunitario y asociado Comercio proximidad
COMUNICACIÓN	Personal	Mediada	Global	Global-Local En Red	-Community Management -Documentalistas: segmentarán información Integrarán Multimedia
CONFLICTOS	Territorio Religión	Trabajo Ideología	Generacional, Sexual Minorías, etc.	Ecológicos, Étnicos, Financieros, Éticos	Abogados virtuales Mediación intercultural Policía ecológica Psico-Terapeutas virtuales Educadores sociales Consultores RSC
EDUCACIÓN	Minoría	General/ primaria	Universal	Especializada Corporativa	Específica/On-line Tutores/programadores E'books y audiovisuales
EXTRACCIÓN	Adscrita	Meritocrática	Adquirida	Desdibujada	Redes sociales Corporaciones profesionales Redes Autoabastecimiento Productos alta gama Productos/Servicios baratos
FAMILIA	Extensa	Nuclear numerosa	Nuclear/ Monoparental	Informal	Assistant a Domicilio Cuidado cuerpo y personal Guarderías, Negocios para 3ª Edad y singles

MERCADO	Regional	Nacional	Bloques	Global-Local	Juristas D ^º Internacional Representante comercial Consultores eficiencia Gestión franquicias
ORGANIZACIÓN	Afectiva	Burocrática	Por Objetivos	Desregularizada	Coaching Abogacía especializada Consultores/auditores legales y tecnológicos Gestores bienestar laboral
POBLACIÓN	Estable	Creciente	Estancada	Diversidad étnica demográfica	Importación productos inmigrantes, Servicios propietarios extranjeros
TRABAJO	Aislado/ Colectivo	Individual/ Grupal	Descentrali- zado Deslocalizado	En RED	Sistemas de Información Tele asistant Consultor microempresa Networking; 'Vending'
OCIO	Según marca cada religión	Familiar Reparador Ostentoso	Consumista	Compensatorio/ Consuntivo Grupal	Gestión del Deporte Servicios a domicilio Meditación y terapias Gestión Cultural Ecológico/rural/aventura

Estructura Social y Nuevos Yacimientos del Empleo (Elaboración propia, mayo 2012)

La tendencia hacia el autoempleo ayudados de Internet será clave en las próximas décadas, resultado de la desregulación y empeoramiento de las condiciones de trabajo y posibilidades que la Red abre a las distintas profesiones, como apunta la sociología prospectiva (Thomas Malone y El Futuro del Trabajo; Lynda Gratton: Prepárate al Futuro del Trabajo, 2012), pero soledades de nuevo cuño y la fragmentación social demandará nuevos cauces de integración profesional (neogremialismo).

Tendencia el autoempleo en general, que ha conseguido escaso eco en España, que pasa por ser uno de los países de La Unión con menor iniciativa emprendedora, aunque con mayor tradición de creación de empresas unipersonales y microempresas que de gran tamaño. Si el 59% de las personas europeas encuestadas no ha considerado nunca la posibilidad de crear una empresa, en España el porcentaje se eleva al 70%, según datos recientes del Eurobarómetro. Estudios como el GEM elaborado por el Instituto de Empresa y que se publica en 32 países, señala que es uno de los países con un índice menor de creación de empresas con alto potencial de crecimiento, es decir, un tipo de empresa que se identifica por el rápido incremento de plantilla y expansión.

Conclusiones

Si uno de los principales problemas que enfrentan la sociedad europea, y sobremanera la española es la abrumadora tasa de paro juvenil, ésta como se ha demostrado desde diversos marcos teóricos, en ciertas condiciones puede llegar a ser un acicate para el emprendimiento de la juventud y el desarrollo. Dichas condiciones partirían de la articulación interdisciplinar de las tesis sobre el origen de la creación de empresas (oportunidades de los mercados y cultura grupal).

Para ello, el autoempleo debe presentarse como una opción profesional al alumnado, "ya que un problema fundamental en nuestro sistema educativo y de nuestra sociedad es la baja intención emprendedora de los jóvenes"

(García-Montalvo y Peiró, 2001; Moriano, 2005; Moriano, Palací y Morales, 2006).

En ésta tarea será imprescindible la colaboración no sólo de las administraciones y agentes sociales como hasta el momento, sino sobre todo de las instituciones sociales encargadas en la socialización primaria y secundaria (educación, familia, medios de comunicación, etc.), proveyendo de los instrumentos y las habilidades precisas, tanto como de las actitudes y una nueva cultura del autoempleo y empresarial más acorde con las necesidades de las sociedades contemporáneas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALONSO NUEZ, M.J. (2008):** "Dinamismo empresarial y autoempleo. Una comparativa a nivel europeo". Proyecto Social: Revista de Relaciones Laborales, 12 (12), pp.17-40. Zaragoza.
- ÁLVAREZ GONZÁLEZ, J.A. ET AL. (2005):** "Yacimientos de empleo e iniciativa empresarial": El caso de canaria. Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Nº 56. Madrid.
- ÁLVAREZ LLORENTE, G. Y OTERO GIRÁLDEZ, M.S. (2007):** "Características de los empresarios: un análisis de sus diferencias y similitudes". Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa. Vol. 13, Nº 3, pp.147-159.
- AMBROSINI, M (1996).** "Ethnicité et marché du travail: les immigrés dans le système économique italien". Sociología del Lavoro, núm. 66-67, pp. 307-327.
- AMOR BRAVO, E.M. (2011).** "Evolución del mercado de trabajo español, 2005-2010". Revista del Ministerio de, Nº. Febrero 2012, Revista del Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Economía y Sociología. Madrid.
- ARENIUS, P. Y MINNITI, M. (2005):** Perceptual variables and nascent entrepreneurship. Small Business Economics, 23 (3). Pp. 189-204.
- BORJA, J. Y CASTELLS, M (1997):** Lo local y lo global: gestión de las ciudades en la era de la información. Taurus. Madrid.
- BOURDIEU, P. (1988):** La distinción, Criterios y bases sociales del gusto. Madrid, Taurus.
- CACHÓN RODRÍGUEZ, L. (1997):** "La formación de los nuevos yacimientos de empleo en España". 77-78 (117-135). REIS.CIS. Madrid.
- CACHÓN RODRÍGUEZ, L. (1998):** "Juventud y nuevos yacimientos de empleo: retos y posibilidades", Estudios de Juventud, N. 41. Injuve. Madrid.
- CACHÓN RODRÍGUEZ, L. (1998):** Nuevos Yacimientos de Empleo en España. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Estudios. Madrid.
- CALLEJÓN, M. (2003):** "Procesos de selección, iniciativa empresarial y eficiencia dinámica". Working Paper. Universidad de Barcelona. Barcelona.
- CALVO, G. Y WELLISZ, S. (1890):** "Technology, entrepreneurs and firm size", Quaterly Journal Economics, 85, pp 663-678.
- COMISIÓN EUROPEA (1993):** Libro Blanco sobre Crecimiento, Competitividad y Empleo. Retos y pistas para entrar en el siglo XXI. Boletín de las Comunidades Europeas, suplemento 6/93. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Bruselas-Luxemburgo.
- CONGREGADO, EMILIO Y MILLÁN, J.M. (2008).** "Capital humano y transiciones al autoempleo" (102-128). El capital humano y los emprendedores en España. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, Ivie. Valencia.
- CREVILLÉN VILLALBAL, P. (1999):** "El cambio social", en De Lucas: Lecciones de Sociología. Ramón Areces. Madrid.
- FERNÁNDEZ ESQUINAS, MANUEL Y RUIZ RUIZ, JORGE (2008).** Los jóvenes y la creación de empresas, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Instituto Andaluz de la Juventud, Córdoba.
- GARCÍA RUIZ, M. (2008):** "Jóvenes emprendedores en busca de la oportunidad". Jóvenes y gestión del riesgo. Injuve. Madrid.
- GARCÍA TABUENCA, A. et al. (2004).** Emprendedores y espíritu empresarial en España., Economía y Empresa. Marcial Pons. Madrid.
- GARCÍA, A. Y BÒRIA, S. (2006).** Los nuevos emprendedores. Creación de empresas en el siglo XXI, Universitat de Barcelona, Barcelona.

- GARÍA-MONTALVO, J. Y PEIRÓ, J.M** (2001): Capital Humano, el mercado laboral de los jóvenes: formación, transmisión y empleo. Bancaja. Valencia.
- GIDDENS, A.** (1995): Modernidad e identidad del yo. Ediciones, 62. Barcelona.
- GRATTON, L.** (2012): Prepárate. El futuro del trabajo ya está aquí. Galaxia Guttemberg.
- HARRIS, S.E.** (1951). "Introductory remarks", Schumpeter Social Scientist. Harvard. University Press, Mass. Cambridge.
- HERNÁNDEZ, LAURA Y SERRANO, LORENZO** (2008). "Características de los emprendedores en España". (pp 19-42) El capital humano y los emprendedores en España. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, Ivie. Valencia.
- KIDD, M.P.** (1993): "Immigrant wage differentials and the role of self-employment in Australia". Australian Economic Papers, 32, pp.92-115.
- LIGHT, I y Gold, S.** (2000). Ethnic Economies, San Diego (CA), Academic Press.
- LIGHT, I.** (1979): "Disadvantaged minorities in self-employment", International Journal of Comparative Sociology, vol. 20, pp. 31-45.
- LLORENTE, G. Y GIRÁLDEZ, M.S.** (2007). "Características de los empresarios europeos: un análisis de sus diferencias y similitudes". Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Vol. 13 N° 3, pp.147-159.
- MALONE, T.** (2012): El futuro del trabajo. Planeta. Barcelona.
- MARTINELLI, A. Y SMELSER, N.J.** (1985): Economy and Society, overviews in Economic sociology, AIS. Sage. Bristol.
- MARTINELLI, A.**(1985): "Análisis económico y análisis sociológico en el sistema teórico de Schumpeter". Economy and Society, overvi.CIS. Madrid.
- MORIANO, J.A. ET AL.** (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario". Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, vol 22, N°1. PP 75-99.
- MORIANO, J.A.** (2005): El perfil psicosocial del emprendedor. Consejo Económico y Social. Madrid.
- OGBURN, W.F.** (2000): "La pauta del cambio social". Reis. 92. 197-210. CIS. Madrid.
- PLOG, S.C.** (1991): Leisure travel: Making it a Growth Market...Again. Wiley and Sons. New York.
- PLOG, S.C.**(1974): "Why destinations areas rise and fall in popularity", The Cornell H.R.A. Quarterly, Vol. 14 (4), 55-58. N.Y.
- PUTNAM, ROBERT ET AL,** (1994): Making democracy work: civic traditions in modern Italy. Priceton: Priceton University.
- RAYMOND, J. L. Y ROIG, J.L.** (2008). "Los emprendedores y el rendimiento del capital humano en España" (135-163).
- REES, H, Y SHAH, A.** (1986): "An empirical analysis of self-employment in the UK", Journal of Applied Econometrics, 1. Pp.95-108.
- RUBIO GIL, A.** (Dir.)(2000): Finanzas y Sociedad. Thomson. Madrid.
- RUBIO GIL, A.** (Coord.) (2003): "Turismo, sociedad y desarrollo". Sociología del turismo. Ariel. Barcelona.
- RUBIO GIL, A.** (2009): Adolescentes y jóvenes en la red. Injuve. Madrid.
- RUBIO GIL, A. Y MAZÓN, T.** (2009): "El capital social como factor coadyuvante de los procesos de desarrollo socioeconómico". Papers de Turisme, 45.
- RUBIO GIL, A.** (2010): Juventud y nuevos medios de comunicación. Injuve, Madrid.
- RUIZ NAVARRO, J. ET AL.** (2008). Actitudes de los estudiantes universitarios de Andalucía ante la creación de empresas. Universidad de Cádiz. Cádiz.
- SALAS, VICENTE Y SÁNCHEZ-ASÍN, JOSÉ JAVIER** (2008). "Los emprendedores y el crecimiento económico en España", (166-209). El capital humano y los emprendedores en España. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas, Ivie. Valencia.
- SANCHEZ GARCÍA, C.** (2009): Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. Revista latinoamericana de psicología, vol. 41, nº 1, pps. 109-119.
- SCHUMPETER, J.** (1934): The Theory of Economic Development, Cambridge, Mass: Harvard University Press.

SCHUMPETER, J. (1949): Economic Theory and Entrepreneurial History, Change and the Entrepreneur, pp. 63-84, reprinted in Schumpeter, J. (1989) Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles and the Evolution of Capitalism, edited by Richard V. Clemence, New Brunswick, N.J.: Transaction Publishers, pp. 253- 231.

SCHUMPETER, J. (1991): The Economics and Sociology of Capitalism. Editado por Richard Swedberg.

SOLÉ, CARLOTA ET AL. (2006). El empresariado inmigrante en España. Fundación 'La Caixa'. Barcelona.

VAZQUEZ BARQUERO, A. (1984): Desarrollo Local. Una estrategia de creación de empleo. Pirámide. Barcelona.

VEGA SERRANO, J.A. (2010): Acciones para el fomento de la cultura emprendedora en el sistema educativo español. MITYC. Madrid.

WALDINGER, R, MCEVOY, D.Y ALDRICH, H. (1990). "Spatial dimensions of opportunity structures", R. Waldinger et al (eds.), Ethnic Entrepreneurs. Immigrant Business in Industrial societies. Sage. Londres.

WALDINGER, R. ET AL. (EDS.) (1990). Ethnic Entrepreneur. Immigrant Business in Industrial Societies, Londres. Sage.

