

Alicia Blanco González. Doctora en Marketing Avanzado. URJC.
Carmelo Mercado Idoeta. Profesor Área Comercialización. URJC
Alberto Prado Román. Profesor Comercialización. URJC

Perfil y motivación de la juventud emprendedora española

Según el Barómetro de 2011, el 83% de la población española considera que el principal problema de España es el paro y que para solucionarlo es necesario apoyar a los empresarios y el empleo juvenil. Las cifras de la evolución de emprendedores ponen de relieve la influencia de la edad en el perfil emprendedor. A través de este artículo se describe al joven emprendedor tipo como un hombre soltero de entre los 26 y 35 años. Su empresa tipo dirigida es una sociedad limitada de su propiedad en el sector de las nuevas tecnologías, con una antigüedad superior a cinco años, con menos de 10 empleados y una facturación anual inferior a los 500.000 euros. Finalmente, se establece que, en la actualidad, la mayoría de los jóvenes emprenden por la dificultad de encontrar empleo, teniendo a su vez, que enfrentarse a multitud de retos, consecuencia de la situación económica.

Palabras clave: Empezar, juventud, motivaciones, perfil, retos

1. Introducción

La actividad emprendedora es un elemento imprescindible para entender el desarrollo económico de cualquier país. Ayuda a la previsión y ajuste de políticas públicas allí donde se necesita el impulso de nuevos proyectos y la generación de empleo. Empezar es poner en marcha un nuevo proyecto empresarial asumiendo el riesgo que éste conlleva, a cambio de obtener un beneficio empresarial. Es un motor de innovación, competitividad y crecimiento (Wennekers y Thurik, 1999).

En un escenario económico con altas tasas de paro (un 20,58% en 2011), el autoempleo es una oportunidad de generar puestos de trabajo. Sin embargo, el potencial emprendedor de países como España, se encuentra en la actualidad inmerso en una problemática que impide su desarrollo: la falta de confianza en el sistema económico (Wennekers y Thurik, 1999). Por ejemplo, los datos del Barómetro de 2011 señalan que el 82% de los españoles considera que el principal problema de nuestro país es el paro y, según su opinión, las medidas más importantes para asegurar el desarrollo del país son apoyar a las empresas y a los emprendedores (34%) y promover el empleo en los jóvenes (26,8%).

Según el Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de 2011, convertirse en emprendedor es una oportunidad de trabajo para la juventud. La creación de empresas por parte de los jóvenes es una de las posibles soluciones para superar el problema de falta de puestos de trabajo en nuestro país (Blanchflower y Meyer, 1994). De ahí, el surgimiento de diversas iniciativas públicas y privadas que apoyan la implementación de acciones emprendedoras destinadas a este colectivo. Algunas de ellas son las Asociaciones de Jóvenes Empresarios (a nivel nacional, regional y local), las ayudas públicas a la financiación, o los cursos de especialización que buscan dotar a los jóvenes de las habilidades necesarias para empezar con éxito. Con todo ello, nos preguntamos: ¿La juventud española está preparada para enfrentarse a iniciativas empresariales?, ¿Qué perfil deben tener o que habilidades deben poseer?, ¿Cuáles son los principales retos o preocupaciones a los que se enfrentan?

Con el objetivo de dar respuesta a estos interrogantes, en primer lugar, profundizaremos en si la edad es un factor que influye a la hora de emprender y compararemos las cifras de emprendedores en función de esta variable. En segundo lugar, analizaremos el perfil del joven emprendedor en relación a los datos aportados por las Asociaciones de Jóvenes Empresarios que han colaborado en este trabajo. En tercer lugar, describiremos las principales motivaciones y retos a los que se enfrentan los jóvenes emprendedores en momentos complejos de incertidumbre económica. Finalmente, extraeremos las principales implicaciones que sirvan de reflexión a las instituciones que deseen apoyar estas iniciativas.

2. La influencia de la edad en el perfil emprendedor

Son numerosas las investigaciones académicas que se han centrado en analizar la figura de los jóvenes emprendedores (Aidis y Van Praag, 2007; Blanchflower y Meyer, 1994; Bonett y Furnhan, 1991; Brockhaus, 1980; Capaldo, 1997; Fairlie, 2002 y 2005; Gómez, 2011; González, 2004; Honjo, 2004; Jackson y Rodkey, 1994; Levesque y Minniti, 2006; Nafukho, 1998; Parker, 2006; Rodstadt, 1984; Rojas y Siga, 2009; Scherer et al., 1989; Schiller y Crewson, 1997; Thomas, 2009; Walstad y Kourilsky, 1998). A través de la revisión de estos estudios destacamos la falta de unanimidad ante la pregunta de si los jóvenes emprenden en mayor medida.

Por un lado, entre los que afirman que ser joven implica que el individuo sea menos emprendedor podemos citar a Bird (1993), Blanchflower y Meyer (1994), Thomas (2009) o Rojas y Siga (2009). Bird (1993) demuestra que la edad de un emprendedor es un factor de menor peso que otros. A través de los resultados obtenidos en un análisis aplicado en Estados Unidos y Australia, Blanchflower y Meyer (1994) afirman que la posibilidad de emprender aumenta con la edad y la experiencia laboral. Los jóvenes emprenden menos porque apenas han iniciado su etapa laboral y carecen de la experiencia necesaria para emprender su propio negocio.

Thomas (2009) analiza la relación entre educación y emprender, y concluye que los licenciados universitarios emprenden menos porque esperan mejores oportunidades en otros empleos, y porque antes de emprender quieren obtener más experiencia. Rojas y Siga (2009) afirman que en Argentina es más fácil que los jóvenes trabajen por cuenta ajena por la dificultad de acceder a los recursos económicos.

Por otro lado, están los que afirman que ser joven aumenta las posibilidades de emprender. Así, encontramos a Bonnet y Furnham (1991) que concluyen que los jóvenes perciben en menor medida el éxito o fracaso y, por tanto, tienen menos miedo a iniciar este tipo de acciones. Honjo (2004) establece que la capacidad de aprendizaje y de afrontar retos de los jóvenes es mucho mayor que en personas de mayor edad. Considera que las empresas gestionadas por jóvenes tienen más probabilidades de crecer entre las empresas de nueva creación, mientras que las empresas gestionadas por personas de más edad tienen más probabilidades de sobrevivir.

Jackson y Rodkey (1994) defienden que cuando mayor sea el individuo menor propensión a crear una empresa por tener una menor predisposición a asumir riesgos. Dichos autores afirman que el rango entre los 25 y 40 años es el período más proclive por darse una serie de factores: los individuos tienen energía, cuentan con cierta experiencia y conocimientos, poseen un adecuado nivel de autoconfianza, no tienen que hacer frente a excesivas responsabilidades familiares, y no tienen una reputación o posición social consolidada que arriesgar.

Asimismo, Levesque y Minniti (2006) consideran que los jóvenes poseen más capacidad para ser emprendedores al enfrentarse a mayores riesgos. Y, Ronstadt (1984) concluye que por debajo de los 22 años y por encima de los

55 es muy difícil crear una empresa. En el primer caso por carecer de experiencia, capacidad y madurez necesarias, y en el segundo caso porque en estas edades el individuo busca una mayor seguridad. Ronstadt (1984) establece que la experiencia es un factor de éxito crucial para el emprendedor, existen edades críticas en las que hay una mayor predisposición a emprender (cada cinco años entre los 25 y los 50 años). Si se dispone de la educación necesaria, las edades más tempranas son las más recomendables para emprender por tener menos responsabilidades.

Ya fijándonos en los datos relativos a la economía española, y con el objetivo de contrastar qué porcentaje de empresarios son jóvenes y cuál es su evolución en contraposición a los emprendedores de mayor edad. Para ello, se han analizados los datos obtenidos en el Informe GEM (2011). En los datos aportados en el informe (Ver Tabla 1) se observa un aumento significativo de emprendedores del tramo de 18-24 años mientras disminuye la entrada de personas del siguiente tramo en casi 4 puntos. El tramo de edad de entre 35-44 años aumenta un 1 punto porcentual, el tramo de 45-55 años aumenta 3 puntos y la del tramo superior se mantiene estable. Siendo la edad media del empresario español de unos 38 años.

Tabla 1. Distribución de la edad de los emprendedores según fases del proceso emprendedor en el periodo 2010-2011

AÑO 2011						
Edad	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono	Potencial
18 - 24	9,2	6	7,8	1,1	5	14,4
25-34	33,2	32,8	33	12,2	20,6	31,5
35-44	33,7	34,7	34,1	31,5	28,8	30,6
45-54	18	17,9	18	32,8	27,7	17,9
55-64	6	8,6	7,1	22,4	17,9	5,6
MEDIA EDAD	37,31	38,63	37,88	46,33	43,01	36,31
AÑO 2010						
Edad	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono	Potencial
18 - 24	7,7	7,8	7,8	0,8	5,9	15,5
25-34	37,4	36,6	37	19,8	26,8	37,9
35-44	32,6	36,5	37	19,8	26,8	37,9
45-54	16	14,8	15,4	30,1	20,7	16,3
55-64	6,2	4	5,3	20,4	18,1	4,7
MEDIA EDAD	7,3	6,8	37,1	44,8	41,8	35,2

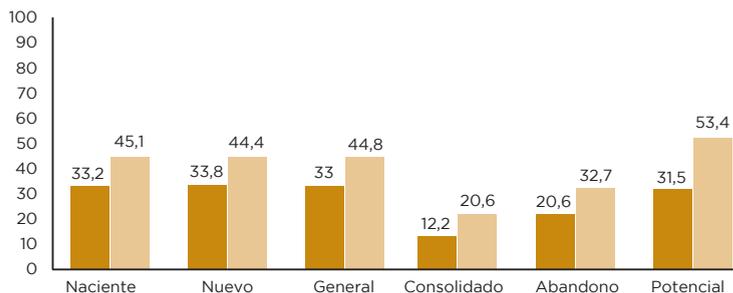
Fuente: Informe GEM (2011)

Según el Informe GEM (2011), estos cambios simbolizan una mayor determinación de los jóvenes a involucrarse en el emprendimiento debido a la precariedad del empleo juvenil, la elevada tasa de paro, mayores iniciativas de impulso hacia la actividad emprendedora, el aumento de titulados en formación profesional y universitarios que terminan sus estudios en esa franja de edad, mayor oferta formativa y programas para emprendedores jóvenes que hay en la actualidad comparada con hace 5 años.

Si bien es cierto que ha aumentado la representación de los jóvenes la intención de formalizar dicha acción va disminuyendo progresivamente. La tasa de intención (14,4%) supera a la de emprendimientos nacientes (9,2%). No obstante, la juventud es un colectivo bastante cambiante, que se ve muy afectada por el entorno. Por tanto, los resultados deben ser interpretados con cautela.

Observando la evolución de los jóvenes emprendedores para el período 2010 - 2011 (Figura 1), se observa un incremento porcentual en todas las fases del proceso emprendedor. Destaca el aumento en la fase potencial (en 21,9 puntos), que lleva a confirmar un aumento de la intención de los jóvenes españoles de convertirse en emprendedores.

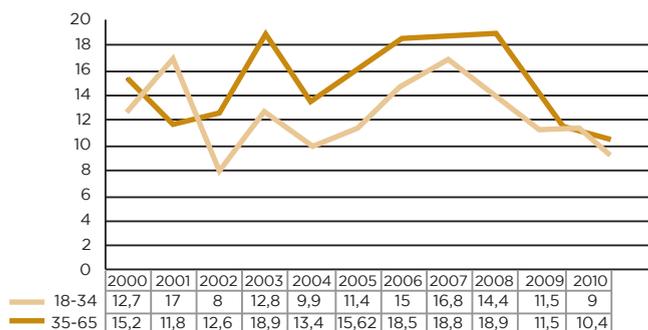
Figura 1. Evolución jóvenes emprendedores período 2010 - 2011



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe GEM (2011)

Finalmente, para establecer que existen divergencias entre los jóvenes empresarios y los empresarios de mayor edad se presenta la Figura 2 en la que se representa la evolución del TEA (Tasa de Actividad Emprendedora) para el periodo 2000 - 2010. En ella se observa una evolución superior desde 2008 de la actividad emprendedora de los jóvenes. Así como, crecimientos y descensos más moderados en este rango de edad. Por todo ello, consideramos necesario determinar el perfil y las motivaciones de los jóvenes empresarios españoles.

Figura 2. Evolución TEA período 2000 - 2010



Fuente: Elaboración propia a partir del Informe GEM (2011)

3. Perfil de la juventud emprendedora

Aunque no es posible establecer el perfil de un individuo que tenga una mayor propensión a crear empresas (Brockhaus y Horwitz, 1986; McDougall et al., 1992), un emprendedor debe contar con las habilidades de originalidad e innovación, moderada aversión al riesgo, aceptación de sus responsabilidades, conocimiento de los resultados de sus actos, planifica en base al largo plazo (McClelland, 1961). En él se identifican características como la necesidad de logro, la autoconfianza y el optimismo, la creatividad y autonomía (Boydson et al., 2000). Pudiendo identificar factores demográficos, factores de formación, factores de experiencia y factores psicológicos (Shane, 2003; Fuentes y Sánchez, 2010).

Según manifiesta el Director de la Confederación Española de Jóvenes Empresarios (CEAJE), Mariano Rupérez Molares, un joven emprendedor debe poseer las siguientes cualidades: creatividad, capacidad de asunción de riesgos, perseverancia, innovación, automotivación, etc.

A continuación, a partir de los datos facilitados por la Asociación de Jóvenes Empresarios Madrileños (AJE) y la Confederación Española de Jóvenes Empresarios pasamos a detallar las características de los asociados de la primera de ellas. A través de los datos podremos aportar una descripción del perfil de la juventud emprendedora en relación a variables de tipo sociodemográfico, relacionadas con la estructura empresarial o con el volumen de negocio y sector.

En primer lugar, de gran importancia en la toma de decisiones estratégicas, los jóvenes emprendedores, generalmente, representan un colectivo cuyas edades se encuentra entre los 18 y los 35 años. A pesar de ello, y teniendo en cuenta los datos facilitados y los cambios sociales actuales, las Asociaciones de Jóvenes Empresarios acogen socios entre los 18 y 40 años.

Tabla 2. **Variables sociodemográficas de la juventud emprendedora**

Tramo de edad	%
Menos de 25 años	4,01
De 26 a 35 años	34,71
De 35 a 40 años	30,84
Más de 41 años	30,44
Género	%
Hombre	76,64
Mujer	23,36
Estado civil	%
Soltero	56,87
Casado	37,92
Otros	5,21

Fuente: AJE Madrid (2011)

Como se observa en la Tabla 2, que recoge las variables sociodemográficas, la edad predominante en el colectivo se sitúa entre los 26 a 35 años, que engloba al 34,71% de los asociados. Seguido de los tramos de entre 35 y 40 años (30,84%) y de más de 41 años (30,44%). Siendo los emprendedores minoritarios son que tienen menos de 25 años (4,01%), consecuencia de que los futuros empresarios aún se encuentran cursando o finalizando sus estudios, o adquiriendo experiencia en otros empleos.

Respecto al género, los datos reflejan una presencia mayoritaria de hombres. Un 77% de los jóvenes empresarios asociados son varones, frente a un 23% de las mujeres. Y respecto al estado civil un gran porcentaje de jóvenes empresarios están solteros (57%), mientras que el 38% están casados. Estos datos son contrarios al estudio presentado en 2009 sobre el perfil del joven empresario español de la CEAJE en que el 54,77% de los jóvenes empresarios eran, predominantemente, individuos casados. Estos resultados reflejan un cambio en el estado civil de los empresarios. Como pone de relieve la literatura sobre los jóvenes emprendedores, cuanto menos responsabilidades familiares más probabilidades de emprender.

En segundo lugar, en el establecimiento del perfil de la juventud emprendedora es necesario establecer la naturaleza y características de la empresa creada por los mismos. En la Tabla 3 se comprueba que el 81,71% son dueños de la empresa que crean, siendo ésta la única empresa con la que operan (93,47%) La figura jurídica que adoptan es la de Sociedad Limitada (77,33%), y la antigüedad de la misma de más de 5 años (lo que indica que el germen de la idea emprendedora comenzó a edades tempranas y que los jóvenes siguen emprendiendo). Asimismo, el 61,71% tiene de 1 a 10 empleados (fundamentalmente pymes). Y, consecuencia de ello, el volumen de negocio es de menos de 500.000 (84,68%).

Tabla 3. Características de las empresas creadas por la juventud emprendedora

Asociados con empresa / sin empresa	%
Con empresa	81,71
Sin empresa	18,29
Empresas por asociado	%
Asociados con 1 empresa	93,47
Asociados con 2 empresas	4,9
Asociados con 3 empresas	1,14
Asociados con 4 empresas	0,33
Asociados con 5 empresas	0,16
Figura jurídica	%
Autónomo	6,91
Sociedad Limitada	77,33
Sociedad Anónima	5,55
Sociedad Anónima/Limitada Laboral	0,45
Sociedad Cooperativa	0
Comunidad de Bienes	0,45
Otras figuras	9,31
Antigüedad	%
Hasta 6 meses	3
De 6 meses a 1,5 años	16,52
De 1,5 años a 3 años	15,16
De 3 a 5 años	18,47
Más de 5 años	46,85
Número de empleados	%
Sin empleados	22,67
De 1 a 10 empleados	61,71
De 11 a 49 empleados	11,11
De 50 a 250 empleados	4,21
Más de 250 empleados	0,3
Volumen de negocio	%
Menos de 500.000 euros	84,68
De 501.000 euros a 1.000.000	4,96
De 1.000.001 a 2.000.000	3,3
De 2.000.001 a 10.000.000	5,11
De 10.000.001 a 50.000.000	1,35
Más de 50.000.000 euros	0,6

Fuente: AJE Madrid (2011)

En tercer lugar, se presenta el sector en el que operan los jóvenes empresarios, que permite identificar el sector de mayor atractivo para ellos (Figura 3). Como sectores destacados encontramos la informática y nuevas tecnologías (20,42%); y la asesoría, consultoría, abogados, seguros e inversiones (17,87%). Seguido por el sector del comercio, ventas y reparaciones (13,52%); la comunicación (12,31%); Salud, educación y servicios sociales (8,26%); y el servicio a empresas (8,11%). Y no son tan atractivos para la juventud en orden de no participación: el sector agroalimentario (0,15%), los transportes (2,55%), el turismo, ocio y cultura (3,45%), las actividades industriales (4,06%), la hostelería y la restauración (4,5%) y la construcción, sector inmobiliario y minero (4,8%).

Figura 3. Sector económico en el que opera la juventud emprendedora



Fuente: Elaboración propia a partir de AJE Madrid (2011)

A partir de los datos expuestos, podemos decir que el joven empresario español es un hombre de edad comprendida entre los 26 y 35 años y soltero. La empresa tipo dirigida por un joven empresario en España es una sociedad limitada de su propiedad en el sector de las nuevas tecnologías, con una antigüedad superior a cinco años en el mercado y que cuenta con una plantilla de menos de 10 empleados. Siendo su facturación anual inferior a los 500.000 euros.

Perfil que coincide con el perfil del joven empresario elaborado por la Confederación Española de Jóvenes Empresarios en 2009, que pone de relieve que el perfil del joven emprendedor responde a unas características concretas. Con el objetivo de ilustrar el perfil del joven emprendedor de 2009 y confirmar que la única diferencia consiste en que el porcentaje de casados era mayor y que el sector de mayor atractivo era el sector servicios se presenta la Tabla 4 y la Figura 4.

Tabla 4. Perfil del joven emprendedor en el año 2009

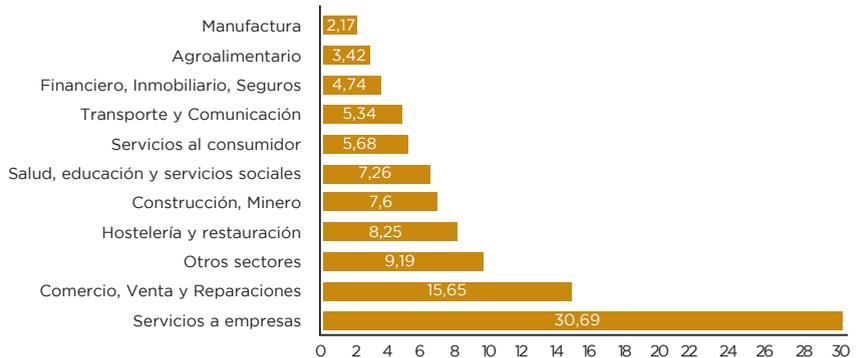
Tramo de edad	%
Menos de 25 años	5,81
De 26 a 35 años	44,54
De 35 a 40 años	37,10
Más de 41 años	12,59
Género	%
Hombre	76,07
Mujer	23,93
Estado civil	%
Soltero	37,03
Casado	54,77
Otros	8,21
Figura jurídica	%
Autónomo	28
Sociedad Limitada	56
Sociedad Anónima	6
Sociedad Anónima/Limitada Laboral	3
Sociedad Cooperativa	2
Comunidad de Bienes	3
Otras figuras	2
Antigüedad	%
Hasta 6 meses	7,11
De 6 meses a 1,5 años	23
De 1,5 años a 3 años	24,18
De 3 a 5 años	20,50
Más de 5 años	31,80

Número de empleados	%
Sin empleados	16,73
De 1 a 10 empleados	59,33
De 11 a 49 empleados	17,96
De 50 a 250 empleados	4,87
Más de 250 empleados	1,10

Volumen de negocio	%
Menos de 500.000 euros	61,61
De 501.000 euros a 1.000.000	19,24
De 1.000.001 a 2.000.000	10,83
De 2.000.001 a 10.000.000	6,50
De 10.000.001 a 50.000.000	1,83
Más de 50.000.000 euros	

Fuente: CEAJE (2009)

Figura 4. Sector económico en el que opera la juventud emprendedora año 2009



Fuente: Elaboración propia a partir de CEAJE (2009)

Respecto al ámbito de actuación económica, destacamos el descenso de sectores como el agroalimentario, la hostelería y restauración, el sector de la construcción y minero, y los servicios a empresas. Siendo las actividades que han aumentado su atractivo para los jóvenes emprendedores: la informática y nuevas tecnologías, y la salud, educación y servicios sociales. La interpretación de esta evolución responde a la reestructuración del sector productivo español y el cambio en los hábitos de los consumidores (que demandan más tecnología y mayor bienestar físico).

4. Motivaciones y retos a los que se enfrenta la juventud emprendedora

La literatura considera dos motivaciones fundamentales para emprender: el aprovechamiento de una oportunidad y la necesidad ante la falta de alternativas de trabajo. Siguiendo los resultados alcanzados por el GEM en 2011 se puede afirmar que el 71,5% de los españoles emprende por haber hallado una oportunidad y el 25,9% por necesidad. El 38,7% ha emprendido con el objetivo de lograr una mayor independencia, el 33,3% para aumentar sus ingresos, el 19,4% para mantener sus ingresos, y el 8,6% por otros motivos diversos.

Según el director de la Confederación Española de Jóvenes Empresarios, Mariano Rupérez, con la crisis cada vez son más los jóvenes que acuden al autoempleo como vía de desarrollo profesional. Sin embargo, el índice de mortandad de estas empresas es mayor. Ello se debe a que prevalece la necesidad por encima de la "vocación", y esto hace que se llegue a esta alternativa con menos recursos. A ello debemos sumar la dificultad de obtener crédito a la hora de crear empresas (principal barrera).

Las principales motivaciones y retos a los que se enfrenta la juventud emprendedora de nuestro país son los siguientes:

- a. Percepción de oportunidades. Si bien el colectivo emprendedor se caracteriza por registrar una elevada tasa de personas capaces de captar oportunidades para emprender, los jóvenes españoles encuentran motivos para valorar negativamente la situación de nuestro país. En propias palabras de los jóvenes emprendedores (CEAJE, 2009), las razones que desincentivan a emprender son: falta de liquidez, aumento de la morosidad, aumento de la tasa de paro, disminución del consumo, falta de confianza, falta de capacidad operativa de las empresas, falta de medidas de las Administraciones Públicas y esfuerzo de los empresarios cada vez mayor.

No obstante, como empresarios tienen que superar estas trabas y encontrar aspectos positivos que se traduzcan en oportunidades. Para ellos, estos aspectos positivos son: la existencia de sectores de gran recorrido e individuos con ganas de lanzar nuevos proyectos, la bajada de los tipos de interés, la capacidad de aguante de las estructurales empresariales y que la palabra crisis es equivalente oportunidad.

- b. Red social de emprendimiento. La posesión de cierta red social entendida como tener conocimiento de otros emprendedores, aumenta las posibilidades de que las personas emprenden. Según el Informe GEM (2011), en España la proporción de personas que poseen una red social es bastante limitada.

En este punto podemos afirmar que los jóvenes están cambiando esto. Por ejemplo, en la actualidad disponen de herramientas como la iniciativa AJEIMPULSA, creada por la Confederación Española de Jóvenes Empresarios. Cuyo objetivo es apoyar al joven emprendedor en el camino de desarrollar y materializar su idea empresarial.

Asimismo, existen asociaciones de jóvenes empresarios en todas las Comunidades Autónomas, instituciones que buscan el apoyo de los jóvenes como Madrid Emprende, Observatorios de Juventud, viveros de empresas o iniciativas universitarias.

- c. Posesión de conocimientos, habilidades y experiencia para emprender. La educación en emprendimiento proporciona beneficios en lo que motivaciones emprendedoras se refiere y que se traduce en un mayor número de empresarios. En este sentido se aprecia un aumento considerable de cursos de formación específicos para este colectivo. En las universidades se han creado asignaturas específicas como "Creación de Empresas", actividades que ponen en contacto a los estudiantes con la realidad empresarial, bien mediante visitas (por ejemplo, el Programa Conecta Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos) o mediante la invitación de estudiantes de secundaria a convivir con los trabajadores de los empleos que sueñan (por ejemplo, el programa 4º + Empresa apoyado por la Comunidad de MADRID).

Son frecuentes los seminarios dirigidos a emprendedores. Los últimos años se han creado cursos de posgrado dirigidos a desarrollar habilidades emprendedoras. Algunos de ellos son los impartidos en la Universidad de la Rioja, la Universidad Rey Juan Carlos, la Universidad Politécnica de Madrid o la Escuela Europea de Negocios.

- d. Temor al fracaso. Según el Informe GEM (2011), los últimos años se había reducido el temor al fracaso, pero, la difícil situación económica ha hecho que el temor vuelva a aumentar. Si bien una de las ventajas de los jóvenes, en contra de las personas de más edad, es una menor aprensión al riesgo según la Confederación Española de Jóvenes Empresarios el 68% de los jóvenes tienen miedo a que el riesgo les haga perderlo todo, a lo que se añade la falta de apoyo financiero, procedimientos administrativos complejos, falta de información, etc.

e. Preferencia por una sociedad competitiva. Según la Asociación de Jóvenes Empresarios de Málaga (2011) la competitividad es un aspecto fundamental del éxito emprendedor y uno de los puntos débiles de un elevado número de empresas que ha desaparecido o tienen problemas de supervivencia. La propia Asociación destaca que muchos de los asociados de la misma se adaptan a la sociedad (fruto también de una mayor formación empresarial de los jóvenes actuales).

Ejemplo de empresas competitivas en tiempos de crisis y que siguen generando riqueza y empleo, es la lista de premiados de la AJE Málaga en sus diferentes categorías: Rural Andalus, Virtual Net- Hipernet, Novasoft, Genetaq, Aertec, Airzone, Acerca, Nerea, Almeida Viajes, Clock Technology, Ihman, Ges Energética, Arpa Solutions, Insosur o d-Beauty Group.

f. Empezar como una atractiva opción profesional. Es decir, considerar el emprendimiento como carrera profesional. Según el Informe GEM (2011), alrededor de un 65% de la población adulta piensa que empezar es una buena opción profesional. Desde el punto de vista de los jóvenes emprendedores se puede afirmar (AFE Málaga, 2011) que la dificultad de encontrar un empleo lleva a muchos jóvenes a crear su propio puesto de trabajo (25,1%), aprovechar una oportunidad (20,1%) o decidir ser su propio jefe por las ventajas que conlleva (19,4%).

g. Empezar y estatus socio-económico. Las personas que opinan que si un emprendedor tiene éxito en su iniciativa, puede lograr un estatus social y económico elevado. Ejemplo de ello es que el 19,4% de los jóvenes emprendedores de Málaga han decidido empezar porque desean ser sus propios jefes.

5. Principales implicaciones

La situación económica de España hace necesario el estudio pormenorizado del perfil y las motivaciones de los jóvenes emprendedores. El fomento de las iniciativas emprendedoras de la juventud es una solución a las altas tasas de desempleo juvenil. Por ello, para las instituciones públicas y privadas es fundamental fomentar dichas acciones.

Con el objetivo de ofrecer mayor información a estas instituciones, y que diseñen planes de actuación más efectivos, lo primero que hay que preguntarse es si, realmente, la edad es un factor diferenciador a la hora de empezar. A través de la revisión de anteriores estudios científicos y los datos aportados por el Informe GEM (2011), comprobamos una evolución dispar en el número de acciones emprendedoras a lo largo de los años y una tendencia a la alza. Datos en los que destaca un aumento significativo de los potenciales jóvenes emprendedores, que asegura el proceso emprendedor en nuestro país. Panorama optimista que reclama planes que fomenten su consolidación (por ejemplo, facilidades de financiación, programas de formación, etc.).

Así, pasamos a describir el perfil del joven emprendedor. Ello, no solo permitirá identificar a los potenciales emprendedores, sino preguntarse por qué determinados colectivos no emprenden. De este modo, se identifica que el joven empresario español es un hombre de edad comprendida entre los 26 y 35 años y soltero. La empresa tipo dirigida por un joven empresario en España es una sociedad limitada de su propiedad en el sector de las nuevas tecnologías, con una antigüedad superior a cinco años en el mercado y que cuenta con una plantilla de menos de 10 empleados. Siendo su facturación anual inferior a los 500.000 euros.

A partir de este perfil destacamos la poca presencia de la mujer en el mundo emprendedor, el atractivo generado en el sector de las nuevas tecnologías, y

el predominio de pymes. Rasgos que plantean el necesario desarrollo de iniciativas para responder a la pregunta de por qué las mujeres jóvenes emprenden tan poco, analizar el potencial a medio y largo plazo de las empresas que operan en el sector tecnológico, y el desarrollo de iniciativas dirigidas a las especificidades de las pymes. Todo ello, con el fin de poder ofrecer recursos y servicios económicos adecuados para este tipo de compañías.

De las motivaciones de los jóvenes emprendedores destacamos que la creación de empresas es una vía de desarrollo profesional. Un camino en el que prevalece la necesidad por encima de la "vocación", y que hace que se llegue a esta alternativa con menos recursos (aumentando las posibilidades de fracaso). Motivación que viene acompañado de numerosos retos, consecuencia de la situación económica.

Los jóvenes españoles perciben numerosos aspectos negativos de la situación económica actual que se traducen en barreras a la hora de emprender. Entre las razones desincentivadoras a la hora de emprender, destacamos, la falta de financiación y de confianza en el sistema. No obstante, no todo es negativo, los jóvenes emprendedores encuentran como principales aspectos positivos, las oportunidades derivadas de la propia crisis, y sectores con enormes posibilidades de desarrollo (por ejemplo, el sector tecnológico).

Los jóvenes entienden que la crisis, al provocar, entre otras consecuencias, el descenso del índice de empleo, puede servir como factor motivador en la creación de su propio puesto de trabajo. Además, a pesar de que las actuales condiciones económicas no son óptimas, también pueden ser fuentes de oportunidades económicas como el descenso de los precios de alquiler de las instalaciones, adquisición de materiales y equipos, recursos humanos con gran formación, etc.

Son personas que cuentan con una red social que apoya el emprendimiento, y con los conocimientos y habilidades necesarias, que hacen del emprendimiento una atractiva opción profesional. A través de las diferentes asociaciones de jóvenes empresarios y universidades desarrollan redes sociales, amplían sus conocimientos y cuentan con el apoyo de asesores. Al tener que hacer frente a los índices de desempleo juvenil superan el temor al fracaso ya que prefieren una sociedad competitiva. Por ello y porque cuentan con los recursos necesarios los jóvenes empresarios desarrollan ideas de negocio viables a medio y largo plazo.

Agradecimientos

Los autores desean agradecer a la Confederación Española de Jóvenes Empresarios y a la Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid la información proporcionada para el análisis.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AIDIS, R.; VAN PRAAG, M.** (2007). Illegal entrepreneurship experience: Does it make a difference for business performance and motivation?, *Journal of Business Venturing*, 22(2), 283-310.
- ASOCIACIÓN DE JÓVENES EMPRESARIOS DE MÁLAGA** (2011). Termómetro del Emprendedor 2º Semestre 2011.
<http://www.ajemalaga.org/sites/default/files/termometro%20del%20emprendedor%202011%202%20sem.pdf>
- 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*, vol.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.
- 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.
- BROCKHAUS, R.** (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520. Capaldo, 1997

- BROCKHAUS, R.; HORWITZ, P.S.** (1986). The Psychology of the Entrepreneur. En Sexton, D.L. y Smilor, R.W. Eds. *The art a Science of Entrepreneurship* (25-48). Cambridge, Bellinger Publishing Company.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS** (2011). Barómetro 2011. http://www.cis.es/cis/open/cm/ES/1_encuestas/estudios/ver.jsp?estudio=12104
- FAIRLIE, R.** (2002). Drug dealing and legitimate self-employment. *Journal of Labor Economics*, 20(3), 538-567.
- FAIRLIE, R.** (2005). Entrepreneurship and Earnings among Young Adults from Disadvantaged Families. *Small Business Economics*, 25(3), 223-236.
- FUENTES, F.J.; SÁNCHEZ, S.M.** (2010). Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- GEM- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR-** (2010). Informe Ejecutivo GEM España 2009. GEM España. Madrid.
- GÓMEZ, E.** (2011). El impacto diferenciado en los jóvenes de factores socio-culturales explicativos del emprendimiento. Tesina de investigación, Universidad de Barcelona.
- GONZÁLEZ, F.J.** (2004). Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía, Tesis doctoral, Universidad de Sevilla.
- HONJO, Y.** (2004). Growth of new start-up firms: evidence from the Japanese manufacturing industry. *Applied Economics*, 11(1), 21-32.
- JACKSON, J. E.; RODKEY, G.R.** (1994). The Attitudinal Climate for Entrepreneurial Activity. *Public Opinion Quarterly*, 58, 358-380.
- LEVESQUE, M.; MINNITI, M.** (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194.
- MCCLELLAND, D.** (1961). En von Nostrand (Ed.), *The Achieving Society*. Princeton, NJ.
- MCDUGALL, P.P.; ROBINSON, R.B.; DENISI, A.S.** (1992). Modeling new Venture Performance: An Analysis of New venture Strategy, Industry Structure and Venture Origin. *Journal of Business Venturing*, 7, 267-289.
- NAFUKHO, F.** (1998). Entrepreneurial skills development programs for unemployed youth in Africa: A second look. *Journal of Small Business Management*, 36(1), 100-125.
- PARKER, S.** (2006). Learning about the unknown: How fast do entrepreneurs adjust their beliefs? *Journal of Business Venturing*, 21(1), 1-26.
- ROJAS, G. and SIGA, L.** (2009). On the nature of micro-entrepreneurship: evidence from Argentina. *Applied Economics*, 41(21), 2667-2680.
- RONSTANDT, R.** (1985). The educated entrepreneurs: A new era of entrepreneurial education is beginning. *American Journal of Small Business*, Spring, 37-53.
- SCHERER, R., ADAMS, J., CARLEY, S. AND WIEBE, F.** (1989). Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-71.
- SCHILLER, B. AND CREWSON, P.** (1997). Entrepreneurial origins: A longitudinal inquiry. *Economic inquiry*, 35(3), 523-529. Shane, 2003
- THOMAS, M.** (2009). The impact of education histories on the decision to become self-employed: a study of young, aspiring, minority business owners. *Small Business Economics*, 33(4), 455-466.
- WALSTAD, W.; KOURILSKY, M.** (1998). Entrepreneurial attitudes and knowledge of black youth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(2), 5-18.
- WENNEKERS, S.; THURIK, R.** (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth", *Small Business Economics*, 13(1), 27-56