



Universitat Autònoma de Barcelona

**Facultad de Economía y Empresa
Departamento de Economía de la Empresa
Doctorado Internacional en Creación y Gestión de Empresas**

**ENSAYOS SOBRE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS JÓVENES
ESPAÑOLES DESDE UNA PERSPECTIVA TERRITORIAL**

Tesis doctoral

Autor:

Eduardo J. Gómez A.

Directores:

Dr. Yancy Vaillant

Dr. Esteban Lafuente

Febrero, 2014

AGRADECIMIENTOS

A Dios, que me ha regalado esta maravillosa oportunidad y que siempre guía mi camino.

A mis padres, hermanas, cuñados, sobrinos y sobrinas que me han apoyado y motivado incondicionalmente en esta etapa.

A mi esposa Luise, a mis suegros y cuñado por su valiosa compañía y apoyo durante estos años lejos de mi tierra.

A mi tío Luis Alberto (q.e.p.d.) por inspirarme y apoyarme en mi proyecto de vida; al igual que mi tía Marina que me ha dado su apoyo absoluto en todos los momentos clave de mi vida.

A mis tutores, Yancy y Esteban, por ser profesores de verdad, por trabajar conmigo de hombro a hombro, tenerme paciencia y enseñarme tanto.

A mis compañeros de doctorado, en especial a Claudia por sus magníficas enseñanzas en los primeros años; a Jorge, Manoj, Claudio, Jonathan, Orsola, Raúl, Rosalina, Felipe, Diana, Margarita, Isaias, Leo, Víctor, Nery y Rodrigo por su compañerismo y amistad; a mi amiga Julia por su apoyo en este trabajo; a todos los profesores del doctorado por sus enseñanzas y al departamento de economía de la empresa de la UAB, en especial al profesor Joan Lluís por sus comentarios y a Mireia por toda su ayuda y soporte.

A la Universidad del Norte por creer en mí, en especial a mi mentora y amiga Liyis.

Y a todas y cada una de las personas que de una u otra forma me han acompañado y colaborado en esta fase de mi vida.

¡A todos mil y mil gracias!

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Pág.
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....	7
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL.....	9
1.2. MARCO CONCEPTUAL DE LA TESIS DOCTORAL.....	14
1.2.1. Investigación en emprendimiento.....	14
1.2.2. Jóvenes emprendedores, territorio y desarrollo regional.....	16
1.2.3. Factores socio-culturales y psicológicos que impactan a los emprendedores.....	18
1.3. ESTUDIOS ACERCA DE JÓVENES EMPRENDEDORES EN ESPAÑA.....	21
1.4. ASPECTOS DESCRIPTIVOS DE LOS JÓVENES EN ESPAÑA.....	25
1.4.1. Características demográficas de los jóvenes.....	25
1.4.2. Actividad emprendedora juvenil.....	28
1.5. LOS ENSAYOS.....	29
1.5.1. Ensayo N° 1: El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores.....	29
1.5.2. Ensayo N° 2: El impacto diferenciado de los modelos de referencia y el estigma social al fracaso sobre la actividad emprendedora de jóvenes rurales.....	30
1.5.3. Ensayo N° 3: El impacto de la actividad emprendedora juvenil en el desempeño económico regional.....	31
CAPÍTULO 2. ENSAYO 1. EL IMPACTO DIFERENCIADO DE LA AUTOCONFIANZA, LOS MODELOS DE REFERENCIA Y EL MIEDO AL FRACASO SOBRE LOS JÓVENES EMPRENDEDORES.....	33
2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	35
2.2. MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS.....	37
2.2.1. Jóvenes emprendedores.....	37
2.2.2. Autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras.....	38
2.2.3. Modelos de referencia.....	40
2.2.4. Estigma social al fracaso.....	42
2.3. METODOLOGÍA.....	43
2.4. RESULTADOS.....	51
2.5. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES.....	55
CAPÍTULO 3. ENSAYO 2. EL IMPACTO DIFERENCIADO DE LOS MODELOS DE REFERENCIA Y EL ESTIGMA SOCIAL AL FRACASO SOBRE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE JÓVENES RURALES.....	59

3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	61
3.2. MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS.....	64
3.2.1. Jóvenes emprendedores.....	64
3.2.2. Modelos de referencia.....	67
3.2.3. Estigma social al fracaso.....	68
3.3. METODOLOGÍA.....	69
3.3.1. Datos y definición de variables.....	69
3.3.2. Modelo.....	74
3.4. RESULTADOS.....	79
3.5. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES.....	82
CAPÍTULO 4. ENSAYO 3. EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA JUVENIL SOBRE EL DESEMPEÑO ECONÓMICO REGIONAL.....	86
4.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	88
4.2. MARCO TEORICO E HIPOTESIS.....	90
4.2.1 La población joven en los territorios.....	90
4.2.2 La actividad emprendedora en los territorios.....	91
4.2.3 La influencia de los jóvenes emprendedores en el ámbito territorial.....	93
4.3. METODOLOGÍA.....	95
4.3.1 Datos y definiciones de variables.....	95
4.3.2 Modelo econométrico.....	101
4.4. RESULTADOS.....	103
4.5. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES.....	107
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES GENERALES Y DEBATE DE INVESTIGACIÓN.....	110
5.1. CONCLUSIONES GENERALES Y DEBATE DE INVESTIGACIÓN.....	111
5.1.1. El hecho de ser joven.....	111
5.1.2. Factores socio-culturales y psicológicos.....	113
5.1.3. Ruralidad, jóvenes y factores del entorno.....	114
5.1.4. Desarrollo económico regional, jóvenes emprendedores y factores del entorno.....	114
5.2. DEBATE DE LA INVESTIGACIÓN.....	115
5.2.1. Implicaciones académicas.....	115
5.2.2. Implicaciones para <i>policy makers</i> y agentes promotores del emprendimiento.....	118
5.3. LIMITACIONES DE LOS ESTUDIOS Y LÍNEAS DE DESARROLLO DE FUTURAS INVESTIGACIONES.....	121
BIBLIOGRAFÍA.....	124
ANEXOS.....	139

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Jóvenes en España: proporción en la población, tasa de ocupación y nivel de educación....	26
Tabla 1.2. Tasa de actividad emprendedora general y de los jóvenes en España.....	28
Tabla 2.1. Descripción de las variables seleccionadas.....	46
Tabla 2.2. Estadísticos descriptivos para las variables seleccionadas.....	47
Tabla 2.3. Modelo <i>Logit</i> para eventos extraños: Primeras diferencias en la probabilidad de ser emprendedor naciente en las diferentes etapas del ciclo de vida del individuo.....	54
Tabla 3.1. Descripción de las variables seleccionadas.....	71
Tabla 3.2. Estadísticos descriptivos para las variables seleccionadas.....	73
Tabla 3.3. Estimaciones del <i>Logit</i> : Cambio en la probabilidad de ser emprendedor entre jóvenes y no-jóvenes.....	81
Tabla 4.1. Descripción de las variables seleccionadas.....	97
Tabla 4.2. Estadística descriptiva: la actividad emprendedora y el PIB per cápita.....	99
Tabla 4.3. Estadística descriptiva: características demográficas y sociales.....	100
Tabla 4.4. Modelo de ecuaciones simultáneas: Emprendimiento y desempeño económico.....	104

ÍNDICE DE GRAFICOS Y FIGURAS

Gráfico 1.1. Población joven en España (miles de personas).....	26
Gráfico 1.2. Desempleo juvenil en España (miles de personas).....	27
Gráfico 1.3. Población juvenil española con estudios universitarios (En miles de personas).....	27
Figura 1.1. Estructuración de los tres ensayos de la tesis.....	32
Figura 4.1. Las 52 provincias de España.....	98

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

El tema principal de esta tesis doctoral se centra en el análisis del proceso emprendedor de los jóvenes españoles, la diferenciación de su actividad emprendedora a nivel territorial y el estudio del aporte que estos jóvenes pueden hacer a la economía.

Con respecto a las diferentes perspectivas con las que se puede abordar el estudio del emprendimiento, esta investigación utiliza tanto el enfoque psicológico, más exactamente la teoría de los rasgos de la personalidad del individuo como condicionante de su proceso para ser emprendedor (McClelland, 1961; Stewarth et al., 1999); como también el enfoque institucional (North, 1990; Kostova, 1997), el cual propone que un individuo está determinado por el entorno socio-cultural. En especial, se analizará el impacto que la presencia de determinados factores socio-culturales tienen sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España.

Como se ha mencionado anteriormente, el territorio en este estudio constituye un factor importante que ayuda a analizar a los jóvenes emprendedores y su papel en el desarrollo económico. La distinción territorial que se hace a lo largo de la tesis parte de la diferenciación entre áreas urbanas y rurales (ensayo 2) y también a nivel regional (ensayo 3) debido a que tanto las zonas rurales y las regiones en la actualidad se han constituido como territorios clave para el crecimiento económico de los países (OECD, 2003 y 2006; European Commission, 2008). De esta forma, en el tercer ensayo de la tesis la distinción regional que se hace en materia de emprendimiento es con respecto a las diferentes provincias que conforman las comunidades autónomas españolas.

Con relación a ciertas consideraciones del lenguaje a tener en cuenta en esta investigación, en el apartado 1.2.2. de la tesis se pueden encontrar las definiciones de joven y jóvenes emprendedores, las cuales están basadas en un criterio de edad. Respecto al término de no-jóvenes emprendedores, en este estudio se define como emprendedores que por su edad ya no pueden considerarse jóvenes. En todos los casos, joven o juventud en esta investigación no hacen referencia a menores de edad sino a individuos de edad adulta, es decir, de 18 o más años.

En esta introducción se abordan además los apartados sobre el planteamiento del problema, los objetivos de la tesis doctoral, el marco conceptual, estudios sobre jóvenes emprendedores en España, aspectos descriptivos sobre los jóvenes y jóvenes

emprendedores españoles y, finalmente, una descripción de la forma en que se articula la tesis.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN DE LA TESIS DOCTORAL

En las últimas décadas, el segmento de población que abarca a los jóvenes representa una fuente de capital humano cuyo aprovechamiento se ha convertido en un tema fundamental para el desarrollo de las economías y los territorios (European Commission, 2009). El joven puede potenciar sus conocimientos, habilidades y talentos en la economía a través de dos vías principales, el empleo o como emprendedor. Desde ambas posiciones estos individuos pueden desarrollarse profesionalmente, pero según algunos estudios el emprendimiento es potencialmente la vía por donde los jóvenes contribuyen más al crecimiento económico territorial (OECD, 2001).

Diversas investigaciones destacan el potencial de los jóvenes como emprendedores e incluso algunos académicos plantean que su capacidad emprendedora es superior a la de los segmentos de población de mayor edad (no-jóvenes) (Bonnett y Furnham, 1991; Honjo, 2004; Levesque y Minniti, 2006; Bönnte et al., 2009; Kirton, 2012). También es posible encontrar estudios que indican que los jóvenes tienen una capacidad emprendedora baja y que son las personas mayores las que tienen más probabilidad de crear empresas (Blanchflower y Meyer, 1994; Thomas, 2009; Rojas y Siga, 2009).

Entrando brevemente a reseñar estas dos tendencias, en primera instancia se resaltan aquellos trabajos que proponen que las personas jóvenes son menos emprendedoras que el resto de la población. Uno de ellos es el estudio de Blanchflower y Meyer (1994), que utilizando datos de panel para los Estados Unidos y Australia, encuentra que la probabilidad de estar auto-empleado crece con la edad y la experiencia laboral. Fundamentan sus argumentos en esta última cuestión, ya que una persona que ha trabajado en un oficio durante un tiempo posee en muchos casos el conocimiento y la seguridad necesaria para crear su propio negocio a diferencia de las personas jóvenes que apenas se inician en su etapa laboral y carecen de la experiencia necesaria para ser emprendedores (Blanchflower y Meyer, 1994; Thomas, 2009). En esta misma línea de trabajos, Rojas y Siga (2009) plantean para el caso de Argentina que ser más joven permite situarse con mayor probabilidad en el sector asalariado que las personas que tienen más edad, ya que estos últimos en comparación con los jóvenes carecen por su edad de oportunidades

laborales y a la vez sus expectativas de rentabilidad económica disminuyen en el sector asalariado con relación al sector por cuenta propia (Rojas y Siga, 2009).

Pasando a los estudios que afirman que ser joven aumenta las posibilidades de ser emprendedor, algunos autores plantean que el nivel de formación que los jóvenes vienen alcanzando en la actualidad les proporciona una mayor capacidad para la identificación y explotación de oportunidades de negocio (Haynie et al., 2009). Además según Bönnte et al. (2009) algunas habilidades y destrezas aumentan a lo largo de la vida, mientras que otras disminuyen. De esta manera, Honjo (2004) propone que la capacidad de aprendizaje y adaptación al cambio que los jóvenes tienen cuando se trata de aceptar desafíos de negocios es mucho mayor que la de las personas mayores. Además, a medida que los individuos se hacen mayores encuentran menos deseable la idea de iniciar un negocio, ya que su aversión al riesgo aumenta con los años (Levesque y Minniti, 2006). Otro argumento se refiere a los costos de oportunidad más bajos que poseen los jóvenes cuando se trata de crear una empresa (Amit et al., 1995). Por ejemplo, si un joven fracasa en su intento de ser empresario, todavía posee una edad en que fácilmente puede hallar empleo, en comparación con las personas mayores, a las que esto les resulta más difícil.

Por otra parte, si bien ambas tendencias en la literatura académica sobre el tema jóvenes emprendedores poseen buenos argumentos, la situación socio-económica desde hace décadas ha llevado a que sean las personas menores de 30 años las que poseen menores costes de oportunidad para crear una empresa (Amit *et al.*, 1995). Esa situación en los jóvenes genera al mismo tiempo que su capacidad de asumir el riesgo sea mayor (Levesque y Minniti, 2006); por ende, posean menor miedo al fracaso y un mayor locus de control interno (Bonnett y Furnham, 1991) que les permita desarrollar sus actitudes emprendedoras.

De esta manera, la propensión de que un individuo sea emprendedor ha desarrollado el interés de los académicos por estudiar la diversidad de los factores económicos, políticos, socio-culturales y psicológicos que influyen en dicho proceso. Esto es debido a que se cree que intentando controlar dichos agentes será posible formular políticas y estrategias más eficientes para seguir fomentando la creación de nuevas empresas.

Desde una óptica general, las investigaciones en el campo del emprendimiento se han constituido principalmente en tres grandes ramas: la económica (Audretsch y Keilbach,

2004; Wennekers *et al.*, 2005), la psicológica (McClelland, 1961; Stewarth *et al.*, 1999) y la socio-cultural o institucional (Shapero y Sokol, 1982; Busenitz *et al.*, 2000). Dentro de este último enfoque, que plantea que el emprendedor está influenciado por el entorno socio-cultural, un gran número de estudios vienen demostrando que esta perspectiva es especialmente apropiada para analizar el emprendimiento (North, 1990; Gnyawali y Fogel, 1994; Kostova, 1997; Veciana, 1999).

De esta forma, y con respecto a los factores socio-culturales, autores como Shapero y Sokol (1982) y Krueger (1993) han afirmado que el rol de empresarios exitosos puede influir en la decisión de otros individuos cercanos para convertirse en emprendedores. Busenitz *et al.* (2000) consideran la tolerancia social al fracaso como otra variable socio-cultural que afecta la decisión de involucrarse en actividades emprendedoras. Krueger y Brazeal (1994), Busenitz *et al.* (2000) y Arenius y Minniti (2004) proponen que la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras llegan a ser un factor crucial para crear una nueva empresa. Por otro lado, la Comisión Europea (European Commission, 2003, 2004) ha destacado el factor de la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras, y los factores socio-culturales de los modelos de referencia y el estigma social al fracaso como determinantes para desarrollar la propensión emprendedora en los territorios.

Estos factores se han aplicado al análisis de los emprendedores a nivel general y en diferentes contextos, demostrando lo determinante que son en el proceso emprendedor. No obstante, diversas investigaciones han comprobado que dichas variables no influyen de forma homogénea sobre todos los segmentos de la población emprendedora. Es decir, el género (Carter *et al.*, 2001; Delmar y Holmquist, 2004), el perfil psicológico (Kickul *et al.*, 2009), al igual que ser extranjero (Levie, 2007; Mancilla *et al.*, 2010), la edad (Bonnett y Furnham, 1991), entre otras situaciones, producen efectos diferentes sobre los emprendedores. Es por ello que en los últimos años diversos segmentos de la población emprendedora vienen ganando terreno en el ámbito académico, entre los que destacan los jóvenes emprendedores. Por lo tanto, a partir de todas estas deducciones se formula el primer objetivo específico de esta tesis que será abordado en el primer ensayo:

- Determinar si los jóvenes tienen mayor probabilidad de ser emprendedores que los individuos no-jóvenes e indagar si algunas variables, tales como la autoconfianza

en los conocimientos y habilidades emprendedoras, los modelos de referencia y el estigma social al fracaso impactan de forma diferenciada el proceso emprendedor entre jóvenes y no-jóvenes.

Otra discusión académica sobre el tema de jóvenes emprendedores está relacionada con que si todos los jóvenes son igual de emprendedores o si, por determinados factores, algunos jóvenes pueden ser más propensos al emprendimiento que otros. Varios estudios en los últimos años indican que el territorio, lugar donde residen las personas, es un factor crucial que genera diferencias en la propensión de los jóvenes para ser emprendedores (Aitken, 2006; North y Smallbone, 2006). De esta forma, se encuentra el planteamiento de que los jóvenes urbanos tienen mayor probabilidad de ser emprendedores que los jóvenes rurales (Stathopoulou et al., 2004; Fuller-Love et al., 2006; Akgün et al., 2010). Por otra parte, ciertos organismos internacionales como la Unión Europea y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (en su acrónimo en inglés, OECD) vienen promoviendo al emprendimiento como una herramienta para la reactivación económica y social de los territorios, en especial las áreas rurales (European Commission, 2003a y 2008; OECD, 2003 y 2006). Si bien el impacto de la creación de empresas es determinante para el desarrollo rural, se ha encontrado evidencia empírica de que este aporte se potencializa aún más en los territorios rurales cuando es efectuado por los jóvenes que viven en estas áreas (Muilu y Rusanen, 2003; North y Smallbone, 2006). A razón de esto, este estudio pretende en el segundo ensayo:

- Verificar si los jóvenes que residen en zonas rurales poseen mayor probabilidad de ser emprendedores que los jóvenes que habitan en áreas urbanas, y establecer si dicho efecto territorial genera un impacto diferenciado de los modelos de referencia y el estigma social al fracaso sobre la actividad emprendedora juvenil.

El anterior objetivo es importante desarrollar si se tiene en cuenta la necesidad de generar políticas específicas en vez de programas genéricos que promuevan la actividad emprendedora juvenil en diferentes tipos de territorios. Ya que las políticas generales para incentivar a jóvenes emprendedores no han arrojado tan buenos resultados en el primer lustro del actual siglo (Xheneti, 2006). Así pues, para generar políticas idóneas que promuevan el espíritu emprendedor en jóvenes a nivel territorial, se debe tener conciencia

primero de cómo el territorio modifica el impacto de ciertos factores determinantes en el proceso de ser emprendedor (Aitken, 2006).

No obstante, el aporte de la actividad emprendedora de los jóvenes no sólo se optimiza a nivel rural o urbano sino que se ha descubierto una relación positiva entre jóvenes emprendedores, crecimiento económico y desarrollo regional (European Commission, 2009; Hofer and Delaney, 2010). De esta manera, en los últimos años existe una tendencia académica que analiza el impacto económico de los jóvenes emprendedores en el desarrollo económico regional (Naudé et al., 2008; Bönnte et al., 2009). Esta indica que existe evidencia de que en el contexto de ciertos países desarrollados la contribución de los jóvenes emprendedores al crecimiento económico regional puede ser mayor en comparación con la de los emprendedores no-jóvenes (Verheul et al., 2007). Por lo tanto, a partir de estos argumentos en el tercer y último ensayo se propone:

- Examinar si la actividad emprendedora de los jóvenes genera un mayor impacto en el desempeño económico regional en comparación con la de los no-jóvenes emprendedores.

Dicha evidencia empírica sobre el tema jóvenes emprendedores y desarrollo regional se ha generado en su mayor parte en el contexto de países del norte de Europa (Naudé et al., 2008). Como contraste, resulta interesante estudiar el papel de la actividad emprendedora de los jóvenes a nivel territorial en una economía del sur de Europa que haya experimentado un desarrollo económico regional importante en las últimas décadas, tal como es el caso de España, donde, por ejemplo, el producto interno bruto (PIB) entre 1980 y 2008 ha crecido constantemente y por encima de la media europea (OECD, 2012). No obstante, a finales de ese año España entró en una crisis económica de la que todavía en el 2013 no ha salido. Precisamente, la nación española es un caso muy particular en Europa, ya que, por un lado, presenta una de las mayores tasas de desempleo juvenil (56,7%) (INE, 2013) pero, por otro lado, una de las mayores proporciones de creación de empresas por parte de jóvenes en Europa (Coduras et al., 2012).

Finalmente, a partir de todo lo anteriormente expuesto se conforma el objetivo principal de esta investigación:

- Evaluar si ser joven en España aumenta la probabilidad de ser emprendedor, observando los territorios donde la juventud tiene mayor propensión emprendedora

y los factores que ayudan a explicar dicho fenómeno, además estimando la contribución de los jóvenes emprendedores al crecimiento económico territorial español.

1.2. MARCO CONCEPTUAL DE LA TESIS DOCTORAL

1.2.1. Investigación en emprendimiento

En la actualidad el emprendimiento es un componente fundamental del crecimiento económico y también del desarrollo socio-económico de los países (OECD, 2003; European Commission, 2004; United Nations, 2005). ¿Qué argumentos validan el anterior postulado? Algunos académicos sugieren que la función del emprendimiento como la fuerza conductora del crecimiento económico se debe a su rol de llevar la innovación a los mercados (Barreto, 1989; Baumol, 1990; Carree y Thurik, 1998; Wennekers y Thurik, 1999; Audretsch y Thurik, 2001; Thurik y Wennekers 2001; Carree y Thurik, 2002, Acs y Amoros, 2008; Audretsch et al., 2012).

Es común pensar que son las grandes empresas las que lideran el dinamismo de la innovación, pero en los últimos años estudios vienen demostrando que las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son las generadoras, en gran parte, del crecimiento económico (Gartner, 1985; Brockhaus, 1987; Johannisson, 1988; Bygrave y Hofer, 1991; Gnyawali y Fogel, 1994; Acs, 1996; Shane y Venkataraman, 2000; Busenitz et al., 2003; Davidsson, 2003; Wennekers et al., 2005; Van Stel et al., 2005; Steyaert y Hjorth, 2006; entre otros). Por consiguiente, esta tendencia en las últimas décadas de creación de empresas ha sido definida por instancias gubernamentales y académicas a nivel mundial como un fenómeno emprendedor. Ello ha despertado en los académicos el interés por estudiar a los actores principales de la actividad emprendedora, los emprendedores, pero también la diversidad de factores económicos, políticos y socio-culturales que influyen en dicho proceso.

En esta línea de argumentos, en esta tesis precisamente se define al emprendedor en términos schumpeteriano (1934), es decir, como el agente que gestiona la innovación hasta llevarla al mercado. Por lo tanto, el emprendedor impacta en el crecimiento económico regional a través de la innovación y la creación de empresas (Acs et al., 2004). De esta manera, los economistas clásicos indicaron que el crecimiento económico se producía por los desequilibrios del mercado y por el capital acumulado. No obstante, los economistas

neoclásicos, en especial Solow (1956), revaluaron el anterior planteamiento y propusieron que el crecimiento económico se produce a través de la expansión del conocimiento. Esto dará pie a la creación de la teoría del crecimiento endógeno, donde el conocimiento es visto como un factor interno, ya que depende de la inversión que cada territorio haga en conocimiento (Audretsch and Keilbach, 2007), en especial en Investigación y Desarrollo (I+D). Todo esto para indicar que, si bien el conocimiento es generado en los territorios a través de las personas, son los emprendedores los que llevan ese conocimiento al mercado a través de la creación de empresas (Audretsch and Thurik, 2001; Carree and Thurik, 2002; Acs y Amorós, 2008).

Asimismo, en este estudio se asume que el emprendedor se hace y no nace, debido a los diferentes tipos de factores del entorno que impactan en el individuo para volverlo emprendedor (North and Thomas, 1973). A raíz de esto, con respecto a la población de un determinado territorio y la tendencia de que sus miembros sean emprendedores, existen un grupo de factores que determinan que ciertos segmentos de dicha población sean más o menos proclives al emprendimiento. Estos factores, como ya han sido mencionados en el planteamiento del problema de esta tesis, se han dividido en tres grandes ramas (económica, psicológica y socio-cultural o institucional). Mencionar el listado completo de todos los factores que hacen parte de cada una de estas áreas extendería demasiado este apartado. No obstante, algo que llama la atención es que se ha comprobado que el efecto que producen estos factores depende de dos grandes cuestiones: el contexto socio-económico y cultural del territorio donde están asentados los individuos que se estudian (Davidsson, 1995) y el segmento de la población sobre el que recaen estos efectos (Bönte et al., 2009). Es decir, no es lo mismo una área urbana que una rural y, obviamente, depende también de la economía y cultura donde están ubicadas estas zonas; tampoco, no es lo mismo el efecto de estos factores sobre mujeres que hombres (Carter et al., 2001; Delmar y Holmquist, 2004), el nivel de educación (Krueger, 1993) o la edad que el individuo tiene (Lévesque and Minniti, 2006; Verheul et al., 2007; Bönte et al., 2009), entre muchas otras condicionantes de las personas.

Es por ello que cada vez más se hace necesario estudiar la actividad emprendedora según segmentos de la población. En los últimos años, los jóvenes vienen ganando importancia, no sólo porque representen el 43% de toda la población mundial (individuos menores de 25 años) (UNFPA, 2011), o por su alta tasa de desempleo en todo el mundo, ni porque sólo

representen el 50.9% de la fuerza laboral mundial (UNFPA, 2011), sino también por su rol como emprendedores (Scherer et al., 1989; Bonnett y Furnhan, 1991; Blanchflower y Meyer, 1994; Capaldo, 1997; Schiller y Crewson, 1997; Nafukho, 1998; Walstad y Kourilsky, 1998; Fairlie, 2002; Honjo, 2004; Fairlie, 2005; Levesque y Minnitti, 2006; Parker, 2006; Aidis y Van Praag, 2007; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009; Kirton, 2012). Cada vez más las economías están necesitando el capital humano de los jóvenes para generar crecimiento (OECD, 2001; Scarpetta et al., 2010).

1.2.2. Jóvenes emprendedores, territorio y desarrollo regional

Dentro del grupo de países que hacen parte de la OECD, la tasa de desempleo entre jóvenes ha sido históricamente algo más del doble que la de las personas mayores (Scarpetta et al., 2010). La de la Unión Europea en 2012 ha sido de 24% (Eurostat, 2013), y por ejemplo la de España ha alcanzado el 56,7% (INE, 2013). Esta carencia de oportunidades laborales que afectan a los jóvenes en los comentados territorios ha llevado a que la creación de empresas se haya convertido en una de las potenciales soluciones para dicha problemática (Blanchflower y Andrew, 1998; OECD, 2001; Kirton, 2012).

La actividad emprendedora para jóvenes no es sólo un medio que les permite desarrollarse profesionalmente sino también contribuir con el desarrollo económico (Blanchflower y Meyer, 1994). Los anterior es debido al mayor capital humano que presentan hoy los jóvenes en comparación con las generaciones pasadas, en términos de formación formal, lo que les permite mayores oportunidades para asumir y crear sus propias empresas (Honjo, 2004).

Esta situación de los jóvenes emprendedores también ha sido objeto de interés por parte de académicos, los cuales han definido a los jóvenes emprendedores como aquellos individuos que han creado o están en el proceso de crear empresas y están en un rango de edad que oscila entre los 18 y 29 años (Blanchflower y Meyer, 1994; Levesque y Minnitti, 2006; Xheneti, 2006; Aidis y Van Praag, 2007; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009; Bönthe et al., 2009).

Por otra parte, como ya se ha comentado en el planteamiento del problema de esta tesis, en la literatura científica con relación a los jóvenes emprendedores ha sobresalido la discusión sobre si éstos tienen mayor probabilidad de ser emprendedores que los individuos no-jóvenes. Esta tesis se ha inclinado por el argumento de que los jóvenes son más

emprendedores que sus mayores (Levesque y Minniti, 2006). Al mismo tiempo, se ha comprobado que el territorio es un factor determinante para que haya diferencias en la propensión de los jóvenes para ser emprendedores (Aitken, 2006), donde los jóvenes urbanos son acusados de tener mayor probabilidad de participar de la actividad emprendedora (Akgün et al., 2010). No obstante, la academia coincide con la percepción del emprendimiento como una herramienta para la reactivación económica y social de las áreas rurales (Stathopoulou et al., 2004; Fuller-Love et al., 2006; North y Smallbone, 2006; Akgün et al., 2010). Según Wortman (1990), la década de 1980 es cuando comienzan a publicarse los primeros estudios de emprendimiento rural. En la actualidad existen muchos trabajos en este campo (Stathopoulou et al., 2004; Fuller-Love et al., 2006; Macke y Markley, 2006; North y Smallbone, 2006; Lafuente et al. 2007; Vaillant y Lafuente, 2007; Driga et al., 2009; Akgün et al., 2010). La mayoría coinciden en que fomentar el espíritu emprendedor puede ser el medio para mejorar la calidad de vida en las zonas rurales al generar empleo, riqueza, pero también proporcionar los bienes y servicios que estas comunidades necesitan (Macke y Markley, 2006; Akgün et al., 2010).

Dentro de estos estudios de emprendimiento rural, se destaca una reciente tendencia que propone que la creación de empresa aún es más importante para el desarrollo rural cuando es efectuada por los jóvenes que viven en estas zonas (Muilu y Rusanen, 2003; North y Smallbone, 2006). Entre algunas de las razones que aducen estas investigaciones se encuentran aquellas que se fundamentan en la lógica poblacional, indicando que los jóvenes están en una posición clave en cuanto al futuro de las zonas rurales, ya que sin la renovación de su población desde el interior, estas áreas no podrán permanecer viables o mantener sus funciones económicas a largo plazo (Muilu y Rusanen, 2003). Según estos académicos, los jóvenes sirven como indicador de las perspectivas de futuro para las zonas rurales, tanto demográfica como funcionalmente.

Por lo tanto, si una tendencia de estudios de emprendimiento rural ha identificado a los jóvenes como un recurso básico para el desarrollo de las zonas rurales en términos de creación de empresas, se hace importante identificar y controlar qué factores determinan su decisión de ser emprendedores si se pretende estimular eficazmente en esta población el espíritu emprendedor (Vaillant y Lafuente, 2007; Driga et al. 2009). Con respecto a los factores que influyen en el proceso de ser emprendedor, la evidencia empieza a mostrar para el caso de las zonas rurales que su atraso empresarial no sólo es debido a los factores

relacionados con las desventajas físicas (infraestructura y ubicación) o económicas, sino también a las características socio-culturales inadecuadas de su marco institucional informal, haciéndolas poco propicias para la actividad empresarial efectiva (Fornahl, 2003; Vaillant y Lafuente, 2007).

Ahora con respecto a la relación entre los jóvenes emprendedores y el desarrollo económico regional, como se comentó al principio de esta tesis, estudios han señalado que existe una relación positiva, sobre todo en economías desarrolladas (Verheul et al., 2007). Y esto es debido a varias razones: la primera, es que el joven cada vez más está potencializando su capital humano a través de la creación de empresas y no únicamente en el mundo laboral. Segundo, es que en regiones desarrolladas el emprendimiento es visto como una salida idónea para el talento de jóvenes con estudios superiores. De esta forma, en este tipo de territorios la calidad de educación es alta, se ofrece mayor infraestructura y apoyo a la iniciativa empresarial, y programas especiales para los jóvenes emprendedores (Xheneti, 2006). Y tercero, dentro del marco de la llamada economía del conocimiento, las aptitudes y actitudes de los jóvenes son más afines a las actividades que se realizan en este tipo de economía, en especial las que tienen que ver con la tecnología e innovación (Lyngdoh, 2005) y la natural disposición de los jóvenes al cambio y al rápido aprendizaje (European Commission, 2009). Así la actividad emprendedora del joven se está potencializando en la economía del conocimiento, generando crecimiento económico regional (Hofer and Delaney, 2010).

1.2.3. Factores socio-culturales y psicológicos que impactan en los emprendedores

Como se ha comentado en párrafos anteriores, desarrollar el espíritu emprendedor entre los jóvenes implica la realización de políticas específicas y no genéricas aplicadas a toda la población. Precisamente, estudios vienen indicando que para promover el emprendimiento se debe tener conciencia de que ciertos factores determinantes no impactan por igual a todos los segmentos de la población (Delmar and Holmquist, 2004; Levie, 2007; Bönthe et al., 2009).

Dentro de los factores que impactan en los emprendedores, los estudios vienen destacando aquellas variables provenientes de los enfoques psicológico (McClelland, 1961; Collins et al., 1964, Stewart et al., 1999; Baron, 2000; Wilson et al., 2007) y socio-cultural (Shapero y Sokol 1982; Veciana, 1999; Busenitz et al., 2000; Vaillant y Lafuente, 2007) aplicados al

campo académico del emprendimiento. Entre las diversas variables de estos enfoques se destacan: locus de control (Evans y Leighton, 1989; Bonnett y Furnham, 1991; Krueger, 1993; Wilson et al., 2007), modelos de referencia (Speizer, 1981; Shapero y Sokol, 1982; Krueger, 1993), propensión al riesgo (Shepherd & Douglas, 1997; Zhao et al., 2005), estigma social al fracaso (Busenitz et al., 2000; Vaillant y Lafuente, 2007), personalidad proactiva (Krueger & Brazeal, 1994; Crant, 1996) y autoconfianza (Krueger y Brazeal, 1994; Busenitz et al., 2000; Arenius y Minniti, 2004; Minniti et al., 2005), entre otras.

Por otro lado, la Comisión Europea (European Commission 2003, 2004) ha destacado el factor de la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras y los factores socio-culturales de los modelos de referencia y el estigma social al fracaso como determinantes para desarrollar la propensión emprendedora en los territorios.

Argumentando sucintamente sobre cada una de estas variables, y comenzando con la autoconfianza, se puede indicar que ha sido identificada como un factor que estimula a las personas a ser emprendedoras (Schultz, 1980; Bird, 1988; Krueger y Brazeal, 1994; Chen et al., 1998; Van Praag y Cramer, 2001; McGee et al., 2009). Algunos académicos argumentan que un individuo toma la decisión de ser empresario dependiendo de la evaluación que él o ella haga de sus propias habilidades (Van Praag y Cramer, 2001; Arenius y Minniti, 2004). No obstante, estudios han constatado que el factor de la autoconfianza no influye de forma homogénea en todos los individuos para crear empresas. Diferencias de género (Wilson et al., 2007; Driga et al., 2009), perfil psicológico (Kickul et al., 2009), edad (Bonnett y Furnham, 1991), territorio donde habita el individuo (Meccheria y Pelloni, 2006; North y Smallbone, 2006), entre otros, cambian la percepción de la autoconfianza.

Con respecto a la edad, algunas investigaciones proponen que los jóvenes tienden a percibir mayor autoconfianza para ser emprendedores que el resto de la población. Por una parte, algunos académicos aducen que los jóvenes poseen mayor locus de control interno (Bonnett y Furnham, 1991) y por ende mayor percepción de la autoconfianza, que es necesaria para crear una empresa (Evans y Leighton, 1989; Wilson et al., 2007). Además, muchas veces esta autoconfianza de la juventud es osadía basada en su falta de experiencia para juzgar una situación riesgosa y por esto a veces se atreven a hacer cosas sin medir los riesgos reales que implica (Arenius y Minniti, 2004). Por otro lado, Honjo (2004) destaca que la educación es un elemento clave para desarrollar autoconfianza para ser

emprendedor. No es un secreto que en las últimas décadas las nuevas generaciones de jóvenes se han formado profesionalmente más que las personas de generaciones pasadas, lo que le ha permitido a la juventud mayor confianza para asumir y crear sus propias empresas.

En cuanto a los modelos de referencia, promover estos en los jóvenes a través del ejemplo de empresarios exitosos es una de las acciones fundamentales a realizar en los programas de promoción del espíritu emprendedor de la OECD (2009) y la Comisión Europea (European Commission, 2003). En los últimos años, investigaciones vienen indicando que los modelos de referencia se han convertido en un factor influyente en el emprendimiento (Shapiro et al., 1978; Speizer, 1981; Scherer et al., 1989; Gnyawali y Fogel, 1994; Krueger y Brazeal, 1994; Walstad y Kourilsky, 1998; Gibson, 2004; Lafuente et al., 2007; Lucas et al., 2009). Estudios sustentan a partir de varias hipótesis que existe una relación positiva entre modelos de referencias empresariales y la actividad emprendedora (Vaillant y Lafuente, 2007). No obstante, estos modelos influyen más a los individuos jóvenes para ser emprendedores que en el resto de la población (Murrell, 2003; Lafuente y Vaillant, 2008), ya que las personas en la etapa psicológica en la que se encuentran durante la juventud están más receptivas a este tipo de estímulos que las personas mayores (Erikson, 1985). Por otra parte, dependiendo el territorio donde viven y se relacionan los jóvenes, están más o menos expuestos al contacto con los modelos de referencia. Según un estudio de la OECD (2003), existen muchos obstáculos que dificultan el espíritu emprendedor en las zonas rurales. Uno importante es la carencia de ejemplos de emprendedores. Frente a esta reconocida escasez en las áreas rurales, académicos como North y Smallbone (2006) advierten de la importancia de poner más en contacto a los jóvenes rurales con ejemplos emprendedores de su propio contexto social para favorecer su disposición hacia la iniciativa empresarial.

Por último, con respecto al estigma social del fracaso, desde la perspectiva académica se ha comprobado que la probabilidad de un individuo para convertirse en empresario disminuye en los territorios donde dicho estigma presenta niveles altos (Landier, 2004). Es decir, en culturas donde existe mayor tolerancia y aceptación del fracaso empresarial, las personas suelen ser más emprendedoras (Landier, 2004). Según Landier, el miedo al fracaso para los emprendedores es un estigma o castigo social por no lograr el éxito empresarial esperado. Otros académicos también han destacado este factor como influyente en la actividad

empresaria (Brockhaus, 1980; Herron y Sapienza, 1992; Sitkin y Pablo, 1992; Busenitz et al., 2000).

Ahora bien, se ha demostrado que el impacto de este estigma social sobre los emprendedores depende de diversos factores. Uno de ellos es el ciclo de vida del individuo, ya que dependiendo de la edad la persona tiende a asumir el miedo al fracaso de forma diferente (Levesque y Minniti, 2006). Para estos autores, dentro de los segmentos de la población, son los jóvenes los que tienen menor miedo al fracaso para crear una empresa. Una de las razones que explica lo anterior son los menores costes de oportunidad que poseen los jóvenes en su proceso emprendedor (Amit et al., 1995), ya que por su edad tienen menos que perder que las personas mayores cuando intentan abrir una empresa.

De igual manera y como se ha comentado anteriormente, el territorio es otro aspecto que los estudios han demostrado que impacta el miedo social al fracaso (Landier, 2004). Este factor influye de forma diferente entre países, regiones o áreas diversas (Saxenian, 1994; Wagner, 2007; Driga et al., 2009). Por ejemplo, Driga et al. (2009) indican que el efecto negativo del miedo al fracaso sobre la probabilidad de ser emprendedor es menor en individuos que viven en territorios rurales que en urbanos. También, Vaillant y Lafuente (2007) comprueban que dentro de España en las áreas rurales de la comunidad autónoma de Cataluña el impacto negativo del miedo al fracaso es menor que en el resto de zonas rurales del Estado español.

1.3. ESTUDIOS ACERCA DE JÓVENES EMPRENDEDORES EN ESPAÑA

Con respecto a los trabajos que han estudiado a los jóvenes emprendedores en España, existen dos categorías: la primera, los estudios académicos publicados en revistas científicas, libros, tesis de máster o de doctorado; la segunda, los informes elaborados por instituciones u organismos públicos o privados tanto españoles como internacionales.

En cuanto a los trabajos que hacen parte de la primera categoría, se debe indicar que no existen muchos para el caso concreto de España, sobre todo artículos en revistas con alto factor de impacto. Lo anterior no es difícil de explicar, si se tiene en cuenta que los emprendedores como tema de investigación ha empezado a nivel mundial a finales de los 80s y que en el primer lustro del siglo XXI todavía no hubo muchos trabajos publicados en revistas académicas (Green, 2005). Entrando a detallar la forma en que se ha enfocado el

tema de los jóvenes emprendedores españoles en los trabajos encontrados en la revisión de literatura, se puede indicar que a nivel general estos estudios hablan básicamente sobre su perfil psicológico, sus actitudes, aptitudes, iniciativas y comportamientos hacia la creación de empresas (Uriarte, 1999; Cuervo y Sastre 2005; Veciana et al., 2005; Coduras, 2006; Fernández y Ruiz, 2006; Moriano et al., 2006; Revuelto y Fernández, 2009; Sánchez, 2009; Lanero et al., 2011).

De esta forma, Uriarte (1999) destaca para el caso del País Vasco que los jóvenes emprendedores poseen características psicológicas diferenciadas de los no-emprendedores. Entre ellas resalta ser personas independientes, auto-determinadas y orientadas hacia el logro, socialmente atrevidas, extrovertidas, con iniciativa y con valores empresariales (Uriarte, 1999). De igual forma, para el caso de estudiantes universitarios en Cataluña, estos jóvenes suelen tener una percepción favorable de ser emprendedor, aunque piensan que no es fácil crear una empresa en un contexto como el catalán o el español, hasta el punto de que muy pocos tienen la firme intención de ser emprendedores (Veciana et al., 2005). No obstante, los estudiantes universitarios de la Comunidad Autónoma de Castilla y León tienen una alta intención de trabajar por cuenta ajena, en una empresa privada o en la administración pública, pero una baja intención de desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo (Moriano et al., 2006).

Asimismo, Coduras (2006) argumenta que la edad es un factor significativo para ser emprendedor en España, siendo mayor la proporción de emprendedores que han tomado esta decisión por necesidad en las edades comprendidas entre los 25 y los 44 años. Según esta autora, este hecho depende a su vez de otras variables, entre las que destaca la alta tasa de desempleo en los jóvenes, la inmigración y la difícil reinserción laboral al ser despedido de un empleo, entre otros factores. También Moriano et al. (2006) indican que las nuevas características del mercado laboral, las nuevas tecnologías y las condiciones sociales en España (menos énfasis sobre la seguridad material y más sobre las necesidades sociales o la autorrealización, más autonomía e independencia, entre otros) están contribuyendo a un crecimiento significativo del autoempleo, sobre todo en jóvenes. De igual manera otro factor importante que está generando un efecto positivo sobre la intención y viabilidad de los jóvenes españoles de ser emprendedores, es la enseñanza del emprendimiento y de temas relacionados en las universidades (Lanero et al., 2011).

Además de la Educación, Revuelto y Fernández (2009) indican que para orientar el capital humano de los jóvenes en España hacia la creación de empresas se necesitan programas especializados que brinden soporte técnico y financiero a la medida de las necesidades de los jóvenes emprendedores. Estos académicos también proponen que a través del mencionado soporte se puedan mejorar los proyectos empresariales de los jóvenes, ya que la gran mayoría de estos individuos crean empresa por necesidad y muchas veces carecen de buenos proyectos empresariales que les permitan desarrollar óptimamente sus habilidades, contribuir mejor al crecimiento económico y a la generación de empleo.

Por otra parte, con relación a los informes u estudios sobre jóvenes emprendedores en España, elaborados por instituciones u organismos públicos o privados de índole nacional e internacional, se destacan dos grandes grupos: primero, los relacionados con planes de acción y políticas (Confederación AJE, 2000; OECD, 2001; Blasco de las Heras, 2012); y segundo, los de tipo académico como lo es el *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) España (Coduras et al., 2013).

Con respecto al primer tipo de informe, estos señalan en cuanto al perfil del joven empresario en España que su edad promedio es de treinta años, en su mayoría son hombres y solteros. Además, en líneas generales, son personas cualificadas y que sólo la minoría antes de crear la empresa están en el paro, es decir que emprenden a partir de estar trabajando por cuenta ajena (Confederación AJE, 2000). Según esta confederación, la mayoría de estos jóvenes son cercanos a un ambiente empresarial (amigos, compañeros o familiares empresarios) y en cuanto al tipo de negocio que crean centran su actividad en el sector servicios. De igual forma, indican que una gran dificultad de estos jóvenes emprendedores es la financiación. Lo anterior, es corroborado por un estudio de la OECD (2001), que indica que en España el acceso a préstamos por parte de los jóvenes es una fuerte dificultad para que estos sean emprendedores. Además, este informe propone que es necesario dar formación específica en creación de empresas y áreas afines, como finanzas o contabilidad, ya que muchos jóvenes en el contexto español carecen de estos conocimientos necesarios para crear y gestionar empresas (Blasco de las Heras, 2012).

En cuanto a los informes académicos generados por GEM-España acerca de jóvenes emprendedores, este estudio mide la tasa de actividad emprendedora (su acrónimo en

inglés es TEA) de la población en general. No obstante, para el caso español ha elaborado algunos capítulos en informes nacionales y regionales dedicados a jóvenes emprendedores (Coduras et al., 2013). De esta forma, según este estudio en la última década en España el emprendimiento por parte de jóvenes se está constituyendo como un mecanismo que permite optimizar el capital humano de esta población y de su contribución en la economía. También el TEA ha sido mayor desde el 2007 al 2012 entre los jóvenes españoles en comparación con los no-jóvenes. Por otra parte, en 2012 la proporción de nuevos empresarios en España es mayor en los jóvenes que en los no-jóvenes (Vaillant et al., 2012, Vaillant, 2013).

Este mismo estudio indica en cuanto al perfil del emprendedor joven español, que los hombres continúan dominando la carrera emprendedora. En lo relacionado a los recursos económicos de los jóvenes emprendedores, se nota como los jóvenes no sólo tienen menos acceso a recursos externos de financiación, sino que también tienen una menor capacidad financiera propia que los emprendedores no-jóvenes de España. Sin embargo, y a pesar de tener una situación económica más modesta que la de los emprendedores no-jóvenes, los jóvenes españoles que adoptan una carrera como emprendedor se caracterizan por sus niveles de renta familiar más alta que la del promedio general entre jóvenes en España. Por último, en cuanto a la distribución sectorial de las empresas creadas por los jóvenes españoles, muestran una mayor tendencia hacia empresas de servicios.

Todos estos estudios sobre los jóvenes emprendedores permiten una primera aproximación del tema, donde se destaca que España en los últimos años es uno de los países europeos con mayor tasa de actividad emprendedora juvenil (Coduras et al., 2012). Asimismo muchos universitarios españoles ven en la creación de empresas una posibilidad de desarrollo profesional, pero siguen percibiendo la puesta en marcha de un negocio como algo difícil, sobre todo en lo referido al tema de financiación.

Por otra parte, no se encontraron estudios concretos sobre factores socio-culturales o socio-psicológicos que puedan estar influyendo para que los jóvenes españoles sean más o menos emprendedores, ni se hallaron investigaciones que analicen estos factores teniendo en cuenta el tipo de territorio donde habita la juventud, tampoco se ubicaron estudios que examinen la contribución de los jóvenes emprendedores en el crecimiento económico

regional en España e indiquen qué factores podrían explicar dicha cuestión. De la misma forma, la mayoría de los estudios españoles encontrados enfocan el emprendimiento para jóvenes como una herramienta para sacarlos del paro y no como un instrumento para optimizar su capital humano y para generar crecimiento económico en los territorios; precisamente, a partir de este último enfoque esta tesis pretende generar un aporte tanto para la literatura académica como para lo relacionado con el diseño de políticas públicas.

1.4. ASPECTOS DESCRIPTIVOS DE LOS JÓVENES EN ESPAÑA

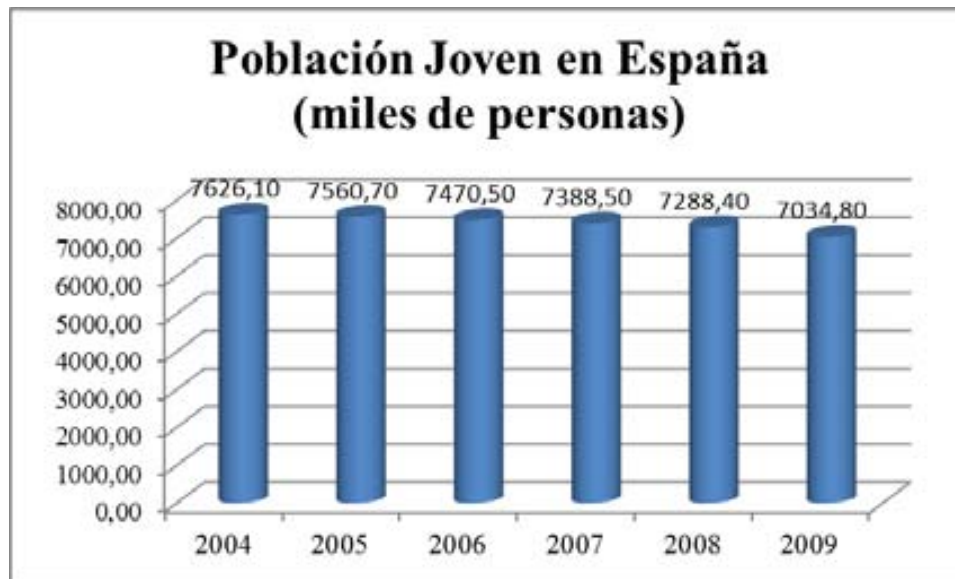
El presente apartado proporciona una descripción estadística sobre el segmento de la población joven en España durante el periodo que comprende esta tesis (2004-2009). A partir de información tomada del INE y del GEM-España se han elaborado las estadísticas que se presentan en este apartado. Los datos referidos a edad provenientes del INE han sido elaborados para individuos entre 18 y 64 años, para poder realizar una comparación entre estas dos fuentes de información, debido a que el GEM sólo incluye personas dentro de ese rango de edad.

De la misma manera, y como se comentó en el apartado 1.2.2., en este estudio se define a los jóvenes bajo un criterio de edad, que comprende a los individuos entre los 18 a los 29 años. Este rango de edad, además de ser avalado por investigaciones sobre jóvenes emprendedores (Xheneti, 2006; Aidis y Van Praag, 2007; Thomas, 2009; Bönthe et al., 2009), también es el rango de edad que la Unión Europea y concretamente el Gobierno de España (INJUVE, 2012) proponen para adultos jóvenes.

1.4.1. Características demográficas de los jóvenes

La población joven en España en el periodo 2004-2009 disminuyó (ver Gráfico 1.1.). De esta manera, en el 2004 las personas entre los 18 y 29 años representaban en el total de la población española el 17,13% y en el 2009 fueron el 14,88% (ver Tabla 1); es decir, una disminución de 591.300 jóvenes (Gráfico 1.1.). Según el Censo de Población y Viviendas de España para el año 2011 (INE, 2012a) la población juvenil se conforma en 51% de hombres y 49% de mujeres.

Gráfico 1.1. Población joven en España (miles de personas)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE.

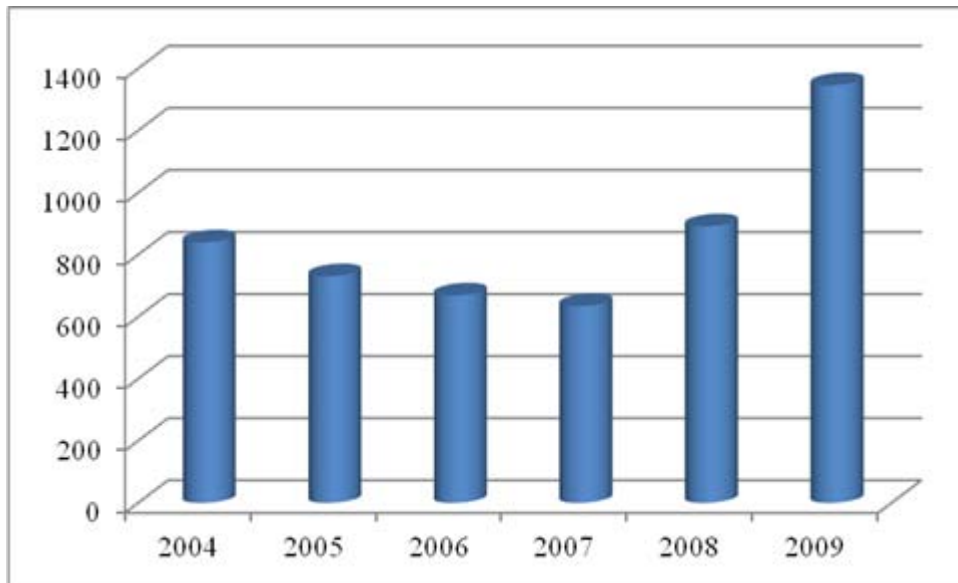
Al mismo tiempo, la tasa de ocupación de los jóvenes en España entre el 2004 y 2007 fue en promedio del 60% (ver Tabla 1.1). No obstante, el desempleo juvenil aumentó entre el 2008 y 2009, dando un fuerte salto del 13,18% al 20% (ver Tabla 1.1. y Gráfico 1.2.).

Tabla 1.1. Jóvenes en España: proporción en la población, tasa de ocupación y nivel de educación

Año	Proporción de jóvenes en el total de la población	Tasa de desempleo juvenil	Tasa de ocupación juvenil	Proporción de jóvenes con estudios primarios	Proporción de jóvenes con estudios secundarios	Proporción de jóvenes con estudios universitarios
2004	0,1713	0,1230	0,5614	0,0848	0,6530	0,2623
2005	0,1670	0,1110	0,5993	0,0802	0,6457	0,2744
2006	0,1625	0,1018	0,6138	0,0788	0,6469	0,2744
2007	0,1588	0,0946	0,6195	0,0903	0,6435	0,2666
2008	0,1543	0,1318	0,5918	0,0986	0,6366	0,2647
2009	0,1488	0,1996	0,5134	0,1014	0,6413	0,2574

Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE.

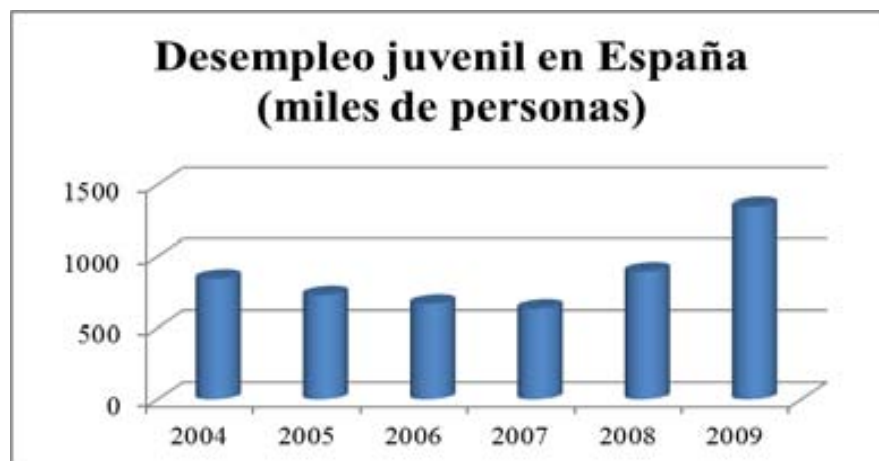
Gráfico 1.2. Desempleo juvenil en España (miles de personas)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE.

Por otra parte, si bien las últimas generaciones de jóvenes españoles han sido las más educadas en la historia de dicho país (INE, 2012a), hay variación del nivel de estudios que esta población presenta en los años que comprende esta tesis (ver Tabla 1.1.). De esta manera, la proporción de jóvenes españoles con estudios universitarios entre el 2004 y 2009 ha sido en promedio del 27%, aunque ha ido disminuyendo ligeramente entre 2006 y 2009 hasta llegar al 26% (ver Tabla 1 y Gráfico 1.3.). Algo similar ha ocurrido con la proporción de jóvenes con estudios secundarios (ver Tabla 1.1).

Gráfico 1.3. Población juvenil española con estudios universitarios (En miles de personas)



Fuente: elaboración propia a partir de datos del INE.

La población española en general es mayoritariamente urbana, una tendencia que se mantiene desde hace más de 45 años con el traspaso continuo de población desde el ámbito rural al urbano. Según el INE (2012a) tan sólo el 13% de la población española es rural (que viven en municipios de menos de 5.000 habitantes). De igual forma, la población joven española es una población urbana, el 53% de los jóvenes entre 15 y 29 años habitan en municipios con una población mayor de 50.000 habitantes (INE, 2012a).

1.4.2. Actividad emprendedora juvenil

En cuanto a la tasa de actividad emprendedora de los jóvenes (TEA juvenil) en España, durante el periodo 2004 a 2009, ha sido en promedio de un 6,7%, muy parecida a la tasa de la población emprendedora en general para el mismo periodo en España (ver Tabla 1.2.). Además, el TEA juvenil fue creciendo desde el año 2005 hasta el año 2007, ya que en los años 2008 y 2009 esta tasa disminuyó. Sobre todo en este último año, el TEA juvenil se redujo a un porcentaje ligeramente menor al que obtuvo en el año 2004 (ver Tabla 1.2.). Al mismo tiempo, la participación de los jóvenes emprendedores en el TEA de España entre 2004 y 2009 ha sido en promedio un 20%, alcanzando su máxima participación en el año 2007 (21,17%) y su mínima participación en el año 2009 (18,26%) (ver Tabla 1.2.).

Tabla 1.2. Tasa de actividad emprendedora general y de los jóvenes en España

Año	TEA	TEA juvenil	Proporción de jóvenes en el TEA
2004	0,0559	0,0650	0,1988
2005	0,0638	0,0587	0,2074
2006	0,0691	0,0695	0,1950
2007	0,0722	0,0849	0,2117
2008	0,0652	0,0707	0,1979
2009	0,0410	0,0534	0,1826
Total	0,0612	0,0670	0,1989

Fuente: elaboración propia a partir de datos de GEM-España.

1.5. LOS ENSAYOS

Como se mencionó en el apartado 1.1 de esta introducción, del objetivo central de esta tesis se desprenden tres objetivos específicos. De esta manera, el contenido de este estudio se estructura en tres ensayos, uno por cada objetivo específico, presentados con estructura de artículo; es decir, cada uno de ellos cuenta con planteamiento del problema, marco teórico e hipótesis, metodología, resultados, discusión y conclusiones.

Tal como se ha indicado, todos los ensayos fueron elaborados a partir de la base de datos GEM-España, pero en el tercer ensayo se utilizaron también datos demográficos y económicos españoles, obtenidos del INE. Por consiguiente, la relevancia de estos tres ensayos radica en el hecho de que analizan y vinculan tres elementos que en la actualidad son determinantes en el desarrollo económico de los países, tal como son los jóvenes, el emprendimiento y el territorio.

En el contexto específico de España, estimular el espíritu emprendedor en los jóvenes es un elemento clave para su desarrollo profesional y personal, contribuir al mismo tiempo con el crecimiento de la economía, a la sostenibilidad de los territorios y plantear una solución al fuerte problema del desempleo que en estos momentos posee esta población. Todo lo anterior es precisamente lo que los resultados y conclusiones de estos ensayos intentan señalar y además que se proponen herramientas que permitan crear programas y políticas más eficientes que estimulen concretamente la actividad emprendedora en los jóvenes españoles

A continuación se presenta una breve reseña de cada uno de los ensayos que conforman esta tesis, indicando la temática y los aportes de cada uno de ellos. Además, se presenta la Figura 1.1 que representa gráficamente cómo se articulan estos ensayos.

1.5.1. Ensayo N° 1: El impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el miedo al fracaso sobre los jóvenes emprendedores

Este primer ensayo analiza la probabilidad que tienen los jóvenes de ser emprendedores. Efectivamente, se confirma para el ámbito español lo que la literatura académica indica con respecto a que los jóvenes son más emprendedores que los no-jóvenes (ver Figura 1.1).

Por otra parte, se corrobora que ciertos factores socio-culturales y la autoconfianza ayudan a explicar por qué este segmento de la población puede ser más emprendedor que otros.

Para el caso de España, el impacto positivo de la autoconfianza para ser emprendedor es mayor en la juventud que en los no-jóvenes; de igual forma, el impacto negativo del miedo al fracaso es menor en los jóvenes.

Lo anterior permite afirmar el potencial emprendedor de los jóvenes españoles como otra forma válida para que desarrollen su capital humano. Además, en el momento de realizar políticas que estimulen el emprendimiento, este estudio propone diseñar programas específicos para motivar a los jóvenes, ya que este estudio corrobora que ciertos factores determinantes para ser emprendedor no impactan homogéneamente a los jóvenes y al resto de población.

1.5.2. Ensayo N° 2: El impacto diferenciado de los modelos de referencia y el estigma social al fracaso sobre la actividad emprendedora de jóvenes rurales

El interés del segundo ensayo radica en analizar si la probabilidad de que los jóvenes sean emprendedores (probabilidad que se testó en el primer ensayo) aumenta o disminuye dependiendo el lugar donde habitan (ver Figura 1.1). Es decir, se agrega una variable más en el análisis, el territorio, haciendo la distinción entre las áreas urbanas y rurales. Efectivamente, se comprueba en este estudio que el territorio impacta la probabilidad de ser emprendedor de la población joven. Los jóvenes urbanos españoles tienden a ser más emprendedores que los jóvenes rurales.

De igual manera que en el primer ensayo, en este segundo se pueden explicar estas diferencias de actividad emprendedora entre los jóvenes urbanos y rurales a través de factores tales como los modelos de referencia y el estigma social al fracaso. El primero impacta positivamente más a los jóvenes urbanos; y con el segundo no se encontró diferencias significativas entre los jóvenes rurales y urbanos.

De esta forma, si bien se necesita diseñar políticas específicas para estimular a los jóvenes para ser emprendedores, estas políticas también deben ser específicas dependiendo el lugar donde habita la juventud, ya que este ensayo corrobora que estos factores determinantes para estimular la actividad emprendedora no impactan de igual forma a los jóvenes que viven espacios urbanos que aquellos que lo hacen en zonas rurales.

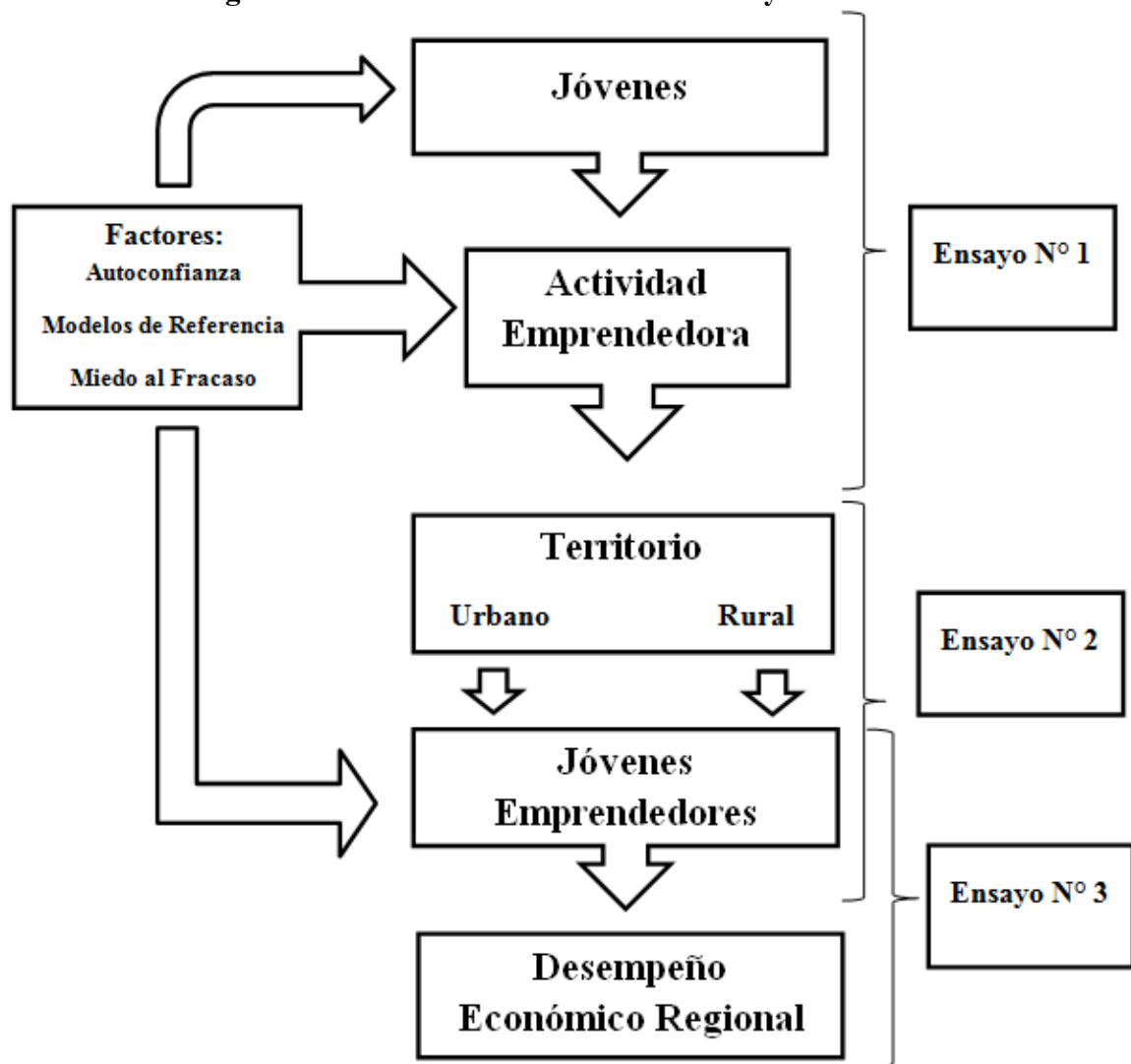
1.5.3. Ensayo N° 3: El impacto de la actividad emprendedora juvenil en el desempeño económico regional

Después de los dos primeros ensayos, donde se estudia si ser joven en España aumenta la probabilidad de ser emprendedor, observando los territorios donde la juventud tiene mayor propensión emprendedora y los factores que ayudan a explicar dicho fenómeno, el tercer y último de los ensayos intenta analizar si el emprendimiento contribuye en el desempeño económico regional en España y cuál es la contribución de los jóvenes emprendedores en él (ver Figura 1.1).

Este ensayo encuentra que la actividad emprendedora de España sí contribuye al crecimiento de su PIB per cápita, pero no son los jóvenes emprendedores los que más jalonan este desempeño económico, son los emprendedores no-jóvenes. Esto es explicado a través de las diferencias regionales existentes en el impacto de factores tales como la autoconfianza, los modelos de referencia, y el estigma social al fracaso sobre los jóvenes y no-jóvenes emprendedores. De esta manera, el ensayo indica que el nivel de autoconfianza en las habilidades emprendedoras de la población de un territorio tanto como la proporción de modelos de referencia emprendedores aumentan positiva y significativamente los niveles de actividad emprendedora en ese territorio y consecuentemente contribuye al crecimiento del PIB per cápita, a diferencia del estigma social a fracaso que impacta negativamente la actividad emprendedora de un territorio y por ende en su desempeño económico.

Con respecto a las implicaciones de estos hallazgos, este estudio propone el diseño de programas específicos que estimulen el emprendimiento en jóvenes ubicados en territorios donde las empresas podrían generar un mayor impacto económico, tales como son las áreas rurales remotas de España, que poseen menor actividad emprendedora juvenil.

Figura 1.1. Estructuración de los tres ensayos de la tesis



CAPÍTULO 2

ENSAYO 1

EI IMPACTO DIFERENCIADO DE LA AUTOCONFIANZA, LOS MODELOS DE REFERENCIA Y EL MIEDO AL FRACASO SOBRE LOS JÓVENES EMPRENDEDORES

2. ENSAYO 1: EL IMPACTO DIFERENCIADO DE LA AUTOCONFIANZA, LOS MODELOS DE REFERENCIA Y EL MIEDO AL FRACASO SOBRE LOS JÓVENES EMPRENDEDORES

Resumen: El objetivo principal de este trabajo es determinar el efecto que algunas variables, tales como la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras, los modelos de referencia y el estigma social al fracaso, ejercen sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España. Con tal finalidad, se realiza un modelo de regresión logística para eventos extraños, utilizando la base de datos GEM-España de 2009 con una muestra de 24.099 adultos. Algunos de los resultados más importantes indican que los jóvenes son más emprendedores que las personas mayores y que además el impacto de determinados factores socio-culturales es diferente en el caso de los jóvenes españoles.

Abstract: The main objective of this study is to determine the effect of certain variables such as entrepreneurial self-confidence, role models and the fear of failure on the entrepreneurial activity of Spanish youths. This was achieved by applying a rare events logistic regression using the Spanish GEM database for 2009 that includes a sample of 24,099 adults. Some of the most important results indicate that young people are more entrepreneurial in comparison to older individuals. The results also show that the impact of certain entrepreneurially determinant socio-cultural factors differs in the case of Spanish youths.

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cada sistema económico que ha imperado en la sociedad occidental ha sentado sus bases en agentes productivos específicos o primordiales, a partir de los cuales han generado su riqueza (Smith, 2009). En el caso del capitalismo, el agente económico en el que se centra para desarrollar el capital son las empresas. Es decir, en éstas está la riqueza de las naciones actuales, en términos de Smith (2009).

En ese sentido, es común pensar que el crecimiento económico de las naciones se basa principalmente en el dinamismo de las grandes empresas. No obstante, Birch (1979) en la década de 1980 fue uno de los primeros en demostrar la gran influencia que tienen las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en la economía mundial. En la actualidad muchos estudios continúan demostrando que las PYMES son catalizadoras del desarrollo económico y social (Busenitz *et al.*, 2000; Wennekers *et al.*, 2005; entre otros).

De esta forma, esta dinámica relacionada con la creación de empresas y que tuvo lugar en las últimas décadas ha sido definida por instancias gubernamentales y académicas a nivel mundial como un fenómeno emprendedor. Ello ha despertado en los académicos el interés por estudiar a los actores principales de la actividad emprendedora, los emprendedores, pero también la diversidad de los factores económicos, políticos y socio-culturales que influyen en dicho proceso. Esto es debido a que se cree que intentando controlar dichos agentes será posible formular políticas y estrategias más eficientes para seguir fomentando la creación de nuevas empresas.

Desde una óptica general, las investigaciones en el campo del emprendimiento se han constituido principalmente en tres grandes ramas: la económica (Audretsch y Keilbach, 2004; Wennekers *et al.*, 2005), la psicológica (McClelland, 1961; Stewarth *et al.*, 1999) y la socio-cultural (Shapero y Sokol, 1982; Busenitz *et al.*, 2000). Dentro de estos dos últimos enfoques, que proponen que el emprendedor está influenciado por sus percepciones y por su entorno socio-cultural, un gran número de estudios vienen demostrando que estas perspectivas son especialmente apropiadas para analizar el emprendimiento (North, 1990; Gnyawali y Fogel, 1994; Baron, 2000; Wilson *et al.*, 2007).

De esta forma, y con respecto a los factores socio-culturales, autores como Shapero y Sokol (1982) y Krueger (1993) han afirmado que el rol de empresarios exitosos puede influir en la decisión de otros individuos cercanos para convertirse en emprendedores. Busenitz et al. (2000) consideran la tolerancia social al fracaso como otra variable socio-cultural que afecta la decisión de involucrarse en actividades emprendedoras. Krueger y Brazeal (1994), Busenitz et al. (2000), Arenius y Minniti (2004), y más recientemente Hogarth y Karelaia (2012), proponen que la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras llega a ser un factor psicológico crucial para crear una nueva empresa (Van Praag y Cramer, 2001; McGee et al., 2009). De la misma manera, los anteriores factores socio-culturales y psicológicos han sido destacados por la Comisión Europea como claves para desarrollar la propensión empresarial en los territorios (European Commission, 2003, 2004).

Dichos factores se han aplicado al análisis de los emprendedores a nivel general y en diferentes contextos, demostrando lo determinante que son en el proceso emprendedor. No obstante, diversas investigaciones han comprobado que dichas variables no influyen de forma homogénea sobre todos los segmentos de la población emprendedora. Es decir, el género (Carter et al., 2001; Delmar y Holmquist, 2004), al igual que ser extranjero (Levie, 2007; Mancilla et al., 2010), entre otras situaciones, producen efectos diferentes sobre los emprendedores.

Es por ello que en los últimos años diversos segmentos de la población emprendedora vienen ganando terreno en el ámbito académico, entre los que se destacan los jóvenes emprendedores. Eso demuestra el número creciente de trabajos que abordan dicho tema desde diferentes perspectivas (Scherer *et al.*, 1989; Bonnett y Furnhan, 1991; Blanchflower y Meyer, 1994; Honjo, 2004; Levesque y Minniti, 2006; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009; Hofer y Delaney, 2010; Lanero et al., 2011; Kirton, 2012). No obstante, la preocupación académica por este tema también viene dada en parte por el fenómeno emprendedor que vienen generando los jóvenes a nivel mundial. En los últimos años, según algunos autores, el desempleo juvenil que presentan muchos países ha llevado a los jóvenes a ver en el emprendimiento una posibilidad de autoempleo e independencia (Blanchflower y Andrew, 1998). Una muestra del problema la presenta Europa, donde ha

presentado para el primer semestre de 2013 una tasa de desempleo juvenil del 24% (Eurofound, 2013) y en el caso por ejemplo de España del 56,7% (INE, 2013).

Precisamente España se ha constituido como un caso muy especial en el tema de jóvenes emprendedores. Esto es debido a sus escandalosos problemas de desempleo, que a la vez se mezclan con su alta tasa de creación de empresas. La economía española ha destruido más de cuatro millones de empleos durante la reciente crisis económica (2008-2013) (INE, 2013). Por tramos de edad, dicha cantidad, según el INE (2013), ha perjudicado principalmente a los menores de 30 años. De la misma forma, la tasa de actividad emprendedora ha sido mayor entre los jóvenes españoles en comparación a los no-jóvenes durante el periodo comprendido entre el 2007 al 2012 (Vaillant et al., 2012, 2013). Además, España posee en Europa una de las mayores proporciones de creación de empresas efectuada por jóvenes (Coduras et al., 2012).

A partir de lo anterior, este trabajo se plantea como objetivo principal determinar si algunas variables tales como la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras, los modelos de referencia y el estigma social al fracaso influyen de forma diferenciada el proceso emprendedor de jóvenes en España. Por otra parte, este estudio se estructura de la siguiente forma: en la sección dos se presenta el marco teórico y la construcción de hipótesis, en la sección tres se exponen los datos y la metodología, la discusión de los principales resultados se detalla en la sección cuatro y, finalmente, en la sección cinco se ofrecen las conclusiones e implicaciones.

2.2. MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS

2.2.1. Jóvenes emprendedores

En la actualidad y en muchos países la carencia de oportunidades laborales para jóvenes ha llevado a que éstos conciban la creación de empresas como una vía alterna para suplir sus necesidades de trabajo y desarrollo profesional (Blanchflower y Andrew, 1998). Pero a la vez, el creciente capital humano de los jóvenes les da un mayor espectro de alternativas así como una mejor capacidad de identificación y explotación de oportunidades de negocio (Haynie *et al.*, 2009).

Por otra parte, en la incipiente literatura científica con relación a los jóvenes emprendedores, ha sobresalido la discusión que desde diferentes perspectivas ha comparado su actividad emprendedora con la del resto de emprendedores, resultando que existe una tendencia que indica que son los jóvenes los que tienen mayor probabilidad de ser emprendedores (Bonnett y Furnham, 1991; Honjo, 2004; Levesque y Minniti, 2006). Pasando sucintamente a estos estudios, se destaca el trabajo de Honjo (2004), que propone que la capacidad de aprendizaje y de cambio que las personas jóvenes poseen para asumir retos empresariales es mucho mayor que en personas de mayor edad. De igual forma, los individuos a medida que aumentan de edad menos desean abrir una nueva empresa porque su tolerancia al riesgo disminuye con los años (Levesque y Minniti, 2006). Es decir, para Levesque y Minniti (2006), entre más jóvenes más capacidad para tomar riesgos y por ende más probabilidad de ser emprendedores.

De la misma forma, la situación socio-económica desde hace décadas ha llevado a que sean las personas jóvenes (menores de 30 años) las que posean menores costes de oportunidad para crear empresas (Amit *et al.*, 1995). Esto es debido a que los jóvenes suelen tener muchas menos responsabilidades de tipo familiar o personales que las personas mayores de 30 años. Además si un joven fracasara en el intento de ser emprendedor todavía posee edad para buscar trabajo asalariado o reorientar su vida laboral, a diferencia de las personas mayores que no les queda fácil encontrar trabajo después de cierta edad (Rojas y Siga, 2009). Esa situación de que los costes de oportunidad para crear empresas son menores en los jóvenes implica al mismo tiempo que su tolerancia al riesgo sea mayor (Levesque y Minniti, 2006) y por ende posean menor miedo al fracaso (Bonnett y Furnham, 1991) que les permita desarrollar sus actitudes emprendedoras. Por lo tanto, a partir de esta última deducción se formula la siguiente hipótesis:

H1: Los jóvenes tienen mayor probabilidad de estar involucrados en actividades emprendedoras que el resto de la población.

2.2.2. Autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras

La autoconfianza es el constructo central de la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977a, 1982). En esta teoría dicho concepto es definido como la creencia de un individuo en su capacidad personal para organizar y ejecutar un trabajo o una serie específica de

tareas, necesarias para alcanzar ciertos objetivos o resultados propuestos (Bandura, 1977a). La autoconfianza se adquiere gradualmente mediante el desarrollo de complejos cognitivos, sociales, lingüísticos y/o habilidades físicas que se obtienen a través de la experiencia (Bandura, 1982).

Es muy importante entender que la autoconfianza en estos términos no se refiere a las habilidades objetivas que una persona tiene, sino a las percepciones que este individuo cree de lo que puede hacer con sus capacidades o una en especial. Markham et al. (2002) han observado que las personas están motivadas a lo largo de sus vidas por la autoconfianza percibida más que por la capacidad objetiva y que tales percepciones afectan profundamente a sus estados afectivos y comportamientos. Recientemente, Hogarth y Karelaia (2012) modelan la autoconfianza como un factor crítico en el proceso de toma de decisiones emprendedoras y concluyen que la autoconfianza en las habilidades emprendedoras tiene un efecto tanto positivo (a través del aprovechamiento de oportunidades de negocio) como negativo (debido a la sobre-valoración de capacidades individuales) a la hora de valorar la decisión individual de iniciar cualquier actividad emprendedora.

La autoconfianza ha sido relacionada teórica y empíricamente con el fenómeno del proceso emprendedor, tal como un factor psicológico que estimula a las personas a ser emprendedoras (Schultz, 1980; Bird, 1988; Krueger y Brazeal, 1994; Chen et al., 1998; Van Praag y Cramer, 2001; McGee et al., 2009) y acciones empresariales en general (De Noble et al., 1999). La evidencia proporcionada por los estudios empíricos ha demostrado que la confianza percibida en la propensión para actuar explica más de la mitad de la varianza en las intenciones emprendedoras (Krueger y Brazeal, 1994). Algunos autores afirman que un individuo toma la decisión de ser empresario dependiendo de la evaluación que él o ella haga de sus habilidades (Van Praag y Cramer, 2001; Arenius y Minniti, 2004). Conforme a lo expuesto hasta ahora, se puede proponer la siguiente hipótesis:

H2a: La autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras aumentan la probabilidad de que un individuo esté involucrado en una actividad emprendedora.

Por otra parte, algunas investigaciones han comprobado que el factor de la autoconfianza no influye de forma homogénea en todos los individuos. Por ejemplo, se han encontrado diferencias entre desiguales estilos cognitivos o psicológicos de las personas (Kickul et al., 2009), de edades (De Noble et. al., 1999) y de género (Wilson et al., 2007; Driga et al., 2009), entre otros. Con relación a la edad, no es un secreto que en las últimas décadas la nueva generación de jóvenes se ha venido formando profesionalmente más que las personas de generaciones pasadas, lo que le ha permitido a la juventud mayor confianza para asumir y crear sus propias empresas (Honjo, 2004).

De igual forma, con respecto a las características psicológicas, algunos autores han planteado que los individuos que poseen un mayor locus de control interno¹ poseen mayor percepción de la autoconfianza y por ende aumenta la probabilidad de iniciar una empresa (Evans y Leighton, 1989; Wilson et al., 2007). Según Bonnett y Furnham (1991), las personas que tienen un mayor locus de control interno son los jóvenes, lo que les permite tener menor miedo y tolerar mejor el fracaso. De ello se puede deducir lo siguiente:

H2b: El efecto positivo de la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras sobre la probabilidad de estar involucrados en actividades emprendedoras es mayor en los jóvenes.

2.2.3. Modelos de referencia

En la década de 1930 Freud descubrió que dentro del proceso de formación de la personalidad de un individuo un factor fundamental es la identificación con otras personas como modelos de referencia (Freud, 1933). Otras explicaciones, como la teoría del aprendizaje social (Bandura, 1977) propone que dentro de los diferentes mecanismos psicológicos de la persona, el observar a otros e identificarse con sus acciones contribuye a que el individuo aprenda y por ende asuma estas acciones para sí mismo y su comportamiento.

¹ Con locus de control Bonnett y Furnham (1991) hacen referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del entorno (locus de control externo). Por lo tanto, según estos autores, un mayor locus de control interno permite desarrollar actitudes emprendedoras.

Relacionando lo anterior con el proceso que lleva a una persona a ser un emprendedor, se puede indicar a través de varios estudios que los modelos de referencia de igual forma se han convertido en un factor influyente en dicho proceso (Shapiro *et al.*, 1978; Speizer, 1981; Scherer *et al.*, 1989; Gnyawali y Fogel, 1994; Krueger y Brazeal, 1994; Walstad y Kourilsky, 1998; Gibson, 2004; Lafuente *et al.*, 2007; Lucas *et al.*, 2009). De la misma manera, la importancia de los modelos de referencia en el proceso emprendedor ha sido destacada en los últimos años por importantes organismos mundiales de tipo económico y político. Así pues, la OECD (2009) y la Comisión Europea (European Commission, 2003) en sus proyectos de estimular el espíritu emprendedor en los jóvenes, reconocen que para ello uno de los pilares de acción que se debe trabajar fuertemente en los países es precisamente la promoción de los modelos de referencia exitosos.

De la misma forma como se refleja la importancia de los modelos de referencia para el emprendimiento en el área económica y política, esto sucede en el ámbito académico. Según Gnyawali y Fogel (1994) los modelos de referencia deben clasificarse como un factor de tipo socio-económico que influencia el proceso emprendedor. Uno de los trabajos que mejor clarifica desde la óptica teórica la forma de entender los modelos de referencia aplicados al emprendimiento es el estudio de Gibson (2004). Según este autor, un modelo de referencia es mucho más que un simple comportamiento a seguir, implica también las construcciones cognitivas ideadas por las personas que construyen su “ideal” posiblemente sobre la base de sus propias necesidades de desarrollo y metas (Gibson, 2004).

Así pues, Scherer *et al.* (1989) en su estudio aceptan la hipótesis de que los individuos con un padre percibido con alto rendimiento tendrán una preferencia significativamente mayor para emprender una carrera empresarial que los individuos con un modelo de referencia percibido con bajo rendimiento o sin ningún modelo a seguir. Vaillant y Lafuente (2007) en otro estudio sustentan a partir de varias hipótesis que existe una relación positiva entre modelos de referencias empresariales y la actividad emprendedora. De acuerdo con la literatura expuesta hasta aquí sobre la influencia de los modelos de referencia en el proceso de ser emprendedor, para el caso de esta investigación se formula la siguiente hipótesis:

H3a: Los individuos que conocen personalmente a un emprendedor tienen una mayor probabilidad de estar involucrados en actividades emprendedoras.

Por otra parte, algunos investigadores afirman que los modelos de referencia influyen más a los individuos jóvenes para ser emprendedores (Murrell, 2003; Lafuente y Vaillant, 2013). No es casualidad estos planteamientos, ya que las teorías psicológicas clásicas sobre los modelos de referencia han propuesto que los jóvenes son más susceptibles de ser influenciados por el ejemplo de otras personas (Freud, 1933; Erikson, 1985). Por lo tanto:

H3b: El efecto positivo de la presencia de modelos de referencia emprendedores sobre la probabilidad de estar involucrados en actividades emprendedoras es mayor en los jóvenes.

2.2.4. Estigma social al fracaso

El miedo al fracaso ha sido identificado por numerosos estudios como otro factor significativo que impacta la actividad emprendedora (Brockhaus, 1980; Herron y Sapienza, 1992; Sitkin y Pablo, 1992; Busenitz *et al.*, 2000). Busenitz *et al.* (2000) y Vaillant y Lafuente (2007) lo caracterizan más concretamente como un factor de tipo socio-cultural capaz de disuadir a las personas de crear empresas. De la misma forma, la Comisión Europea (European Commission, 2003) advierte de que el estigma social del fracaso que deben asumir los emprendedores europeos aumenta los riesgos asociados con el ejercicio de sus actividades empresariales. Dicha entidad ha considerado tan importante la influencia negativa que ejerce tal estigma sobre los emprendedores que es por ello que lo han incluido como uno de los problemas a solucionar dentro del Plan de Acción de la Agenda Europea para el Emprendimiento (European Commission, 2004).

Desde el ámbito académico, Landier (2004) indica que en territorios con altos niveles de estigma social al fracaso empresarial, los individuos tienen menor probabilidad de convertirse en empresarios respecto a las culturas donde existe una mayor tolerancia y aceptación del fracaso empresarial, donde la probabilidad de convertirse en emprendedor es mucho mayor. Para Landier (2004), el miedo al fracaso para los emprendedores es por un lado un estigma o castigo social por no lograr éxito empresarial. Por otra parte, este miedo al fracaso representa una percepción de incertidumbre por arriesgarse a crear una empresa o tomar una decisión en términos económicos para su negocio (Brockhaus, 1980; Herron y Sapienza, 1992; Sitkin y Pablo, 1992; Van Praag y Cramer, 2001).

Así pues, dependiendo del grado de miedo al fracaso del emprendedor lo llevará a tomar la decisión de crear o no la empresa o de generar un cambio o no en su negocio, a partir de lo cual se puede indicar la siguiente hipótesis:

H4a: El estigma social al fracaso disminuye la probabilidad de que un individuo esté involucrado en actividades emprendedoras.

Ahora bien, se ha demostrado que el miedo al fracaso no sólo es diferente entre países y territorios (Saxenian, 1994), sino también en la forma en que impacta a los emprendedores de un mismo lugar (Wagner, 2007; Driga *et al.*, 2009). Es decir, la influencia de este estigma sobre las personas depende de diferentes factores. Uno de los que se destaca es la edad. Investigaciones han encontrado que los individuos también tienen diferentes propensiones de asumir el miedo al fracaso en relación con su ciclo de vida (Levesque y Minniti, 2006). Dentro del grupo de personas emprendedoras, estos autores indican que son los jóvenes los que tienden a verse menos obstaculizados por miedo al fracaso y poseen mayor probabilidad de crear empresas. Una razón del argumento anterior está relacionada con los costes de oportunidad de ser emprendedor. Como ya se hizo referencia, los jóvenes tienen menores costes de oportunidad para crear empresas (Amit *et al.*, 1995). A razón de esto, este estudio propone también la siguiente hipótesis:

H4b: El impacto negativo del estigma social al fracaso sobre la probabilidad de estar involucrado en actividades emprendedoras es menor en los jóvenes.

2.3. METODOLOGÍA

La base de datos que se utiliza para realizar esta investigación es la encuesta a la población adulta (APS) del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de España para el año 2009. GEM es un grupo de investigación centrado en la actividad emprendedora de los países y está en funcionamiento desde 1998. El objetivo principal del GEM es analizar cómo el emprendimiento impacta en el crecimiento económico y para ello realiza mediciones que permiten comparar la actividad emprendedora entre diferentes países (Reynolds *et al.*, 2005). En la actualidad, GEM se ha realizado en más de 70 países (GEM, 2012). Si se desea profundizar más sobre la metodología GEM, se recomienda consultar a Reynolds *et al.* (2005).

La información generada por el GEM ha sido empleada por un gran número de investigadores en todo el mundo desde 1999 (Sternberg y Wennekers, 2005), entre los que se destacan autores que han estudiado algunos factores determinantes del emprendimiento (Thurik, 2003; Wagner, 2004; Wennekers *et al.*, 2005; Driga *et al.*, 2009; entre otros).

De igual forma, cabe resaltar que para el caso de España el GEM posee una muestra aleatoria y representativa de la población de 28.888 entre los 18 y 64 años de edad para el año 2009. Con el fin de asegurar la rigurosidad de este estudio, se eliminaron de la muestra final todas las observaciones de aquellos individuos que no brindaron una respuesta a las preguntas de interés o cuyas respuestas no son válidas (respuestas ‘no sabe’), quedando así una muestra total de 24.099 personas de los cuales 4.079 son jóvenes menores de 30 años.

Con respecto a la definición de las personas jóvenes, el criterio utilizado en esta investigación se basa en la edad. Según varios organismos internacionales tales como la Organización de Naciones Unidas (UN, 2013), la OECD (2010), la Organización Internacional del Trabajo (ILO, 2013) y el Banco Mundial (2013), existe un consenso a la hora de considerar como jóvenes a todas aquellas personas que están entre los 15 y 24 años. Por otro lado, la Unión Europea (European Commission, 2009) y concretamente el Gobierno de España (INJUVE, 2012) comparten el criterio de que las personas jóvenes son aquellas cuya edad se encuentra entre los 15 y 29 años.

En relación a la creación de empresas, muchos académicos han caracterizado precisamente a los jóvenes emprendedores como aquellos individuos que han creado o quieren crear empresas y están en el rango de edad que oscila entre los 18 y 29 años (Scherer *et al.*, 1989; Bonnett y Furnhan, 1991; Blanchflower y Meyer, 1994; Schiller y Crewson, 1997; Walstad y Kourilsk, 1998; Honjo, 2004; Levesque y Minnitti, 2006; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009). De esta forma, y para asegurar el rigor científico, esta investigación adopta dicho criterio para catalogar una persona como joven.

La Tabla 2.1 describe las variables seleccionadas para llevar a cabo esta investigación y la Tabla 2.2 presenta sus correspondientes estadísticos descriptivos. Esta última Tabla muestra los valores medios haciendo la distinción entre personas involucradas e individuos no involucrados en actividades emprendedoras, presentando además el resultado del test de

Kruskal-Wallis². En el modelo de este estudio, y siguiendo autores como Katz (1994), Levesque y Minniti (2006), Vaillant y Lafuente (2007), la edad de los individuos se expresa en términos de años, y esta variable toma valores entre 18 y 64 años. En esta muestra, el promedio de edad entre los emprendedores nacientes españoles (39 años) es significativamente diferente al resto de adultos en la muestra (42 años).

La variable dependiente utilizada en esta investigación es la que GEM denomina como *nascent* (emprendedor naciente) (Reynolds *et al.*, 2005). Esta variable, emprendedor naciente, es dicotómica y toma el valor de uno si la persona en los 12 últimos meses antes de realizar la encuesta estaba activamente involucrado en el proceso de establecer su propia empresa. Cuando no cumple con este requisito, esta variable toma el valor de cero (Reynolds *et al.*, 2005). La variable emprendedor naciente ya ha sido utilizada en varios trabajos, entre los que se destaca Uusitalo (2001), Douglas y Shepard (2002), Wennekers *et al.* (2005), Driga *et al.* (2009). Con respecto a los estadísticos descriptivos presentados en la Tabla 2.2, se observa que las personas involucradas en actividades emprendedoras representan el 2,13% de toda la muestra.

Para contrastar las hipótesis de este trabajo se han seleccionado una serie de variables independientes, también dicotómicas y, como se ha comentado, relacionadas con factores de tipo socio-cultural y la autoconfianza (ver Tabla 2.1). Esta última variable ha sido planteada por varios estudios como un factor determinante a la hora de explicar la creación de empresas (Schultz, 1980; Bird, 1988; Krueger y Brazeal, 1994; Herron y Sapienza, 1992; Van Praag y Cramer, 2001; McGee *et al.*, 2009).

Esta variable, autoconfianza, toma el valor de uno cuando la persona ha declarado que percibe autoconfianza para crear una empresa, y se le asigna el valor de cero cuando una persona declaró lo contrario. La Tabla 2.2 muestra que la proporción de emprendedores nacientes españoles que perciben autoconfianza en sus habilidades emprendedoras es significativamente mayor (93,57%), comparado con la proporción mostrada por las personas que no están involucradas en actividades emprendedoras (50,20%).

² Test no paramétrico que permite determinar si los grupos que tiene una variable poseen una característica significativamente diferente. A diferencia de la prueba ANOVA no requiere que los grupos presenten una distribución normal ni homocedasticidad. Es decir, Kruskal-Wallis se utiliza para determinar la significación estadística de la varianza de las medias de una sub-muestra (Green, 2003).

Tabla 2.1. Descripción de las variables seleccionadas

Nombre de la variable	Tipo de variable	Función de la variable en el modelo	Codificación de las variables dicotómicas
Emprendedor naciente	Dicotómica	Dependiente	1= La persona declaró que en los 12 últimos meses antes de realizar la encuesta estuvo activamente involucrada en el proceso de establecer su propia empresa. 0 = No cumple con el anterior requisito.
Género	Dicotómica	Independiente (Control)	1= Hombre 0= Mujer
Edad	Cuantitativa	Independiente y para efectos de interacción	Expresada en años
Estudios primarios	Dicotómica	Independiente (Control)	1= La persona cursó estudios primarios. 0= La persona no posee este nivel de estudios.
Estudios secundarios	Dicotómica	Independiente (Control)	1= La persona cursó estudios secundarios. 0= La persona no posee este nivel de estudios.
Estudios post-secundarios	Dicotómica	Independiente (Control)	1= La persona cursó estudios post-secundarios. 0= La persona no posee este nivel de estudios.
Autoconfianza	Dicotómica	Independiente	1= Cuando la persona ha declarado que percibe autoconfianza para crear una empresa. 0 = Cuando la persona declaró lo contrario.
Modelos de referencia	Dicotómica	Independiente	1= Cuando la persona ha afirmado conocer personalmente a un emprendedor que ha creado una empresa en los dos últimos años. 0 = Cuando la persona declaró lo contrario.
Estigma social al fracaso	Dicotómica	Independiente	1= Cuando la persona afirma que el estigma social al fracaso es un impedimento para crear una empresa. 0= Cuando la persona declaró lo contrario.

De la misma forma, los modelos de referencia han sido utilizados por muchos académicos como una de las variables que explica la creación de empresas (Shapiro *et al.*, 1978; Speizer, 1981; Scherer *et al.*, 1989; Gnyawali y Fogel, 1994; Krueger y Brazeal, 1994; Walstad y Kourilsky, 1998; Gibson, 2004; Lucas *et al.*, 2009). La variable asociada a este factor socio-cultural, modelos de referencia, toma el valor de uno para aquellas personas que han afirmado conocer personalmente a un emprendedor que ha creado una empresa en los dos últimos años. Para la muestra empleada en este estudio, se observa cómo la proporción de emprendedores nacientes españoles que conocen un emprendedor (60,11%) es significativamente mayor que la proporción mostrada por los individuos no involucrados en actividades emprendedoras (31,19%) (Tabla 2.2).

Tabla 2.2. Estadísticos descriptivos para las variables seleccionadas

	Emprendedor naciente	No-emprendedor naciente	Total	K-Wallis (chi-square)
Género (1 para hombre)	0,6147 (0,4871)	0,5024 (0,5000)	0,5048 (0,4999)	25,3796 ***
Edad (años)	35,933 (10,4112)	42,6129 (12,2195)	42,5484 (12,1913)	38,5001 ***
Estudios primarios	0,2217 (0,4158)	0,3481 (0,4763)	0,3454 (0,4755)	35,4954 ***
Estudios secundarios	0,1789 (0,3837)	0,1771 (0,3817)	0,1771 (0,3817)	0,0122
Estudios Post-secundarios	0,5992 (0,4905)	0,4747 (0,4993)	0,4774 (0,4995)	31,2151 ***
Autoconfianza	0,9357 (0,2453)	0,5020 (0,5000)	0,5112 (0,4998)	378,7990 ***
Modelos de referencia	0,6011 (0,4901)	0,3119 (0,4633)	0,3181 (0,4657)	193,9227 ***
Estigma social al fracaso	0,2762 (0,4475)	0,5179 (0,4996)	0,5127 (0,4998)	117,5698 ***
Observaciones	514	23.585	24.099	24.099

Desviación estándar aparece en paréntesis. *, **, *** indica significancia al 10%, 5% y 1%, respectivamente (Test de Kruskal-Wallis).

El estigma social al fracaso (miedo al fracaso) ha sido otro factor propuesto por varios estudios como uno de los determinantes para ser emprendedor (Brockhaus, 1980; Herron y Sapienza, 1992; Sitkin y Pablo, 1992; Busenitz *et al.*, 2000; Van Praag y Cramer, 2001; Landier, 2004; Wagner, 2007). Para efectos del estudio, esta variable dicotómica toma el valor de uno si la persona afirma que el estigma social al fracaso es un impedimento para crear una empresa. La Tabla 2.2 muestra que la proporción de emprendedores nacientes españoles (27,62%) que valoran el estigma social al fracaso como un impedimento al emprendimiento es significativamente menor que la proporción observada en el grupo de españoles que no están involucrados en actividades emprendedoras (51,79%).

Además de las variables antes mencionadas, se han considerado dos variables de control para el análisis empírico. Estas variables han sido empleadas y reconocidas como factores que ayudan a explicar parte de la varianza de la creación de empresas. Trabajos como Lafuente *et al.* (2007) y Driga *et al.* (2009) han utilizado la variable género, la cual toma el valor de uno para hombre y cero para mujer. Los estadísticos descriptivos indican que los hombres españoles (61,47%) son significativamente más emprendedores que las mujeres españolas (Tabla 2.2).

Krueger (1993), entre otros, señalan la importancia que tiene la educación entre los emprendedores. Para crear la variable educación se han considerado tres categorías (variables dicotómicas): 1) estudios primarios, 2) estudios secundarios (bachillerato) y 3) estudios de post-secundaria, que incluye las personas que han hecho cursos específicos sin diplomas, diplomaturas, carreras universitarias y estudios de post grado. Para cada individuo, estas variables toman el valor de uno para indicar el correspondiente nivel de estudios y el valor cero cuando no tienen dicho nivel. Entre estos tres niveles de educación se destaca en la muestra de esta investigación los resultados obtenidos por el nivel de post-secundaria.

En la Tabla 2.2 se puede indicar que la proporción de individuos con educación postsecundaria es significativamente mayor entre los emprendedores nacientes (59,92%), respecto al grupo de individuos que no están involucrados en actividades emprendedoras (47,47%).

En lo concerniente al método estadístico empleado en este trabajo para contrastar las hipótesis, se debe tener en cuenta que un individuo se convertirá en emprendedor si el total de los factores (variables) que consideramos en la presente investigación resulta en una decisión positiva (emprendedor). De esta manera, el llegar a ser un emprendedor naciente puede ser entendido en un modelo de elección binaria. Así, para determinar e identificar las características que afectan a la probabilidad de que una persona sea emprendedora, podemos hacer uso de un modelo de regresión Logit estimado. En nuestro caso, la probabilidad de emprendimiento $\Pr Y_i = 1 = \hat{p}_i$ se entiende como una función del grupo de variables independientes antes presentado X_i , donde \hat{p}_i se expresa como $\hat{p}_i = \frac{e^{X_i \hat{\beta}_j}}{1 + e^{X_i \hat{\beta}_j}}$, y los parámetros $\hat{\beta}_j$ se estiman por el método de máximo verosimilitud (Greene, 2003).

Sin embargo, como ya se indicó en la Tabla 2.2 (columna 1), dentro de la muestra total los emprendedores nacientes representan tan sólo el 2,13%. Es decir, es posible considerar a un emprendedor naciente como un evento extraño.

La aplicación de un modelo Logit en muestras donde la proporción de eventos de interés en la variable de pendiente es muy reducida (casos positivos), como es el caso de la muestra de este estudio, puede conducir a resultados sesgados dada la subestimación de los parámetros estimados (King y Zeng 1999, 1999a). Estos autores desarrollaron un método que permite estimar modelos Logit ajustados a la presencia de eventos extraños. El procedimiento, que se denomina *rare events logit model* (modelo logit ajustado para eventos extraños), se basa en el modelo Logit tradicional, pero usa un estimador que genera un término de corrección en los coeficientes (King y Zeng 1999, pág. 149). La evidencia empírica en el ámbito empresarial que han aplicado esta metodología se puede encontrar en Wagner (2004), Lafuente *et al.* (2007), Vaillant y Lafuente (2007), y Driga *et al.* (2009).

Los parámetros estimados desde el modelo Logit para eventos extraños sólo indican la dirección de los efectos de cada variable independiente sobre la probabilidad de respuesta. Si queremos un mejor entendimiento de los resultados, es necesario calcular la primera diferencia, la cual es el cambio en la probabilidad del evento de interés como resultado de un cambio específico en una variable independiente manteniendo el resto de las variables constantes en sus medias muestrales, esto es, $\hat{\Delta}_x = \Pr(Y = 1|X = 1) - \Pr(Y = 1|X = 0)$, para el caso de variables dicotómicas.

A diferencia de los modelos lineales, la primera diferencia para el efecto de interacción en modelos no lineales no es igual al efecto marginal derivado del cambio en el término de interacción, sino que éste resulta del cambio en ambas variables independientes. Además, en el caso de la interacción de dos variables ficticias en los modelos no lineales, el efecto de la interacción puede tener signos diferentes para diferentes valores de las covariables. Así, en este caso la estimación de parámetros del término de interacción no necesariamente indica el signo del efecto de la interacción.

Teniendo en cuenta que en este trabajo se reflexiona sobre la influencia de factores socio-culturales en la decisión de los jóvenes de ser emprendedores, una estimación del efecto directo marginal del término de interacción proporcionará resultados engañosos. Por lo tanto, para corroborar este marco e identificar las características que hacen que los

individuos se an más propensos a convertirse en nuevos empresarios, se ha ce uso de l enfoque metodológico propuesto por Ai y Norton (2003). A través de este procedimiento se obtienen efectos de interacción robustos para las variables de interés, donde para el caso de dos variables dicotómicas x_1, x_2 , el cambio en la probabilidad predicha de convertirse en emprendedor naciente resulta de la doble diferencia discreta con respecto a x_1 y x_2 ,

$$\text{i.e., } \hat{\alpha}_{x_1, x_2} = \frac{\Delta^2 F(X)}{\Delta x_1 \Delta x_2}, \text{ donde } X = x_1, x_2.$$

Para c omprobar si las variables independientes seleccionadas tienen una influe ncia diferenciada en los emprendedores nacientes jó venes se e mpleará el sig uiente modelo (ecuación [1]):

Emprendedor

$$\begin{aligned} \text{naciente}_i = & \hat{\alpha}_0 + \hat{\alpha}_1 \text{Variables de control}_i + \hat{\alpha}_2 \text{Edad}_i \\ & + \hat{\alpha}_3 \text{Autoconfianza}_i + \hat{\alpha}_{23} \text{Edad}_i \times \text{Autoconfianza}_i \\ & + \hat{\alpha}_4 \text{Modelos de referencia}_i + \hat{\alpha}_{24} \text{Edad}_i \times \text{Modelos de referencia}_i \\ & + \hat{\alpha}_5 \text{Miedo al fracaso}_i + \hat{\alpha}_{25} \text{Edad}_i \times \text{Miedo al fracaso}_i + \epsilon_i \end{aligned} \quad [1]$$

En la ecuación [1] las variables de control corresponden con el perfil del emprendedor, es decir, el género y la e ducación. En términos de las hipótesis, se e spera que $\hat{\alpha}_2 < 0$, indicando que a más edad menor es la probabilidad de convertirse en emprendedor (**H1**). De a cuerdo con la ecuación [1], tenemos en cuenta los tér minos de interacción para detectar el efecto diferenciado de la edad sobre las variables socio-culturales seleccionadas. Como se se ñalaba en el marco teó rico, se e spera que la autoconfianza ejerza un efecto positivo sobre el emprendedor naciente (**H2a**: $\hat{\alpha}_3 > 0$), siendo este efecto más fuerte para los jóvenes que para los no-jóvenes (**H2b**: $\hat{\alpha}_{23} < 0$).

Del mismo modo, se espera que $\hat{\alpha}_4 + \hat{\alpha}_{24} < \hat{\alpha}_4$ y $\hat{\alpha}_4 > 0$, indicando que la presencia de modelos de re ferencia tiene un im pacto positivo sobre el emprendedor naciente (**H3a**) pero, sin embargo, esta relación es más fuerte para los jóvenes emprendedores (**H3b**).

También, se cree que el miedo al fracaso empresarial es un obstáculo importante para el emprendedor naciente (**H4a**: $\hat{\beta}_5 < 0$), especialmente para los jóvenes (**H4b**: $\hat{\beta}_{15} < \hat{\beta}_5$).

Por último, también se calcula la proporción de observaciones clasificadas correctamente (previstas) como una medida adicional de bondad de ajuste. Esto se hace para la muestra completa, tanto para las observaciones de los emprendedores nacientes (adoptantes) como los que no lo son (no adoptantes).

2.4. RESULTADOS

La Tabla 2.3 muestra los resultados del modelo Logit para eventos extraños aplicado a la muestra GEM -España 2009 e empleada e n e sta investi gación. Dicha tabla muestra el resultado de las primeras diferencias estimadas a partir de la ecuación [1] y, en el caso de las variables dicotómicas individuales, estos valores representan el cambio estimado en la probabilidad de ser emprendedor en las cuatro estimaciones de finidas para este capítulo, esto es, $\hat{\beta}_x = \Pr Y = 1|X = 1 - \Pr Y = 1|X = 0$. En el caso de los términos de interacción entre la edad del individuo y la exposición a los factores socio-culturales analizados la estimación del cambio en la probabilidad de ser emprendedor surge a partir

de aplicar el procedimiento propuesto por Ai y Norton (2003): $\hat{\beta}_{x_1, x_2} = \frac{\Delta^2 F_{X, \hat{\beta}}}{\Delta x_1 \Delta x_2}$.

En el caso de la variable edad, se debe destacar que ésta aparece expresada en años cumplidos en los distintos modelos, y para poder realizar la interpretación directa del efecto marginal para esta variable se debe estimar $\hat{\beta}_x$ teniendo en cuenta un intervalo de edad de terminado (Greene, 2003). Por ello, en este punto es importante describir la estrategia adoptada para interpretar los resultados obtenidos para la variable clave de este capítulo (edad del individuo).

En primer lugar, la Tabla 2.3 muestra la estimación del efecto de un cambio en la edad sobre la probabilidad de ser emprendedor. Al evaluar la variable edad de forma individual ($\hat{\beta}_2$), la estimación del efecto marginal de la edad (expresada en años) se realiza a partir de $\hat{\beta}_x = \Pr Y = 1|X_{Edad} = 29 - \Pr Y = 1|X_{Edad} = 18$ en todos los modelos. De

esta forma es posible presentar, a partir de la estimación de un cambio discreto en los límites de edad que demarcan la categoría joven (de 18 a 29 años), el efecto que los cambios en la edad de los jóvenes tiene sobre la probabilidad de ser emprendedor en los distintos modelos. Para efectos ilustrativos, se presenta además el resultado sobre la probabilidad de ser emprendedor de un cambio de edad entre los individuos catalogados como no-jóvenes: $\hat{\alpha}_x = \Pr Y = 1 | X_{Edad} = 64 - \Pr Y = 1 | X_{Edad} = 30$.

En segundo lugar, y para evaluar la robustez de los resultados, se tomaron los resultados de cada especificación en la Tabla 2.3 y estimó el efecto de la edad sobre la probabilidad de ser emprendedor a distintos intervalos de edad. Los resultados mostrados en la Tabla 1a. del Anexo confirman que, en la muestra analizada, la probabilidad de ser emprendedor decrece con respecto a la edad del individuo.³

La primera estimación (Tabla 2.3, columna 1) representa el modelo básico de este trabajo, el cual permite observar si las personas más jóvenes tienen una mayor probabilidad de estar involucrados en actividades emprendedoras (hipótesis **H1**). Los resultados se ajustan a los trabajos de Katz (1994), Vaillant y Lafuente (2007) y Driga *et al.* (2009), y permiten confirmar esta hipótesis, ya que se observa cómo la probabilidad de emprendimiento decrece conforme el individuo cuenta con mayor edad. Así, si comparamos dos individuos con idénticas características pero uno tiene 18 años y el otro 29 años, la probabilidad de que el primer individuo (18 años) esté involucrado es de 0,24 puntos porcentuales mayor que la probabilidad del individuo con 29 años de edad (Tabla 2.3). Además, al comparar dos individuos con idénticas características pero uno con 30 años y el otro con 64 años, se observa como la probabilidad de ser emprendedor de la persona con 30 años de edad es 0,51 puntos porcentuales mayor a la probabilidad de ser emprendedor de las persona de 64

³ Adicionalmente se realizó una estimación introduciendo una variable dicotómica que toma el valor de uno (1) si el individuo es considerado joven (entre 18 y 29 años). Los resultados muestran que la probabilidad de ser emprendedor de un individuo joven es significativamente mayor a la mostrada por un individuo no-joven ($\hat{\alpha}_x = 0,00173$). Sin embargo, este resultado de robustez se mantiene al margen del análisis debido a que: 1) la estimación está sesgada al realizarse bajo el supuesto que el efecto de la edad sobre la probabilidad de ser emprendedor se mantiene homogénea a lo largo de los distintos tramos de edad del individuo (Greene, 2003), y 2) porque un análisis a partir de un modelo que considere la edad exacta del individuo ofrece resultados mucho más ricos en términos de interpretación.

años de edad. Tal y como se muestra en la Tabla 1a. de l Anexo, éste resultado es consistente para diferentes tramos de edad de los individuos que forman la muestra.

Siguiendo con la misma columna de la Tabla 2. 3, los resultados muestran que la probabilidad de ser emprendedor es de 2,54 puntos porcentuales mayor entre aquellos individuos que tienen autoconfianza en sus habilidades empresariales, respecto a la probabilidad de emprendimiento de los individuos que no cuentan con esta autoconfianza. Este resultado es similar al obtenido y va acorde con otras investigaciones, tales como las de Kruger y Brazeal (1994) y Arenius y Minniti (2004), lo que permite confirmar la hipótesis **H2a** que postula que la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras aumenta la probabilidad de que un individuo llegue a ser emprendedor.

La segunda estimación (Tabla 2.3., columna 2) hace referencia al modelo que introduce la interacción entre las variables autoconfianza y edad. El resultado para el efecto de interacción nos indica que la probabilidad de ser emprendedor naciente entre aquellos individuos con autoconfianza de crece con la edad de l individuo $\hat{\gamma}_{23} = -0,00052$. Además, en las Figuras 1a y 1b (Anexo) se observa cómo el efecto de interacción robusto es negativo y significativo para todas las observaciones analizadas, confirmando nuestra hipótesis **H2b**, que indica que el efecto positivo de la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor es mayor en los jóvenes.

En lo concerniente a los modelos de referencia, por una parte los resultados indican que la presencia de modelos de referencia incrementa la probabilidad de involucrarse en actividades emprendedoras. Así, al comparar dos individuos con las mismas características únicamente diferenciados por el conocimiento de un modelo de referencia, se observa cómo la probabilidad de ser emprendedor del individuo que conoce el modelo de referencia es 0,76 puntos porcentuales superior, respecto de la probabilidad del individuo sin dicho modelo de referencia (Tabla 2.3, columna 1) . Este resultado es similar al obtenido por Lafuente et al. (2007) y Vaillant y Lafuente (2007) para España y nos permite confirmar nuestra hipótesis **H3a**, que postula que los individuos que conocen personalmente a un emprendedor tienen una mayor probabilidad de ser emprendedores nacientes.

Tabla 2.3. Modelo Logit para eventos extraños: Primeras diferencias en la probabilidad de ser emprendedor naciente en las diferentes etapas del ciclo de vida del individuo

	(1)	(2)	(3)	(4)
Género (hombre)	0,00145	0,00138	0,00135	0,00139
Edad – Joven (entre 18 y 29 años)	-0,00238 †	-0,00238 †	-0,00407 †	-0,00260 †
Edad – No-Joven (entre 30 y 64 años)	-0,00506 †	-0,00658 †	-0,00631 †	-0,00533 †
Estudios primarios	-0,00224 †	-0,00223 †	-0,00214 †	-0,00219 †
Estudios secundarios	-0,00055	-0,00055	-0,00048	-0,00050
Autoconfianza	0,02539 †	0,02776 †	0,02513 †	0,02554 †
Autoconfianza x Edad		-0,00052 †		
Modelo de referencia	0,00764 †	0,00778 †	0,00146	0,00775 †
Modelo de referencia x Edad			0,00005	
Estigma social al fracaso	-0,00752 †	-0,00768 †	-0,00747 †	-0,00909 †
Estigma social al fracaso x Edad				0,00030 †
Pseudo R2	0,1298	0,1298	0,1304	0,1298
Log likelihood	-2,163,5273	-2,163,5084	-2,161,9130	-2,163,4473
LR (chi2)	392,76 ***	397,69 ***	381,86 ***	399,67 ***
Predicción correcta (Emprendedor)	0,8463	0,8482	0,8405	0,8444
Predicción correcta (No-emprendedor)	0,6358	0,6360	0,6349	0,6399
Predicción correcta (Muestra completa)	0,6403	0,6405	0,6393	0,6443
Observaciones	24.099	24.099	24.099	24.099

La primera diferencia representa el cambio en la probabilidad como resultado de un cambio discreto de cero a uno en la variable independiente, ej.emplo: $\hat{\Delta}_x = \Pr Y = 1 | X = 1 - \Pr Y = 1 | X = 0$. La primera diferencia del término de interacción se estima como el cambio en las dos variables analizadas

x_1, x_2 y se obtiene a partir de $\hat{\Delta}_{x_1, x_2} = \frac{\Delta^2 F_X}{\Delta x_1 \Delta x_2}$, donde $X = x_1, x_2$ (Ai y Norton, 2003). † indica

que la primera diferencia es significativa al 5%, mientras que *** indica que el test de verosimilitud de los modelos analizados es significativo al 1%.

Autores como Scherer *et al.* (1989) y Lafuente y Vaillant (2013) indican que la influencia positiva que los modelos de referencia emprendedores tienen sobre la probabilidad de ser emprendedor es mayor en grupos de personas jóvenes. Sin embargo, la tercera columna en la Ta bla 2.3 muestra q ue no e xiste un componente dife renciador en el efecto que los modelos de referencia tienen sobre la probabilidad de ser emprendedor naciente, lo cual nos lleva a rechazar nuestra hipótesis **H3b**, que indica que el efecto positivo de la presencia de modelos de re ferencia emprendedores sobre la probabilidad de c onvertirse e n emprendedor es mayor en los jóvenes.

Finalmente, la cuarta aplicación de nuestro modelo tiene en consideración el efecto conjunto que el miedo al fracaso y la edad tienen sobre la probabilidad de ser emprendedor naciente. Los resultados indican que el estigma social al fracaso es una importante barrera que limita la actividad emprendedora naciente entre los individuos que forman nuestra muestra (Tabla 2.3, columna 1). Más concretamente, si se comparan dos individuos con las mismas características diferenciados únicamente por el hecho que uno de ellos considera que el estigma social al fracaso puede frenar sus aspiraciones empresariales, se observa cómo la probabilidad de estar involucrado en actividades emprendedoras del individuo que percibe miedo al fracaso es 0,75 puntos porcentuales menor que la probabilidad de l individuo que no percibe miedo al fracaso (Tabla 2.3, columna 1).

Este resultado es consistente con nuestra hipótesis **H4a**, que indica que el estigma social al fracaso disminuye la probabilidad que un individuo se convierta en emprendedor. Al analizar el impacto que tanto el estigma social al fracaso como la edad tienen sobre la probabilidad de ser emprendedor naciente, se observa cómo el efecto de interacción es positivo y significativo $\hat{\alpha}_{25} = 0,00030$ (Tabla 2.3., columna 4). Este resultado implica que el efecto negativo del estigma social al fracaso sobre la probabilidad de crear una empresa aumenta conforme el individuo envejece. En la Figuras 3a y 3b del anexo se observa cómo este efecto es positivo para todas las observaciones dentro de la muestra y cómo el efecto conjunto de estas variables es significativo para la mayoría de las observaciones. Estos resultados nos permiten confirmar nuestra última hipótesis (**H4b**), que postula que el impacto negativo del estigma social al fracaso sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor naciente es menor entre los jóvenes.

2.5. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

La creación de empresas se ha convertido en una vía alterna para que los jóvenes suplan sus necesidades de trabajo y de desarrollo profesional (Blanchflower y Andrew, 1998). Al mismo tiempo, autores como Bonnett y Furnham (1991), Honjo (2004), Levesque y Minniti (2006), entre otros, indican que son los adultos jóvenes los que tienen mayor probabilidad de ser emprendedores. Es decir, la probabilidad de emprendimiento para personas entre los 18 y 64 años decrece conforme la edad del individuo aumenta (Katz, 1994; Vaillant y Lafuente, 2007; Driga *et al.*, 2009).

De acuerdo a lo anterior, este estudio ha intentado identificar si los jóvenes en España poseen mayor probabilidad de crear empresas que el resto de la población, analizando al mismo tiempo algunas variables socio-culturales y socio-psicológica (tales como la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras, los modelos de referencia y el estigma social al fracaso), que han sido identificadas por repetidas investigaciones como determinantes de la creación de empresas e influyen de forma diferenciada este proceso emprendedor de jóvenes en España.

Los resultados de esta investigación se obtuvieron a partir de una muestra tomada de APS-GEM España-2009. Después de haber filtrado todas aquellas observaciones con datos perdidos o incompletos, quedó una muestra total de 24.099 personas, de las cuales 4.079 son jóvenes menores de 30 años y a la cual se le aplicó un modelo *logit* ajustado para eventos extraños.

Para el caso de los jóvenes españoles se puede concluir que efectivamente su probabilidad de ser emprendedores es significativamente mayor que para el resto de la población española. Lo anterior se puede explicar en parte con el análisis de las variables socio-culturales aplicadas a este estudio. Por un lado, se puede indicar que el efecto positivo de la autoconfianza sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor es mayor en los jóvenes españoles. Por otra parte, el efecto negativo del estigma social al fracaso sobre la probabilidad de crear una empresa es menor en estos individuos jóvenes. Con relación a los modelos de referencia, y a diferencia de los autores que indican que el efecto positivo de esta variable sobre la probabilidad de ser emprendedor es mayor en la gente joven, para el caso de la muestra utilizada por esta investigación se encontró que afecta significativamente a toda la muestra, pero no se halló un efecto diferenciado de los modelos de referencia sobre los jóvenes.

Estos resultados tienen dos implicaciones. En primer lugar, que la creación de empresas se ha constituido en España como una alternativa laboral y de desarrollo profesional para los jóvenes. En segundo lugar, que en el proceso que lleva a los jóvenes españoles a convertirse en emprendedores, variables como la autoconfianza y ciertos factores socio-culturales juegan un papel fundamental. Estos resultados generan implicaciones de corte académico y de política de desarrollo. Con respecto al primero, si bien ya se ha

comprobado que las variables antes mencionadas influyen sobre el proceso emprendedor, esta investigación demuestra que algunos de estos factores, tales como la autoconfianza y el estigma social al fracaso, ejercen un efecto diferenciado según el ciclo de vida de las personas. En el caso concreto de este estudio, como ya se ha comentado, repercuten de forma diferente sobre los jóvenes. Por lo tanto, se propone que futuras investigaciones en este campo tengan en cuenta el potencial efecto distintivo de estos factores a la hora de analizar y explicar el comportamiento emprendedor de cualquier segmento de la población.

Respecto a los generadores de políticas públicas o aquellos que organizan proyectos y programas públicos relacionados con estimular el emprendimiento, las implicaciones que resultan de esta investigación son, que si bien se debe seguir creando y apoyando programas para la educación primaria, secundaria y universitaria que desarrollen el espíritu emprendedor, también se deben generar ayudas económicas y asesoramiento a la creación de empresas con énfasis en los individuos jóvenes. No obstante, en dichos programas educativos para estimular el emprendimiento, las autoridades deben ser conscientes de generar actividades que en los jóvenes desarrollen y estimulen la autoconfianza y que el estigma social al fracaso no se convierta como en la población no joven en un obstáculo para crear empresas.

Por último, cabe destacar que este trabajo, como cualquier otro, está expuesto a ciertas limitaciones que por el contrario representan potenciales nuevas líneas de investigación futuras. En primer lugar, la investigación futura en esta área debe considerar introducir en el análisis factores relacionados con la experiencia laboral y la ocupación de los individuos, así como otros componentes psicológicos y socio-culturales. Esto permitiría aumentar el espectro de variables que se identifican como factores determinantes del proceso emprendedor de los jóvenes. En segundo lugar, y teniendo en cuenta que los factores socio-culturales están ciertamente incrustados en el entorno y se encuentran sujetos a variaciones territoriales, estudios futuros podrían analizar si existen diferencias en el impacto que los factores socio-culturales tienen sobre la probabilidad emprendedora de los jóvenes en función del territorio donde éstos últimos habitan. En este sentido, un análisis que considere diferencias territoriales (por ejemplo, entre áreas urbanas y rurales) representa una interesante línea futura de análisis que enriquecería nuestro conocimiento sobre el emprendimiento de los jóvenes. En tercer lugar, es necesario que el estudio del

emprendimiento adopte un enfoque longitudinal en el que sea posible observar la tendencia que marca el modelo propuesto por este estudio, pero a lo largo del tiempo. Por último, y dado que se está evaluando la probabilidad que tienen los jóvenes de ser emprendedores, creemos necesario que futuros trabajos estudien si la actividad emprendedora juvenil está contribuyendo al crecimiento económico del territorio donde es realizada. De esta forma será posible analizar la importancia que pueden tener los jóvenes emprendedores en el desarrollo socio-económico de los territorios donde habitan.

CAPÍTULO 3

ENSAYO 2

EL IMPACTO DIFERENCIADO DE LOS MODELOS DE REFERENCIA Y EL ESTIGMA SOCIAL AL FRACASO SOBRE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE JÓVENES RURALES

3. ENSAYO 2: EL IMPACTO DIFERENCIADO DE LOS MODELOS DE REFERENCIA Y EL ESTIGMA SOCIAL AL FRACASO SOBRE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE JÓVENES RURALES

Resumen: El objetivo principal de este estudio es determinar el impacto diferencial de ciertos factores, tales como los modelos de referencia y el estigma social al fracaso, en el proceso emprendedor de jóvenes rurales. La metodología usada en este estudio es un modelo de regresión logística para eventos extraños, utilizando la base de datos de GEM-España del 2009, la cual tiene una muestra de 24,695 adultos. El estudio muestra que los adultos jóvenes en España tienen mayor propensión hacia la actividad emprendedora que el resto de la población, pero discriminando entre jóvenes urbanos y rurales, estos últimos poseen menor probabilidad de ser emprendedores. Lo anterior se explica, en esta muestra, a través del impacto diferenciado que los factores socio-culturales tienen sobre la actividad emprendedora entre los jóvenes que habitan en dichas áreas.

Abstract: The main objective of this study is to determine the differential impact of certain variables such as role models and social fear of failure on the entrepreneurial process of rural youths. The methodology used in this study is the logistic regression model for rare events, with a database of the Global Entrepreneurship Monitor in Spain for 2009, which has a sample of 24,695 adults. The study shows that young adults in Spain have a higher propensity for entrepreneurial activity than the rest of the population, but discriminating between urban and rural youth, the latter are less likely to be entrepreneurs. Amongst younger-aged individuals, social-cultural factors are found to have a differential impact on entrepreneurship across the rural-urban divide.

3.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La actividad emprendedora es un componente fundamental en el crecimiento económico, la productividad, la generación de empleo, la innovación y a la vez del desarrollo socio-económico de los países (OECD, 2003). El GEM viene demostrando a nivel mundial desde 1999 la fuerte correlación entre el emprendimiento y el crecimiento económico (Bosma *et al.*, 2010).

Sin embargo, se ha demostrado que esta contribución social y económica de la actividad emprendedora es potencialmente superior en entornos rurales que en áreas urbanas (Lafuente *et al.*, 2007; OECD, 2009a). Según Bryden y Hart (2005) el emprendimiento en zonas rurales ayuda a diversificar el tejido económico para que estas no dependan de la mono-producción y posean una mayor oferta de servicios, mejorando así la calidad de vida de los habitantes de estas áreas. Así pues, el emprendimiento es una buena forma de generar oportunidades de desarrollo profesional, de integración social y económica para mantener a la población rural y para atraer a estos territorios nuevos residentes (Bryden y Hart, 2005; Akgün *et al.*, 2010).

En esta misma óptica ciertos organismos internacionales como la Unión Europea y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (en su sigla en inglés, OECD) han introducido al emprendimiento en sus recomendaciones de políticas de desarrollo como una herramienta para la reactivación económica y social de las áreas rurales (European Comission, 2003 y 2008; OECD, 2003 y 2006).

Si bien el impacto de la creación de empresas es determinante para el desarrollo rural, este aporte se potencializa aún más en los territorios rurales cuando es efectuado por los jóvenes que viven en estas áreas (Muilu y Rusanen, 2003; North y Smallbone, 2006). Esto se fundamenta, en parte, por la lógica poblacional, ya que los jóvenes están en una posición clave en cuanto al futuro de las zonas rurales, porque sin la renovación de su población desde el interior, estas áreas no podrían permanecer viables o mantener sus funciones económicas a largo plazo (Muilu y Rusanen, 2003). No obstante, otras investigaciones arguyen que la actividad emprendedora ayuda a potencializar el aporte económico y social de los jóvenes en el desarrollo rural (North y Smallbone, 2006). Estos autores argumentan que pocas políticas rurales le dan importancia a fomentar una actitud positiva hacia el

emprendimiento entre los jóvenes y otros segmentos de la población; sin embargo, es difícil ver como la capacidad emprendedora de las zonas rurales pueda fortalecerse sin políticas destinadas a estimular tales fuentes de espíritu emprendedor.

Por lo tanto, si una tendencia de estudios de emprendimiento rural ha identificado a los jóvenes como un recurso básico para el desarrollo de esas zonas, resulta importante identificar y controlar qué factores determinan su decisión de ser emprendedores, si se pretende estimular eficazmente en esta población el espíritu emprendedor (Lafuente *et al.*, 2007; Driga *et al.*, 2009). Con respecto a los factores que influyen en el proceso de ser emprendedor, la evidencia empieza a mostrar para el caso de las zonas rurales que su atraso empresarial no sólo se debe a los factores relacionados con las desventajas físicas (infraestructura y ubicación) o económicas, sino también a las características socio-culturales inadecuadas de su marco institucional informal, haciéndolas poco propicias para la actividad emprendedora (Fornahl, 2003; Vaillant y Lafuente, 2007).

De acuerdo con lo anterior, un estudio de la OECD (2003) indica que dentro de los obstáculos que dificultan al emprendimiento en las zonas rurales destacan los factores socio-culturales, tales como la falta de ejemplos positivos de empresarios (modelos de referencia) (Vaillant y Lafuente, 2007) y el estigma social al fracaso (Driga *et al.*, 2009). La Comisión Europea (European Commission, 2004) coincide con la anterior percepción, destacando a los modelos de referencia, el miedo al fracaso y la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras como factores clave para desarrollar la propensión empresarial en los territorios. Son los factores del entorno o el contexto socio-cultural los que estructuran las acciones de los emprendedores (potenciales), las que afectan su motivación o disponibilidad para asumir ciertas oportunidades (OECD, 1998).

No obstante, investigaciones han comprobado en diferentes contextos que estos factores socio-culturales no impactan de forma homogénea sobre todos los segmentos de la población que pueden ser emprendedores. Es decir, variables del perfil personal como el género (Carter *et al.*, 2001; Delmar y Holmquist, 2004), al igual que ser extranjero (Levie, 2007; Mancilla *et al.*, 2010), entre otras situaciones, condicionan el impacto del entorno.

Un segmento de la población emprendedora que en los últimos años viene ganando terreno en el campo académico es el de los jóvenes y prueba de esto es el número creciente de trabajos que abordan dicho tema (Scherer *et al.*, 1989; Bonnett y Furnhan, 1991; Blanchflower y Meyer, 1994; Honjo, 2004; Levesque y Minnitti, 2006; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009; Hofer y Delaney, 2010; Lanero *et al.*, 2011; Kirton, 2012). La preocupación académica por este tema viene dada en parte por el desempleo juvenil existente en numerosos países y que ha llevado a los jóvenes a pensar en el emprendimiento como una posibilidad de autoempleo e independencia (Blanchflower y Andrew, 1998).

Prueba actual de este problema de falta de oportunidades para los jóvenes la presenta la Unión Europea, que tuvo una tasa de desempleo juvenil para el 2012 de 23,7% (Eurostat, 2013). Dentro de Europa, un país como España se ha constituido como un caso muy especial, ya que por un lado posee una de las tasas más alta de desempleo juvenil (56.7%) (INE, 2013), pero por otra parte se estima que España es uno de los países de la Unión Europea que posee mayor actividad emprendedora juvenil (Coduras *et al.*, 2012).

Sintetizando lo mencionado en los últimos párrafos, se tiene por un lado que los factores socio-culturales impactan la actividad emprendedora y que dichos factores no influyen de forma uniforme para ser emprendedor en todos los segmentos de la población. Por otra parte, los jóvenes en la actualidad representan una población potencial y susceptible de ser emprendedora y en contextos rurales investigaciones han propuesto a los jóvenes como un recurso determinante para el desarrollo. De todo lo anterior resulta una pregunta: ¿Existen diferencias según la edad en el impacto de ciertas variables socio-culturales sobre la actividad emprendedora rural? De ella se desprende el objetivo principal de esta investigación: determinar el impacto diferenciado según la edad de ciertas variables socio-culturales (tales como los modelos de referencia y el estigma social al fracaso) en la actividad emprendedora de los jóvenes rurales en España.

Finalmente, este estudio se estructura de la siguiente forma: en la sección dos se presenta el marco teórico y la construcción de hipótesis. En la sección tres, por su parte, se exponen los datos y la metodología. La discusión de los principales resultados se considera en la

sección cuatro. Y en la sección cinco se plantean las conclusiones e implicaciones del estudio.

3.2. MARCO TEÓRICO E HIPÓTESIS

3.2.1. Jóvenes emprendedores

En las últimas décadas varios aspectos han favorecido que muchos jóvenes a nivel mundial se dediquen a la creación de empresas. Por una parte, el creciente capital humano de los jóvenes les ha dado un mayor espectro de alternativas así como una mejor capacidad de identificación y explotación de oportunidades de negocio (Haynie et al., 2009). Además, la juventud actual, al estar mejor formada en comparación con las generaciones pasadas, cuenta con mayor capacidad para asumir y crear sus propias empresas (Honjo, 2004). Por otra parte, las altas tasas de desempleo juvenil en los últimos años se han convertido en un factor determinante para que el emprendimiento por parte de jóvenes se asuma como una de las posibles soluciones para disminuir la falta de trabajo pero también en un medio que les permita desarrollarse profesionalmente y contribuir con el desarrollo económico (Blanchflower y Meyer, 1994).

La óptica de proponer el emprendimiento como una herramienta que ayude a aprovechar de forma eficiente para la economía el recurso humano de los jóvenes se encuentra claramente reflejada en los diferentes planes de acción de organismos como la UNESCO, UNICEF, el Banco Mundial (Nafukho, 1998), la Comisión Europea (European Commission, 2003, 2009, 2013) y la OECD (2003, 2006). De la misma forma, la academia en las últimas décadas viene insistiendo en el tema de creación de empresas por parte de jóvenes (Walstad y Kourilsk, 1998; Fairlie, 2002; Honjo, 2004; Fairlie, 2005; Levesque y Minnitti, 2006; Parker, 2006; Aidis y Van Praag, 2007; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009; Hofer y Delaney, 2010; Lanero et al., 2011; Kirton, 2012).

Entrando ahora en la discusión académica que han planteado algunas de las citadas investigaciones sobre el tema jóvenes emprendedores, se puede indicar en primera instancia que la mayoría de académicos han coincidido en definir a un emprendedor joven como aquel individuo que ha creado o quiere crear una empresa y que posee menos de 30 años (Scherer *et al.*, 1989; Bonnett y Furnhan, 1991; Blanchflower y Meyer, 1994; Schiller y Crewson, 1997; Walstad y Kourilsk, 1998; Honjo, 2004; Levesque y Minnitti, 2006; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009).

Por otro lado, una discusión que se ha enfatizado en esta literatura científica es la relacionada con comparar la actividad emprendedora de los jóvenes con la del resto de la población. En esta corriente, resalta aquella tendencia que afirma que son los jóvenes los que tienen mayor probabilidad de ser emprendedores (Bonnett y Furnham, 1991; Honjo, 2004; Levesque y Minniti, 2006).

Bonnett y Furnham (1991) afirman que las personas con un mayor locus de control interno tienden a desarrollar más fácilmente actitudes emprendedoras. Con locus de control estos autores hacen referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del entorno (locus de control externo). Bonnett y Furnham (1991) en su estudio también indican que los jóvenes, a diferencia de las personas de más edad, poseen un mayor locus de control interno.

De la misma forma, Honjo (2004) propone que la capacidad de aprendizaje y de cambio que las personas jóvenes poseen para asumir retos empresariales es mucho mayor que en personas de mayor edad. Además, los individuos, a medida que se hacen mayores encuentran menos deseable abrir una nueva empresa porque su aversión al riesgo aumenta con los años (Levesque y Minniti, 2006). Es decir, para Levesque y Minniti (2006) entre más jóvenes más propensión para tomar riesgos y por ende más probabilidad de ser emprendedores. Por otra parte, algunos estudios vienen destacando una tendencia hacia la actividad emprendedora por parte de personas jubiladas (Singh y Verma, 2001; Singh y De Noble, 2003). No obstante, no ha sido detectada evidencia significativa de este fenómeno en el GEM-España en la última década.

Otro argumento es el que hace referencia a que la situación socio-económica desde hace décadas ha llevado a que sean las personas jóvenes las que posean menores costes de oportunidad para crear empresa (Amit et al., 1995). Según estos autores, si un joven fracasara en su intento de ser emprendedor, por su edad podrían posteriormente reincorporarse con mayor facilidad al mercado laboral en comparación con una persona de más edad, a la cual le resultaría más complicado. A partir de estos planteamientos se formula la siguiente hipótesis:

H1: La probabilidad de participar en una actividad emprendedora es mayor en los individuos jóvenes.

Otra discusión académica sobre el tema de jóvenes emprendedores está relacionada con el hecho de si todos los jóvenes son igual de emprendedores o por ciertos factores algunos jóvenes pueden ser más propensos al emprendimiento que otros. Varios estudios en los últimos años indican que el territorio, lugar donde residen las personas, es un factor crucial que genera diferencias entre los jóvenes a la hora de ser emprendedores (Aitken, 2006; North y Smallbone, 2006). Más concretamente, investigaciones han planteado que los jóvenes urbanos poseen más probabilidad de ser emprendedores que los rurales (Stathopoulou et al., 2004; Fuller-Love et al., 2006; Akgün et al., 2010).

El pensamiento económico clásico y contemporáneo ha retratado consistentemente que las aglomeraciones urbanas están mejor configuradas para realizar los negocios. Ha sido argumentado que los centros urbanos ofrecen una mayor división del trabajo (Smith, 1776), una mayor combinación de oferta en el mercado laboral (Marshall, 1920), y de provisión de insumos, materias primas y servicios (Marshall, 1920), un acceso más fácil y barato a los mercados (Hoover, 1948), una mayor disponibilidad de servicios complementarios (Myrdal, 1957), mejor infraestructura (Jacobs, 1969) y un mayor volumen de demanda (Krugman, 1981, 1991). Por consiguiente, la actividad emprendedora en los territorios con alta densidad de población y con altas tasas de crecimiento poblacional muestran tasas más altas de actividad emprendedora (Wagner y Sternberg, 2004).

En territorios rurales, como se ha mencionado anteriormente, existen barreras socio-culturales para el emprendimiento (Fornahl, 2003) en el sentido de que en muchos casos los jóvenes rurales se sienten atraídos por el estilo de vida de las ciudades y las oportunidades profesionales que pueden encontrar en ellas, abandonando sus lugares de origen, estableciéndose en las ciudades y dejando de percibir en lo rural la posibilidad de crear empresas o establecerse definitivamente para desarrollar su profesión (Meccheria y Pelloni, 2006). Además, otro factor determinante que se ha constituido como una barrera para que los jóvenes creen empresas en las áreas rurales es el nivel de arraigo que estos individuos pueden tener para quedarse en sus territorios (Akgün et al., 2010). Por los anteriores argumentos, este trabajo se basa en la asunción de:

H2: La probabilidad de que los jóvenes sean emprendedores es mayor en áreas urbanas.

3.2.2. Modelos de referencia

La OECD (2009) y la Comisión Europea (European Commission, 2003) reconocen que promover modelos de referencia, tal como empresarios exitosos, es una de las acciones fundamentales a realizar en sus proyectos para estimular el espíritu emprendedor en los jóvenes. En los últimos años, investigaciones vienen indicando que los modelos de referencia se han convertido en un factor influyente en el emprendimiento (Shapiro et al., 1978; Speizer, 1981; Scherer et al., 1989; Gnyawali y Fogel, 1994; Krueger y Brazeal, 1994; Walstad y Kourilsky, 1998; Gibson, 2004; Vaillant y Lafuente, 2007; Lucas et al., 2009; Bosma et al., 2012; Lafuente y Vaillant, 2013).

Según Freud (1933), el concepto de modelos de referencia hace alusión al proceso mediante el cual un individuo se identifica con otras personas en su necesidad de forjar una personalidad. En campo académico del emprendimiento, Gnyawali y Fogel (1994) han clasificado los modelos de referencia como un factor de tipo socio-cultural que impacta a una persona para ser emprendedora. Por otra parte, otros académicos han planteado que los modelos de referencia y actitudes de la familia inciden en la decisión de iniciar un nuevo negocio (Shapiro y Sokol, 1982). Wood y Bandura (1989) argumentan que los modelos de referencia pueden ser utilizados para desarrollar competencias emprendedoras en los jóvenes. A la vez, Krueger y Brazeal (1994) argumentan que los modelos de referencia permiten aumentar la percepción de que abrir un negocio es factible.

Otros estudios sustentan, a partir de varias hipótesis, que existe una relación positiva entre modelos de referencias empresariales y la actividad emprendedora (Vaillant y Lafuente, 2007). No obstante, estos modelos influyen más en la decisión de ser emprendedores en individuos jóvenes que en el resto de la población (Murrell, 2003; Lafuente y Vaillant, 2013), ya que los jóvenes, por la etapa psicológica en la que se encuentran, se encuentran más receptivos a este tipo de estímulos que las personas mayores (Erikson, 1985).

De igual forma, dependiendo el territorio donde viven y se relacionan los jóvenes, éstos pueden percibir más o menos la influencia que ejercen los modelos de referencia para ser emprendedor (North y Smallbone, 2006). Según Maleki (1994) y la OECD (2003, 2006), los jóvenes rurales perciben menos que los jóvenes urbanos el ejemplo emprendedor transmitido por los empresarios, debido a que en las áreas rurales falta crear más

conciencia del papel que cumplen los modelos de referencia en la iniciativa de un individuo para ser emprendedor. A razón de estos argumentos, este estudio propone las siguientes hipótesis:

H3a: El contacto con modelos de referencia emprendedores aumenta la probabilidad de estar involucrado en actividades emprendedoras,

H3b: el impacto positivo de modelos de referencia sobre la actividad emprendedora de jóvenes rurales es menor que su contraparte urbana.

3.2.3. Estigma social al fracaso

Desde la perspectiva académica se ha comprobado que la probabilidad de un individuo de convertirse en empresario disminuye en los territorios con altos niveles de estigma social hacia el fracaso (Landier, 2004). Es decir, en culturas donde existe mayor tolerancia y aceptación del fracaso empresarial las personas tienden a ser más emprendedoras (Landier, 2004). Según este autor, el miedo al fracaso para los emprendedores es un estigma o castigo social por no lograr el éxito empresarial esperado. Otros académicos también han destacado este factor como influyente en la actividad emprendedora (Brockhaus, 1980; Herron y Sapienza, 1992; Sitkin y Pablo, 1992; Busenitz et al., 2000).

Desde la óptica política, la Unión Europea también ha considerado importante la influencia negativa que ejerce el miedo social al fracaso sobre los emprendedores, cuestión incluida como uno de los problemas a solucionar dentro del Plan de Acción de la Agenda Europea para el Emprendimiento (European Commission, 2004). Ahora bien, se ha demostrado que el impacto de este estigma social sobre los emprendedores depende de diversos factores. Uno de estos es el ciclo de vida del individuo, ya que dependiendo de la edad, la persona tiende a asumir el miedo al fracaso de forma diferente (Levesque y Minniti, 2006). Para estos autores, dentro de los segmentos de la población son los jóvenes los menos obstaculizados para crear empresas. Una de las razones que explica lo anterior, por una parte, son lo menores costes de oportunidad que poseen los jóvenes en su proceso emprendedor (Amit et al., 1995), ya que por su edad tienen menos que perder que las personas mayores cuando intentan abrir una empresa. Por otra parte, los jóvenes suelen poseer un mayor sesgo de percepción del riesgo (Simon et al., 2000), puesto que tienen

menos experiencia laboral que las personas mayores (Blanchflower y Meyer, 1994) y, por ende, al no conocer bien el riesgo que asumen, la percepción del estigma social al fracaso es menor (Simon et al., 2000).

De igual manera y como se ha comentado anteriormente, el territorio es otro aspecto que estudios han demostrado que impacta sobre el miedo social al fracaso (Landier, 2004). Este factor influye de forma diferente entre países, regiones o áreas diversas (Saxenian, 1994; Wagner, 2007; Driga et al., 2009). Vaillant y Lafuente (2007) argumentan que en España los individuos en territorios con altos niveles de estigma social al fracaso poseen relativamente menos probabilidad de convertirse en empresarios. Estos autores sostienen que la relativa hostilidad hacia el fracaso encontrada en ciertas áreas rurales incrementa las consecuencias sociales del fracaso empresarial. En ese contexto, es probable que los jóvenes rurales tengan mayor percepción negativa del estigma social al fracaso que los jóvenes que viven en áreas urbanas. De acuerdo con estas perspectivas se puede inferir las siguientes hipótesis:

H4a: La percepción del estigma social al fracaso reduce la probabilidad de estar involucrado en actividades emprendedoras,

H4b: el efecto negativo del estigma social al fracaso sobre la actividad emprendedora es mayor sobre los jóvenes rurales que los de su contraparte urbana.

3.3. METODOLOGÍA

3.3.1. Datos y definición de variables

La base de datos que utilizada para realizar esta investigación es la encuesta a la población adulta (APS) del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de España para el año 2009. La información generada por el GEM ha sido empleada por un gran número de investigadores en todo el mundo, entre los que destacan autores que han estudiado algunos factores determinantes del emprendimiento (Wagner, 2004; Wennekers et al., 2005; Lafuente et al., 2007; Vaillant y Lafuente, 2007; Driga et al., 2009; entre otros). De igual forma, destaca que para el caso de España el GEM posee una muestra aleatoria y representativa de la población de 28.888 individuos cuya edad se encuentra entre los 18 y 64 años para el año 2009. Con el fin de asegurar la rigurosidad de este estudio, se

eliminaron de la muestra final todas las observaciones de aquellos individuos que no brindaron una respuesta a las preguntas de interés o cuyas respuestas no son válidas (respuestas ‘no sabe’), quedando así una muestra total de 24.695 personas, de las cuales 4.092 son jóvenes menores de 30 años.

Con respecto a la definición de las personas jóvenes, el criterio utilizado en esta investigación se basa en la edad. Según varios organismos internacionales tales como la Organización de Naciones Unidas (UN, 2013), la OECD (2011), la Organización Internacional del Trabajo (ILO, 2013) y el Banco Mundial (2013), existe consenso a la hora de considerar como jóvenes a todas aquellas personas que se encuentran entre los 15 y 24 años. Por otro lado, la Unión Europea y, concretamente, el Gobierno de España (INJUVE, 2012) comparten el criterio de que las personas jóvenes son aquellas cuya edad se encuentra entre los 15 y 29 años.

En relación a la actividad emprendedora, muchos académicos han caracterizado precisamente a los jóvenes emprendedores como aquellos individuos que han creado o quieren crear empresas y están en el rango de edad que oscila entre los 18 y 29 años (Scherer et al., 1989; Bonnett y Furnhan, 1991; Blanchflower y Meyer, 1994; Schiller y Crewson, 1997; Walstad y Kourilsk, 1998; Honjo, 2004; Levesque y Minnitti, 2006; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009). De esta forma, y para asegurar el rigor científico, esta investigación adopta este criterio compartido entre la Unión Europea, el Gobierno de España y los mencionados estudios, para catalogar una persona como joven. De igual forma, con relación a la pauta adoptada para diferenciar las zonas urbanas de las rurales, este trabajo utiliza el criterio propuesto por el real decreto 752/2010 del Gobierno de España (BOE, 2010). Dicho criterio indica para cada Comunidad Autónoma una lista de pueblos clasificados como rurales.

La Tabla 3.1 muestra una descripción de las variables que han sido seleccionadas en este estudio y la Tabla 3.2 presenta los estadísticos descriptivos de estas variables, haciendo la distinción entre individuos rurales y urbanos, además entre individuos jóvenes y no-jóvenes en las diferentes sub-muestras analizadas.

Tabla 3.1. Descripción de las variables seleccionadas

Nombre de la variable	Tipo de variable	Función de la variable en el modelo	Codificación de las variables dicotómicas
Actividad emprendedora	Dicotómica	Dependiente	1= La persona declaró que en los 12 últimos meses antes de realizar la encuesta estuvo activamente involucrada en el proceso de establecer su propia empresa.
			0 = No cumple con el anterior requisito.
Ruralidad	Dicotómica	Independiente y para efectos de interacción	1= Es identificado como un territorio rural.
			0= Es identificado como un territorio urbano.
Género	Dicotómica	Independiente (Control)	1= Hombre
			0= Mujer
Joven	Dicotómica	Independiente y para efectos de interacción	1= Persona entre los 18 y 29 años de edad.
			0= Persona mayor de 30 años.
Estudios primarios	Dicotómica	Independiente (Control)	1= La persona cursó estudios primarios.
			0= La persona no posee este nivel de estudios.
Estudios secundarios	Dicotómica	Independiente (Control)	1= La persona cursó estudios secundarios.
			0= La persona no posee este nivel de estudios.
Estudios post-secundarios	Dicotómica	Independiente (Control)	1= La persona cursó estudios post-secundarios.
			0= La persona no posee este nivel de estudios.
Autoconfianza	Dicotómica	Independiente (Control)	1= Cuando la persona ha declarado que percibe autoconfianza para crear una empresa.
			0 = Cuando la persona declaró lo contrario.
Modelos de referencia	Dicotómica	Independiente	1= Cuando la persona ha afirmado conocer personalmente a un emprendedor que ha creado una empresa en los dos últimos años.
			0 = Cuando la persona declaró lo contrario.
Estigma social al fracaso	Dicotómica	Independiente	1= Cuando la persona afirma que el estigma social al fracaso es un impedimento para crear una empresa.
			0= Cuando la persona declaró lo contrario.

Para los propósitos de este estudio, joven es una variable dicotómica que toma el valor de uno si el individuo está por debajo de 30 años de edad y cero en caso contrario. La Tabla 3.2 muestra que la edad promedio de los adultos de la muestra final son 43 años. La variable dependiente utilizada en esta investigación es la que el GEM llama actividad emprendedora naciente (Reynolds et al., 2005). Esta variable dicotómica toma el valor de uno si, en los últimos 12 meses, una persona ha participado activamente en el proceso de creación de su propio negocio, y cero si la persona no cumple con el anterior requisito. La variable actividad emprendedora se ha usado previamente en muchos estudios, en particular los de Uusitalo (2001), Douglas y Shepard (2002), Wennekers et al. (2005), Lafuente et al. (2007), y Driga et al. (2009). Con respecto a las estadísticas descriptivas que se presentan en la Tabla 3.2, se observa que las personas que participan en actividades

emprendedoras representan el 3,12% de la totalidad de la muestra (Tabla 3.2). La población rural representa el 32,23% del total de la muestra y entre éstos son emprendedores el 2,95%. Por otra parte, de la sub-muestra de jóvenes, el 4,01% está involucrado en actividades emprendedoras, un valor que es significativamente mayor que la tasa de emprendimiento para las personas mayores de 30 años de edad (2,95%).

Para probar las hipótesis de este estudio se han seleccionado una serie de variables independientes, también dicotómicas y que, como se ha comentado anteriormente, se relacionan con factores socio-culturales comúnmente identificados en la literatura (ver Tabla 3.1). La primera variable independiente de interés se refiere a modelos de referencia emprendedores. Este factor ha sido utilizado por muchos académicos como componente explicativo a la hora de analizar la creación de empresas (Krueger y Brazeal, 1994; Walstad y Kourilsky, 1998; Gibson, 2004; Lafuente et al., 2007; Vaillant y Lafuente, 2007; Lucas et al., 2009; Vaillant y Lafuente, 2013). Esta variable toma el valor de uno para aquellos individuos que indicaron conocer personalmente a un emprendedor que ha creado una empresa en los últimos dos años y cero en caso contrario. En la muestra total, el 29,24% de los encuestados reportan conocer recientemente a un emprendedor y la proporción de jóvenes que conocen a un emprendedor (39,54%) es significativamente mayor que la proporción mostrada por los no-jóvenes (27,20%) (Tabla 3.2). Una mayor proporción de la población rural reporta conocer a un modelo de referencia (31,34%), siendo esta tasa mayor en el caso de los jóvenes rurales (41,63%) (Tabla 3.2).

El estigma social al fracaso (miedo al fracaso) ha sido otro factor propuesto por varios estudios como uno de los determinantes de la actividad emprendedora (Busenitz et al., 2000; Van Praag y Cramer, 2001; Landier, 2004; Wagner, 2007; Lafuente et al., 2007; Vaillant and Lafuente, 2007; Driga et al., 2009; Ramos-Rodríguez, 2012). Para efectos del estudio, esta variable dicotómica toma el valor de uno si la persona afirma que el miedo social al fracaso es un impedimento para crear una empresa. La Tabla 3.2 muestra que los jóvenes perciben significativamente menos el miedo al fracaso (52,03%) que el resto de la población adulta (53,62%).

Tabla 3.2. Estadísticos descriptivos para las variables seleccionadas

	Muestra Total			Muestra Rural			Muestra Urbana		
	Joven	No-Joven	Total	Joven	No-Joven	Total	Joven	No-Joven	Total
Actividad emprendedora	0,0401 *** (0,1962)	0,0295 (0,1691)	0,0312 (0,1739)	0,0370 * (0,1887)	0,0280 (0,1651)	0,0295 (0,1693)	0,0416 *** (0,1997)	0,0301 (0,1710)	0,0320 (0,1761)
Ruralidad	0,3240 (0,4681)	0,3220 (0,4673)	0,3223 (0,4674)	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Género(1 para hombres)	0,5445 *** (0,4981)	0,4709 (0,4992)	0,4831 (0,4997)	0,5083 *** (0,5001)	0,4516 (0,4977)	0,4611 (0,4985)	0,5618 *** (0,4963)	0,4801 (0,4996)	0,4936 (0,5000)
Edad (años)	23,5943 *** (3,5300)	47,1760 (9,6598)	43,2685 (12,5218)	23,5136 *** (3,5541)	46,9696 (9,5661)	43,0622 (12,4402)	23,6330 *** (3,5183)	47,2741 (9,7028)	43,3667 (12,5595)
Estudios primarios	0,2974 *** (0,4572)	0,4385 (0,4962)	0,4151 (0,4928)	0,3439 *** (0,4752)	0,5332 (0,4989)	0,5016 (0,5000)	0,2751 *** (0,4467)	0,3935 (0,4885)	0,3739 (0,4839)
Estudios secundarios	0,2422 *** (0,4285)	0,1414 (0,3485)	0,1581 (0,3649)	0,2323 *** (0,4224)	0,1369 (0,3437)	0,1528 (0,3598)	0,2469 *** (0,4313)	0,1436 (0,3507)	0,1607 (0,3672)
Estudios post-secundarios	0,4604 *** (0,4985)	0,4201 (0,4936)	0,4268 (0,4946)	0,4238 *** (0,4944)	0,3300 (0,4702)	0,3456 (0,4756)	0,4779 (0,4996)	0,4629 (0,4986)	0,4654 (0,4988)
Autoconfianza	0,4404 ** (0,4965)	0,4577 (0,4982)	0,4548 (0,4980)	0,4585 (0,4985)	0,4507 (0,4976)	0,4520 (0,4977)	0,4317 *** (0,4954)	0,4610 (0,4985)	0,4562 (0,4981)
Modelos de referencia	0,3954 *** (0,4890)	0,2720 (0,4450)	0,2924 (0,4549)	0,4163 *** (0,4931)	0,2929 (0,4551)	0,3134 (0,4639)	0,3854 *** (0,4868)	0,2620 (0,4397)	0,2824 (0,4502)
Estigma social al fracaso	0,5203 * (0,4996)	0,5362 (0,4987)	0,5336 (0,4989)	0,5611 (0,4964)	0,5561 (0,4969)	0,5569 (0,4968)	0,5007 ** (0,5001)	0,5268 (0,4993)	0,5225 (0,4995)
Observaciones	4.092	20.603	24.695	1.326	6.634	7.960	2.766	13.969	16.735

Desviación estándar está presentada en paréntesis. *, **, *** indican el nivel de significancia del 10%, 5%, y el 1%, respectivamente (test de Kruskal-Wallis).

Por último, tres variables de control se han considerado en el análisis empírico. Son variables que han sido reconocidas como factores que ayudan a explicar el potencial emprendedor de un individuo. En primer lugar se seleccionó la variable de género, la cual ha sido utilizada, entre otros, por Driga et al. (2009) y Verheul et al. (2012) en el estudio de actividad emprendedora. La segunda variable de control se relaciona con el nivel de educación. Para crear la variable de educación se consideraron tres categorías (variables dicotómicas): 1) educación primaria, 2) educación secundaria y 3) educación superior (educación post-secundaria). Estas variables toman el valor de uno para indicar el nivel correspondiente de la educación.

La última variable de control utilizada en este trabajo es la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras. Este factor fue introducido en el modelo como una variable de control, ya que puede afectar a la actividad emprendedora (Van Praag y Cramer, 2001; Lafuente et al., 2007; McGee et al., 2009; Hogarth y Karellaia, 2012) a través de su potencial relación tanto con los modelos de referencia y el estigma social al fracaso. Esta variable toma el valor de uno cuando la persona declara que tiene confianza en sus habilidades emprendedoras y se le asigna el valor de cero en caso contrario.

3.3.2 Modelo

Para determinar el impacto diferencial que los factores socio-culturales seleccionados tienen sobre la actividad emprendedora de jóvenes y no-jóvenes, se ha llevado a cabo un análisis de regresión logística (Greene, 2003). En nuestro modelo *logit*, la probabilidad de participar en la actividad emprendedora $\Pr(Y_i = 1) = \hat{p}_i$ está modelada como una función del conjunto de variables independientes X_i , donde \hat{p}_i es expresada como $\hat{p}_i = e^{X_i \beta} / (1 + e^{X_i \beta})$, y los parámetros β_j son estimados por el método de máxima similitud.

Cabe señalar que el modelo *logit* propuesto combina diferentes fuentes de heterogeneidad individual-específica. Estas fuentes de variación, en particular la de los efectos diferenciales en factores socio-culturales seleccionados entre los individuos, se correlacionan con otros atributos relevantes que pueden afectar a la probabilidad de

participar en actividades emprendedoras (véase la matriz de correlación en Tabla 1a del anexo). Omitir estos atributos de la estimación podría dar lugar a estimaciones sesgadas de la probabilidad de emprender. En presencia de modelos de referencia emprendedores, algunos territorios gozan de un mejor clima emprendedor, produciendo un aumento de la probabilidad de la iniciativa emprendedora. Las zonas rurales se reconocen como de menor densidad de población que las zonas urbanas, en términos de los individuos y actividad emprendedora (Lafuente et al., 2010), lo cual podría limitar la exposición potencial de modelos de referencia emprendedores desde la proporción de dichos modelos en las comunidades rurales (véase la Tabla 3.2.). Sin embargo, las limitaciones geográficas y físicas hacen que las redes sociales en las zonas rurales sean más activas, lo que podría aumentar la probabilidad de conocer un modelo emprendedor que pueda servir como ejemplo a varios individuos de la misma zona u otras áreas rurales relativamente cercanas. En este caso la influencia específica de dicho modelo de referencia sería mayor en comparación con el caso de un modelo de referencia urbano y esta variación transversal (*cross-sectional*) en la exposición de ejemplos emprendedores a imitar cedería a un aparentemente mayor efecto positivo del conocimiento personal de los modelos de referencia sobre la actividad emprendedora en las zonas rurales.

Podemos tratar de controlar estos efectos; sin embargo, siempre queda un riesgo de falsa correlación. En este trabajo hay tres fuentes de heterogeneidad transversal bajo análisis: 1) entre jóvenes y no-jóvenes, 2) entre las personas que residen en las zonas rurales y urbanas, y 3) entre las personas expuestas a los factores socio-culturales propuestos y los que no están expuestos.

Cada fuente de variación es propensa a dar falsas conclusiones sobre la probabilidad de participar en las actividades emprendedoras en especificaciones donde la variación del efecto de las variables analizadas sólo está dada por un único criterio basado en la edad. Por ejemplo, las diferencias entre los jóvenes y los no-jóvenes fácilmente podrían ser impulsadas por la heterogeneidad individual-específica que puede ser capturada en gran medida por los efectos territoriales de acuerdo con nuestro marco teórico. El efecto de los factores socio-culturales en su propio potencial difumina sobre otros cambios en la decisión de ser emprendedor. Diferencias en el efecto de estos factores seleccionados entre los jóvenes y no-jóvenes pueden resultar de las diferencias observadas en las características

individuales y que podrían correlacionarse con diferentes gustos para ser emprendedor en las zonas rurales y urbanas. Por lo tanto, la combinación de estas tres fuentes de heterogeneidad ofrece una estrategia de modelado más completa.

Por ejemplo, mientras que puede haber una serie de razones por las que los jóvenes son más propensos a participar en la iniciativa emprendedora que los no-jóvenes, un análisis de la variación de la probabilidad de emprender a través de estos grupos, dada su ubicación, permite mantener constantes otras diferencias en sus medias. Del mismo modo, cuando la comparación entre los jóvenes rurales y jóvenes urbanos, dada la exposición a los factores socio-culturales que están en un lugar, se puede controlar por las diferencias individuales transversales y que pueden estar correlacionados con las variables territoriales. Este es el pilar fundamental de nuestra estrategia de modelado.

Para examinar el impacto diferencial que la ruralidad y los factores socio-culturales seleccionados tienen sobre los jóvenes y no-jóvenes y la probabilidad de ser emprendedores, se lleva a cabo dos aplicaciones del mismo modelo. La primera de ellas, presentada en la ecuación (1), tiene en cuenta el efecto conjunto de ser joven y ruralidad sobre actividad emprendedora.

Actividad

$$\text{Emprendedora}_i = \beta_0 + \beta_1 \text{Control}_i + \beta_2 \text{Rural}_i + \beta_3 \text{Joven}_i + \beta_{23} \text{Rural}_i \times \text{Joven}_i + \beta_4 T_i + \epsilon_i \quad (1)$$

En la ecuación (1) ϵ_i es el término logístico de error distribuido para los i th casos. Las variables de control correspondiente al perfil del emprendedor, a saber, el sexo, el nivel educativo y la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras. En las especificaciones del modelo, T se refiere a las variables relacionadas con los factores socio-culturales, es decir, el conocimiento personal de modelos de referencia emprendedores (modelos a imitar), y el estigma social al fracaso emprendedor.

La magnitud que las variables independientes claves tienen sobre el emprendimiento se determina por el efecto marginal $\frac{\partial}{\partial x}$. Sin embargo, a diferencia de los modelos lineales de efectos marginales, sólo se aplican al caso individual de las variables independientes. En modelos no lineales el efecto de la interacción, es decir, el cambio en ambas variables

que interactúan con respecto a la variable dependiente no es igual al efecto marginal de cambio sólo al término de interacción. Además, el efecto de la interacción en modelos no lineales puede tener diferentes signos para diferentes valores de las covariables. Por lo tanto, la estimación del parámetro del término de interacción en modelos no lineales no necesariamente indica el signo del efecto de interacción.

Por lo tanto, para corroborar correctamente las hipótesis e identificar los factores que hacen a las personas jóvenes más propensas a la actividad emprendedora, se utiliza el método propuesto por Ai y Norton (2003). A través de este procedimiento se obtienen efectos de interacción robustos para las variables de interés, en donde el cambio en la probabilidad predicha de buscar actividad emprendedora resulta de la doble diferencia discreta con respecto a la variable dicotómica jóvenes x_2 y cada factor socio-cultural analizado x_3 ,

es decir $\beta_{23} = \frac{\Delta^2 F(X)}{\Delta x_2 \Delta x_3}$, donde $X = x_2, x_3$. El procedimiento desarrollado por Ai y

Norton (2003) también permite comprobar si la magnitud real del término de interacción es diferente de cero, $\beta_{23} \neq 0$, incluso si el coeficiente obtenido a partir del modelo logístico no es estadísticamente significativo.

En términos de las hipótesis propuestas por este estudio, se espera que $\beta_{23} > 0$ en la ecuación (1), que propone que los jóvenes son más propensos a ser emprendedores (**H1**).

También, se espera que $\beta_{23} < 0$ indicando que los jóvenes rurales están menos involucrados en actividades emprendedoras (**H2**). En cuanto a la hipótesis **H3a**, se espera

$\beta_{43} > 0$ que cuando T se refiere a la variable de los modelos de referencia, lo que indica que la probabilidad de participar en un emprendimiento aumenta entre las personas que conocen personal y recientemente a un emprendedor. Un signo negativo en la estimación de parámetros relacionados con la variable miedo al fracaso $\beta_{43} < 0$ indica que la percepción de este miedo reduce la probabilidad de estar involucrado en actividades emprendedoras (**H4a**).

En la segunda ecuación (2), se cuestiona si el impacto de los factores socio-culturales seleccionados sobre la probabilidad de actividad emprendedora en los individuos rurales y urbanos difiere entre los jóvenes y no-jóvenes de la muestra de este estudio. Para realizar correctamente los anterior, la formulación del segundo modelo se presenta de la siguiente forma:

Actividad

$$Emprendedora_i = \beta_0 + \beta_1 Control_i + \beta_2 Rural_i + \beta_3 Joven_i + \beta_4 T_i + \beta_{23} Rural_i \times Joven_i + \beta_{24} Rural_i \times T_i + \beta_{34} Joven_i \times T_i + \beta_{234} Rural_i \times Joven_i \times T_i + \epsilon_i \quad (2)$$

En la ecuación (2), los términos de control del segundo nivel de interacción en los cambios en la probabilidad de la actividad emprendedora entre los jóvenes de las zonas rurales y urbanas β_{23} , y los cambios en el impacto de los factores socio-culturales seleccionados a través de los territorios β_{24} y entre los jóvenes y no-jóvenes β_{34} . El término de triple interacción β_{234} capta el efecto sobre el emprendimiento de los factores socio-culturales analizados (en relación con los individuos que no están expuestos) en jóvenes rurales (en relación a los urbanos y en relación a los no-jóvenes). Al igual que en la ecuación (1), las hipótesis se prueban con base en la magnitud y la significancia de los efectos marginales, y las diferencias transversales se estiman según Ai y Norton (2003). El triple efecto de interacción es una tercera diferencia y que se puede derivar de manera análoga, ya que

representa el cambio en la segunda diferencia $\left(\beta_{23} = \frac{\Delta^2 F(X)}{\Delta x_2 \Delta x_3} \right)$ cuando x_4 cambia de

cero a uno, que sostienen el resto de las variables constantes en sus medias, es

decir $\beta_{234} = \frac{\Delta^3 F(X)}{\Delta x_2 \Delta x_3 \Delta x_4}$, (una descripción detallada de la derivación de tercera diferencia es ofrecida por Cornelissen y Sonderhof (2009)).

Cuando el factor analizado es los modelos de referencia, un resultado negativo en el término de triple interacción $\beta_{234} < 0$ indica que la influencia positiva de los modelos de referencia sobre la actividad emprendedora es más débil entre los jóvenes rurales que entre

los urbanos (**H3b**). Un mayor impacto negativo de la variable relacionada con el miedo al fracaso entre los jóvenes rurales confirmaría la hipótesis **H4b**.

3.4. RESULTADOS

La Tabla 3.3 presenta los resultados del modelo *logit* que trata de determinar si el impacto potencial diferenciado de los modelos de referencia y el estigma social al fracaso sobre el emprendimiento podría explicar las diferencias emprendedoras a través de los jóvenes rurales y urbanos. En lugar de reportar coeficientes, la Tabla 3.3 indica el cambio estimado en la probabilidad de participar en actividades emprendedoras. El conjunto completo de estimaciones *logit* se presentan en los anexos (Tabla 2a).

La primera columna de la Tabla 3.3 presenta el modelo que tiene en cuenta de forma individual todas las variables independientes, mientras que la segunda columna introduce un término de interacción para comprobar si los jóvenes rurales tienen menos probabilidades de estar involucrados en actividades emprendedoras. Al igual que lo propuesto por Honjo (2004) y Levesque y Minniti (2006), los resultados empíricos de las columnas uno y dos son consistentes con nuestra primera hipótesis (**H1**), ya que indican que la probabilidad de ser emprendedor es mayor entre los jóvenes. Más específicamente, el resultado en la especificación uno muestra que, manteniendo el resto de variables constantes en sus medias, la probabilidad de emprendimiento aumenta 0,31 puntos porcentuales para las personas menores de 30 años, en comparación con la probabilidad de las personas mayores a este límite de edad.

La segunda hipótesis sugiere que la mayor probabilidad de que los jóvenes sean emprendedores es más fuerte en las zonas urbanas. En los resultados de la segunda columna de la Tabla 3.3 se puede observar que la fuente de la heterogeneidad territorial γ_{23} no ayuda a explicar las diferencias en las tasas de actividad emprendedora de los jóvenes y no-jóvenes que residen en zonas rurales. Sin embargo, el coeficiente para los jóvenes de esta especificación indica que, controlando por variaciones territoriales, los

jóvenes que residen en zonas urbanas tienen mayor probabilidad de participar en actividades emprendedoras³. De esta manera, se puede confirmar la segunda hipótesis **H2**.

Los resultados de las estimaciones uno y dos de la Tabla 3.3 apoyan la hipótesis **H3a**, ya que confirman consistentemente que conocer recientemente a emprendedores (modelos de referencia) tiene un impacto positivo sobre la probabilidad de ser emprendedor. En particular, los resultados en la especificación dos indican que la probabilidad de participar en las actividades emprendedoras aumenta 1,2 puntos porcentuales entre las personas que declararon conocer a un emprendedor, en comparación con la probabilidad de que las personas que no están expuestas a modelos de referencia. Con respecto a los resultados de la variable relacionada con el miedo al fracaso, los resultados negativos de la primera diferencia se ajustan a la hipótesis **H4a**, que indica que la percepción del miedo al fracaso reduce la probabilidad de estar involucrado en actividades emprendedoras. En este caso, en la segunda columna (Tabla 3.3) se puede observar que entre individuos que perciben miedo al fracaso, la probabilidad de ser emprendedor cae -0,92 puntos porcentuales en relación con la probabilidad de las personas que no perciben dicho miedo.

Hasta el momento los resultados sólo han controlado los cambios en la probabilidad de participar en la actividad emprendedora entre los jóvenes que residen en zonas rurales o urbanas. Sin embargo, los jóvenes rurales y urbanos no sólo están expuestos a un entorno económico, sino también socio-cultural diferente. Ello implica la inclusión de términos de interacción en la estimación del modelo, cuyos resultados son presentados en las especificaciones tres y cuatro de la Tabla 3.3.

De esta forma, el modelo tres presenta los resultados de la tercera diferencia que tiene en cuenta los cambios en la probabilidad de la iniciativa emprendedora como resultado de las variaciones en la edad, el territorio y en el impacto de los modelos de referencia. En este caso, se observa que la probabilidad de los jóvenes de ser emprendedores es de 0,30 puntos

³ Para corroborar esta intuición también se corrieron regresiones separadas para las submuestras rurales y urbanas. Los resultados son consistentes con nuestra visión de confirmar que los jóvenes son más propensos a participar en la iniciativa emprendedora, pero sólo en las zonas urbanas. Sin embargo, es preferible el análisis basado en la muestra completa, ya que da una imagen más completa de los efectos que las diferentes fuentes de heterogeneidad tienen sobre el emprendimiento.

porcentuales mayor en relación a la probabilidad mostrada por las personas mayores de 30 años.

Tabla 3.3. Estimaciones del *logit*: Cambio en la probabilidad de ser emprendedor entre jóvenes y no-jóvenes

	(1)	(2)	(3)	(4)
Género (masculino)	0,0026 ***	0,0026 ***	0,0026 ***	0,0026 ***
Estudios primarios	-0,0032 **	-0,0032 **	-0,0031 **	-0,0032 **
Estudios secundarios	-0,0011	-0,0012	-0,0011	-0,0012
Autoconfianza	0,0414 ***	0,0398 ***	0,0411 ***	0,0398 ***
Joven (menos de 30 años)	0,0031 **	0,0034 **	0,0030 *	0,0031 **
Rural BOE	-0,0008	-0,0005	0,0012	-0,0003
Joven rural		-0,0029	0,0035	-0,0010
Modelos de referencia	0,0138 ***	0,0121 ***	0,0138 ***	0,0121 ***
Modelos de referencia * Rural			-0,0083 ***	
Modelos de referencia*Joven			0,0019	
Modelos de referencia* Rural * joven			-0,0158 **	
Miedo al fracaso	-0,0093 ***	-0,0092 ***	-0,0093 ***	-0,0093 ***
Miedo al fracaso * Rural				0,0025
Miedo al fracaso * joven				-0,0016
Miedo al fracaso * rural * joven				0,0034
Pseudo R2	0,1578	0,1578	0,1599	0,1580
Log likelihood	-2,890.23	-2,890.15	-2,882.93	-2,889.56
LR (chi2)	640,95 ***	641,16 ***	651,33 ***	646,67 ***
Predicción correcta (Emprendedor)	0,8366	0,8366	0,8314	0,8262
Predicción correcta (No-emprendedor)	0,6632	0,6632	0,6757	0,6756
Predicción correcta (Muestra completa)	0,6686	0,6686	0,6805	0,6803
Observaciones	24.695	24.695	24.695	24.695

El efecto marginal representa el cambio en la probabilidad como resultado de un cambio en la variable independiente. Las siguientes ecuaciones (1) y (2), el efecto marginal del término de interacción para el

cambio en dos variables x_2, x_3 es estimado por $\frac{\Delta^2 F}{\Delta x_2 \Delta x_3}$, mientras que para el triple

término de interacción del efecto marginal proviene de $\frac{\Delta^3 F}{\Delta x_2 \Delta x_3 \Delta x_4}$. *, **, *** indicando el nivel de significancia de 0,10, 0,05 y 0,01, respectivamente.

Una vez más, los resultados indican que la actividad emprendedora se relaciona positivamente con la presencia de modelos de referencia emprendedores $\beta_4 = 0.0138$. Sin embargo, la diferencia transversal entre los modelos de referencia y la ruralidad indica

que entre individuos rurales el efecto positivo de estos modelos sobre la probabilidad de actividad emprendedora es de 0,83 puntos porcentuales menor, en relación con el efecto de dichos modelos sobre la probabilidad de ser emprendedor entre los individuos urbanos. El triple término de interacción es negativo y estadísticamente significativo $\beta_{234} = -0.0158$. Esto significa que el efecto positivo de los modelos emprendedores sobre la probabilidad de que los jóvenes participen en actividades emprendedoras es de 1,58 puntos porcentuales menor en los que residen en zonas rurales, y en comparación con la probabilidad mostrada por los jóvenes urbanos⁴. Estos resultados confirman la hipótesis **H3b**, que indica que la influencia positiva de los modelos de referencia sobre la actividad emprendedora de los jóvenes rurales es inferior a la de su contraparte urbana.

Por último, la especificación cuatro muestra los resultados para el triple término de interacción, que considera el efecto diferencial de la presencia del miedo al fracaso sobre la probabilidad de los jóvenes en convertirse en emprendedores tanto en zonas rurales como urbanas. Los resultados empíricos confirman una vez más que entre los individuos que perciben el miedo al fracaso la probabilidad de convertirse en emprendedor se reduce en 0,93 puntos porcentuales en relación con la probabilidad de los individuos que no perciben dicho miedo $\beta_4 = -0.0093$. Controlando la heterogeneidad del territorio y la edad, los resultados para la tercera diferencia indican que los jóvenes españoles no son afectados por el miedo al fracaso de manera diferente con respecto al resto de la población, con independencia del lugar de residencia (rural o urbano). En consecuencia, no se confirma la hipótesis **H4b**, que afirma que el impacto negativo de la percepción del miedo al fracaso sobre la actividad emprendedora de los jóvenes rurales es mayor que la de su contraparte urbana.

3.5. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

La creación de empresas se ha convertido en una vía alterna para que los jóvenes suplan sus necesidades de trabajo y de desarrollo profesional (Blanchflower y Andrew, 1998). Al mismo tiempo, autores como Bonnett y Furnham (1991), Honjo (2004), Levesque y

⁴ Se debe tener en cuenta que los resultados de la tercera diferencia pueden interpretarse de diferentes maneras. Sin embargo, se ha adoptado una interpretación para este efecto marginal sobre la base de los resultados de las diferencias transversales.

Minniti (2006), entre otros, indican que son los adultos jóvenes los que tienen mayor probabilidad de ser emprendedores. Es decir, la probabilidad de emprendimiento decrece conforme aumenta la edad (Katz, 1994; Vaillant y Lafuente, 2007; Driga et al., 2009).

Los resultados de esta investigación se obtuvieron a partir de una muestra tomada de APS-GEM España-2009. Después de haber filtrado todas aquellas observaciones con datos perdidos o incompletos, quedó una muestra total de 24.695 observaciones, de las cuales 4.092 son jóvenes menores de 30 años y a la cual se le aplicó un modelo *logit* para analizar si existe un impacto diferenciado de los modelos de referencia y el estigma social al fracaso en el proceso emprendedor de los jóvenes rurales.

Los resultados indican que la probabilidad de ser emprendedor es significativamente mayor en el caso de los adultos jóvenes en comparación con el resto de la población adulta española. Lo anterior se puede explicar en parte a través de un análisis de las variables socio-culturales aplicadas a este estudio. Por un lado, se puede afirmar que el efecto positivo de los modelos de referencia en la probabilidad de convertirse en emprendedor es mayor entre los individuos jóvenes españoles. Por otra parte, el efecto negativo del estigma social al fracaso sobre la probabilidad de la creación de empresas es menor entre las personas jóvenes.

Desde una perspectiva territorial, los jóvenes urbanos tienden a ser más emprendedores que los que viven en las zonas rurales. Y aunque el impacto negativo sobre la actividad emprendedora del miedo al fracaso es el mismo entre los jóvenes rurales y urbanos, el impacto de los modelos de referencia es significativamente diferente entre los jóvenes que viven en zonas rurales y urbanas. En concreto, los jóvenes rurales están menos influenciados por el impacto positivo de dichos modelos.

Las implicaciones que generan estos resultados parten del hecho de que la iniciativa emprendedora es cada vez más utilizada en España por las personas jóvenes como una forma alternativa de desarrollo profesional. Desde la óptica académica, aunque se ha demostrado que ciertas variables socio-culturales tienen una influencia en el proceso emprendedor, este estudio demuestra que algunos de estos factores, tales como modelos de

referencia y el estigma social al fracaso, influyen de forma distinta dependiendo los ciclos de vida de los individuos y los territorios donde habitan. Por lo tanto, el supuesto de homogeneidad en el impacto de estos factores sobre la población debe ser revisado en futuros estudios.

Con respecto a los generadores de políticas públicas, las implicaciones derivadas de esta investigación están relacionadas con la necesidad de diseñar programas y políticas específicas que promuevan el espíritu emprendedor entre los jóvenes rurales. No obstante, se ha encontrado que los jóvenes rurales, que tienen contacto con modelos emprendedores y que muchos tienen en su círculo social a empresarios, están relativamente menos estimulados por estos modelos de referencia para ser emprendedores que la juventud urbana. Las razones exactas de este fenómeno van más allá del alcance de este estudio; no obstante, un análisis reciente del *Global Entrepreneurship Monitor* de Cataluña y España (Vaillant et al., 2011; Coduras et al., 2012) sugiere que puede haber factores psicológicos que expliquen estos hallazgos. Los jóvenes rurales tienen la expectativa social de vivir en la ciudad para continuar sus estudios y carreras. La percepción social en muchas comunidades rurales es que el éxito profesional y personal para los adultos jóvenes se determina en función de si se han mudado y establecido dentro de un área metropolitana. Lo contrario significaría que los jóvenes que se quedan y se convierten en empresarios en zonas rurales son juzgados socialmente con de menos éxito. Una observación similar ha sido indicada por la OECD en las zonas rurales de Suecia, que se limitan a mantener la continuidad generacional de la fuerte tradición empresarial de Småland (OECD, 2012a).

A pesar de tener más acceso a ejemplos emprendedores, se encontró que los jóvenes rurales absorben ineficazmente el estímulo emprendedor generado por los modelos de referencia. Es probable que los jóvenes que viven en estas áreas no se identifiquen con los emprendedores rurales que conocen porque han sido educados para valorar y desear un estilo de vida urbano (Meccheria y Pelloni, 2006; Akgün et al., 2010.). Esto significaría que, para alcanzar mayores tasas de actividad emprendedora entre los jóvenes rurales, las políticas y programas deben abordar y trabajar en moldear el sistema de valores de la comunidad en general, y no exclusivamente la de los adultos jóvenes. Antes de que los jóvenes puedan ser estimulados a convertirse en emprendedores, los padres, amigos,

educadores y otras personas claves que los influncian deben primero creer que desarrollar una carrera local, como la de ser emprendedor en un territorio rural, es una profesión de estatus y de éxito social.

Para lograr lo anterior, según Schroeder et al. (2010), se debe crear una estrategia en los territorios rurales que se enfoque en tres puntos fundamentales: 1) compromiso, 2) equipamiento y 3) soporte. Con relación al primer punto, compromiso debe significar que los jóvenes desde muy temprana edad estén involucrados, tengan responsabilidades y lideren procesos reales en pro del desarrollo socio-económico de las comunidades donde viven. Es decir, que desde jóvenes se sientan parte de la comunidad y creen que su aporte es vital para mejorarla. Con equipamiento, Schroeder et al. (2010) se refieren a invertir más y mejor en la educación tanto de actitudes como aptitudes empresariales en los jóvenes rurales y desde temprana edad, con el objetivo de motivar en ellos la autoconfianza necesaria para crear empresas y para que identifiquen al fracaso no como un castigo sino como parte del proceso de aprendizaje. Por último, el soporte hace relación a todo lo que necesitan los jóvenes rurales para convertir sus ideas en oportunidades de negocios, materializarlas en un plan de acción, acceder a redes de contacto y a fondos de capital; pero sobre todo que los jóvenes cuenten con mentores que les enseñen y ayuden a conseguir sus objetivos, además estos mentores les sirva a los jóvenes de modelos de referencia para ser emprendedores (Schroeder et al., 2010).

Del mismo modo, es muy importante que las zonas rurales puedan ofrecer una mayor oferta de actividades de ocio, servicios y oportunidades de capacitación y educación para mejorar la calidad de vida de las personas jóvenes. De esta manera, es más fácil para una comunidad que se percibe como atractiva mantener parte de su población joven, pero también como una herramienta para atraer nuevos residentes jóvenes a estos territorios (Bryden y Hart, 2005; Akgün et al., 2010).

Por último, esta investigación abre nuevas líneas de investigación: por un lado, estudios que introduzcan un mayor número de factores socio-culturales en el análisis; por otro lado, trabajos que opten por un enfoque longitudinal; finalmente, estudios en otros contextos, tanto en países de economías desarrolladas como en vías de desarrollo, así como también análisis comparativos entre contextos de economías semejantes.

CAPÍTULO 4

ENSAYO 3

EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA JUVENIL SOBRE EL DESEMPEÑO ECONÓMICO REGIONAL

4. ENSAYO 3: EL IMPACTO DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA JUVENIL SOBRE EL DESEMPEÑO ECONÓMICO REGIONAL

Resumen: El objetivo principal de este estudio es determinar si el emprendimiento juvenil tiene un mayor impacto en el desempeño económico regional en España en comparación con la actividad emprendedora realizada por individuos no-jóvenes. La metodología empleada en este estudio es un modelo de datos de panel, utilizando una base de datos de tipo longitudinal que incluye información económica, demográfica y emprendedora para 260 observaciones de 52 provincias españolas, observadas anualmente para el período de 2004-2008. El estudio muestra que la actividad emprendedora en España tuvo un impacto positivo en el PIB territorial per cápita durante el período estudiado. Sin embargo, contrariamente a lo esperado, no se encontró que la actividad emprendedora de los jóvenes españoles representase un factor que contribuía al desarrollo económico territorial.

Abstract: The main objective of this study is determine whether youth entrepreneurship has a greater impact on regional economic performance in Spain compared to entrepreneurial activity by old entrepreneurs. The methodology used in this study is a panel data model, using a longitudinal database that includes economic, demographic and entrepreneurial activity information for 260 observations of 52 Spanish provinces, observed annually for the period 2004-2008. The study shows that entrepreneurial activity in Spain had a positive impact on regional GDP per capita over the period studied. However, contrary to expectations, it was not found that entrepreneurial activity of young Spanish is a contributing factor to territorial economic development.

4.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El emprendimiento es reconocido cada vez más como un factor fundamental para el crecimiento económico, la generación de empleo, la innovación y el desarrollo socioeconómico (OECD, 2003; Acs y Amorós, 2008; Wyrwich, 2012). Sin embargo, ¿tiene la actividad emprendedora de los jóvenes un mayor impacto en el desempeño económico regional? Según la perspectiva demográfica, los jóvenes promueven la revitalización de las comunidades (OECD, 2003). Por lo tanto, un territorio no puede mantener sus funciones sociales y económicas en el largo plazo sin la renovación de la población (Muilu y Rusanen, 2003). Desde una perspectiva económica, los jóvenes permiten la renovación de la fuerza laboral (ILO, 2010). Además, la juventud puede potencialmente convertirse en un factor decisivo para el desarrollo territorial cuando su capital humano es optimizado a través del emprendimiento (Chigunta, 2002; Xheneti, 2006; European Commission, 2009; Hofer y Delaney, 2010; Liddle, 2011).

Existe evidencia empírica de una relación positiva entre emprendimiento juvenil y el crecimiento económico territorial (Verheul et al., 2007). Según White y Kenyon (2000), los jóvenes emprendedores están innovando en la organización del trabajo, la generación y transferencia de tecnología y en las nuevas tendencias del mercado. En ciertas circunstancias, los jóvenes emprendedores son especialmente sensibles a las nuevas oportunidades y tendencias económicas (OECD, 2001). Precisamente, una de las principales ventajas competitivas de los jóvenes en la economía del conocimiento es su voluntad de innovar (Lyngdoh, 2005). Del mismo modo, las nuevas tecnologías de comunicación son herramientas indispensables para la competitividad y los jóvenes suelen tener un mejor dominio de éstas que los individuos mayores. Una nueva cultura del trabajo está surgiendo y los jóvenes emprendedores tienen la capacidad de ser líderes en este nuevo contexto (OECD, 2001).

Desde la perspectiva académica, la mayor parte de la evidencia empírica de los factores determinantes del desarrollo territorial ha reconocido que la actividad emprendedora contribuye significativamente al desempeño económico de los territorios. Asimismo, también se ha encontrado que la participación activa de los jóvenes en la economía desempeña un papel relevante (Naudé et al., 2008). Sin embargo, existe una escasez de estudios comparativos que analicen la contribución económica entre jóvenes y no-jóvenes;

de igual forma, poco se sabe acerca de las posibles diferencias entre las regiones de la contribución de la actividad emprendedora juvenil para el desarrollo económico. Esto resulta especialmente sorprendente dada la relevancia política que los jóvenes están ganando en Europa en el contexto de la actual crisis económica (European Commission, 2009, 2012). Además, la Comisión Europea destaca la importancia de factores territoriales específicos relacionados con el clima emprendedor en el fomento de la actividad emprendedora (European Commission, 2004).

Por otra parte, también existe un vacío de investigación con respecto a estudios que posean una perspectiva longitudinal y que capturen simultáneamente el efecto diferenciado que ciertos factores del clima emprendedor territorial generan sobre la actividad emprendedora de los jóvenes y no-jóvenes, y el efecto que esta actividad emprendedora tiene sobre el desempeño económico de los territorios. Por consiguiente, este estudio se centra en los jóvenes y el objetivo de investigación es determinar si la actividad emprendedora juvenil en el ámbito territorial español tiene un mayor impacto en su desempeño económico que la actividad emprendedora de la población no-joven. El estudio también pretende identificar la dinámica que existe detrás de la relación esperada entre los jóvenes emprendedores y el desempeño económico territorial.

El análisis empírico de este estudio se realiza a través de una base de datos de individuos españoles durante el período 2004-2008. El análisis de la actividad emprendedora juvenil española es particularmente atractivo ya que España es uno de los países de la OECD con la mayor proporción de creación de empresas efectuada por jóvenes (Coduras et al., 2012). Además, y poniendo las actuales dificultades económicas de lado, el PIB de la economía española entre 1980 y 2008 creció constantemente por encima al de Europa (OECD, 2012). Por último, cierta evidencia señala que las regiones españolas muestran importantes diferencias en su actividad emprendedora y esta variación puede explicarse en parte por la diferente propensión hacia la carrera emprendedora en los territorios (Lafuente et al., 2007). Esto apoya el análisis conjunto de las relaciones entre los elementos relacionados con el clima empresarial, la actividad emprendedora juvenil y los resultados económicos.

Por último, este estudio está estructurado de la siguiente manera: en la segunda sección se presenta el marco teórico y la construcción de las hipótesis. La tercera sección muestra la base de datos utilizada y la metodología. La cuarta sección contiene un análisis de los

principales resultados y la quinta y última sección presenta las conclusiones e implicaciones.

4.2. MARCO TEORICO E HIPOTESIS

4.2.1. La población joven en los territorios

¿Qué le ocurriría a un territorio que se quedase sin población joven? Sin una adecuada renovación de la población en un territorio, su economía no podría ser viable o mantener sus funciones socio-económicas en el largo plazo (European Commission, 2009; Headey y Hodge, 2009). Si no hay jóvenes en un territorio, la fuerza de trabajo no se renovarían y la actividad económica se reduciría (OIT, 2009).

Así, la proporción de jóvenes es crucial para mantener una economía estable (Van Groezen y Meijdam, 2004). Por ejemplo, si en una economía la proporción de personas jubiladas es mayor que la población de jóvenes laboralmente activos, la carga impositiva para estos últimos podría ser muy alta, haciendo inviable el sistema de pensiones (Futucami y Nakajima, 2001). Por consiguiente, tener una estructura de población joven en una economía no sólo permite una oferta constante de capital humano para el mercado laboral, sino también el buen funcionamiento de los sistemas de salud, fiscales y de pensiones (Werner Sinn, 1999; Headey y Hodge, 2009).

Los jóvenes no sólo son importantes para ayudar a mantener la economía sino también para estimular su crecimiento. Liddle (2011) explica que las economías crecen en regiones con una abundante población joven, bien educada y que se les permita y apoye a desarrollar sus talentos. Verheul et al. (2007) están de acuerdo con esto último, argumentando que en regiones económicamente desarrolladas los jóvenes no sólo optimizan su capital humano por medio del empleo, sino también a través del emprendimiento.

En el contexto de los países de la Unión Europea y la OECD, la proporción de jóvenes es muy importante para el desarrollo regional (OECD, 2001; Bönnte et al., 2009.). En primer lugar, porque dentro de un territorio una gran aglomeración de jóvenes puede generar una masa poblacional dinámica que demandan diferentes tipos de servicios y productos esenciales. Los jóvenes también representan un mercado local para las actividades de ocio que de otro modo podrían no estar disponibles, tales como cines, bares, restaurantes y otros

servicios similares que pueden mejorar la calidad de vida de una comunidad, haciendo a un determinado lugar más atractivo para los residentes de todas las edades (OECD, 2012a). En segundo lugar, y de acuerdo con la OECD, la atracción y retención de talento joven en la región no sólo es un medio para mantener un equilibrio demográfico y evitar el envejecimiento de la población; también, es la manera de mantener una oferta de trabajo sana y dinámica. Y en tercer lugar, porque investigaciones han corroborado que el aporte de los jóvenes a la economía, a través del mercado laboral y actividad emprendedora, pero sobre todo de esta última, impacta positivamente en el PIB de un territorio (Verheul et al., 2007; Hofer y Delaney, 2010; Liddle, 2011).

De esta manera, algunos casos interesantes donde los jóvenes han desempeñado un papel clave en el crecimiento económico se pueden encontrar en las regiones de países como Canadá (OECD, 2010), Alemania, Suecia y Dinamarca (Naudé et al., 2008). Estos países tenían territorios con carencia de jóvenes y una población críticamente envejecida. Muchas de estas áreas fueron capaces de transformar su economía generando un crecimiento del PIB una vez que los gobiernos llevaron a cabo políticas para atraer y mantener a los jóvenes en el territorio. Por otra parte, Eurostat (2009) ha argumentado que si Europa quiere seguir manteniendo su crecimiento económico, será necesario aumentar en las próximas décadas su población joven. A partir de estos argumentos se puede plantear la siguiente hipótesis:

H1. Los territorios con una mayor proporción de jóvenes tienen mayores niveles de PIB per cápita.

4.2.2. La actividad emprendedora en los territorios

La juventud pueden contribuir en la economía de dos principales formas: en primer lugar, a través del mercado laboral como asalariados, o alternativamente por medio de la actividad emprendedora como promotores de nuevos proyectos empresariales. Algunos académicos plantean la actividad emprendedora como un factor determinante del crecimiento económico (Wennekers y Thurik, 1999; Meccheri y Pelloni, 2006; Audretsch y Keilbach, 2007; Fritsch y Mueller, 2008; Naudé et al., 2008; Audretsch et al., 2012). ¿Cuáles son los argumentos para asegurar esto? Desde la perspectiva académica, hay tres vínculos fuertes entre el emprendimiento y el desarrollo económico: en primer lugar la innovación, el segundo vínculo es la creación de empresas y generación de empleo, y en tercera instancia

la competitividad (Karlsson et al., 2004). Por consiguiente, algunos estudios sugieren que la función de la actividad emprendedora como motor de desarrollo económico se debe a su papel de transportador de la innovación a los mercados (Audretsch y Thurik, 2001; Thurik y Wennekers, 2001; Carree y Thurik, 2002; Acs y Amorós, 2008). De igual manera, estudios empíricos muestran que el aumento de la competencia estimula el empleo y aumenta la productividad de las empresas. Además, está comprobado que son las pequeñas empresas las que producen la mayor parte del número total de innovaciones (Acs, 1996).

No obstante, este impacto económico del emprendimiento se produce en diferentes niveles territoriales; es decir, a escala nacional, regional, de ciudades, pueblos, zonas rurales y urbanas, etc. Precisamente, investigaciones han encontrado que la correlación entre la creación de empresas y el crecimiento económico varía ampliamente entre países y regiones (Reynolds et al., 1994; Audretsch y Thurik, 2001; Freytag y Thurik, 2007; Fritsch, 2008; Bosma et al., 2010; Wennekers, 2010). Según Malecki (1993), los estudios en emprendimiento han demostrado que no todos los territorios tienen el mismo potencial para generar crecimiento económico. Este autor sugiere que estas variaciones se pueden explicar a partir de tres dimensiones pertenecientes al entorno territorial, tales como la estructura industrial, la estructura organizativa y el entorno emprendedor. Del mismo modo, existe una relación compleja entre la estructura socio-económica, la cultura y el emprendimiento (Davidsson, 1995).

Todos estos argumentos también ayudan a explicar en parte por qué ciertas investigaciones, realizadas a lo largo de varios países en diferentes continentes, han comprobado un efecto positivo entre el emprendimiento y el PIB (Van Stel et al. 2005; Grilo y Thurik, 2008). De igual forma, las diferencias entre la actividad emprendedora y el desarrollo económico no sólo se producen entre países, sino también entre diferentes regiones y territorios de un mismo país (Audretsch et al., 2012). Por ejemplo, en el caso de Alemania el impacto de la creación de empresas en el desarrollo económico regional es mayor en regiones que poseen una alta aglomeración industrial y productividad laboral que en áreas con poco dinamismo empresarial (Fritsch y Mueller, 2008).

Por otra parte, Goel et al. (2006) han encontrado evidencia similar en otras regiones del mundo, en las que, efectivamente, territorios con mayor actividad emprendedora tienen un mayor PIB (Goel et al., 2006). Según estos autores, es probable que los territorios que poseen mayor actividad emprendedora presenten más historias de éxito, también posean

mayor presencia de redes informales de apoyo al emprendimiento, menor estigma social al fracaso empresarial, accedan a mayor información para identificar oportunidades de negocios y fomenten mucho más la actividad emprendedora (Goel et al., 2006). En consecuencia, teniendo en cuenta todos estos planteamientos se propone la siguiente hipótesis:

H2. En un territorio, la actividad emprendedora esta positivamente relacionada con el nivel PIB per cápita.

4.2.3. La influencia de los jóvenes emprendedores en el ámbito territorial

Como hemos mencionado en los apartados anteriores, el crecimiento económico es en parte el resultado de la actividad emprendedora en un territorio específico. Este emprendimiento es en sí mismo el resultado de los esfuerzos llevados a cabo por los emprendedores que trabajan en dicho territorio. Al establecer un vínculo entre la actividad emprendedora y el territorio, hay que considerar que un territorio posee bienes (factores), *know-how* y capital humano. Los emprendedores son los que en gran parte configuran todos estos aportes para generar productos o servicios a través de nuevas empresas (Benneworth, 2004). De la misma manera, Audretsch et al. (2012) sugieren que la fortuna de las regiones y los emprendedores esta entrelazada. Los territorios proporcionan oportunidades y recursos para los emprendedores, mientras que éstos, al mismo tiempo, configuran el entorno económico local. Es decir, los emprendedores pueden afectar el crecimiento económico regional a través de la innovación y la creación de nuevas empresas (Acs et al., 2004).

Por otra parte, pasando a detallar la propensión de los individuos que a nivel regional poseen hacia el emprendimiento, Bönnte et al. (2009) han encontrado que uno de los factores más determinantes es la edad de la persona. Estos autores encuentran, en el caso de las regiones alemanas, una relación entre la composición de la edad de los individuos y la creación de empresas en las regiones. Estudios similares en otras regiones han encontrado que el efecto de la edad del individuo apunta a una reducción de la actividad emprendedora en una sociedad envejecida (Katz, 1994; Vaillant y Lafuente, 2007). Precisamente, un hallazgo empírico comúnmente identificado por investigadores ha sido que los adultos jóvenes tienen más probabilidades de ser empresarios que los que no son jóvenes (Bonnett y Furnham, 1991; Honjo, 2004; Levesque y Minniti, 2006). Hay varias

razones que han sido identificadas para explicar la anterior afirmación. Por un lado, la capacidad de aprendizaje y de adaptación de los jóvenes a menudo supera a la de sus mayores, lo que les permite actuar con mayor rapidez sobre oportunidades identificadas (Honjo, 2004). Por otra parte, los jóvenes de hoy en día suelen tener mayores afinidades con algunas habilidades y destrezas que se han vuelto muy apreciadas dentro de la actual economía basada en el conocimiento, lo que les permite aprovechar mejor las oportunidades para determinados negocios (Xheneti, 2006).

De igual manera, cuando las personas se hacen mayores la idea de comenzar un nuevo negocio se les hace menos deseable, debido a que su aversión al riesgo aumenta con los años (Levesque y Minniti, 2006). Además, los jóvenes poseen un costo de oportunidad más bajos cuando se trata de crear una empresa (Amit et al., 1995). Por ejemplo, si una persona joven fracasa en su intento de ser emprendedor, es lo suficientemente joven como para volver fácilmente al mercado laboral, a diferencia de las personas mayores que empelarse es más difícil (Vaillant et al., 2012). Por otro lado, existe evidencia en el contexto de los países desarrollados que la contribución de los jóvenes emprendedores al crecimiento económico regional es mayor que la de las personas que no son jóvenes (Verheul et al., 2007). Por consiguiente, dentro del contexto de la economía basada en el conocimiento, las actitudes y las aptitudes de los jóvenes son factores clave para la creación y generación de nuevos productos, procesos, servicios y tecnología en general (White y Kenyon, 2000; Lyngdoh, 2005). Asimismo, los jóvenes tienen una disposición natural para la innovación y el cambio, la cual están capitalizando en parte a través de la actividad emprendedora (European Commission, 2009).

Por último, otros estudios también han encontrado que en las economías desarrolladas la juventud se sienten atraída hacia la creación de empresas como un medio para desarrollar su talento, obtener mayores ingresos, así como un mayor reconocimiento social y estatus (Chigunta, 2002). Esto es, en parte, debido a que la actividad emprendedora se ve como una plataforma para aprovechar el talento de muchos jóvenes con estudios superiores en áreas como la informática, la biotecnología y otras industrias modernas (Xheneti, 2006). Por lo tanto, las empresas creadas por jóvenes tienden a tener más afinidad con la dinámica industrial que exige la economía basada en el conocimiento. Además, que sus negocios están más direccionados a los mercados internacionales y digitales que las empresas creadas por emprendedores no-jóvenes (Honjo, 2004; Xheneti, 2006). Por el contrario,

estos emprendedores son menos riesgosos y más conservadores que los jóvenes para proyectar sus negocios a las áreas de nuevas tecnologías (OECD, 2001).

De esta forma, la actividad emprendedora de los jóvenes en los países desarrollados genera un fuerte valor añadido que tiene un fuerte impacto positivo en el desempeño económico regional (European Commission, 2009; Hofer y Delaney, 2010). Frente a todos estos planteamientos, este estudio se basa en la siguiente suposición:

H3. La actividad emprendedora juvenil tiene un mayor impacto en el PIB per cápita de un territorio en comparación con la actividad emprendedora de los no-jóvenes.

4.3. METODOLOGÍA

4.3.1. Datos y definiciones de variables

Los datos utilizados para llevar a cabo esta investigación provienen de dos fuentes principales. En primer lugar, tomamos las variables demográficas y de economía regional del Instituto Nacional de Estadística de España (INE) para los años 2004-2008. En segundo lugar, en cuanto a las variables relacionadas con la actividad emprendedora regional, estas provienen de la encuesta de población adulta (APS) del *Global Entrepreneurship Monitor-España* (GEM-España) para los mismos años (2004-2008). Acerca del GEM, este proyecto se inició en 1998 como un observatorio de la actividad emprendedora internacional, y en la actualidad más de 70 países están utilizando esta metodología para analizar el fenómeno del emprendimiento (GEM, 2012). Por otra parte, la información generada por el GEM ha sido utilizada, por un gran número de investigadores de todo el mundo, para estudiar la actividad emprendedora y sus determinantes (Wagner, 2004; Wennekers *et al.*, 2005; Van Stel, *et al.* 2005; Vaillant y Lafuente, 2007; Grilo y Thurik 2008; Driga *et al.*, 2009; Bosma *et al.*, 2010; entre otros). Una descripción más detallada de la metodología GEM se presenta en Reynolds *et al.* (2005).

El período de tiempo que comprende este estudio es de 5 años (2004-2008). La razón de este período se debe a que fue el último ciclo antes de la crisis económica que en la actualidad está enfrentando España. Por consiguiente, se ha buscado que el efecto crisis económica no distorsione los resultados en el modelo de análisis que esta investigación propone.

Para el estudio del impacto de la actividad emprendedora juvenil sobre el desempeño económico regional en España, la unidad de análisis territorial que se ha elegido son las provincias. La actual división política del territorio español se basa en 17 Comunidades Autónomas (regiones), las cuales entre todas agrupan 52 provincias. Estas últimas se han seleccionado como unidad de análisis, ya que de esta manera el análisis de la actividad emprendedora juvenil y su contribución al PIB es más detallado y profundo que tomando Comunidades Autónomas (véase la Figura 4.1). En la Tabla 4.1 se presenta una descripción de todas las variables utilizadas en esta investigación y en la Tabla 4.2 se puede ver información sobre la actividad emprendedora, los jóvenes emprendedores, los emprendedores no-jóvenes y el PIB per cápita de las provincias entre los años 2004 y 2008.

Nuestra primera variable de la Tabla 4.2 es la actividad emprendedora, la cual se ha utilizado en varios estudios como un factor determinante para el desarrollo regional (Audretsch y Thurik, 2001; Van Stel et al., 2005; Freytag y Thurik, 2007; Fritsch y Mueller, 2008; Audretsch et al., 2012). Para el propósito de esta investigación, esta variable es dicotómica y toma el valor de uno (1) si en los últimos 18 meses una persona ha creado un negocio, y cero (0) si la persona no ha creado una empresa. La Tabla 4.2 muestra que la actividad emprendedora en las provincias de España estuvo creciendo entre 2004 y 2006, pero disminuyó entre 2007 y 2008.

Con respecto a la definición de jóvenes, el criterio utilizado en esta investigación se basa en la edad. Según varias organizaciones internacionales, como las Naciones Unidas (UN, 2013), la OECD (2011), la Organización Internacional del Trabajo (ILO, 2013) y el Banco Mundial (World Bank, 2013), existe un consenso a la hora de catalogar a los jóvenes como aquellos individuos que tienen entre 15 y 24 años de edad. Mientras tanto, la Unión Europea y, concretamente, el Gobierno de España (INJUVE, 2012) comparten el criterio de que los jóvenes son aquellos individuos que tienen entre 15 y 29 años. En relación con la creación de empresas, muchos académicos han caracterizado precisamente los jóvenes emprendedores como aquellos individuos que han creado o desean crear un negocio y tienen edades comprendidas entre los 18 y los 29 años (Scherer et al., 1989; Bonnett y Furnhan, 1991; Blanchflower y Meyer, 1994; Schiller y Crewson, 1997; Walstad y Kourilsk, 1998; Honjo, 2004; Levesque y Minnitti, 2006; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009). Por lo tanto, para garantizar la continuidad académica y el rigor científico, esta

investigación adopta este mismo criterio de 18-29 años para definir a una persona como joven.

Tabla 4.1. Descripción de las variables seleccionadas

Nombre de la variable	Tipo de variable	Función de la variable en el modelo	Codificación de las variables dicotómicas
Actividad emprendedora	Dicotómica	Dependiente e independiente (segundo modelo)	1= si en los últimos 18 meses la persona ha creado un negocio.
			0 = La persona no ha creado un negocio en los últimos 18 meses.
PIB per cápita	Cuantitativa	Dependiente (segundo modelo)	Los valores de esta variable son en precios de mercado y en miles de Euros.
Jóvenes emprendedores	Dicotómica	Independiente	1= Persona entre los 18 y 29 años de edad que ha creado un negocio en los últimos 18 meses.
			0= No cumple el anterior requisito.
No-jóvenes emprendedores	Dicotómica	Independiente	1= Si el individuo tiene entre 30 y 64 años de edad y ha creado una empresa en los últimos 18 meses.
			0= No cumple el anterior requisito.
Desempleo	Cuantitativa	Independiente	Definida como la tasa de desempleados en cada provincia por año.
Educación	Cuantitativa	Independiente	Definida como la proporción de personas con estudios universitarios.
Ruralidad	Cuantitativa	Independiente	Definida como la proporción de población que vive en zonas rurales.
Proporción de jóvenes	Cuantitativa	Independiente	Se expresa en porcentaje de población.
Autoconfianza	Dicotómica	Independiente	1= Cuando la persona ha declarado que percibe autoconfianza para crear una empresa.
			0 = Cuando la persona declaró lo contrario.
Modelos de referencia	Dicotómica	Independiente	1= Cuando la persona ha afirmado conocer personalmente a un emprendedor que ha creado una empresa en los dos últimos años.
			0 = Cuando la persona declaró lo contrario.
Estigma social al fracaso	Dicotómica	Independiente	1= Cuando la persona afirma que el estigma social al fracaso es un impedimento para crear una empresa.
			0= Cuando la persona declaró lo contrario.

Para los efectos de este estudio, los jóvenes y no-jóvenes emprendedores son variables dicotómicas. La primera variable toma el valor de uno (1) si el individuo es menor de 30 años y ha creado una empresa en los últimos 18 meses, y cero (0) en caso contrario. La variable de emprendedores no-jóvenes toma el valor de uno (1) si el individuo tiene entre 30 y 64 años de edad y ha creado una empresa en los últimos 18 meses, cero (0) cuando es lo contrario. En la Tabla 4.2 se observa que la tendencia de la actividad emprendedora entre los jóvenes y no-jóvenes no es muy diferente. Aunque son más los años (2005, 2006

y 2008) en que los no-jóvenes presentan actividad emprendedora. Por otra parte, en el caso específico de los jóvenes emprendedores su actividad fue creciendo entre el 2004 y 2007.

Figura 4.1. Las 52 provincias de España



Fuente: Instituto Geográfico Nacional de España.

Otra variable en la Tabla 4.2 es el PIB per cápita. Los valores de esta variable son en precios de mercado y en miles de Euros. El PIB ha sido utilizado en muchos estudios previos relacionados con el emprendimiento y el desempeño económico regional, en particular en los de Belso Martínez (2005), De Jorge Moreno et al. (2007), Acs y Amorós (2008), Fritsch y Mueller (2008), Naudé et al. (2008), Bönnte et al. (2009), Audretsch et al. (2009), entre otros. Con respecto a las estadísticas descriptivas presentadas en la Tabla 4.2, se observa que el PIB per cápita en España ha crecido cada año entre el 2004 y 2008, los mayores incrementos han sido entre 2004 y 2005 (2,36%) y este último año y el 2006 (4,07%).

Tabla 4.2. Estadística descriptiva: la actividad emprendedora y el PIB per cápita

Año	Actividad emprendedora	Actividad emprendedora (Jóvenes)	Actividad emprendedora (No-jóvenes)	PIB per capita	Obs.
2004	0,0137 (0,0132)	0,0155 (0,0240)	0,0132 (0,0127)	21.585,33 (4.389,881)	52
2005	0,0207 (0,0171)	0,0189 (0,0222)	0,0224 (0,0167)	22.096,73 (4.409,543)	52
2006	0,0309 (0,0165)	0,0249 (0,0194)	0,0322 (0,0196)	22.996,39 (4.612,762)	52
2007	0,0283 (0,0109)	0,0293 (0,0242)	0,0279 (0,0114)	23.297,91 (4.647,288)	52
2008	0,0239 (0,0106)	0,0231 (0,0178)	0,0244 (0,0119)	23.386,23 (4.714,002)	52
Total	0,0237 (0,0150)	0,0225 (0,0220)	0,0241 (0,0159)	22.672,52 (4.576,836)	260

La desviación estándar se presenta entre paréntesis.

Adicionalmente, se han considerado ocho variables de control en este análisis empírico (densidad de población, el desempleo, la educación, la ruralidad, la proporción de jóvenes, la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras, modelos de referencia, el estigma social al fracaso). Los primeros cinco están relacionados con aspectos demográficos y territoriales, y también se han seleccionado tres variables dicotómicas que se relacionan con la autoconfianza y ciertos factores socio-culturales comúnmente identificados en la literatura. La primera variable de control se relaciona con la densidad de población, la cual ha sido utilizada en estudios sobre emprendimiento y de desarrollo regional (Fritsch y Mueller, 2008; Bönnte et al., 2009; Liddle, 2011). Esta variable se expresa en este trabajo como el número de habitantes por kilómetro cuadrado. De acuerdo con la Tabla 4.3, podemos decir que entre 2004 y 2008 la densidad de población en España tiene un promedio de 286 habitantes por kilómetro cuadrado.

Con respecto a la variable de desempleo, esta ha utilizado como factor de control en las investigaciones del emprendimiento y de crecimiento económico regional (Belso Martínez, 2005; De Jorge Moreno et al., 2007; Naudé, 2008). Esta variable es definida como la tasa de desempleados en cada provincia por año. Esta tasa en España durante el periodo de estudio ha sido del 10% (ver Tabla 4.3). La variable de la educación se ha creado teniendo en cuenta la proporción de personas con estudios universitarios (Krueger, 1993; Naudé, 2008); por consiguiente, sólo el 20% de la población en esta muestra tienen un nivel profesional (ver Tabla 4.3). La variable territorial en esta investigación es la ruralidad, esta

ha sido utilizada en otros estudios para medir el nivel territorial de la iniciativa emprendedora (Fuller-Love et al., 2006; Lafuente et al., 2007; Akgün et al., 2010). Para diferenciar las zonas urbanas de las rurales se ha adoptado el criterio propuesto por la ley (Real Decreto) 752/2010 del Gobierno de España (BOE, 2010). Dicho criterio indica para cada Comunidad Autónoma una lista de municipios clasificados como rural. En este trabajo ruralidad ha sido creada como la proporción de población que vive en zonas rurales. En España entre 2004 y 2008 esta proporción ha sido del 40%. La última variable demográfica en la Tabla 4.3 es la proporción de jóvenes en la población total por provincias. Esta variable ha sido utilizada por muchos estudiosos como un factor explicativo a la hora de analizar el desarrollo regional (Goel et al., 2006; Liddle, 2011). Esta variable se expresa en porcentaje de población. En la muestra final, las provincias de España tienen un promedio de 20% de población joven entre los años 2004 y 2008 (ver Tabla 4.3.).

Tabla 4.3. Estadística descriptiva: características demográficas y sociales

	Media	Desviación estándar	Obs.
Densidad de población	285,8664	842,6254	260
Tasa de desempleo	0,0980	0,0397	258
Educación (Proporción de personas con estudios universitarios)	0,2001	0,0527	258
Ruralidad (Proporción de población viviendo en áreas rurales)	0,3994	0,2796	260
Proporción de jóvenes	0,2002	0,0235	260
Autoconfianza	0,4493	0,0628	258
Modelos de Referencia	0,3247	0,0637	257
Miedo al fracaso	0,4924	0,0748	257

Por otro lado, con respecto a las variables relacionadas con la autoconfianza y ciertos factores socio-culturales, la primera de este tipo de variables en la Tabla 4.3 es precisamente la autoconfianza (Van Praag y Cramer, 2001; Lafuente et al., 2007; McGee et al., 2009). Esta variable toma el valor de uno (1) cuando la persona declara que él / ella tiene confianza en sus conocimientos y habilidades empresariales, y se le asigna el valor de cero (0) en caso contrario. En esta muestra, las personas con autoconfianza son en promedio el 45% (ver Tabla 4.3). Los modelos de referencia es otra variable de control propuesta en varios estudios de creación de empresas (Krueger y Brazeal, 1994; Walstad y Kourilsky, 1998; Gibson, 2004; Lafuente et al., 2007; Vaillant y Lafuente, 2007; Lucas et

al., 2009). Esta variable toma el valor de uno (1) para los que conocen personalmente a un emprendedor que ha creado una empresa en los últimos dos años, y cero (0) en caso contrario. En la Tabla 4.3 se puede observar que las personas con modelos de referencia representan en promedio un 32% en la muestra. Por último, la tercera variable de control relacionada con factores socio-culturales en este trabajo es el estigma social al fracaso (Busenitz et al., 2000; Van Praag y Cramer, 2001; Landier, 2004; Wagner, 2007; Lafuente et al., 2007; Vaillant y Lafuente, 2007). Para los fines de este estudio, esta variable toma el valor de uno (1) si la persona indica que el miedo social al fracaso es un impedimento para la creación de una empresa, y cero (0) en el caso contrario. Las personas con este estigma en la muestra es en promedio un 49% (ver Tabla 4.3).

4.3.2. Modelo econométrico

Para el correcto análisis de l impacto que el emprendimiento juvenil tiene sobre el desempeño económico territorial, comienza por reconocer al emprendimiento como un proceso endógeno donde diferentes factores territoriales y socio-culturales afectan las tasas de actividad emprendedora (ver por ejemplo, Wagner and Sternberg 2004; Lafuente et al., 2007; Bönke et al., 2009). Como resultado de esto, en una primera etapa los datos disponibles del INE y el proyecto GEM se han agrupado a nivel regional, lo que permite la estimación de la siguiente ecuación:

$$\begin{aligned} \text{Actividad Emprendedora}_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \text{Densidad de población}_{it} + \beta_2 \text{Desempleo}_{it} \\ & + \beta_3 \text{Educación}_{it} + \beta_4 \text{Ruralidad}_{it} + \beta_5 \text{Proporción de jóvenes}_{it} \\ & + \beta_6 \text{Factores Socio Culturales}_{it} + \beta_7 \text{Territorio}_{it} + \beta_8 \text{Tiempos}_{it} + \epsilon_{it} \end{aligned} \quad (1)$$

En la ecuación (1) el emprendimiento es la tasa de actividad emprendedora en la región i en un tiempo t , y ϵ_{it} es el término de error distribuido normalmente. Los factores socio-culturales se refieren, como se ha mencionado, a las variables relacionadas con el entorno empresarial en ámbito regional; es decir, la proporción de la población que tiene autoconfianza para iniciar y administrar con éxito un negocio, la proporción de la población que conoce personalmente a un empresario, y la proporción de la población que afirma que el miedo al fracaso es un obstáculo para iniciar un negocio.

En una segunda etapa, se considera al PIB per cápita como variable dependiente, y en este caso la actividad emprendedora entra en el modelo como una variable explicativa clave. La segunda especificación del modelo se presenta de la siguiente forma:

$$\begin{aligned} \text{PIB/capita}_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \text{Densidad de población}_{it} + \beta_2 \text{Desempleo}_{it} \\ & + \beta_3 \text{Educación}_{it} + \beta_4 \text{Ruralidad}_{it} + \beta_5 \text{Proporción de jóvenes}_{it} \\ & + \beta_6 \text{Actividad emprendedora}_{it} + \beta_7 \text{Territorio}_{it} + \beta_8 \text{Tiempo}_t + \epsilon_{it} \end{aligned} \quad (2)$$

Como se indicó anteriormente, la actividad emprendedora es un proceso endógeno ligado a factores territoriales y culturales. Por lo tanto, utilizando un análisis convencional de efectos aleatorios o un modelo de efectos fijos, potencialmente podría producir estimaciones sesgadas de los efectos que la actividad emprendedora tiene sobre el desempeño económico territorial. Por consiguiente, para examinar la relación emprendimiento-desempeño económico presentada en la ecuación (2) hay que tener en cuenta el carácter endógeno de la actividad emprendedora. Este es el pilar fundamental de nuestra estrategia de modelado. Para introducir correctamente la actividad emprendedora en la segunda ecuación (2), se requiere un sistema de ecuaciones simultáneas. En este trabajo, se elige el modelo de ecuaciones simultáneas usando el método de tres etapas de mínimos cuadrados como herramienta econométrica (Wooldridge, 2002).

Esta técnica hace uso de variables instrumentales para producir estimaciones consistentes a través de GLS que analizan la correlación de los términos de error a través de ecuaciones. El método tiene tres etapas y en la primera de estas genera valores instrumentales para las variables endógenas del modelo, en nuestro caso la actividad emprendedora y el PIB per cápita. Los valores instrumentados son los valores predichos producidos por la regresión de cada variable endógena sobre todas las variables exógenas en el sistema. En la segunda etapa genera una estimación consistente de la matriz de covarianza en la ecuación perturbada. Finalmente, y utilizando la matriz de covarianza obtenida de la segunda etapa, en la tercera etapa se realiza una regresión GLS donde los valores instrumentados sustituyen las variables endógenas en el modelo (Wooldridge, 2002).

En la segunda ecuación (2) se estima dos especificaciones del modelo para diferenciar el efecto total de la actividad emprendedora en el PIB per cápita de los efectos específicos que los jóvenes y no-jóvenes emprendedores tienen en el desempeño económico. A través

de este sistema de ecuaciones se puede comprobar si, después de controlar por los efectos directos de las variables relacionadas con las características demográficas y el clima emprendedor sobre el PIB per cápita, las actividades emprendedoras afectan positivamente el desempeño económico de los territorios.

4.4. RESULTADOS

Los resultados de los dos modelos de ecuaciones simultáneas, realizados con el fin de probar las hipótesis propuestas y por consiguiente alcanzar el objetivo de este estudio, se resumen en la Tabla 4.3. Teniendo en cuenta que la unidad de análisis en el modelo son las provincias, esta Tabla nos indica qué factor, de las variables independientes analizadas, contribuye al aumento del PIB per cápita del territorio. Al mismo tiempo, los resultados de las ecuaciones simultáneas indican la forma en que las variables analizadas contribuyen a mayores niveles de actividad emprendedora en un territorio. Mientras en el primer modelo se observa la actividad emprendedora de la población adulta en general, en el segundo modelo se analiza la actividad emprendedora de los jóvenes y de los no-jóvenes por separado.

La primera hipótesis **H1** del estudio afirma que los territorios con una mayor proporción de jóvenes presentan mayores PIB per cápita. Como se puede observar en los resultados de los modelos, la proporción de adultos jóvenes no tiene influencia significativa en el PIB per cápita de un territorio, ni tiene ningún impacto indirecto estadísticamente significativo en el PIB per cápita a través de su influencia sobre el nivel de actividad emprendedora de un territorio. Por lo tanto, la hipótesis **H1** no es soportada por los resultados del estudio.

Para que haya una influencia indirecta de las variables independientes sobre el PIB per cápita a través de su impacto en los niveles de actividad emprendedora de un territorio, en primer lugar, la influencia positiva de la actividad emprendedora sobre el PIB per cápita debe ser establecida. Esto es lo que se evalúa a través de la segunda hipótesis **H2**. Con los resultados del primer modelo en la Tabla 4.4 se puede observar cómo el nivel de actividad emprendedora de un territorio tiene una influencia positiva y significativa sobre el PIB per cápita de ese territorio. De esta forma, la hipótesis **H2** se confirma por los resultados del modelo.

**Tabla 4.4. Modelo de ecuaciones simultáneas:
Emprendimiento y desempeño económico**

	Modelo (1)		Modelo (2)		
	PIB per cápita	Actividad Emprendedora	PIB per cápita	Emprendimiento Juvenil	Emprendimiento no-joven
Actividad emprendedora	3,8925*** (1,4885)				
Actividad emprendedora (Jóvenes)			-2,3245 (3,6633)		
Actividad emprendedora (No-jóvenes)			4,5478** (2,2235)		
Densidad de población	0,0084 (0,0120)	-0,0014 (0,0017)	0,0010 (0,0206)	-0,0050* (0,0027)	-0,0013 (0,0018)
Desempleo	-1,6841*** (0,3022)	-0,0163 (0,0418)	-1,4538*** (0,5270)	0,0909 (0,0680)	-0,0379 (0,0450)
Educación	1,3924*** (0,2124)	-0,0293 (0,0292)	1,2694*** (0,2647)	-0,0439 (0,0477)	-0,0228 (0,0316)
Ruralidad	-0,1206** (0,0519)	-0,0024 (0,0073)	-0,1617* (0,0961)	-0,0224* (0,0118)	-0,0022 (0,0078)
Proporción de jóvenes	0,2701 (0,3551)	0,0172 (0,0497)	-0,0525 (0,4864)	-0,0502 (0,0815)	0,0671 (0,0540)
Autoconfianza		0,0531*** (0,0166)		0,0043 (0,0282)	0,0556*** (0,0183)
Modelos de Referencia		0,0491*** (0,0161)		0,0208 (0,0285)	0,0542*** (0,0180)
Miedo al fracaso		-0,0426*** (0,0153)		-0,0460* (0,0262)	-0,0357*** (0,0173)
Dicotómicas Tiempo	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Dicotómicas territoriales	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
<i>Intercept</i>	9,8388*** (0,1121)	0,0116 (0,0191)	9,9621*** (0,1966)	0,0705** (0,0331)	-0,0007 (0,0219)
<i>R square</i>	0,7967	0,3075	0,7426	0,1455	0,2852
<i>Chi2 value</i>	1050,70***	111,76***	827,33***	42,56***	99,74***
<i>Root mean square error</i>	0,0893	0,0125	0,1010	0,0203	0,0135
Observaciones	250	250	250	250	250

Los valores en paréntesis representan el error standard ajustado por heteroscedasticidad. *, **, *** indican significancia al 10%, 5% y 1%, respectivamente.

Junto con el nivel de actividad emprendedora del territorio, se puede observar cómo el nivel promedio de educación formal de la población de un territorio también tiene una influencia positiva directa en el PIB per cápita. Por el contrario, la tasa de desempleo de un territorio, así como su grado de ruralidad (medida como proporción de la población que

vive en zonas rurales) se encuentra que tiene una influencia negativa y significativa en el PIB per cápita.

El modelo también muestra cómo la autoconfianza y los factores socio-culturales considerados influyen indirectamente en el PIB per cápita de un territorio a través del impacto de su nivel de actividad emprendedora. Específicamente, se encontró que el nivel de autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras de la población de un territorio, así como la proporción de modelos de referencia aumenta positivamente y significativamente los niveles de actividad emprendedora de dicho territorio, y de esta manera contribuyen a mayores niveles de PIB per cápita. Por el contrario, la proporción de la población adulta que declaró poseer miedo al fracaso presenta una influencia negativa en el nivel de actividad emprendedora, y por tanto disminuye indirectamente el PIB per cápita del territorio en que habitan.

Resumiendo los resultados con respecto a las dos primeras hipótesis, estos se han mostrado contrariamente a las expectativas fijadas en la revisión de la literatura (Verheul et al., 2007); ya que la proporción de adultos jóvenes en un territorio no es un estímulo para que el PIB per capital aumente, más bien no genera ninguna influencia significativa. Sin embargo, la segunda hipótesis que relaciona la actividad emprendedora de un territorio con el PIB per cápita es válida. Por tanto, podríamos conjeturar que en lugar de la proporción de adultos jóvenes en general es la proporción de jóvenes que participan en las actividades emprendedoras la que genera un mayor PIB per cápita en un territorio. No obstante, los resultados del segundo modelo que separa la actividad emprendedora de jóvenes de la no-jóvenes no soporta esta hipótesis. El nivel de la actividad emprendedora de los jóvenes se encontró que no tiene una influencia significativa en el PIB per cápita de un territorio. Por el contrario, según los resultados del modelo se encontró una relación positiva y significativa entre el nivel de actividad emprendedora de los individuos no-jóvenes y el crecimiento del PIB per cápita de un territorio. Por lo tanto, contrariamente a la hipótesis **H3**, el nivel de actividad emprendedora de los jóvenes no tiene un mayor impacto en el PIB per cápita de un territorio que el generado por la actividad emprendedora de los no-jóvenes.

Parte de la explicación de esto puede ser extrapolada a partir de los resultados del segundo modelo. La densidad de población y la ruralidad de un territorio tienen una influencia

significativa y negativa en los niveles de actividad emprendedora, pero sólo en el caso de los adultos jóvenes. Esto significa, que mientras que los niveles de actividad emprendedora de los individuos no-jóvenes no se ven afectados por estas variables geográficas, si lo es para el nivel de actividad emprendedora juvenil; debido a que esta última suele ser más alta en los territorios de menor densidad y con una distribución de población de tipo urbano.

Esto es contrario a los estudios que han encontrado que la actividad emprendedora de los jóvenes es la más importante para el crecimiento económico de un territorio. Por ejemplo, North y Smallbone (2006) encontraron que la posible contribución económica y social de los jóvenes rurales para el desarrollo de sus territorios es mayor cuando están involucrados en actividades emprendedoras. Según Bryden y Hart (2005), el emprendimiento en las zonas rurales contribuye a diversificar el tejido económico y de esta forma evitar la dependencia de la mono-producción, suministrando una gama más amplia de servicios, y mejorando la calidad de vida de estas zonas. Del mismo modo, la actividad emprendedora es una buena manera de generar oportunidades para el desarrollo profesional, la integración social y económica, el mantenimiento de la población rural y la atracción de nuevos residentes a estos territorios (Bryden y Hart, 2005; Akgün et al., 2010). Por lo tanto, el hallazgo de que los niveles de actividad emprendedora de jóvenes son más bajos en los territorios en los que el impacto socio-económico debería ser potencialmente mayor, podría explicar por qué el emprendimiento juvenil de un territorio en España no está contribuyendo a su PIB per cápita.

Asimismo, los resultados del segundo modelo indican que el PIB per cápita de un territorio está fuertemente influenciado por el impacto indirecto de la autoconfianza y de factores socio-culturales a través de su influencia sobre los niveles de actividad emprendedora de los no-jóvenes. En concreto, se encontró que la influencia positiva de la autoconfianza emprendedora de un territorio y la elevada proporción de modelos de referencia sólo influyen de manera significativa en los niveles de actividad emprendedora de los no-jóvenes, y, posteriormente, sobre el PIB per cápita de ese territorio. Este no es el caso para los niveles de actividad emprendedora de jóvenes.

4.5. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

Tanto la población joven como los jóvenes emprendedores se han identificado como un recurso fundamental para el crecimiento económico regional. Un territorio optimiza su potencial económico cuando su juventud inyecta eficientemente su capital humano en la economía, ya sea a través de su participación en el mercado laboral o a través del emprendimiento. Mientras es común encontrar investigaciones sobre la juventud y el empleo, por otro lado ha sido escasamente analizado la relación entre la actividad emprendedora juvenil y el crecimiento económico; y mucho menos estudiada, la contribución relativa de la actividad emprendedora entre los jóvenes y no-jóvenes. Precisamente, este estudio buscó contribuir a llenar este vacío en la literatura.

Se utilizó una base de datos de tipo longitudinal que incluye información económica, demográfica y emprendedora para 260 observaciones de 52 provincias españolas, observadas anualmente por un período de cinco años. Se desarrolló un modelo de datos de panel para probar si los emprendedores jóvenes, en comparación a los emprendedores no-jóvenes, tienen un mayor impacto en el crecimiento económico en el ámbito regional español.

De acuerdo con el modelo analizado, se encontró que la actividad emprendedora en España tuvo un impacto positivo en el PIB territorial per cápita durante el período comprendido entre los años 2004 y 2008. Sin embargo, contrariamente a lo esperado, no se encontró que la actividad emprendedora de los jóvenes españoles representa un factor que contribuía al desarrollo económico territorial. Por consiguiente, emprendedores no-jóvenes en el caso de España contribuyeron más al aumento del PIB per cápita a nivel territorial.

Desde un punto de vista académico, esta investigación corrobora que España no es una excepción en una larga lista de países en los que la actividad emprendedora se ha consolidado como un factor determinante para el crecimiento económico. No obstante, a diferencia de la literatura (European Commission, 2009; Hofer y Delaney, 2010; Liddle, 2011) la proporción de jóvenes y su actividad emprendedora no están contribuyendo de manera significativa al crecimiento económico de España. Esto se puede explicar por las diferencias del impacto de la autoconfianza y los modelos de un territorio sobre los niveles de emprendimiento juvenil y no-jóven. De esta manera, la usual asunción académica de

homogeneidad en la influencia de la autoconfianza y de estos factores socio-culturales sobre la población y la de los territorios debe ser revisada en futuros estudios.

Con respecto a la formulación de políticas, las consecuencias derivadas de esta investigación están relacionadas con la necesidad de diseñar programas y políticas específicas que promuevan el emprendimiento entre los jóvenes. En el caso de España, los jóvenes no están estableciendo sus nuevas empresas en donde podrían generar mayor impacto a la economía. Normalmente, el impacto socio-económico de un nuevo negocio es mayor tanto en un contexto rural remoto o en un área urbana dinámica (OCDE, 2009a). Precisamente, se encontró en España que ambas áreas tienen relativamente menos actividad emprendedora juvenil.

En el caso de las zonas rurales, se debe tener en cuenta como la autoconfianza y los ciertos factores socio-culturales de la comunidad afectan específicamente a los segmentos más jóvenes de la población y su tendencia hacia una carrera emprendedora a nivel local. Por lo tanto, es probable que los jóvenes de zonas rurales no se identifican con los emprendedores rurales que conocen, porque han sido educados para valorar y desear un estilo de vida urbano (Meccheria y Pelloni, 2006; Akgün et al, 2010.). Esto significaría que, para alcanzar mayores tasas de actividad emprendedora entre los jóvenes rurales, los programas para estimular el emprendimiento deben trabajar en moldear el sistema de valores de la comunidad en general, y no exclusivamente la de los adultos jóvenes. Antes de que los jóvenes puedan ser impulsados a convertirse en emprendedores, los padres, amigos, educadores y otras personas clave en su proceso de selección de carrera profesional, deben transmitirles que ser emprendedor en sus comunidades es una profesión de estatus, tanto de éxito personal como social.

Además, los jóvenes deben ser animados a aprovechar mejor las oportunidades ofrecidas por las áreas metropolitanas para la creación de nuevos negocios innovadores. El pensamiento económico clásico y contemporáneo ha retratado constantemente las aglomeraciones urbanas como escenario preferido para la realización de negocios. Wagner y Sternberg (2004) encontraron que la actividad empresarial en los territorios con alta densidad de población y altas tasas de crecimiento de población muestran tasas más altas del crecimiento de nuevos empresarios (Wagner y Sternberg, 2004). Asimismo, según Audretsch y Keilbach (2007), en la teoría conocida como *knowledge spillover*

entrepreneurship, un contexto con más conocimiento generará más oportunidades empresariales; por el contrario, el contexto con menos conocimiento generará menos oportunidades empresariales. En el caso específico de los emprendedores más jóvenes que tienen menos experiencia y mayores carencias de recursos, un contexto metropolitano potencialmente pueden ofrecer acceso a una multitud de recursos gratuitos para ayudar a dicha población a optimizar mejor la utilización de su capital humano a través de la actividad emprendedora.

Por consiguiente, planes de acción exitosos que contribuyan a alentar a los jóvenes a convertirse en emprendedores no sólo deben ofrecer oportunidades para adquirir conocimientos y habilidades, sino también deben involucrar e incluir a los jóvenes en los proyectos de desarrollo socio-económico de su comunidad; e incluirlos desde una edad temprana. Si el capital humano de los jóvenes de un territorio no se utiliza bien, puede terminar fácilmente canalizado hacia actividades ilícitas, socialmente indeseables, y criminales (Walton, 2010). Precisamente, Europa se enfrenta actualmente a un fenómeno social relacionado con la juventud que se ha denominado como NEETs (jóvenes que no tienen empleo, educación ni formación). Dichos jóvenes no tienen estudios o capacitación formal no porque no tienen acceso al sistema educativo de estos países, sino más bien debido a una exclusión social (Eurofound, 2012). Según Eurofound, España es uno de los países europeos con mayor número de NEETs. En 2011 se estima que era un total de más de 1,6 millones de personas, alrededor del 21% de la población activa. Más aún, el coste de los NEETs en la economía española ha sido estimado en 15.735 millones de euros al año.

Por último, esta investigación abre nuevas líneas de estudio. Sería interesante incluir un análisis del tipo de empresas que los jóvenes españoles están creando. Los informes recientes han encontrado que los jóvenes emprendedores españoles no crean empresas innovadoras (Vaillant et al., 2012). Por otro lado, un estudio comparativo entre emprendedores jóvenes de diferentes países, que presenten un desempeño económico similar, pero con diferentes sectores industriales y de servicios, podría también mostrar matices interesantes de la problemática que ha sido abordada por este estudio.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES GENERALES Y DEBATE DE INVESTIGACIÓN

5.1. CONCLUSIONES GENERALES Y DEBATE DE INVESTIGACIÓN

En este apartado se presenta el conjunto de las conclusiones que se han obtenido en esta tesis doctoral, además de la discusión que se genera a partir de los planteamientos que la investigación propone y su relación con la literatura existente, las implicaciones que resultan tanto de tipo académico como para los *policy makers* y, finalmente, las limitaciones del estudio, así como también la presentación de las líneas de investigación que surgen.

Esta tesis ha intentado evaluar si ser joven en España aumenta la probabilidad de ser emprendedor, observando los territorios donde la juventud tiene mayor propensión emprendedora y los factores que ayudan a explicar dicho fenómeno. Además, se ha estimado la contribución que los jóvenes emprendedores hacen al desempeño económico territorial español.

Los resultados de esta investigación se obtuvieron a partir de una muestra tomada de GEM-España entre los años que comprende esta tesis (2004-2009). Al mismo tiempo, en el tercer ensayo se utilizaron algunos datos demográficos y de la economía española provenientes del Instituto Nacional de Estadística.

5.1.1. Contexto socio-económico de la juventud donde se enmarcan estas conclusiones

En el panorama actual de la economía mundial el hecho de ser joven es todo un desafío, debido en parte a la disminución de oportunidades laborales que año a año viene mostrando las tasas de desempleo juvenil a nivel mundial, y en especial en algunas regiones y países donde este flagelo se ha convertido en uno de los principales problemas sociales a resolver. Por ejemplo, la Unión Europea ha presentado para el primer semestre de 2013 una tasa de desempleo juvenil del 24% (Eurofound, 2013). Más aún, países como Portugal, Italia, Grecia y España muestran unas cifras alarmantes de jóvenes desempleados, donde se destaca el 56,7% de desempleo que en el primer semestre de 2013 están presentando los jóvenes españoles (INE, 2013).

Por otro lado, el desempleo no es el único problema que afrontan los jóvenes. Como se mencionó en el apartado de conclusiones del cuarto capítulo, en la actualidad y en el contexto europeo, los gobiernos vienen afrontando el fenómeno social y juvenil denominado como NEETs (acrónimo en Inglés que traducido al Español significa: jóvenes

que no tienen empleo, educación ni formación) (Eurofound, 2012). Lo sorprendente de este fenómeno es que estos jóvenes catalogados como NEETs en teoría no acceden al empleo debido a que no poseen ningún tipo de educación, formación o entrenamiento formal; y la cuestión es que estos jóvenes no se han formado no porque no tuvieron acceso al sistema educativo de sus países, sino porque decidieron aprovechar una coyuntura económica e incorporarse rápidamente al mercado laboral, prefiriendo emplearse en vez de formarse. Dicha coyuntura laboral se les terminó por cambios en la economía global (por ejemplo, la coyuntura relacionada con el sector de la construcción) y ahora en el presente los trabajos que ofrece el mercado laboral exigen a estos jóvenes europeos un nivel de formación que no tienen y que muchos ya no aspiran a alcanzar porque piensan que es tarde para formarse (Eurofound, 2012).

España, por segundo año consecutivo (2011 y 2012), se posiciona como el país europeo con mayor cantidad de NEETs (en España el acrónimo equivalente es NINI –ni estudian ni trabajan). Uno de cada cuatro jóvenes españoles ni estudia ni trabaja (24,4%), valor muy superior a la media de NEETs en los países miembros de la OECD, que es del 16% (OECD, 2013). Más aún, el coste de los NEETs en la economía española ha sido estimado en 15.735 millones de euros al año (Eurofound, 2012).

¿Qué se está haciendo frente a esta difícil problemática que está afectando a la juventud? En la actualidad y en el contexto europeo, se están tomando muchas acciones, diseñando programas y realizando políticas para combatir el desempleo y exclusión social juvenil, como por ejemplo la Estrategia de la Unión Europea para la Juventud (European Commission, 2009), Medidas para el Empleo Juvenil (European Commission, 2013) o el Programa Cuatro Años de Trabajo 2013-2016 (Eurofound, 2012a). Todos estos programas y políticas coinciden en apostar por el emprendimiento como una de las herramientas fundamentales para solucionar la mencionada problemática que está afrontando la juventud (Eurofound, 2012).

Precisamente, esta percepción sobre el emprendimiento ha sido uno de los criterios principales en el que se basó la decisión de estudiar la actividad emprendedora juvenil en esta tesis. Por otra parte, los resultados de esta investigación permiten corroborar que efectivamente la creación de empresas por parte de jóvenes es una buena forma de optimizar su capital humano. Por ejemplo, esta tesis a través del primer y segundo ensayo corroboró que los jóvenes españoles tienen mayor probabilidad de ser emprendedores que

la población no-joven. Por consiguiente, en los últimos años en España no se puede hablar que el único rol de los jóvenes en la economía fue buscar empleo, debido a que la participación de los jóvenes emprendedores en el TEA español entre 2004 y 2009 ha sido en promedio de un 20%. Por lo tanto, el emprendimiento para los jóvenes en España se está consolidado como una vía alterna y válida de desarrollo profesional y personal.

Pero ¿cómo hacer para incrementar aún más el espíritu emprendedor en la población juvenil española y que su actividad emprendedora contribuya al crecimiento económico? Precisamente las conclusiones e implicaciones de esta tesis proponen varios aspectos que los *policy makers* deberían tener en cuenta para resolver los retos que esta pregunta plantea y que podrían ofrecer parte importante de la solución a la problemática socio-económica de la actual juventud española.

En el marco de este contexto socio-económico de la juventud, a continuación se pasa a desglosar las conclusiones que han surgido de esta tesis y luego se entra en lo relacionado con sus implicaciones.

5.1.2. Factores socio-culturales y psicológicos

En esta tesis doctoral el impacto diferenciado de la autoconfianza, los modelos de referencia y el estigma social al fracaso ha ayudado a explicar que los jóvenes españoles tengan mayor probabilidad de ser emprendedores que los no-jóvenes.

Lo anterior se puede sustentar a partir de que cada segmento de la población es influenciado y caracterizado de forma diferente por elementos claves del entorno; el impacto de dichos factores lleva a que los individuos puedan ser más o menos a fines a realizar ciertas actividades socio-económicas. En el caso de individuos y su determinación de ser emprendedores, los tres ensayos de esta investigación comprueban que factores tales como la autoconfianza, los modelos de referencia y el estigma social al fracaso son determinantes para que una persona, de cualquier segmento de la población, sea emprendedora. No obstante, los hallazgos de esta tesis también permiten concluir que dichos factores impactan en mayor o menor grado a los individuos que quieren crear empresa, dependiendo si son jóvenes o no, o por el territorio donde habitan.

De esta manera, el primer ensayo de este estudio propone que los jóvenes españoles son más proclives a la actividad emprendedora que la población no-joven, debido a que el

efecto positivo de la autoconfianza es mayor en la juventud que en su contraparte. De igual forma, el efecto negativo del estigma social al fracaso sobre la probabilidad de crear una empresa es menor en los individuos jóvenes. Además, en el segundo ensayo, se afirma que el efecto positivo de los modelos de referencia sobre la probabilidad de ser emprendedor es mayor en la juventud española.

5.1.3. Ruralidad, jóvenes y factores del entorno

En el segundo ensayo, además de ratificar el contraste que la edad de la persona puede marcar en la forma en que ciertos factores socio-culturales y la autoconfianza impactan a los individuos para ser emprendedores, el territorio también es propuesto como una variable que genera un impacto diferenciado en la relación entre los mencionados factores y su repercusión en los jóvenes emprendedores.

Las diferencias territoriales son un elemento determinante para que haya variaciones en la propensión de ser emprendedor de los individuos, en especial cuando la distinción se hace entre áreas rurales y urbanas. Estas variaciones que marcan los territorios con respecto a la actividad emprendedora no sólo se producen entre diferentes segmentos de la población sino entre los individuos de un mismo segmento. De esta manera, el segundo ensayo de esta tesis halló que, efectivamente, los jóvenes urbanos son más proclives a emprender que los rurales, debido en parte a que estos últimos en España están menos influenciados por el impacto positivo de los modelos de referencia. Es decir, ciertas variables del entorno impactan en los jóvenes de manera diferente dependiendo el tipo de territorio donde habitan.

5.1.4. Desarrollo económico regional, jóvenes emprendedores y factores del entorno

Si bien en el primer y segundo ensayo de esta investigación se corrobora que los jóvenes en España tienen mayor tendencia a ser emprendedores que los individuos no-jóvenes, el tercer ensayo cuestiona si este aporte del emprendimiento juvenil en el crecimiento económico regional español es mayor que el que genera los emprendedores no-jóvenes.

Sin duda, la actividad emprendedora es uno de los pilares del desarrollo económico de los países, pero también de territorios en general, permitiendo a áreas como las rurales una serie de beneficios –tales como diversificar sus economías, generar empleo y desarrollar el capital humano, atraer nueva población, acceder a mejores servicios, etc. – que mejoran en

definitiva la calidad de vida de los individuos y contribuyen a las sostenibilidad de dichos territorios.

Precisamente, el tercer ensayo confirma que en España el emprendimiento sí contribuye al desarrollo económico, pero son los emprendedores no-jóvenes los que más aportan al PIB per cápita español. Lo anterior ha sido explicado, en el tercer ensayo, a partir de las diferencias regionales halladas en los efectos que producen ciertos factores socio-culturales y la autoconfianza sobre los niveles de actividad emprendedora entre jóvenes y no-jóvenes. Concretamente, sólo se encontró un impacto positivo y significativo de la autoconfianza y los modelos de referencia en la actividad emprendedora no-joven y consecuentemente del PIB per cápita de los territorios donde este tipo de emprendedores se ubican. Por consiguiente, los jóvenes españoles no están creando sus empresas en las áreas donde estas podrían tener un mayor impacto, tales como son los contextos rurales remotos o las dinámicas zonas urbanas.

5.2. DEBATE DE LA INVESTIGACIÓN

5.2.1. Implicaciones académicas

Ante una de las preguntas que se ha planteado en el apartado 5.1.1. con respecto a qué hacer frente al problema del desempleo juvenil, esta tesis corrobora lo que ciertos organismos gubernamentales y académicos vienen proponiendo como una de las posibles soluciones a dicha problemática, relacionada con promover más y mejor el espíritu emprendedor entre los jóvenes.

Precisamente, una de las conclusiones clave que a nivel académico esta tesis plantea es que ser joven constituye un factor que influye y explica parte del emprendimiento individual. A partir de esto, la academia no debe dudar en proponer la creación de empresas como una herramienta que potencia el capital humano de la juventud. Decir lo anterior como enunciado general no es nada nuevo, pero afirmar y comprobar que la actividad emprendedora juvenil española se consolida, como una alternativa real de desarrollo profesional y personal, debería generar un debate académico y político serio que aún no se está dando en la actualidad de España. En el sentido, que el modelo de educación español todavía sigue educando a los jóvenes con la mentalidad de ser empleados, cuando también habría que motivar y formar también a la juventud para ser emprendedora (Lanero et al., 2011; Blasco de las Heras, 2012). No es fácil cambiar de un modelo de educación que crea

únicamente empleados a otro donde también se educa para ser emprendedor y promueve fuertemente la creatividad e innovación, pero el primer paso hacia ese camino es que las autoridades académicas tengan conciencia de que los jóvenes en los tiempos actuales tienen todo el potencial para emprender y que se puede enseñar la mentalidad y habilidades emprendedoras desde el colegio, los institutos, las universidades y para todo tipo de profesiones y no únicamente las que tiene que ver con Ingenierías, Economía o Administración de Empresas.

Una segunda implicación, de tipo académico, se relaciona con el hecho de que si bien estudios como éste vienen comprobando que el potencial de la actividad emprendedora varía entre los diversos segmentos de la población, también existen diferencias del potencial emprendedor entre un mismo segmento de la población. Es decir, no todos los jóvenes son igual de emprendedores, sino que también su capacidad emprendedora varía entre ellos a causa de ciertos factores. En el caso concreto de este estudio, se ha hallado que el territorio es un factor que crea distinciones entre los jóvenes españoles para ser emprendedores. De esta forma, la tendencia es que tenga menos probabilidad emprendedora la juventud ubicada en las áreas rurales. Por lo tanto, se deberá ser cuidadoso en futuras investigaciones cuando se esté analizando la actividad emprendedora de los jóvenes, ya que de partida no es igual la situación de los jóvenes emprendedores que viven en un área rural que en una urbana.

Justamente una tercera implicación académica tiene que ver con lo anterior, y es que el hecho de que los jóvenes vivan entre lo rural y urbano no sólo influye en el potencial emprendedor de un mismo segmento de la población, sino también en el impacto que un emprendimiento genera en el crecimiento económico de un país o región. En el caso de las empresas creadas por los jóvenes españoles, éstas podrían impactar más en el desarrollo económico si estuvieran ubicadas en áreas rurales remotas. Es decir, el territorio es una variable determinante que ayuda a explicar desde diferentes perspectivas la actividad emprendedora juvenil.

Una cuarta implicación a nivel académico que plantea esta tesis se relaciona con el hecho de que ser joven constituye un factor que influye y explica parte del emprendimiento individual, además el territorio impacta a la población joven en su proceso de ser emprendedor, lo cual es explicado en este estudio a través de los factores como la autoconfianza, los modelos de referencia y el estigma social al fracaso. Es decir, desde la

perspectiva académica esta investigación corrobora que estos factores son determinantes en el proceso de ser emprendedor, pero sus impactos no son homogéneos sobre los diferentes segmentos de la población ni dentro de un mismo segmento, ya que dependiendo de la edad o el territorio donde habitan las personas, dichas variables impactan diferente en la actividad emprendedora y en su contribución en el crecimiento económico.

La quinta y última implicación, es con respecto a una aparente contradicción que se genera entre los resultados de los dos primeros ensayos y el tercero de esta tesis; es decir, si bien los jóvenes, en las muestras analizadas, tienden a ser más emprendedores que los individuos no-jóvenes, no obstante el tercer ensayo indica que el aporte de la actividad emprendedora de los jóvenes en el crecimiento económico regional español no es mayor que la que genera los emprendedores no-jóvenes. Lo anterior no es una divergencia en el plano académico, si se tienen en cuenta que no lo es mismo hablar de actividad emprendedora (jóvenes hacen más) que de la contribución de la actividad emprendedora en la economía (los no-jóvenes contribuyen más), como varios estudios corroboran dicha diferencia (Baumol, 1990; Bönnte et al., 2009).

Por consiguiente, hablar de mayor tendencia hacia la actividad emprendedora o mayor número de emprendimientos no conlleva necesariamente a una mayor contribución económica de esta actividad en el territorio donde los emprendedores la realizan. Es decir, esta afirmación no es una regla rígida, ya que en algunos territorios puede ocurrir dicha relación pero en otros no (Goel et al., 2006; Fritsch y Mueller, 2008). Por lo tanto, no todo tipo de actividad emprendedora hace crecer la economía; Baumol (1990) en los años 90s ya indicaba que si bien la oferta total de emprendedores varía entre las sociedades, la contribución productiva de sus actividades emprendedoras hacia la sociedad varía mucho más; debido a la distribución entre las actividades productivas como la innovación y las actividades improductivas tales como la búsqueda de rentas, pero también por la asignación (remuneración) relativa que la sociedad ofrece a este tipo de actividades.

Por otro lado, además de la asignación social que menciona Baumol (1990), en la contribución de la actividad emprendedora hacia la economía otro factor clave es el territorio donde se decide emprender (Malecki, 1993; Reynolds et al., 1994; Audretsch y Thurik; 2001; Freytag y Thurik, 2007; Fritsch, 2008; Bosma et al., 2010; Audretsch et al., 2012). Debido a que no todos los territorios poseen el mismo potencial para producir crecimiento económico; lo cual ha sido explicado a través de las relaciones que se

establecen en los territorios entre la estructura socio-económica, la estructura industrial, la cultura, el entorno y el emprendimiento (Malcki, 1993; Davidsson, 1995).

Finalmente, los anteriores argumentos académicos también se vienen corroborando en el caso concreto de los jóvenes emprendedores. Por ejemplo, hay territorios donde los jóvenes son muy proclives a la actividad emprendedora y al mismo tiempo sus emprendimientos contribuyen en mayor medida al desarrollo económico (Naudé et al., 2008; Bönnte et al., 2009; Hofer y Delaney, 2010; Liddle, 2011); no obstante, existen territorios donde los jóvenes emprendedores no son los que más contribuyen con el crecimiento económico (Lyngdoh, 2005; Fritsch, 2008; Eurostat, 2009). Esto último está ocurriendo, según los hallazgos de esta tesis, en el caso de las provincias españolas y su actividad emprendedora juvenil, y se ha intentado explicar a través de lo que se ha argumentado en el apartado de conclusiones del capítulo cuarto.

5.2.2. Implicaciones para los *policy makers* y agentes promotores del emprendimiento

De las conclusiones de esta tesis doctoral es posible proponer algunos criterios útiles para la elaboración de programas y políticas públicas de fomento y apoyo a la actividad emprendedora, la cual ha sido propuesta por académicos y diferentes tipos de instituciones como una de las soluciones frente a los actuales problemas socio-económicos que está afrontando la juventud. De esta forma, es fácil plantear el emprendimiento como solución de dicha problemática. Lo complicado es decir correctamente cómo deberían ser las políticas y programas que promueven el desarrollo del espíritu emprendedor y, más aún, que dichas políticas logren atraer óptimamente a más jóvenes hacia la creación de empresas.

Teniendo en cuenta lo anterior, esta investigación, basándose en sus resultados y conclusiones, plantea las siguientes implicaciones para los *policy makers*:

Una primera implicación en la que los tres ensayos coinciden es la necesidad de crear mecanismos o programas específicos de apoyo para que los jóvenes puedan desarrollar su actividad emprendedora, a la vez que estos mecanismos no deben solaparse con los ya existentes que están dirigidos a toda la población, debido a que en el primer lustro del siglo XXI precisamente los programas y políticas de carácter genérico que se han diseñado para promover la actividad emprendedora juvenil a nivel mundial no han arrojado tan buenos resultados (Xheneti, 2006). La generación de políticas que promuevan el espíritu

emprendedor entre los jóvenes debe primero evaluar el impacto de ciertos factores determinantes en el proceso de ser emprendedor en esta población, para así luego crear una estrategia más ajustada al perfil de los potenciales beneficiarios, en este caso el de los jóvenes (Aitken, 2006).

En la situación concreta de España, y en consonancia con las recomendaciones de la Comisión Europea (European Commission, 2003), los resultados de nuestro estudio apuntan hacia el diseño de políticas que fomenten aún más el contacto entre los jóvenes con emprendedores dentro de su comunidad, con el fin de que los jóvenes puedan verse identificados con la actividad emprendedora al punto que la utilicen como una vía de canalizar su capital humano. Además, cualquier política de fomento al emprendimiento está subordinada al entorno socio-cultural del territorio, por lo que antes de implementar cualquier política de apoyo se hace necesario introducir medidas que permitan moldear el sistema de valores de la comunidad para transmitir a los jóvenes que el emprendimiento es una opción profesional válida. De esta forma, se necesita también diseñar programas especiales para los jóvenes que viven tanto en áreas rurales como en urbanas.

Por consiguiente, una segunda implicación que resulta de los hallazgos encontrados en el segundo ensayo es que se promueva con determinación el emprendimiento en los jóvenes rurales. Ya que en países como España donde la población en su mayoría es urbana y la juventud rural tiende a desplazarse a las ciudades en busca de mejores oportunidades, se hace necesario estimular la creación de empresas en los jóvenes que viven en dichos territorios. Se ha comprobado que el emprendimiento rural permite el sostenimiento, desarrollo y la mejora de la calidad de vida de estas áreas (Bryden y Hart, 2005; Akgün et al., 2010). De igual forma, la actividad emprendedora rural es estratégica para el crecimiento económico de un país en general (North y Smallbone, 2006).

Según las conclusiones de esta investigación, se propone dos formas en que se debería estimular el emprendimiento en los jóvenes rurales. La primera, a través de programas que optimicen las condiciones del entorno que influyen a los jóvenes para ser emprendedores y la segunda que se creen estímulos que integren y comprometan a la juventud rural con sus territorios. En cuanto a las condiciones del entorno, y como se ha mencionado, se debiera trabajar en moldear el sistema de valores de las comunidades rurales, empezando por proyectar la figura del emprendedor rural como una imagen atractiva, de estatus y éxito social para los jóvenes que viven en dichas áreas, ya que según

los hallazgos del segundo y tercer ensayo, pareciera que la juventud rural no está absorbiendo óptimamente el impacto que genera los modelos de referencia sobre su decisión de ser emprendedores. No es una cuestión de simple contacto, sino de la forma en que la juventud observa y conecta con estos ejemplos emprendedores.

Por otra parte, es necesario que las áreas rurales ofrezcan una variedad de servicios y actividades (educativas, culturales, deportivas, recreativas, etc.) que hagan atractiva la vida y permitan mantener a los jóvenes en estos lugares. De igual forma, son necesarias actividades que desde muy temprana edad integren a los jóvenes con la comunidad y les den responsabilidades que contribuyan con su desarrollo socio-económico y los empodere con su localidad pero que, además, les permitan desarrollar habilidades y actitudes emprendedoras y activen en ellos el compromiso social con su territorio.

La tercera y última implicación tiene que ver con el desempeño económico territorial y el emprendimiento juvenil, en el sentido de que en España se debe promover la actividad emprendedora juvenil en todos los territorios, sin ningún tipo de discriminación, pero se debe hacer más énfasis en áreas donde el impacto de la actividad emprendedora sobre el desempeño económico tiende a ser mayor, tal como son las áreas rurales remotas, las que no están cerca de las grandes urbes (OECD, 2009a). Estas áreas periféricas debieran ser la prioridad, para los próximos años, en la realización de programas que promueven el espíritu emprendedor en los jóvenes.

¿Pero cómo se podría vincular más y mejor la actividad emprendedora juvenil y los territorios rurales remotos? Un buen ejemplo a seguir, y del cual España debería simular, es la estrategia que ha implementado Canadá con relación a dicho vínculo. Canadá es uno de los países en el mundo donde hay mayor claridad en relación con el emprendimiento y el desarrollo rural (OECD, 2010a). Dentro de dicho país, Quebec es una de las provincias que presenta mayor actividad emprendedora e historias exitosas de importantes empresas nacidas y localizadas en áreas rurales remotas. Un importante factor de éxito en la actividad emprendedora de las áreas rurales de Quebec ha sido el esfuerzo conjunto, sincronizado y organizado de las instituciones gubernamentales (nacionales, provinciales y municipales), organismos privados, organizaciones no gubernamentales, universidades e instituciones educativas, en ofrecer soporte (formación, tutorías, apoyo financiero, redes de contactos, etc.) a los individuos con inclinación emprendedora, focalizándose en la población joven (OECD, 2010a). En ese sentido, España debería simular una macro

política emprendedora rural parecida a la de Quebec, donde haya una comunión, sincronía y compromiso de esfuerzos entre todos los agentes que intervienen en el proceso emprendedor y, de igual forma, haciendo mayor énfasis sobre las personas jóvenes que viven en zonas rurales remotas.

5.3. LIMITACIONES DE LOS ESTUDIOS Y LÍNEAS DE DESARROLLO DE FUTURAS INVESTIGACIONES

Como se ha mencionado al inicio de estas conclusiones, esta tesis analizó la probabilidad de los jóvenes españoles de ser emprendedores en comparación con la población no-joven, teniendo en cuenta la diferencia que se genera en esta probabilidad cuando el joven vive en un área rural o urbana, los factores que ayudan a explicar dicha divergencia, pero además observando a nivel territorial el aporte que la actividad emprendedora de los jóvenes hacen al crecimiento económico español.

No obstante, esta investigación cuenta con una serie de limitaciones. La primera de ellas se relaciona con la definición de joven, ya que no existe una sola definición. Entre las que se basan en la edad de la persona, hay muchas investigaciones que proponen que los jóvenes son aquella población entre los 15 a 32 años, u otras hasta los 34 años. Obviamente, entre más se amplíe el rango de edad que cubre esta categoría, los resultados e implicaciones podrían ser diferentes en comparación con los obtenidos en esta investigación y con la definición que se ha utilizado (de 18-29 años). Sin embargo, esta investigación ha basado su definición de jóvenes con el criterio de edad propuesto por la Unión Europea, el Gobierno de España y varias investigaciones prestigiosas que coinciden con dichas instituciones, lo que garantiza rigurosidad y que no ha sido una definición arbitraria.

Una segunda limitación se basa en los factores socio-culturales y socio-psicólogos seleccionados en esta investigación. Si bien son diversos los factores que hacen parte de estas tendencias y que se han mencionado en la introducción de esta tesis, se procuró que la selección de los factores analizados estuviera basada en criterios tanto académicos como de la praxis social, es decir, factores que hayan sido reconocidos por organizaciones e instituciones internacionales que intervienen en el diseño de políticas de fomento de la actividad emprendedora como variables que realmente impactan en las personas para ser emprendedoras. Es por ello que esta tesis seleccionó los factores de la autoconfianza, los modelos de referencia y el estigma social al fracaso para realizar su análisis, debido a que

según académicos (McClelland, 1961; Collins et al., 1964, Speizer, 1981; Scherer et al., 1989; Gnyawali y Fogel, 1994; Krueger y Brazeal, 1994; Stewart et al., 1999; Baron, 2000; Wilson et al., 2007; Shapero y Sokol 1982; Veciana, 1999; Busenitz et al., 2000; Vaillant y Lafuente, 2007, entre otros), organismos como la OECD (2009) y la Comisión Europea (2003,2004) estos tres factores son de los más relevantes y determinantes para desarrollar la propensión emprendedora en los territorios.

De aquí resulta una futura línea de investigación, la cual implicaría agregar en el análisis otros factores socio-culturales y psicológicos que también ayuden a explicar la propensión de los jóvenes españoles hacia el emprendimiento. Lo cual ampliaría el panorama de factores que ayuden a entender mejor qué es lo que lleva u obstaculiza a un joven a ser emprendedor, asimismo a desarrollar el supuesto de que entre más factores se identifiquen más se podría estimular la propensión hacia la actividad emprendedora juvenil.

Una tercera limitación, está relacionada con las bases de datos utilizadas en este estudio. Por un lado, el periodo de seis años (2004 al 2009) que cubren los datos de esta investigación fue seleccionado para que el efecto de la crisis económica no distorsionara los resultados en el modelo de análisis propuesto en esta tesis; no obstante, dicho periodo no se escapa de cierta distorsión, ya que está insertado temporalmente en los años que tuvo lugar la denominada burbuja inmobiliaria de la economía española, un periodo caracterizado por un crecimiento económico exagerado y basado en parte en la especulación de los precios de las viviendas. Por otra parte, en alusión a ciertas limitaciones de los datos tomados del GEM-España, se debe indicar que el GEM a nivel general mide percepciones de los individuos con respecto al emprendimiento, lo que de cierta manera lleva a que las investigaciones apoyadas en esta base de datos sea una aproximación de la realidad relacionada con la actividad emprendedora en los territorios donde lleva se acabo las encuestas.

Finalmente y añadiendo una futura línea de investigación, si bien es válido que esta tesis se haya enfocado en explicar el potencial de los jóvenes para ser emprendedores y del aporte del emprendimiento juvenil a través de factores territoriales, socio-culturales y uno de tipo psicológico, no obstante se podrían incluir en futuros estudios otras variables que ayuden a explicar dicha contribución de los jóvenes emprendedores en el crecimiento económico. Por ejemplo, otras variables como el tipo de empresa que el joven está creando (el tipo de sector industrial o comercial al que pertenece, el grado de innovación que poseen), si el

joven emprendedor lo es por necesidad u oportunidad (o más bien crea la empresa desde el paro o siendo un asalariado), ambas cuestiones podrían dar más luces sobre esta temática. De esta manera, en el caso de España informes recientes han indicado que el emprendedor joven es principalmente una persona que surge del mundo laboral, siendo los jóvenes desempleados poco propensos a crear empresas y que crea empresas poco innovadoras (Vaillant et al., 2012, 2013). Este tipo de indicios podrían generar nuevas líneas de investigación que se enfoquen en el tipo y calidad de la actividad emprendedora juvenil y su repercusión sobre el crecimiento económico.

BIBLIOGRAFÍA

- Acs, Z. (1996). Small Firms and Economic Growth. In: Acs ZJ, Carlsson B, Thurik R (eds). *Small Business in the Modern Economy*. Oxford: Blackwell Publishers, pp. 1–62.
- Acs, Z. y Amoros, J. (2008). Entrepreneurship and competitiveness dynamics in Latin America. *Small Business Economic*, 31, pp. 305–322.
- Acs Z., Audretsch D., Braunerhjelm P. y Carlsson B. (2004). The missing link: the knowledge filter and endogenous growth. Discussion paper. Stockholm: Center for Business and Policy Studies.
- Ai, Ch. y Norton, E. (2003). Interaction terms in logit and probit models. *Economics Letters*, 80, pp. 123-129.
- Aidis, R. y Van Praag, M. (2007). Illegal entrepreneurship experience: Does it make a difference for business performance and motivation? *Journal of Business Venturing*, 22 (2), pp. 283-310.
- Aitken, K. (2006). *Young Entrepreneurs in Rural Northumberland and County Durham*. Centre for Rural Economy Research Report, Upon Tyne: University of Newcastle.
- Akgün, A., Nijkamp, P., Baycan, T. y Brons, M. (2010). Embeddedness of entrepreneurs in rural areas: a comparative rough set data analysis. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 101 (5), pp. 538–553.
- Amit, R., Muller, E. y Cockburn, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 10, pp. 95-106.
- Arenius P. y Minniti M. (2004). A cross-country study of gender differences in self employment. Artículo presentado en la Primera Conferencia de Investigaciones del GEM, 1–3 Abril 2004, Berlín, Alemania.
- Audretsch, D. (2009). The entrepreneurial society. *Journal of Technology Transfer*, 34, pp.245–254.
- Audretsch, D., Falck, O., Feldman, M. y Heblich, S. (2012). Local Entrepreneurship in Context. *Regional Studies*, 46 (3), pp. 379-389.
- Audretsch, D. y Keilbach, M. (2004). Does Entrepreneurship Capital Matter? *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28(5), pp. 419-429.
- Audretsch, D. y Keilbach, M. (2007). The Theory of Knowledge Spillover. *Entrepreneurship Journal of Management Studies*, 44 (7), pp. 1242-1253.
- Audretsch, D. y Thurik, R. (2001). *Linking Entrepreneurship to Growth*. Paris: OECD, Directorate for Science, Technology and Industry Working Papers.
- Banco Mundial (2013). <http://www.bancomundial.org/temas/juventud/index.htm> Fecha de consulta: 06/07/2013.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. NJ: Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Bandura, A. (1977a). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, pp. 191–215.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, pp. 122–147.

- Baron, R. (2000). Psychological Perspectives on Entrepreneurship: Cognitive and Social Factors in Entrepreneurs' Success. *Current Directions in Psychological Science*, 9, pp. 4-27.
- Barreto, H. (1989). *The Entrepreneur in Microeconomic Theory: Disappearance and Explanation*. London: Routledge.
- Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, unproductive and destructive. *Journal of Business Venturing*, 11, pp. 3–22.
- Belso Martínez, J. (2005). Equilibrium entrepreneurship rate, economic development and growth. Evidence from Spanish regions. *Entrepreneurship & Regional Development*, 17 (2), pp. 145-161.
- Benneworth, P. (2004). In what sense 'regional development?': entrepreneurship, underdevelopment and strong tradition in the periphery. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 16 (6), pp. 439-458.
- Birch, D. (1979). *The Job Generation Process*. M.I.T. Program on Neighborhood and Regional Change. Mass.: Cambridge.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), pp. 442–453.
- Blanchflower, D. y Andrew, O. (1998). *Entrepreneurship and the Youth Labour Market*. A report for the OECD, Paris: OECD.
- Blanchflower, D. y Meyer, B. (1994). A Longitudinal Analysis of Young Self-employed in Australia and the United States. *Small Business Economics*, 6 (1), pp. 1-20.
- Blasco de las Heras, N. (2012). *Educación financiera y espíritu emprendedor de los jóvenes en Aragón*. Zaragoza: Fundación Economía Aragonesa (Fundear).
- BOE -Boletín Oficial del Estado- (2010). *Ley 752/2010, de 4 de junio, para el desarrollo sostenible del medio rural*. Madrid: Ministerio de la Presidencia.
- Bonnett, C. y 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), pp. 465-478.
- Bönte, W., Falck, O. y Heblich, S (2009). The Impact of Regional Age Structure on Entrepreneurship. *Economic Geography*, 85(3), pp. 269–287.
- Bosma, N., Hessels, J., Schutjens, V., Van Praag, M., y Verheul, I. (2012). The value of Human and social Capital Investments for the Business Performance of Start-ups. *Journal of Economic Psychology*, 33, pp. 410-424.
- Bosma, N., Levie, J. y Global Entrepreneurship Research Association (GERA) (2010). *Global Entrepreneurship Monitor 2009 Global report*. London: GEM.
- Brockhaus, R. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), pp. 509-520.

- Brockhaus, R. (1987). Entrepreneurial Folklore. *Journal of Small Business Management*, 25(3), pp. 1-6.
- Bryden, J. y Hart, K. (2005). *Why local economies differ: the dynamics of rural areas in Europe*. Aberdeen, Escocia: The Edwin Mellen Press.
- Bryden, J., Efstratoglou, S., Ferenczi, T., Johnson, T., Knickel, K., Refsgaard, K. y Thomson, K. (2011). *Towards Sustainable Rural Regions in Europe*. New York and London: Routledge.
- Busenitz, L., Gómez, C. y Spencer, J. (2000). Country profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena. *Academy of Management Journal*, 43(5), pp. 994-1003.
- Bygrave, W. y Hofer, C. (1991). Theorizing about entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 16(2), pp. 13-22.
- Carree, M., y Thurik, R. (1998). Small firms and economic growth in Europe. *Atlantic Economic Journal* 26 (2), pp. 137-146.
- Carree, M., y Thurik, R. (2002). The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth. In: Zoltan Acs and David B. Audretsch (2003). *International Handbook of Entrepreneurship Research*. Boston/Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Carter S., Anderson, S. y Shaw, E. (2001). Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Literature. In: Report to the Small Business Service, No. RR 002/01. Online: <http://business.king.ac.uk/research/kbssbs/womsbus.pdf>
- Chamley, Ch. (1983). Entrepreneurial abilities and liabilities in a model of self-selection. *The Bell Journal of Economics*, 4 (1), pp. 70-80.
- Chen, C., Greene, P., y Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), pp. 295-316.
- Chigunta, F. (2002). *Youth Entrepreneurship: Meeting the Key Policy Challenges*. Oxford, UK; Oxford University Press.
- Coduras, A. (2006). "La motivación para emprender en España". En: *Ekonomiaz*, 62 (2), pp. 12-39.
- Coduras, A., Hernández, R., Sánchez, M., Díaz, J., Vaillant, Y. y Lafuente, E. (2012). *Informe GEM España 2011*, Trujillo-Cáceres: Fundación Xavier de Salas-GEM.
- Collins, Moore & Unwalla (1964). *The Enterprising Man (Vol.1)*. Michigan State Univ Pr.
- Confederación AJE (2000). Jóvenes emprendedores: una apuesta de futuro. *Estudios de Juventud*, nº 51. Online: <http://www.injuve.es/sites/default/files/Revista51-7.pdf>
- Cornelissen, T. y Sonderhof, K. (2009). Partial effects in probit and logit models with a triple dummy variable interaction term. *The Stata Journal* 9 (4), pp. 571-583.
- Crant, J. M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34 (3), pp. 42-49.
- Cuervo A., y Sastre M.A. (coordinadores) (2005). *La empresa y el espíritu emprendedor de los jóvenes*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia.

Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 7, pp. 41-62.

Davidsson, P. (2003). The domain of entrepreneurship research: Some suggestions. En: J. Katz y D. Shepherd (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth. Cognitive approaches to Entrepreneurship research*. Oxford, UK.: Elsevier/JAI Press, pp. 315-372.

De Jorge Moreno, J., Laborda Castillo, L. y De Zuani Masere, E. (2007). Influence of entrepreneur type, region and sector effects on business self-confidence: Empirical evidence from Argentine firms. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 19 (1), pp. 25-48.

De Noble, A., Jung, D., y Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. En: R.D. Reynolds, W.D. Bygrave, S. Manigart, C.M. Mason, G.D. Meyer, H.J. Sapienze, & K.G. Shaver (Eds.). *Frontiers of entrepreneurship research*. Waltham. MA.: P&R Publication Inc.

Delmar, F. y Holmquist, C. (2004). Women's entrepreneurship: issues and policies. En: 2nd Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) Conference of Ministers Responsible for SMEs, Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy, 3-5 June 2004. Istanbul, Turkey: OECD.

Douglas, E. y Shepard, D. (2002). Self-employment as a career choice: attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26, pp. 81-90.

Driga, O., Lafuente, E. y Vaillant, Y. (2009). Reasons behind the relatively lower entrepreneurial activity levels of rural women: looking into rural Spain. *Sociologia Ruralis*, 49 (1), pp.70-96.

Erikson, E. (1985). *Childhood and society* (35th Anniversary Ed.). New York: Norton.

Eurofound -European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions- (2012). *NEETs Young people not in employment, education or training: Characteristics, costs and policy responses in Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Eurofound-European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions- (2012a). *Four-year work programme 2013-2016*. Luxembourg: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions.

Eurofound -European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions- (2013). *Youth issues a top priority*. Online:
http://www.eurofound.europa.eu/spotlight-on/youth/youth-issues-top-priority?utm_source=website_spotlightonbox&utm_medium=website&utm_campaign=spotlighton-youth20130502 Fecha de consulta: 01/07/2013.

European Commission (2003). *Green Paper: Entrepreneurship in Europe*. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM (03) 27, Brussels: EC.

European Commission (2003a). *Rural Development in the European Union, European Communities*. Brussels: European Commission.

European Commission (2004). *Action Plan: The European Agenda for Entrepreneurship*, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM (04) 70. Brussels: EC

European Commission (2008). Rural Development policy 2007-2013. Online:http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_en.htm . Fecha de Consulta 10/01/10.

European Commission (2009). Youth-Investing and Empowering. EU Youth Report, SEC (2009), Brussels: European Commission.

European Commission (2013). Youth Employment Package. Online: <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=en&catId=89&newsId=1731&furtherNews=yes> Fecha de consulta: 03/07/2013.

Eurostat (2009). Youth in Europe, a statistical portrait. Luxembourg: Publications Office of the European Union.

Eurostat (2013). Unemployment statistics. Online: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>. Fecha de consulta: 01/06/13.

Evans, D. y Leighton, L. (1989). Why do smaller firms pay less? *The Journal of Human Resources*, 24(2), pp. 299-318.

Fairlie, R. (2002). Drug dealing and legitimate self-employment. *Journal of Labor Economics*, 20 (3), pp. 538-567.

Fairlie, R. (2005). Entrepreneurship and Earnings among Young Adults from Disadvantaged Families. *Small Business Economics*, 25(3), pp. 223-236.

Fernández M. y Ruiz J. (2006). Los jóvenes y la creación de empresas: Actitudes y comportamientos. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Fornahl, D. (2003). Entrepreneurial activities in a regional context. En: Fornahl, D. and Brenner, T. (eds) *Co-operation, Networks and Institutions in Regional Innovation Systems*. Cheltenham: Edward Elgar.

Fougère, M. y Mérette, M. (1999). Population Ageing and Economic Growth in Seven OECD Countries. Canada: Economic Studies and Policy Analysis Division Department of Finance.

Freud, S. (1933). *New introductory lectures on psychoanalysis* (J. Strachey, Trans.). New York: Norton.

Freytag, A y Thurik, R. (2007). Entrepreneurship and its determinants in a cross-country setting. *Journal of Evolutionary Economics*, 17, pp.117–131.

Fritsch, M (2008). How does new business formation affect regional development? Introduction to the special issue. *Small Business Economy*, 30, pp.1–14.

Fritsch, M. y Mueller, P. (2008). The effect of new business formation on regional development over time: the case of Germany. *Small Business Economy*, 30, pp.15–29.

Fuller-Love, N., Midmore, P., Thomas, D. y Henley, A (2006). Entrepreneurship and rural economic development: A scenario analysis approach. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12 (5), pp. 289-305.

Futucami, K. and Nakajima, T. (2001). Population Aging and Economic Growth. *Journal of Macroeconomics*, 23 (1), pp. 31-44.

Gartner, W. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), pp. 696-706.

GEM -Global Entrepreneurship Monitor- (2010). Informe Ejecutivo GEM España 2009. Madrid: GEM España.

GEM -Global Entrepreneurship Monitor- (2011). Web: <http://www.gemconsortium.org/> Fecha de consulta: 13/06/11.

GEM -Global Entrepreneurship Monitor –GEM- (2012). Web: <http://www.gemconsortium.org/> Fecha de consulta: 14/11/12.

Gibson, D. (2004). Role models in career development: New directions for theory and research. *Journal of Vocational Behavior*, 65 (1), pp. 134-156.

Gnyawali, D. y Fogel, D. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), pp. 43-62.

Göel, A., Zhang, L., y Arora, B. (2006). Attitudes of the youth towards entrepreneurs and entrepreneurship: A cross-cultural comparison of India and China. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 3 (1), pp. 1-35.

Green, F. (2005). Youth Entrepreneurship: Latent Entrepreneurship, Market Failure and Enterprise Support. Working Paper No. 87, p. 20.

Greene, W. (2003). *Econometric Analysis*, 5th edition. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Grilo, I. y Thurik, R. (2006). Entrepreneurship in the old and the new Europe. En: E. Santarelli (ed), *Entrepreneurship, Growth and Innovation*. Berlin: Springer Verlag.

Haynie, J. M., Shepherd, D. A. y McMullen, J. S. (2009). An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions. *Journal of Management studies*, 46, pp. 337-361.

Headey, D. y Hodge, A. (2009). The Effect of Population Growth on Economic Growth: A Meta-Regression Analysis of the Macroeconomic Literature. *Population and Development Review*, 35 (2), pp. 221-248.

Herron, L. y Sapienza, H. (1992). The entrepreneur and the initiation of new venture launch activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), pp. 49-55.

Hofer, A. y A. Delaney (2010). *Shooting for the Moon: Good Practices in Local Youth Entrepreneurship Support*. LEED Working Papers. Paris: OECD Publishing.

Hogarth, R. y Karelaia, N. (2012). Entrepreneurial Success and Failure: Confidence and Fallible Judgment. *Organization Science*, 23 (6), pp. 1733-1747.

Honjo, Y. (2004). Growth of new start-up firms: evidence from the Japanese manufacturing industry. *Applied Economics* 11 (1), pp. 21-32.

Hoover, E. (1948). *The Location of Economic Activity*. New York: McGraw-Hill.

ILO -International Labour Organization- (2010). *Global employment trends for youth*. Geneva: ILO.

ILO -Internacional Labour Organization- (2013). Online: http://www.ilo.org/global/About_the_ILO/Media_and_public_information/Press_releases/lang-es/WCMS_143360/index.htm Fecha de consulta: 06/07/13.

INE -Instituto Nacional de Estadística de España- (2010). Web: <http://www.ine.es/>. Fecha de consulta: 31/01/2010.

INE -Instituto Nacional de Estadística de España- (2011). Encuesta de la Población Activa (EPA). Online: <http://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0111.pdf>. Fecha de Consulta: 12/06/11.

INE -Instituto Nacional de Estadística de España- (2012). Web: <http://www.ine.es/>. Fecha de consulta: 17/02/2012.

INE -Instituto Nacional de Estadística de España- (2012a). Censo de Población y Viviendas de España 2011. Online: <http://www.ine.es/>. Fecha de consulta: 03/01/2013.

INJUVE -Instituto de la juventud de España- (2012). Web: <http://www.injuve.migualdad.es/injuve/portal.portal.action> Fecha de consulta: 15/06/11.

Jacobs, J. (1969). *The Economy of Cities*. New York: Vintage.

Johannisson, B. (1988). Business formation: A network approach. *Scandinavian Journal of Management*, 4, pp. 83-99.

Karlsson, C., Friis, C. y Paulsson, T. (2004). Relating entrepreneurship to economic growth. Online: <http://www.infra.kth.se/cesis/documents/WP13.pdf>

Katz, J. (1994). Modelling entrepreneurial career progressions: concepts and considerations. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 19, pp. 23–36.

Kickul, J., Gundry, L. K., Saulo, D. B. y Whitcanak, L. (2009). Intuition versus Analysis? Testing Differential models of cognitive style on Entrepreneurial selfefficacy and the new venture creation process. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33, pp. 439-453.

King, G. y Zeng, L. (1999). Logistic Regression in Rare Events Data. Department of Government, Harvard University. Online: <http://GKing.Harvard.Edu>.

King, G. y Zeng, L. (1999a). Estimating Absolute, Relative, and Attributable Risks in Case-Control Studies. Department of Government, Harvard University. Online: <http://GKing.Harvard.Edu>.

Kirton, J. (2012). Connecting Young Entrepreneurship with G20 Governance: Innovations in Policy and Process Founder and Co-director, G20 Research Group. Paper prepared for a presentation on a panel on “G20” at a conference on “Young Entrepreneurs: Building Dynamic Businesses that Foster Growth and Job Creation,” G20. Young Entrepreneur Summit Mexico 2012, Mexico City, June 2-5.

Kostova, T. (1997). Country institutional profiles: concept and measurement. *Academy of Management, best paper proceedings*, 97, pp. 180-189 (Briarcliff Manor, NY: Academy of Management).

Krueger, N. (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18 (1), pp. 5–21.

Krueger, N. y Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18 (3), pp. 91–104.

Krueger, N., Jr. Reilly, M. y Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, pp. 315–330.

Krugman, P. (1981). Trade, accumulation, and uneven development. *Journal of Development Economics*, 8, pp. 149–161.

Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Leuven: Leuven University Press.

Lafuente, E., y Vaillant, Y. (2013). Age Driven Influence of Role-Models on Entrepreneurship in a Transition Economy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20 (1), pp.181-203.

Lafuente, E., Vaillant, Y. and Serarols, C. (2010). Location decisions of knowledge-based entrepreneurs: Why some Catalan KISAs choose to be rural? *Technovation*, 30, pp. 590-600.

Lafuente, E., Vaillant, Y. y Rialp, J. (2007). Regional Differences in the Influence of Role Models: Comparing the Entrepreneurial Process of Rural Catalonia. *Regional Studies*, 44, pp. 779-795.

Landier, A. (2004). Entrepreneurship and the stigma of failure. Paper presented at the MIT finance, development and macro workshops, US.

Lanero, A, Vázquez, J., Gutiérrez P., y García M. (2011). The impact of entrepreneurship education in European universities: an intention-based approach analyzed in the Spanish area. *International Review Public Nonprofit Mark*, 8, pp. 111–130.

Levesque, M. y Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), pp. 177-194.

Levie, J. (2007). Immigration, in-migration, ethnicity and entrepreneurship in the United Kingdom”. *Small Business Economics*, 28, pp. 143-169.

Liddle, B. (2011). Demographic influences on economic resiliency: revisiting the developing country growth collapse of the 1970s and 1980s. *Journal of International Development*, 23: 476–492.

Lucas, W., Cooper, S., Ward, T. y Cave, F. (2009). Industry placement, authentic experience and the development of venturing and technology self-efficacy. *Technovation*, 29(11), pp. 738-752.

Lyngdoh, B. (2005). Skills for Work in the Future: A Youth Perspective. *Quarterly Review of Comparative Education*, 35 (3), pp. 311-316.

Malecki, E. (1994). Entrepreneurship in regional and local development International. *Regional Science Rewies*, 16 (1-2) pp.119-153.

Mancilla, C., Viladomiu, L. y Guallarte, C. (2010). Emprendimiento, inmigrantes y municipios rurales: el caso de España. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 10 (2), pp.123-144.

- Markham, G., Balkin, D., y Baron, R. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 27(2), 149–165.
- Marshall A. (1920). *Principles of Economics*. London: Macmillan.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton (NJ): Van Nostrand (Ed.).
- Mcgee, J., Peterson, M., Mueller, M. y Sequeira, J. (2009). Self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(4), pp. 965-988.
- Meccheria, N. y Pelloni, G. (2006). Rural entrepreneurs and institutional assistance: an empirical study from mountainous Italy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18, pp. 371–392.
- Moriano, J.A., Palací, F.J. y Morales, J.F. (2006). El perfil psicosocial del emprendedor universitario. *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones*, 22 (1), pp.75-100.
- Mueller, P. (2005). *Entrepreneurship in the region: Breeding ground for nascent enterpreneurs?* Freiberg working papers, No. 2005, 05.
- Muilu, T. y Rusanen, J. (2003). Rural young people in regional development, the case of Finland in 1970–2000. *Journal of Rural Studies*, 19, pp. 295–307.
- Murrell, P. (2003). Firms facing new institutions: transactional governance in Romania. *Journal of Comparative Economics*, 31, pp. 695-714.
- Myrdal, D. (1957). *Economic Theory and Underdeveloped Regions*. London: Duckworth.
- Nafukho, F. (1998). Entrepreneurial skills development programs for unemployed youth in Africa: A second look. *Journal of Small Business Management*, 36 (1), pp. 100-125.
- Naudé, W. Gries, T. Wood, E. & Meintjies, A. (2008). Regional determinants of entrepreneurial start-ups in a developing country. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 20 (2), pp. 111-124.
- North D. and Thomas R. (1973). *The Rise of the Western World: A New Economic History*. Harvard University Press, Cambridge, MA.
- North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- North, D. and Smallbone, D. (2006). Developing Entrepreneurship and Enterprise in Europe's Peripheral Rural Areas: Some Issues Facing Policy-makers. *European Planning Studies*, 14 (1), pp. 41-60.
- OECD (1998). *Fostering Entrepreneurship*. France: OECD.
- OECD (2001). *Putting the Young in Business, policy challenges for youth entrepreneurship*. LEED Notebook No. 29. París: OCDE.
- OECD (2003). *Entrepreneurship and local economic development: Programme and policy recommendations*. Paris y Washington, D.C.: OECD.
- OECD. (2006). *The New Rural Paradigm: Policies and Governance*. Paris:OECD.

OECD (2008). Leed Series of Studies: 2008. Online: http://www.oecd.org/document/51/0,3343,en_2649_34417_35092851_1_1_1_1,00.html Fecha de consulta: 12/12/2008.

OECD (2009). Measuring Entrepreneurship, A Collection of Indicators 2009 Edition. OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme, Paris: OECD.

OECD (2009a). OECD Rural Policy Reviews: Spain. Paris: OECD.

OECD (2010). Web: <http://www.oecd.org>. Fecha de consulta: 14/07/2010.

OECD (2010a). OECD Rural Policy Reviews, Québec (Canada). Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.

OECD (2011). Web: <http://www.oecd.org>. Fecha de consulta: 14/06/11.

OCDE, (2012). Web: <http://www.ocde.org/std/> Fecha de consulta: 19/04/2012.

OECD (2012a). Territorial Review of Smaland-Blekinge. Paris: OECD press.

OECD (2013). Panorama de la Educación 2013, nota país (España). Online: [http://www.oecd.org/edu/Spain_EAG2013%20Country%20Note%20\(ESP\).pdf](http://www.oecd.org/edu/Spain_EAG2013%20Country%20Note%20(ESP).pdf) Fecha de consulta: 03/07/2013.

Parker, S. (2006). Learning about the unknown: How fast do entrepreneurs adjust their beliefs? *Journal of Business Venturing*, 21 (1), pp. 1-26.

Ramos-Rodríguez, A., Medina-Garrido, J., y Ruiz-Navarro, J. (2012) .Determinants of Hotels and Restaurants entrepreneurship: A study using GEM data .*International Journal of Hospitality Management*, 31 (2), pp. 579–587.

Revuelto, L. y Fernández, R. (2009). Análisis y resultados de un modelo de evaluación, apoyo y mejora de proyectos empresariales impulsados por jóvenes emprendedores. *Estudios Gerenciales*, 25 (113), pp. 75-97.

Reynolds, P. D., Storey, D. J. y Westhead, P. (1994). Cross-national comparisons of the variation in new firm formation rates. *Regional Studies*, 28, pp. 443–456.

Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., López-García, P. y Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998–2003. *Small Business Economics*, 24, pp. 205–231.

Rojas, G. y Siga, L. (2009). On the nature of micro-entrepreneurship: evidence from Argentina. *Applied Economics*, 41(21), pp. 2667-2680.

Sánchez, J.C. (2009). Aprendizaje social e intenciones emprendedoras: un estudio comparativo entre México, España y Portugal. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 41 (1), pp. 109-119.

Saxenian, A. (1994). *Regional Advantage*. Mass: Harvard University Press.

Scarpetta, S., Sonnet, A. and Manfredi, T. (2010). “Rising youth unemployment during the crisis: how to prevent negative long-term consequences on a generation.” OECD Working papers. Online: <http://www.oecd.org/dataoecd/10/8/44986030.pdf>

- Scherer, R., Adams, J., Carley, S. y Wiebe, F. (1989). Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), pp. 53-71.
- Schiller, B. y Crewson, P. (1997). Entrepreneurial origins: A longitudinal inquiry. *Economic inquiry*, 35(3), pp. 523-529.
- Schroeder, C., Heinert, L., Bauer, L., Markley, D. y Dabson, K. (2010). Energizing young entrepreneurs in rural communities. Center for Rural Entrepreneurship RUPRI and Hometown Competitiveness. Nebraska: Heartland Centre Publications. Online: http://www.energizingentrepreneurs.org/content/cr_7/2_000240.pdf
- Schultz, T. (1980). Investment in entrepreneurial ability. *Scandinavian Journal of Economics*, pp. 438-448.
- Schumpeter J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*. En: Casson M. (ed). *Entrepreneurship*. U.S.: Edward Elgar, Hants, pp 105-34.
- Shane, S. y Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), pp. 217-226.
- Shapiro, A. y Sokol, L. (1982). The Social dimensions of entrepreneurship. En: Kent, C.A., Sexton, D.L., y Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Shapiro, E., Haseltine, F. y Rowe, M. (1978). Moving up: Role-Models, mentors, and the “patron-system”. *Sloan Management Review*, 19, pp. 51-58.
- Shepherd, D., y Douglas, E. (1997). Entrepreneurial attitudes and intentions in career decision makers. Paper presented to the International Council for Small Business, San Francisco, CA.
- Simon, M., Houghton, S. y Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: how individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15, pp. 113-134.
- Singh, G. y De Noble, A. (2003). Early retirees as the next generation of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), pp. 207 – 226.
- Singh, G. y Verma, A. (2001). Is there life after career employment? Labour market experience of early retirees. Marshall, V., Heinz, W., Kruegar, H. y Verma, A. (Editors). *Restructuring work and the life course*. Toronto: University of Toronto Press.
- Sitkin, S. y Pablo, A. (1992). Reconceptualizing the determinants of risk behavior. *Academy of Management Review*, 17(1), pp. 9-38.
- Smith A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London: repr. British Encyclopedia.
- Smith, A. (2009). *Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Madrid: Tecnos (edición 1ª).
- Solow R.M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quarterly Journal of Economics*. 70, pp. 65-94.

Speizer, J. (1981). Role models, mentors, and sponsors: The elusive concepts. *Signs Journal of Women in Culture and Society*, 6, pp. 692–712.

Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. y Skuras, D (2004). Rural entrepreneurship in Europe, A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10 (6), pp. 404-425.

Sternberg, R y Wennekers, A. R. M. (2005). Determinants and effect of new business creation: Investigations using Global Entrepreneurship Monitor. *Small Business Economics*, 24, pp. 193-203.

Stewart, WH., Watson, WE., Carland, JC. y Carland, JW. (1999). A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing*, 14 (2), pp. 189-214.

Steyaert, C., y Hjorth, D. (2006). *Entrepreneurship as social change. A third new movements in entrepreneurship book*, Edward Elgar.

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), pp. 455-466.

Thurik, R. (2003). Entrepreneurship and Unemployment in the UK. *Scottish Journal of Political Economy*, 50 (3), pp. 264-290.

Thurik, R. and Wennekers, S. (2001). *A Note on Entrepreneurship, Small Business and Economic Growth*. Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management Report Series.

United Nations –UN- (2005). *Entrepreneurship and Economic development: the empretec showcase*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD/WEB/ITE/TEB/2004/3).

United Nations –UN- (2013). Web: www.un.org Fecha de consulta: 06/07/2013.

Uriarte, J. (1999). *Características psicológicas diferenciales de los jóvenes emprendedores*. Tesis Doctoral, Universidad de País Vasco, Departamento de Psicología Educativa, fecha de lectura: 01/01/1999.

Uusitalo, R. (2001). Homo entrepreneurs. *Applied Economics*, 33 (13), pp. 1631-1638.

Vaillant, Y. (2013). El proceso emprendedor de los jóvenes. En: Coduras, A., Hernández, R., Sánchez, M., Díaz, J., Vaillant, Y. y Lafuente, E. (2013). *Informe GEM España 2012*. España: Global Entrepreneurship Research Association.

Vaillant, Y. y Lafuente, E. (2007). Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(4), pp. 313-337.

Vaillant, Y., Lafuente, E., Fíguls, M., Mancilla, C. (2011). *Informe Executiu GEM-Catalunya 2010*. Barcelona: Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.

- Vaillant, Y., Lafuente, E., Gómez A., E. J., Mancilla, C. Figuls, M., Bayon, M. (2012). Global Entrepreneurship Monitor-Catalunya. Informe Ejecutivo 2011. Barcelona: GEM-Catalunya.
- Van Groezen, B. y Meijdam, L. (2004). Growing old and staying young: population policy in an ageing closed economy. Utrecht School of Economics, Tjalling C. Koopmans Research Institute. Discussion Paper series 04-28.
- Van Praag, C. y Cramer, J. (2001). The roots of entrepreneurship and labor demand: Individual ability and low risk. *Economica*, pp. 45-62.
- Van Stel, A., Carree, M., & Thurik, R. (2005). The effect of entrepreneurial activity on national economic growth. *Small Business Economics*, 24, pp. 311–321.
- Veciana, J. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8 (3), pp. 11–36.
- Veciana, J., Aponte, M. y Urbano, D. (2005). Students' attitudes towards entrepreneurship: a two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, pp. 165–182.
- Verheul, I. y Van Stel, A. (2007). Entrepreneurial Diversity and Economic Growth. ERIM Report Series reference number ERS-2007-070-ORG. Online: <http://hdl.handle.net/1765/10619>
- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I., y Van der Zwan, P. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33, pp. 325-341.
- Wagner, J (2002). The Role of the Regional Milieu for the Decision to Start a New Firm: Empirical Evidence for Germany. Discussion Paper No. 494.
- Wagner, J. (2004). Are young and small firms hothouses for nascent entrepreneurs? Evidence from German micro data. *Applied Economics Quarterly*, 50, pp. 379–391.
- Wagner, J. (2007). What a Difference a Y makes-Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, 28 (1), pp. 1-21.
- Wagner, J. y Sternberg, R. (2004). Start-up activities, individual characteristics, and the regional milieu: Lessons for entrepreneurship support policies from German micro data. *Annals of Regional Sciences*, 38, pp. 219–240.
- Walstad, W. y Kourilsky, M. (1998). Entrepreneurial attitudes and knowledge of black youth. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(2), pp. 5-18.
- Walton, O. (2010). Youth, armed violence and job creation programmes. Noruega: Norwegian Peace building Centre (NOREF) on youth and armed violence.
- Wennekers, S. y Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), pp. 27-55.
- Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R. y Reynolds, P. (2005) Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development. *Small Business Economics*, 24 (3) pp. 293-309.

Wennkers, S., Van Stel, A. y Carree, M. (2010). The relationship between entrepreneurship and economic development: is it U-shaped? EIM Research Reports. The Netherlands: SCALES-initiative.

Werner Sinn, H. (1999). The Crisis of Germany's Pension Insurance System and How It Can Be Resolved. NBER Working Paper No. 7304.

White S. and Kenyon, P. (2000). Enterprise-Based Youth Employment Policies, Strategies and Programmes. Geneva: Drat Report to ILO.

Wilson, F., Kickul, J., y Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 31(3), pp. 387–406.

Wood, R. y Bandura, A. (1989). Social cognitive theory of organizational management. *Academy of Management Journal*, 14 (3), pp. 361-384.

Wooldridge, J.M. (2002). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

World Bank (2013). Web: <http://www.bancomundial.org/temas/juventud/index.htm> Fecha de consulta: 10/07/2013

Wortman, M.S. (1990). "Rural entrepreneurship research: an integration into the entrepreneurship field". *Agribusiness*, 6 (4), pp. 329-44.

Wyrwich, M. (2012). Regional Entrepreneurial Heritage in a Socialist and a Postsocialist Economy. *Economic Geography*, 88 (4), pp. 423–445.

Xheneti, M. (2006). Youth entrepreneurship in south east Europe: some policy recommendations. In: *Promoting Entrepreneurship in South East Europe, policies and tools*. Edited by Jonathan Potter and Alessandra Proto. Paris: OECD.

Zhao, H., Seibert, S. E., y Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology*, 90 (6), pp. 1265-1272.

ANEXOS

Figura 1a. Efecto de interacción (edad y autoconfianza) como función de la probabilidad predicha de emprendimiento naciente

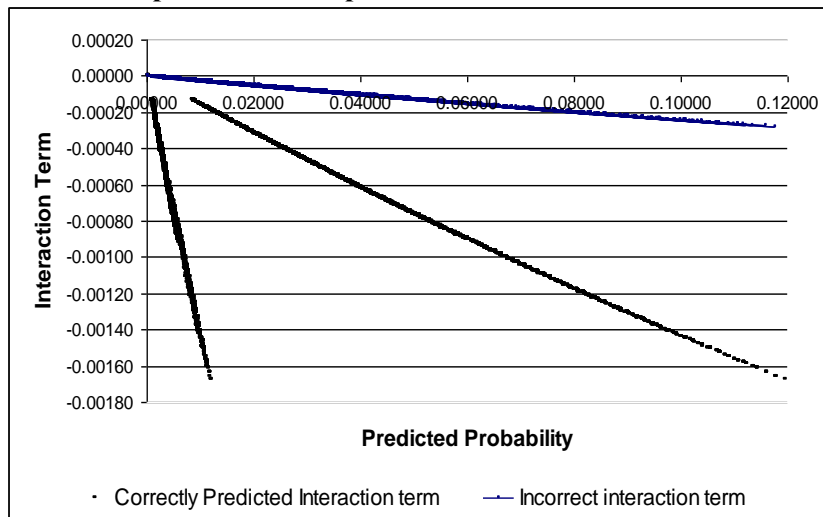


Figura 1b. Estadístico (valores para Z) como función de la probabilidad predicha de emprendimiento naciente

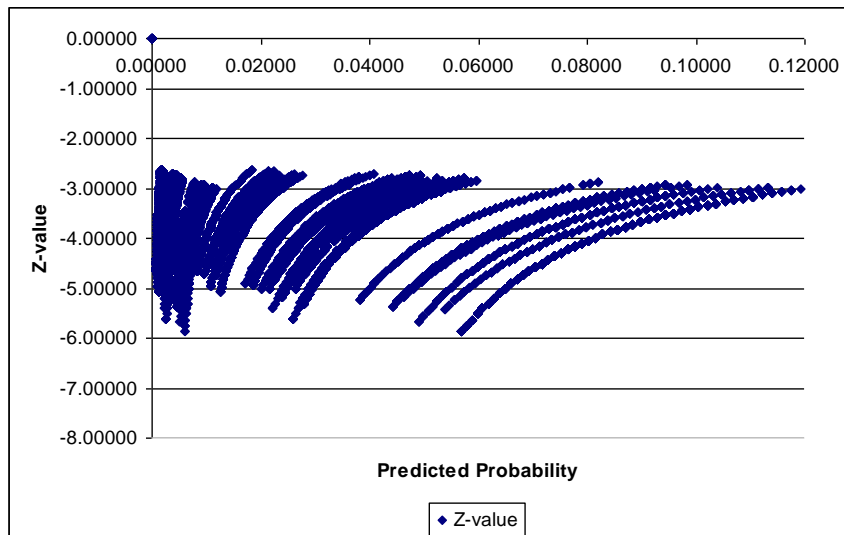


Figura 2a. Efecto de interacción (edad y modelos de referencia) como función de la probabilidad predicha de emprendimiento naciente

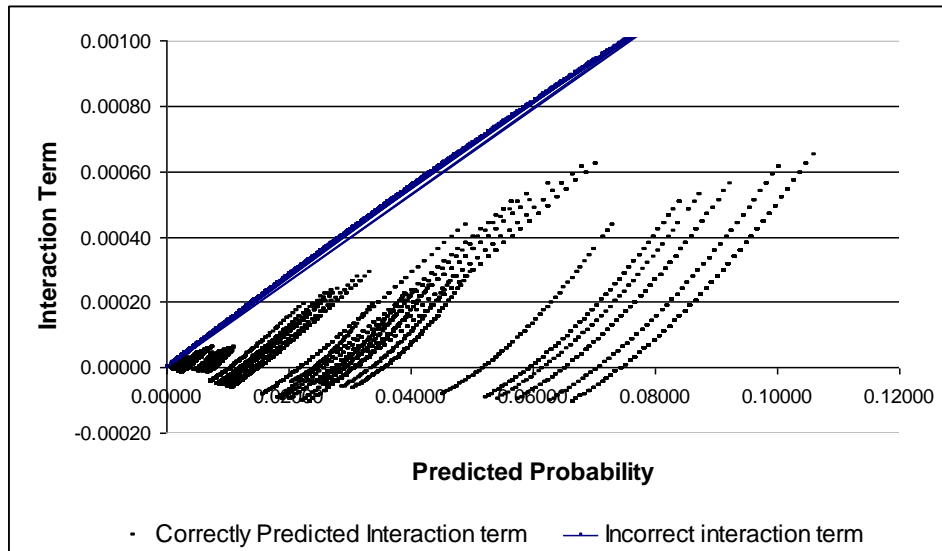


Figura 2b. Estadístico (valores para Z) como función de la probabilidad predicha de emprendimiento naciente

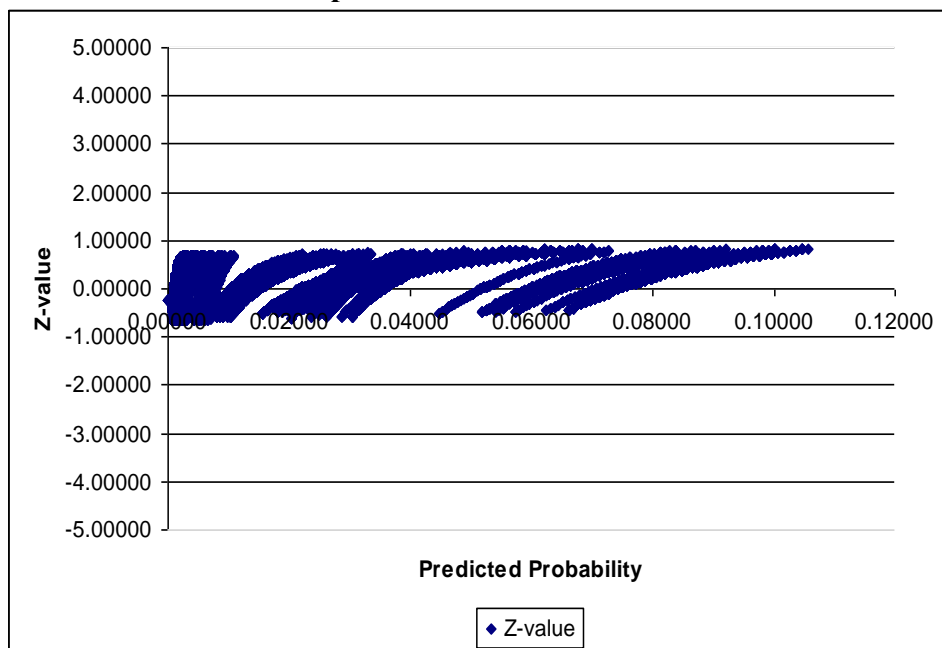


Figura 3a. Efecto de interacción (edad y miedo al fracaso) como función de la probabilidad predicha de emprendimiento naciente

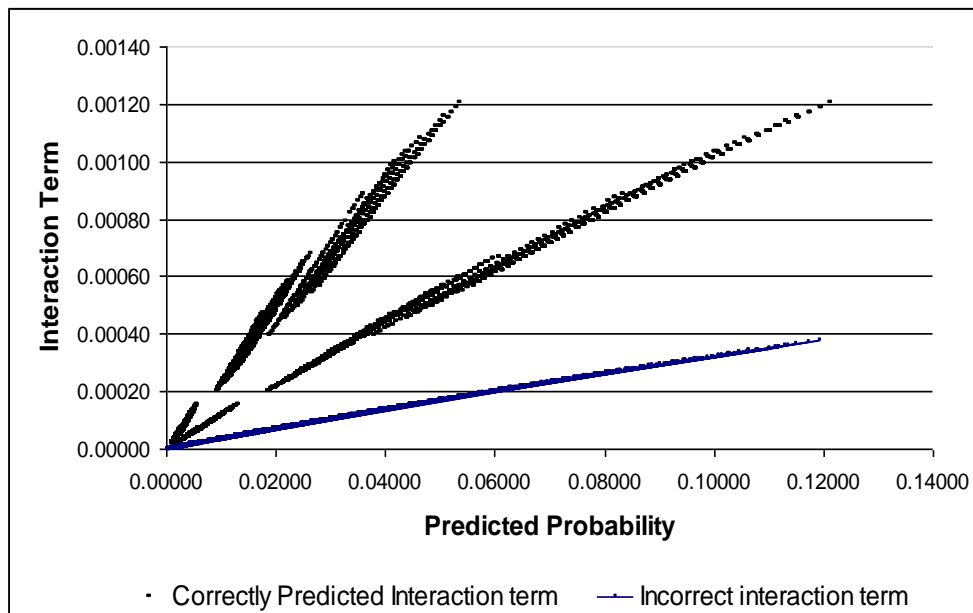


Figura 3b. Estadístico (valores para Z) como función de la probabilidad predicha de emprendimiento naciente

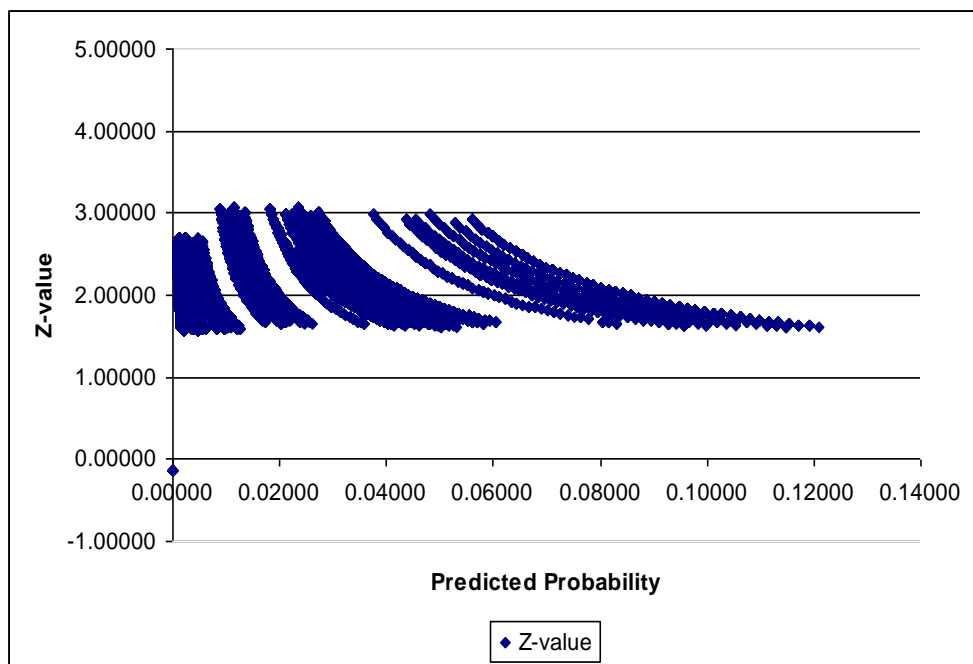


Tabla 1a. Modelo *Logit* para eventos extraños: Cambio predicho en la probabilidad de ser emprendedor naciente a distintas etapas del ciclo de vida del individuo

	(1)	(2)	(3)	(4)
Edad (entre 18 y 24 años)	-0,00136 †	-0,00109	-0,00231 †	-0,00143 †
Edad (entre 25 y 29 años)	-0,00080 †	-0,00067	-0,00137 †	-0,00087 †
Edad (entre 30 y 34 años)	-0,00075 †	-0,00067	-0,00121 †	-0,00080 †
Edad (entre 35 y 39 años)	-0,00070 †	-0,00061	-0,00104 †	-0,00073 †
Edad (entre 40 y 44 años)	-0,00063 †	-0,00053	-0,00093 †	-0,00067 †
Edad (entre 45 y 49 años)	-0,00058 †	-0,00053	-0,00081 †	-0,00061 †
Observaciones	24.099	24.099	24.099	24.099

Tabla 2a. Matriz de Correlación

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Actividad emprendedora	1								
2. Estudios primarios	-0,0563 ***	1							
3. Estudios secundarios	0,0020	-0,3651 ***	1						
4. Estudios post-secundarios	0,0546 ***	-0,7269 ***	-0,3739 ***	1					
5. Autoconfianza	0,1694 ***	-0,1758 ***	0,0105	0,1675 ***	1				
6. Joven (menor de 30 años)	0,0227 ***	-0,1064 ***	0,1027 ***	0,0303 ***	-0,0129 **	1			
7. Rural	-0,0067	0,1211 ***	-0,0101	-0,1132 ***	-0,0039	0,0016	1		
8. Modelos de referencia	0,1226 ***	-0,1220 ***	0,0115 *	0,1131 ***	0,2145 ***	0,1009 ***	0,0319 ***	1	
9. Estigma social del fracaso	-0,0805 ***	0,0552 ***	-0,0102	-0,0475 ***	-0,1151 ***	-0,0119 *	0,0322 ***	-0,0280 ***	1

*, **, *** indican el nivel de significancia al 0,10, 0,05 y 0,01, respectivamente.

Tabla 3a. Estimaciones del Logit: La relación entre los factores socio-culturales, la autoconfianza y la actividad emprendedora entre jóvenes y no-jóvenes

	(1)	(2)	(3)	(4)
Género (masculino)	0,2081 ***	0,2079 ***	0,2099 ***	0,2086 ***

	(0,0767)	(0,0767)	(0,0768)	(0,0768)
Estudios primarios	-0,2613 *** (0,0892)	-0,2625 *** (0,0893)	-0,2602 *** (0,0895)	-0,2612 *** (0,0894)
Estudios secundarios	-0,0955 (0,1062)	-0,0963 (0,1063)	-0,0903 (0,1063)	-0,0964 (0,1062)
Autoconfianza	2,4266 *** (0,1388)	2,4270 *** (0,1388)	2,4268 *** (0,1389)	2,4276 *** (0,1387)
Joven (menor de 30 años)	0,2297 ** (0,0935)	0,2544 ** (0,1108)	0,0977 (0,2055)	0,2546 * (0,1316)
Rural BOE	-0,0615 (0,0827)	-0,0446 (0,0926)	0,1668 (0,1369)	-0,0905 (0,1130)
Rural × Joven		-0,0802 (0,2028)	0,4477 (0,3148)	-0,1421 (0,2561)
Modelos de referencia	0,9003 *** (0,0781)	0,8998 *** (0,0781)	1,0300 *** (0,1038)	0,8995 *** (0,0781)
Modelos de referencia × Rural			-0,3738 ** (0,1837)	
Modelos de referencia × Joven			0,1988 (0,2453)	
Modelos de referencia × Rural × Joven			-0,8087 ** (0,4145)	
Miedo al fracaso	-0,7214 *** (0,0802)	-0,7206 *** (0,0802)	-0,7193 *** (0,0802)	-0,7747 *** (0,1097)
Miedo al fracaso × Rural				0,1404 (0,1948)
Miedo al fracaso × Joven				-0,0033 (0,2424)
Miedo al fracaso × Rural × Joven				0,1472 (0,4223)
<i>Intercept</i>	-5,3418 *** (0,1516)	-5,3468 *** (0,1520)	-5,4230 *** (0,1597)	-5,3309 *** (0,1533)
Observaciones	24.695	24.695	24.695	24.695

Los errores estándar son mostrados en paréntesis. *, **, *** indican el nivel de significancia al 0,10, 0,05 y 0,01, respectivamente.