



EMPRENDIMIENTO JUVENIL EN “Una clave para la empleabilidad” IBEROAMÉRICA


El presente estudio ha sido encargado por el Organismo Internacional de la Juventud para Iberoamérica [OIJ] a Deusto Business School y al Global Entrepreneurship Monitor [GEM] con el apoyo de Microsoft, la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, la Fundación Santillana y la Organización Iberoamericana de Seguridad Social.

Codirectores del informe

Iñaki Ortega Cachón
Max Trejo Cervantes

Equipo de investigadores

Iván Soto San Andrés
Francisco Sáinz de Murienta Guindulain
José Luis González-Pernia
Alejandra Sáenz Mora
Katleen Morales

 @OIJ_DIGITAL

  OIJDigital

Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica
Organismo Internacional de Juventude para Ibero-América

Paseo de Recoletos, 8 - 1ra Planta
28001 - Madrid.

www.oij.org
secretariageneral@oij.org

Organismo Internacional de Juventud, 2018.

REF 280318

PRESENTACIÓN

BIENVENIDA LA MODA DE EMPRENDER

A principios de 2017 en el estado mexicano de Yucatán fue inaugurado el hub, un espacio certificado por el INADEM [Instituto Nacional del Emprendedor Mexicano] cuyas instalaciones, servicios de apoyo y conexiones con el ecosistema local e internacional se encuentran a la altura de los mejores del mundo.

En Guatemala con el apoyo de la agencia de desarrollo de estados centroamericanos [CENPROMYPE] celebran en el momento de escribir estas líneas que la propuesta de ley de fortalecimiento del emprendimiento ha sido aprobada en la comisión de pequeña y mediana empresa del Congreso. Unos pasos hacia la cristalización de los compromisos de las instituciones con la creación de empresas que en breve seguirán El Salvador y, esperamos que también, Perú.

En Argentina, después de su paso por el Senado, la nueva ley de emprendedores ha hecho posible la creación de un paquete de beneficios inéditos para jóvenes innovadores, uniéndose de este modo al selecto club de países de la región -integrado también por Paraguay, Ecuador y España-, que han querido elevar a rango de ley su compromiso con el apoyo a los emprendedores.

En Medellín [Colombia] todavía resuenan los ecos de la satisfacción por haber albergado el Congreso Mundial de Emprendimiento 2016, un sentimiento muy similar al experimentado un año antes en la capital portuguesa cuando Lisboa fue declarada mejor región emprendedora de la Unión Europea. Chile año tras año aparece en los rankings de las más exitosas políticas públicas para los emprendedores con su

pionero programa Startup Chile.

La República Dominicana sigue dando lecciones al mundo sobre cómo apoyar la pequeña iniciativa empresarial a través de los programas de compras públicas. Por su parte, Honduras, Nicaragua y Bolivia están desarrollando interesantes actuaciones de fomento del emprendimiento para luchar contra la precariedad y la informalidad que aquejan a la población juvenil.

Costa Rica con el impulso de las universidades públicas y privadas están haciendo posible un ecosistema eficaz. Hasta en Cuba y Venezuela, inmersas en complejas situaciones de transición, los jóvenes emprendedores son valorados muy positivamente como herramientas de cambio social.

Uruguay sorprende con su porcentaje de emprendedores de oportunidad al nivel de los ecosistemas más dinámicos del mundo así como Panamá, país en el que la burocracia y los impuestos nos son vistos como obstáculos insalvables por los más jóvenes. Finalmente, Brasil sigue siendo uno de los destinos preferidos para las startups de jóvenes de todo el mundo gracias, entre otras cosas, a la alta percepción que tiene el propio país de la figura del emprendedor.

El informe que tiene usted en sus manos, promovido por el Organismo Internacional de la Juventud para Iberoamérica (OIJ) y elaborado por Deusto Business School, constata que el emprendimiento juvenil está configurándose como una palanca de empleo, desarrollo y prosperidad en Iberoamérica.

Frente a los que durante demasiados años sugerían que los emprendedores retardaban la actividad económica porque eran menos eficientes y estaban fuera de la actividad innovadora por falta de recursos, hoy nadie duda de los beneficios que reportan a la sociedad los emprendedores.

Ha hecho falta quizás la irrupción en la agenda mundial de disruptivas startups en sectores como el turismo, el transporte o la automoción. Pero en nuestros días es una realidad que la iniciativa emprendedora es el vehículo por el cual las ideas de los más jóvenes son implementadas. La explicación de este auge tiene su base en la globalización que ha hecho migrar la ventaja competitiva hacia actividades basadas en el conocimiento.

También los cambios tecnológicos han reducido el papel de las economías de escala, aumentado la competencia en los mercados y mejorando la capacitación de los agentes económicos, lo que ha beneficiado a la pequeña iniciativa empresarial. Y por último, las nuevas generaciones de millennials que no están dispuestos a malgastar su vida trabajando para otros en proyectos que no les ilusionan, han encontrado en el emprendimiento su válvula de escape.

El término ecosistema proviene de la biología y fue acuñado en 1930 por el botánico inglés Roy Clapham. Un ecosistema

es un sistema de organismos vivos interdependientes que comparten el mismo hábitat. La gran aportación del concepto a la ciencia de la naturaleza residía en la interrelación de los organismos que viven en el sistema; si se rompe un eslabón de esa cadena es muy difícil recuperar el equilibrio y afectará seriamente a su sostenibilidad.

La literatura económica ha incorporado ese concepto para explicar las características de los territorios más dinámicos. Los países con ecosistemas emprendedores egresan continuamente nuevas empresas con capacidad de crecer y crear empleos, innovando en bienes, servicios y modelos de negocio. Y lo hacen porque los gobiernos, instituciones de conocimiento y grandes empresas orquestan sus actuaciones para conseguir más actividad emprendedora en el país.

No pueden estar, por tanto, equivocados los programas de fomento del ecosistema de todos los países de la región que se han citado. Los gestores públicos de los territorios más dinámicos en materia de startups como Estados Unidos, Reino Unido, Israel o Francia siguen dedicando cada año importantes esfuerzos para mejorar, de manera concertada con el resto de agentes, sus respectivos ecosistemas.

Para que no se quede este fenómeno en una efímera moda es preciso tener en cuenta **algunas cuestiones sugeridas por el OIJ y Deusto Business School con el apoyo del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) -la red de investigadores del fenómeno emprendedor más potente del mundo- y los más de 500 expertos encuestados para este informe procedentes de los 21 países que conforman la región iberoamericana.**

Los hitos alcanzados hasta la fecha son muy relevantes como se ha visto antes, pero los poderes públicos de la región tienen todavía una magna tarea por delante para avanzar en la transición hacia una auténtica economía emprendedora. Lo cual pasa no tanto por crear más programas públicos -en la mayoría de los estados los expertos afirman que ya hay demasiados- como por conseguir alinearlos en sus objetivos y coordinarlos en su ejecución. Se necesitan programas integrales, público-privados e insistentes frente a la provisión de servicios concretos o las ayudas coyunturales.

Por ello, disponer de mecanismos de evaluación para conocer el retorno de las políticas y su comparación con las mejores prácticas nacionales e internacionales se hace indispensable. Las grandes empresas y la sociedad en su conjunto también deben hacer su parte; a las primeras les corresponde integrar este colectivo no solo dentro de sus planes de responsabilidad social, sino también en el seno de su misma estrategia corporativa a través de fórmulas innovación abierta. La sociedad, por su parte, debe desterrar definitivamente viejos estereotipos que aún pesan sobre los empresarios y otorgar al emprendedor una consideración social acorde al importante papel que desempeña en la economía.

Cualquier programa de fomento en materia de emprendimiento ha de fortalecer el ecosistema y no romper el equilibrio entre sus agentes. Actuar buscando el rédito a corto plazo y el protagonismo unilateral es síntoma de que no se está respetando ese equilibrio, lo que conduce al error de sustituir el ecosistema por un **egosistema**.

El emprendimiento representa esa capacidad de cambiar las cosas y ha mostrado a lo largo de la historia el suficiente potencial para reducir esa brecha siempre y cuando

sea capaz de evolucionar desde sus formas más primarias, basadas en las necesidades que caracterizan las experiencias emprendedoras de los países emergentes.

Los autores de este informe consideramos de vital importancia analizar el ecosistema emprendedor de cara al diseño de políticas públicas encaminadas a impulsar la iniciativa empresarial entre los jóvenes. El presente estudio apunta precisamente en esta dirección aportando una fotografía completa y rigurosa del emprendimiento juvenil iberoamericano, sin dejar de lado ningún país sean cuales sean sus circunstancias políticas, económicas o sociales. **Desde el OIJ y Deusto Business School queremos poner en valor el apoyo de MICROSOFT para que esta investigación compleja por sistémica haya podido realizarse durante el año 2017.**

A pesar de los optimistas datos con los que ha empezado esta carta de presentación todavía vamos muy lentos para equiparar Iberoamérica con las regiones más dinámicas del mundo. Precisamente por el unilateralismo en las actuaciones que hemos bautizado en estas líneas como egosistema emprendedor se está impidiendo que bajen las lacerantes tasas de desempleo juvenil y de informalidad o que las condiciones de vida y los salarios de los más jóvenes sigan muy lejos de lo ideal.

Marcos regulatorios que desincentivan el emprendimiento en los jóvenes. La persistencia y creación de grandes infraestructuras para la innovación desconectadas de los emprendedores y sus necesidades. La sobreactuación gubernamental sin el mínimo análisis previo motivada por la agenda política o económica. El autismo de las grandes empresas a la hora de colaborar en sus programas de emprendimiento corporativo.

La continua promoción de espacios para emprendedores desde lo público en claro ejercicio de competencia desleal. La inexistencia de una gran fundación público-privada de ámbito regional que permita que los jóvenes iberoamericanos más brillantes aspiren a emprender en un espacio de más de 500 millones de personas. La ausencia de programas exitosos para desarrollar las fuentes de financiamiento y las inversiones en fondos de capital semilla y emprendedor [venture capital, en inglés]. La utopía de disponer de una auténtica unidad de mercado en la región es también otro ejemplo de actuaciones en contra del ecosistema.

Este informe ha analizado más de 10.000 datos sobre la juventud iberoamericana y sus oportunidades para empoderarse a través del emprendimiento. **Usando las fuentes de la encuesta GEM, pero también indicadores ex novo y los datos del Global Entrepreneurship Index (GEI) podemos afirmar que estamos ante el esfuerzo más completo que nunca se ha hecho en la región para mapear el emprendimiento juvenil.**

Este estudio que se fundamenta en lo académico, pero que tiene una clara orientación práctica, pues estaría incompleto si se quedara en lo puramente descriptivo. Para orientar a los directivos públicos responsables de las actuaciones que saldrán del examen de las condiciones del entorno, los autores hemos incluido una revi-

sión de la evolución de las políticas públicas de emprendedores en las últimas décadas y hemos sintetizado los principios rectores de las que mejor han funcionado en la regla de las 4E: [e]studiar en profundidad los estorbos de la actividad emprendedora; promover el [e]cosistema emprendedor para lograr saltar esos obstáculos; perseguir no solo la mejora de un colectivo sino la consecución de una auténtica [e]conomía emprendedora; y [e]valuar el retorno de los recursos utilizados a favor del emprendimiento.

Porque los jóvenes con ideas están cada vez más presentes en las agendas de las instituciones y los medios de comunicación de toda Iberoamérica nos ha parecido apropiado titular esta carta de presentación **Bienvenida la moda de emprender**. Ciertamente la visibilización del fenómeno y de sus conexiones con el desarrollo económico y social es la primera condición para impulsar el talento juvenil en la buena dirección. Sin embargo, de todos depende que esta política pública quede en algo pasajero como la primera acepción de la palabra moda lleva implícito, sino, muy al contrario, perduren y se generalicen las mejores prácticas en este terreno. No en vano, la cuarta acepción de moda en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, esa que procede de la estadística y las ciencias sociales, se refiere al “valor que aparece con mayor frecuencia en una serie de medidas”.

Max Trejo es Secretario General del Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica

Iñaki Ortega es Director de Deusto Business School y profesor de la Universidad Internacional de La Rioja –UNIR–

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| PRESENTACIÓN | 1 |
| Índice | 5 |
| Tablas..... | 6 |
| Figuras | 7 |
| INTRODUCCIÓN..... | 9 |
| Los ecosistemas nacionales de emprendimiento en Latinoamérica | 10 |
| DINÁMICA EMPRENDEDORA DE LOS JÓVENES..... | 11 |
| La actividad emprendedora | 13 |
| Perfil de los jóvenes emprendedores | 14 |
| Sectores de actividad..... | 15 |
| Impacto sobre el empleo y la innovación | 16 |
| Fuentes de financiación de la actividad emprendedora | 17 |
| Prólogo. Rebeca Grynspan, Secretaria General de la Secretaría General Iberoamericana | 19 |
| CAPÍTULO I: Introducción..... | 21 |
| 1.1 Los países iberoamericanos | 23 |
| 1.2 El desafío del empleo juvenil | 25 |
| 1.3 Objetivos y metodología de este informe | 29 |
| Palabras de Mariano Jabonero, Director Global de Educación Fundación Santillana | 31 |
| CAPÍTULO II: Los ecosistemas iberoamericanos nacionales de emprendimiento..... | 33 |
| 2.1 Una visión general de los ecosistemas iberoamericanos de emprendimiento | 35 |
| Palabras de Mike Herrington, Director General de Global Entrepreneurship Monitor..... | 43 |
| CAPÍTULO III: Dinámica del emprendimiento juvenil en los países iberoamericanos | 45 |
| Sinopsis del capítulo..... | 47 |
| 3.1 Actitudes y percepciones sociales | 49 |
| 3.2 Espíritu emprendedor | 53 |
| 3.3 Actividad emprendedora..... | 57 |
| 3.1.1 Actividad emprendedora en la fase inicial..... | 57 |
| 3.3.2 Actividad emprendedora consolidada..... | 59 |
| 3.3.3 Cese de negocio | 60 |
| 3.4 Perfil de los emprendedores iberoamericanos..... | 63 |
| 3.4.1 Género..... | 63 |
| 3.4.2 Motivación para iniciar una empresa | 65 |
| 3.5 Características del impacto del emprendimiento | 69 |
| 3.5.1 Participación del sector industrial..... | 69 |
| 3.5.2 Creación de empleo | 71 |
| 3.5.3 Innovación | 74 |
| 3.6 Resumen de los perfiles de emprendimiento juvenil por país | 77 |
| Palabras de Leonardo Ortiz, Director Global de Filantropía Microsoft | 107 |
| CAPÍTULO 4: Recomendaciones..... | 109 |
| 4.1 Recomendaciones..... | 111 |
| Palabras de Gina Magnolia Riaño, Secretaria General Organización Iberoamericana de la Seguridad Social | 113 |
| CAPÍTULO 5: Toolkit para las administraciones emprendedoras | 115 |
| 5.1 Introducción | 117 |
| 5.2 Desarrollo | 117 |
| 5.2.1 El campo del entrepreneurship..... | 117 |
| 5.2.2 Los emprendedores: su definición..... | 118 |
| 5.2.3 Los efectos en la economía de la actividad emprendedora. Las políticas públicas | 119 |
| 5.2.3.1 Los efectos en la economía de la actividades emprendedora | 119 |
| i. Aparición y definición del término emprendedor | 119 |
| ii. Los emprendedores como elementos de desarrollo económico: finales s. XIX a años sesenta | 120 |
| iii. Medición de las consecuencias económicas de la actividad emprendedora..... | 121 |
| iv. La economía emprendedora | 121 |
| 5.2.3.2 Las políticas públicas de apoyo a los emprendedores..... | 122 |
| 5.2.3.3 Reflexiones a propósito del emprendimiento Juvenil y la seguridad social de las personas jóvenes en Iberoamérica | 126 |
| 5.3 Conclusiones..... | 129 |
| REFERENCIAS..... | 132 |
| APÉNDICE – Evolución del marco emprendedor en los países iberoamericanos..... | 135 |

TABLAS

| | |
|--|-----|
| Tabla 1 Países estudio OIJ-GEM y Países estudio OIJ-Deusto..... | 9 |
| Tabla 1.1 Países iberoamericanos de la región del Organismo Internacional de la Juventud para Iberoamérica | 23 |
| Tabla 1.2 Metodología estudio OIJ-GEM y países estudio OIJ-Deusto | 29 |
| Tabla 2 Condiciones marco de la actividad emprendedora de GEM [EFC] | 35 |
| Tabla 3 Actitudes sociales entre los jóvenes en los países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia | 50 |
| Tabla 3.1 Atributos emprendedores autopercebidos entre la juventud iberoamericana, GEM 2015 y elaboración propia..... | 54 |
| Tabla 3.2 Actividad emprendedora en fase inicial [% de la población], por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 58 |
| Tabla 3.3 Motivos para abandonar la actividad empresarial [18-24 años], en países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 61 |
| Tabla 3.4 Motivos para abandonar la actividad empresarial [25-34 años], en países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 62 |
| Tabla 3.5 Actividad emprendedora, por grupos de género y edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 63 |
| Tabla 3.6 Motivo para iniciar una empresa [según % de TEA], por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 66 |
| Tabla 3.7 Motivo para iniciar una empresa [según % de TEA], por grupo de género y edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 67 |
| Tabla 3.8 Participación del sector industrial por jóvenes emprendedores [% de TEA] en países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 70 |
| Tabla 3.9 Creación de empleo real por empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 71 |
| Tabla 3.10 Expectativas de creación de empleo por empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015 | 73 |
| Tabla 3.11 Niveles de innovación de empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015 | 74 |
| Tabla 4 Etapas en la literatura académica sobre el emprendimiento..... | 119 |
| Tabla 4.1 Externalidades de la actividad emprendedora..... | 122 |
| Tabla 4.2 Etapas y buenas prácticas de las políticas públicas de emprendimiento..... | 122 |
| Tabla 4.3 Causas de las políticas fallidas de apoyo a los emprendedores..... | 125 |

FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 2.1 Valoración media en las nueve condiciones marco de la actividad emprendedora, GEM 2015 y elaboración propia..... | 36 |
| Figura 2.2 Valoración media de los expertos para la financiación del emprendimiento, GEM 2015 y elaboración propia..... | 37 |
| Figura 2.3 Valoración media de los expertos para políticas gubernamentales: apoyo y relevancia, por país, GEM 2015 y elaboración propia..... | 38 |
| Figura 2.4 Valoración media de los expertos para políticas gubernamentales: impuestos y burocracia, GEM 2015 y elaboración..... | 38 |
| Figura 2.5 Valoración media de los expertos para la transferencia de la investigación y el desarrollo, GEM 2015 y elaboración propia..... | 39 |
| Figura 2.6 Valoración media de los expertos para la infraestructura física, GEM 2015 y elaboración propia..... | 39 |
| Figura 2.7 Valoración media de los expertos para la infraestructura comercial y profesional, GEM 2015 y elaboración propia..... | 40 |
| Figura 2.8 Valoración media de los expertos para normas culturales y sociales, GEM 2015 y elaboración propia..... | 40 |
| Figura 2.9 Valoración media de los expertos para programas gubernamentales sobre emprendimiento, GEM 2015 y elaboración propia..... | 41 |
| Figura 2.10 Valoración media de los expertos para la dinámica del mercado interno, GEM 2015 y elaboración propia..... | 41 |
| Figura 2.11 Valoración media de los expertos para los obstáculos del mercado interno o regulaciones de entrada, GEM 2015 y elaboración propia..... | 42 |
| Figura 3.1 Actividad emprendedora total en la fase inicial, jóvenes frente a adultos, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 57 |
| Figura 3.2 Actividad empresarial consolidada [% de población], por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 59 |
| Figura 3.3 Cese del negocio, por categoría de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia..... | 60 |

■ ■ **Este documento constituye el primer estudio que cubre el emprendimiento juvenil en el conjunto de la región iberoamericana ■ ■ .**

El presente estudio es el primero en contener la caracterización global del estado del emprendimiento juvenil en los 21 países iberoamericanos integrados en el Organismo Internacional de la Juventud para Iberoamérica (OIJ). Este grupo lo componen 19 naciones americanas –Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Uruguay, Venezuela- y dos europeas –España y Portugal-.

Este documento constituye el primer estudio que cubre el emprendimiento juvenil en el conjunto de la región, y es el resultado de la integración de dos informes: uno realizado en el marco del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y que cubría solo los 12 países iberoamericanos para los que había datos referidos a la población adulta en 2015; y otro acometido por un equipo de investigación de Deusto Business School destinado a cubrir los nueve Estados restantes. Este último estudio ha aplicado la metodología GEM en el análisis tanto de las condiciones marco a partir de encuestas a 180 expertos nacionales como de las dinámicas del emprendimiento juvenil donde ha sido posible. Las ausencias de datos GEM referidos a la población adulta en el caso de Paraguay, El Salvador y Nicaragua se han suplido en base a las estimaciones propuestas por otro prestigioso proyecto de investigación mundial del fenómeno emprendedor: Global Entrepreneurship Index (GEI).

El objetivo último es tener una caracterización completa de Iberoamérica basada en indicadores comunes que puedan

ofrecer una panorámica de la situación del emprendimiento juvenil en cada país y en la región en su conjunto, así como aportar algunas claves que orienten a sus respectivos gobiernos en el diseño y ejecución de políticas públicas dirigidas a este colectivo.

Tabla 1: Países estudio OIJ-GEM y países estudio OIJ-Deusto

|  Países estudio OIJ-GEM |
|---|
| Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay. |
|  Países estudio OIJ-Deusto |
| Bolivia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Paraguay, República Dominicana, Venezuela. |

DINÁMICA EMPRENDEDORA DE LOS JÓVENES

■ ■ **La dinámica emprendedora involucra: la actividad, el perfil del emprendedor, el sector de la actividad, el impacto sobre el empleo y la innovación y las fuentes de financiación** ■ ■ .

La actividad emprendedora

En general, la juventud iberoamericana mantiene una predisposición favorable hacia el emprendimiento. De media, casi el 72,6% de las personas entre 18-24 años ve el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional y el 69,51% cree que los emprendedores gozan de una alta consideración social. Esto es marginalmente inferior en ambos parámetros para el grupo de edad de los 25-34 años de edad; en concreto, el 71,1% perciben el emprendimiento como una buena salida profesional y el 67,7% creen que los emprendedores tienen un buen estatus en su sociedad.

La brecha entre la juventud joven [18-24 años] y la juventud mayor [25-34 años] es mayor en términos de confianza propia para dirigir un negocio. Entre los más jóvenes cinco de cada diez se consideran capacitados para emprender una iniciativa empresarial mientras que entre los que tienen entre 25 y 34 años la proporción llega a seis de cada diez.

En cuanto a la percepción de buenas oportunidades para emprender, ambos grupos de edad se mantienen en rangos similares. Casi el 48,3% de las personas entre 18 y 24 años detectan oportunidades en la puesta en marcha de un negocio o una actividad emprendedora frente al 47,5% de la juventud mayor.

Estas cifras relativamente elevadas contrastan con las más modestas –aunque con importantes diferencias de un país a otro– correspondientes a las intenciones para emprender de los jóvenes en el corto y medio plazo; en particular, el 34,2 % entre los 18 y 24 años y el 33,4% entre los 24 y 35 años tiene el propósito de em-

prender dentro de los tres años siguientes.

En cuanto al miedo al fracaso, los grupos de edad analizados no presentan diferencias sustanciales. Ligeramente superior en el grupo 24-35 años en el que el porcentaje de jóvenes que declaran esa aversión al riesgo es del 32,6% frente al 32,0%.

En todos los países analizados la juventud mayor presenta una Tasa de Actividad Emprendedora [TEA en inglés] superior no solo a la de la juventud joven, sino también a la del resto de la población adulta con la excepción de Chile y Venezuela en la que la que el grupo más sénior es ligeramente más emprendedor. En promedio, una persona entre 24 y 35 años tienen alrededor de 1,4 veces más probabilidades de estar implicada en un nuevo proyecto empresarial en comparación con la juventud joven y 1,2 en el caso de la población activa mayor de 35 años. Desde el punto de vista de cada país, los jóvenes de Ecuador son con diferencia los más emprendedores, seguidos de los de Paraguay y Bolivia. Muy por debajo de la media iberoamericana se encuentran España y Portugal con porcentajes de un solo dígito en las cohortes de referencia.

Para los países iberoamericanos en conjunto, se considera que la juventud mayor tiene más probabilidades de ser propietarios/gerentes de las empresas consolidadas que la juventud joven. Desde el punto de vista de cada país, los jóvenes de Brasil y Ecuador tienen los mayores índices de propiedad de empresas consolidadas en las dos categorías de edad [más del doble de la media de los países iberoamericanos], mientras que Panamá y Venezuela presentan las tasas más bajas de actividad

tasas más altas de emprendimiento femenino por necesidad las registran Brasil y Guatemala, más de la mitad de las jóvenes emprendedoras en estos dos países emprenden por necesidad. El emprendimiento masculino impulsado por la necesidad es más alto en Guatemala y Panamá en ambos grupos de edad.

Entre la juventud joven, las mujeres son más propensas que los hombres a estar motivadas por la oportunidad en Portugal,

Sectores de actividad

El emprendimiento en la región iberoamericana se concentra en el sector de los servicios orientados al consumidor; concretamente el 72% de los emprendedores entre 18 y 24 años se vinculan a este tipo de actividad y el 66,5% en el caso de los comprendidos entre los 25 y 34 años. El resto de sectores, por orden de importancia en ambas categorías son el transformador, los servicios a empresas y finalmente, con un porcentaje marginal de las nuevas iniciativas, el extractivo.

Entre la juventud joven, Portugal tiene la mayor participación en el sector de los servicios al consumidor. España [32%] y Uruguay [20%] son los únicos países que muestran una participación significativa en el sector de servicios a las empresas, mientras que una cuarta parte de los emprendedores brasileños se encuentran en el sector transformador.

Entre la juventud mayor, los países con mayor número de nuevas iniciativas empresariales en los servicios a los consumidores son El Salvador [80,7%], Ecuador [77,7%], México [75,9%] y Panamá [75%]. Cuentan con una participación significativa de los

España y Panamá. Entre la juventud mayor, Portugal es el único país donde las mujeres son más propensas que los hombres a estar motivadas por la oportunidad.

emprendedores en los servicios empresariales Colombia [32,7%], España [27,1%] y Portugal [24,7%]. Respecto a las actividades industriales, los países con porcentajes por encima del 20% son Chile, Colombia y Costa Rica mientras que en Brasil el porcentaje supera el 35%.

Fuentes de financiación de la actividad emprendedora ¹

En general, los emprendedores del grupo de juventud mayor requieren más fondos para iniciar sus negocios. De media, dos tercios más de dinero que los emprendedores del grupo de juventud joven.

Los jóvenes emprendedores dependen en gran medida de sus propios ahorros, proviniendo tres cuartas partes del total del dinero necesario para el negocio de los propios fondos de los emprendedores. La cuota de su propia inversión es más alta en Brasil, Panamá y Uruguay y más baja en Colombia.

La gran mayoría de los jóvenes emprendedores en ambos grupos de edad (más del 90%) utilizan sus propios ahorros para financiar sus empresas, mientras que un tercio depende de la familia para su financiación. Los bancos son una fuente importante de financiación para la actividad emprendedora, y poco menos del 30% de los emprendedores en ambos grupos de edad obtienen de fondos de estas instituciones.

Los colombianos aprovechan al máximo el uso de más sofisticadas opciones de financiación: una cuarta parte utiliza fuentes privadas de capital riesgo y el 13% utiliza el crowdfunding. Los emprendedores guatemaltecos son los más propensos a usar el crowdfunding. Aparte de Colombia, solo Chile y Portugal muestran que más del 10% de los jóvenes emprendedores acceden al capital de riesgo.

1

Este apartado analiza únicamente los países para los que hay datos GEM en 2015, ya que la información se elaboró a partir de preguntas que solo se incluyeron en esa edición. Los países son Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Portugal, España y Uruguay.

■ ■ **Hay 7 mujeres por cada 10 hombres al frente de un proyecto incipiente o un nuevo negocio ■ ■ .**

Asistimos a unos tiempos de cambio vertiginoso, que plantean múltiples desafíos y suponen un reto constante para la capacidad de adaptación de nuestras sociedades. En este contexto, el conocimiento y la innovación se revelan estratégicos en esa adaptación que requiere contar con el talento de toda la sociedad, especialmente de la población más joven, que encierra un especial potencial para la construcción de sociedades resilientes, prósperas y cohesionadas.

Desarrollar este potencial en nuestra región hace imprescindible atender a los obstáculos específicos que enfrentan las personas jóvenes de Iberoamérica, fundamentalmente en materia de inserción en el mercado laboral, y generar estrategias que tomen en cuenta la juventud en toda su diversidad, sin dejar a nadie atrás.

La más reciente XXV Cumbre Iberoamericana de Jefes y Jefas de Estado y de Gobierno, celebrada en Cartagena en 2016 bajo el lema “Juventud, Emprendimiento y Educación” situó el emprendimiento juvenil en el centro del debate, considerándolo como uno de los principales desafíos y, también, una de las principales oportunidades de la región.

En el marco de la Cumbre, se adoptó el Pacto Iberoamericano de Juventud y se puso de relieve la necesidad de fomentar la inclusión, la participación, la inversión y el reconocimiento y promoción de los derechos de la juventud iberoamericana, así como el fomento de alianzas entre los sectores público y privado.

Así, el emprendimiento se configura como vector para la generación de empleo, innovación, impulso a la pequeña y mediana empresa y fomento de una mejor distribución económica.

Asimismo, como un catalizador idóneo de la creatividad y una verdadera herramienta de cambio social para la construcción de sociedades más dinámicas e inclusivas, en línea con los desafíos de la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible. Para ello, se hace imprescindible una toma de conciencia desde los diferentes actores involucrados, públicos, privados, academia y la sociedad civil, para la promoción de ecosistemas favorables al emprendimiento, que remuevan obstáculos, que fomenten la cultura del emprendimiento desde los sistemas educativos, y favorezcan marcos de financiación y espacios para el desarrollo de la creatividad y la innovación juvenil.

En este escenario de diálogo compartido, es preciso saludar la contribución fundamental que supone el presente informe. Esta iniciativa, promovida por el Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica (OIJ), ofrece un diagnóstico comparado del estado de situación de los países iberoamericanos y se constituye en un excelente punto de partida y una base sólida para enfrentar el camino a seguir. La complejidad de las sociedades contemporáneas requiere, ahora más que nunca, contar para la toma de decisiones políticas con una base de análisis técnico y evidencia empírica.

Ahora es el turno de usar esta información para la acción, para la promoción de cambios efectivos y la creación de alianzas que contribuyan al desarrollo de sociedades que liberen el talento de la gente joven, de forma que podamos adaptarnos a los cambios y sentar las bases para construir un futuro de prosperidad compartida en Iberoamérica.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

“ El emprendimiento juvenil como factor de prosperidad, aporta los talentos, la energía y las ideas de los jóvenes al mercado laboral ”.

1.1 Los países iberoamericanos

El bloque iberoamericano de la región OIJ se compone de 21 países e incluye dos países europeos (Portugal y España), así como los países de habla hispana y portuguesa en Norteamérica, Centroamérica y Sudamérica (Tabla 1.2). Como se ha comentado con anterioridad, el presente informe estudia los 21 países partiendo de los datos GEM de los países en los que existe y de una serie de encuestas realizadas exprofeso en aquellos países no cubiertos por GEM.

Los importantes cambios económicos que ha experimentado América Latina y el Caribe en los últimos 15 años han supuesto un avance significativo en el nivel desarrollo de la región a pesar del contexto de crisis internacional vivido a partir de 2008. Muchos países latinoamericanos han adoptado políticas macroeconómicas prudentes, la clase media ha crecido mientras que las tasas de pobreza han disminuido sustancialmente. La pobreza en América Latina se redujo del 48,4% al 29,2% entre principios de los años noventa y 2015, mientras que la pobreza extrema se redujo del 22,6% al 12,4% en el mismo período (CEPAL, 2015). El fuerte crecimiento económico junto con los programas sociales complementarios fueron los responsables de este progreso. Las políticas sociales implantadas contri-

buyeron a un tercio de la reducción en el número de pobres, mientras que los dos tercios restantes fueron el resultado de los ingresos del trabajo durante los años de auge. Sin embargo, mientras que el número de pobres se ha reducido en casi 70 millones de personas en la última década, en 2015 todavía hay 175 millones de pobres y 75 millones de personas sin hogar en la región.

También se ha producido un progreso educativo en la región. En 2013, el 92% de la población de 15 a 19 años de edad había completado la educación primaria (CEPAL, 2015), mientras que el porcentaje de la población con educación secundaria aumentó del 37% en 1997 y al 58% en 2013. En 2013, el 80% de los jóvenes entre 20 y 24 años en el quintil más rico habían completado la escuela secundaria, mientras que la tasa fue del 34% para el quintil más pobre. Expresando estas tasas en términos relativos, todos los jóvenes del quintil más pobre que completaron la educación secundaria equivalen al 42% de los jóvenes en el quintil más rico que alcanzó un nivel de educación similar. En 1997 esta proporción fue solo el 22%, lo que indica que el progreso significativo se produjo en términos de paridad educativa.

Tabla 1.1 Países iberoamericanos de la región Organismo Internacional de la Juventud para Iberoamérica

| Países de habla hispana | Países de habla portuguesa |
|--|----------------------------|
| Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, España, Uruguay, Venezuela. | Brasil, Portugal. |

Sin embargo, existe la preocupación de que la desaceleración del crecimiento económico en la región puede poner en peligro estos logros sociales. La situación económica en América Latina es altamente dependiente del contexto internacional, y las débiles perspectivas de crecimiento de las economías avanzadas, así como la situación económica en China es probable que conduzca a un panorama donde el precio de las materias primas se mantenga bajo. La caída de precios de las materias primas han exacerbado los problemas persistentes de los bajos niveles de crecimiento empresarial y la baja productividad en la región. El Global Competitiveness Report del Foro Económico Mundial [WEF, 2015] señala que la desaceleración experimentada en América Latina y el Caribe desde 2012 continuó en 2015, y el FMI prevé un crecimiento inferior al 1%, por debajo de 1,3% en 2014 y un 2,9% en 2013. Para crear un crecimiento sostenible a largo plazo, el GCR argumenta que la región debe aumentar la resiliencia reforzando los pilares como infraestructura, habilidades y áreas de innovación en las que la región lleva a cabo una labor relativamente pobre.

A pesar de este sombrío panorama regional, hay que señalar que existe una considerable heterogeneidad en la región, particularmente en términos de competitividad. Algunos países han logrado adaptarse con éxito a los choques externos gracias a las políticas económicas estables, por ejemplo, Chile, Perú y Colombia. En el caso de Chile y Perú, las sólidas políticas fiscales hacen posible la aplicación de políticas anticíclicas durante el período de 2014-2015. Uno de los puntos más alentadores en relación con el futuro de la región es que está integrada en su mayoría por economías abiertas que se están beneficiando de la recuperación de los países más desarrollados, y especialmente de Estados Unidos. La evolución a la baja de los precios del petróleo tiene un efecto dual en la región, beneficiando

a los no productores y perjudicando a los grandes exportadores, especialmente Venezuela.

“Uno de los puntos más alentadores en relación con el futuro de la región es que está integrada en su mayoría por economías abiertas que se están beneficiando de la recuperación de los países más desarrollados, y especialmente de Estados Unidos.”

México tiene un mercado amplio y el fortalecimiento de la demanda interna es otra razón por la que hay perspectivas favorables para esta economía. Los países de Centroamérica y el Caribe se están beneficiando de varios factores. Muchos de estos países son importadores de petróleo, por lo que la disminución en el precio internacional ha sido una buena noticia para ellos. Por otra parte, se han beneficiado del fortalecimiento la economía de Estados Unidos, ya sea por los lazos comerciales o el turismo.

Otros países de la región han experimentado una caída significativa en sus niveles de actividad económica. La media de crecimiento de la región está influenciada negativamente por la desaceleración de las economías importantes como Brasil y Venezuela. El primer país ha experimentado un descenso espectacular en su posición en el ranking de competitividad del Foro Económico Mundial [del 57º al 75º] con un gran déficit fiscal, aumentando la presión inflacionaria y los escándalos de corrupción que impactan negativamente en su competitividad [WEF 2015]. El resultado ha sido una contracción del 3,8% en 2015 y una disminución aproximada del 3.5% para el 2016. En el caso de Venezuela y Ecuador, la disminución de los precios del petróleo ha tenido un impacto importante en la economía. Con respecto a Venezuela, el problema se agrava por los problemas políticos y los fuertes desequilibrios fiscales.

1.2 El desafío del empleo juvenil

En su Outlook on the Global Agenda 2015, el Foro Económico Mundial identifica la profundización de la desigualdad de ingresos y el crecimiento del desempleo persistente como dos de los principales desafíos de nuestro tiempo. La desigualdad de ingresos se inserta dentro de un problema más amplio y complejo que entronca con la desigualdad de oportunidades y se extiende a circunstancias tales como la edad, el género, la etnia o la discapacidad. La falta de un crecimiento integrador, capaz de proporcionar puestos de trabajo dignos y medios de vida para todas las personas dentro de la sociedad, se considera el segundo problema más acuciante. La escasez de oportunidades laborales en sus países es considerado un problema muy grande en más de dos tercios de la población mundial [Asia 62%, América del Norte 64%, Europa 71%, los países de la región MENA 70%, América Latina 79% y África subsahariana 88%].

Las tasas de desempleo para los jóvenes son siempre más altas que para los adultos. Lo cual se explica por varios factores, incluyendo la falta de experiencia de los jóvenes que ingresan al mercado laboral por primera vez y la debilidad de su red de contactos profesionales. A estas circunstancias desfavorables hay que añadir el hecho de que los efectos de la pasada crisis económica mundial todavía se dejan sentir dificultando aun más la entrada de los jóvenes al mundo empresarial. La Organización Internacional del Trabajo [OIT], dibuja un panorama sombrío de las perspectivas de empleo juvenil. Observa que la tasa de desempleo juvenil en el mundo está en aumento después de varios años de mejora, y se esperó que alcance el 13,1% en 2016 [desde el 12,9% en 2015].

La tasa está muy cerca de su máximo histórico en 2013 [13,2%] y se espera que se mantenga en 2017. Como resultado, el número de jóvenes desempleados en todo el mundo aumentó en medio millón en 2016 hasta llegar a 71 millones y mantendrá en este nivel en 2017. La OIT destaca que incluso entre los jóvenes empleados, la calidad del empleo sigue siendo una preocupación apremiante. Los jóvenes presentan una mayor incidencia de pobreza laboral que los adultos: el 37,7% de los jóvenes que trabajan viven en la pobreza extrema o moderada en 2016, comparado con el 26% de los adultos que trabajan. Además, persisten grandes diferencias de género: en 2016, la tasa de actividad de la mano de obra de hombres jóvenes se sitúa en el 53,9%, al 37,3% para las mujeres jóvenes, lo cual representa una diferencia de 16,6 puntos porcentuales. En total, según las estimaciones disponibles indican que, en 2016, se esperó que más del 40% de la población activa joven del mundo esté desempleada o que viva en la pobreza a pesar de tener un empleo.

“ Los efectos de la pasada crisis económica mundial todavía se dejan sentir en la mayoría de países dificultando la ya de por sí complicada incorporación de los jóvenes al mundo laboral ”

Lo que es de especial preocupación en este informe es la constatación de la OIT de que gran parte del aumento de las cifras mundiales de 2016 parecen deberse al creciente desempleo juvenil en América Latina y el Caribe, Asia Central y Occidental, Asia Sudoriental y el Pacífico. Se espera que la región latinoamericana muestre el mayor incremento en la tasa de desempleo de los jóvenes, la cual se estima que alcanzará el 16,8% en 2016, y

Occidental, Asia Sudoriental y el Pacífico. Se espera que la región latinoamericana muestre el mayor incremento en la tasa de desempleo de los jóvenes, la cual se estima que alcanzará el 16,8% en 2016, y se espera que suba aún más al 17,1% en 2017. El impacto de la situación de incertidumbre económica en Brasil es un factor importante en las estimaciones regionales generales para 2016, junto con las crecientes tasas de desempleo juvenil en Argentina, que solo son parcialmente compensadas por la disminución de las tasas de Chile y México. Por otra parte, la falta de opciones para conseguir un trabajo digno está llevando a muchos jóvenes a considerar la posibilidad de buscar oportunidades fuera de su país. De hecho, el deseo de emigrar entre la población juvenil latinoamericana alcanza el 38%.

Aunque se prevé que los niveles de desempleo juvenil en el Norte, Sur y Occidente de Europa disminuyan [al 19,2% en 2016 y 18,4% en 2017, frente al 20,3% en 2015], estas cifras son lo suficientemente altas como para seguir siendo una preocupación apremiante. El informe de la OIT señala también que en varios países desarrollados la gran mayoría de los menores de 25 años asume trabajos a tiempo parcial y temporales ante la falta de oportunidades de empleo definido o a tiempo completo. El empleo temporal involuntario es del 67,9% para los jóvenes contratado en este régimen laboral en Portugal mientras que en España la incidencia del empleo temporal involuntario es de alrededor del 80%. Los jóvenes con esta forma de empleo son más propensos a vivir en situaciones próximas al umbral de la pobreza a pesar de disponer de un puesto de trabajo. La tasa de jóvenes que no estudian o no trabajan es otro indicador de las dificultades de los jóvenes en la obtención de un empleo decente. Para el grupo de entre 20 a 24 años de edad, la media de esta tasa es de más del 18%, mientras que

para el grupo de edad de 25 a 29 años de edad es casi el 21%. Los países del sur de Europa son los que reportan los mayores índices de jóvenes que no estudian o no trabajan en estos dos grupos de edad: en España, por ejemplo, las tasas de este colectivo para ambos grupos de edad están en torno al 30%.

Los costes económicos y sociales del desempleo y el empleo generalizado de baja calidad para los jóvenes son elevados. Unos altos niveles de paro y precariedad laboral representan una pérdida de potenciales recursos humanos y talento, y tendrá un impacto negativo sobre las perspectivas futuras de crecimiento de cualquier territorio.

La incidencia del desempleo de larga duración entre los jóvenes es de particular preocupación. A los jóvenes que son incapaces de conseguir un equilibrio en el mundo del trabajo se les impide acceder y desarrollar habilidades transferibles. Esas habilidades y competencias que ellos poseen se erosionan rápidamente, lo que reduce aún más la probabilidad de que se introduzcan en el mercado laboral.

“ El 38% de los jóvenes latinoamericanos desea emigrar a otros países, según la OIT ”

Son también significativos los costes sociales de la alta tasa de desempleo juvenil. Los jóvenes que no pueden encontrar una manera de mejorar sus medios de vida están en riesgo de alta dependencia de asistencia social o de caer en la delincuencia y otros comportamientos antisociales, por lo que es imperativo encontrar vías para que puedan participar en la economía de una manera significativa. Las elevadas tasas de desempleo y subempleo también hacen las sociedades más vulnerables a los disturbios civiles y a la agitación política. Los países que se enfrentan a un desempleo elevado o donde el desempleo juvenil aumenta rápidamente son especialmente vulnerables a la agitación social. Esto se agrava en los países donde los jóvenes con formación académica no pueden encontrar oportunidades de empleo satisfactorios, como es el caso en muchos países de Oriente Medio y el Norte de África. Hechos similares se han observado en los países europeos donde el desempleo juvenil ha aumentado sustancialmente desde el inicio de la crisis económica mundial.

“ Unos altos niveles de paro y precariedad laboral juvenil tienen un impacto negativo sobre las perspectivas futuras de crecimiento de cualquier territorio. ”

La situación se complica aún más por el hecho de que la globalización, los avances tecnológicos y la economía digital han tenido un efecto radical en el mundo laboral. La trayectoria de la carrera profesional tradicional de un trabajo estable con un horario constante, un cheque de salario habitual y una sólida pensión, un trabajo para toda la vida, ya no es una opción para muchos jóvenes. Ahora, el número de transiciones de carrera que ex-

El emprendimiento juvenil como factor de prosperidad

Las organizaciones e iniciativas como la OIT , las Naciones Unidas, el Banco Mundial y la Iniciativa Empresarial Juvenil destacan una serie de ventajas para estimular el emprendimiento juvenil:

- El emprendimiento juvenil es una opción para crear empleo para los jóvenes;
- Los emprendedores jóvenes son más propensos a contratar compañeros jóvenes;
- Los emprendedores jóvenes son particularmente receptivos a las nuevas oportunidades y tendencias económicas;
- Los jóvenes son activos en sectores de alto crecimiento;
- Los jóvenes con habilidades emprendedoras tienen mayor empleabilidad;
- Los jóvenes son más innovadores y con frecuencia crean nuevas formas de trabajo independiente;
- Los jóvenes que son trabajadores por cuenta propia tienen una mayor “satisfacción con la vida”;
- El emprendimiento ofrece a los jóvenes en paro o desanimados la oportunidad de crear medios de vida sostenibles y la oportunidad de integrarse en la sociedad;
- La experiencia empresarial y/o la educación ayuda a los jóvenes a desarrollar nuevas habilidades que se puedan aplicar a otros desafíos en la vida. De este modo, habilidades tales como la detección de oportunidades de negocio, la innovación, el pensamiento crítico, la resiliencia, la toma de decisiones, trabajo en equipo y el liderazgo beneficiarán a todos los jóvenes, tengan o no la intención de convertirse o continuar como emprendedores.

1.3 Objetivos y metodología de este informe

El objetivo del informe es ofrecer un análisis completo, homogéneo y comparable de la situación del emprendimiento juvenil y de las condiciones de entorno en las que se produce para el conjunto de países iberoamericanos que forman parte del OIJ. Como se ha indicado anteriormente, constituye el primer estudio que analiza el emprendimiento juvenil en el conjunto de la región, y es fruto de la integración en un solo documento de los informes elaborados por equipos del Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y de Deusto Business School.

En el estudio de la situación del emprendimiento juvenil en la región hay dos partes diferenciadas conceptual y metodológicamente: a) El análisis de las condiciones marco de los ecosistemas nacionales, que es confeccionado a partir de una encuesta a expertos de los diferentes países de estudio [capítulo 2]; b) La descripción de las dinámicas emprendedoras identificadas en las encuestas a la población adulta [capítulo 3].

El informe OIJ-GEM cubre los 12 países para los que había datos GEM referidos al año 2015 y ha sido elaborado en base a encuestas a expertos identificados por

los equipos nacionales de dichos países y una explotación específica de la encuesta a la población adulta [ver tabla 1.3]. En el caso del informe OIJ-Deusto se ha aplicado un cuestionario similar al empleado por GEM a 180 expertos pertenecientes a los nueve países no cubiertos en el primer informe para el estudio de las condiciones marco y en el análisis de las dinámicas emprendedoras se han realizado estimaciones basadas en las empleadas en el Global Entrepreneurship Index para el cálculo de las variables individuales y que parten de los datos GEM disponibles. En todo caso, la población objeto de estudio son los jóvenes definidos como las personas con edades comprendidas entre los 18 y 34 años, quedando el término “adulto” reservado a los mayores de 35 y menores de 65 años. En el análisis de las dinámicas emprendedoras, este informe distingue dos tramos de edad entre los jóvenes: de 18 a 24 años [juventud joven] y de 25 a 34 años [juventud mayor].

Por último, cabe añadir que se ha buscado que este informe no solo fuese descriptivo, sino que incluyera una parte práctica dirigida principalmente a los policymakers de los Estados de la región.

Tabla 1.2 Metodología estudio OIJ-GEM y Países estudio OIJ-Deusto

| | Estudio OIJ-GEM | Estudio OIJ-Deusto |
|-----------------------------|--|---|
| Países | Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay. | Bolivia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Paraguay, República Dominicana, Venezuela. |
| Condiciones macro | Encuestas a expertos realizadas por equipos GEM nacionales | 180 expertos contactados por Deusto Business School |
| Dinámicas Emprendedoras | GEM 2015 | Estimaciones GEI 2015 |
| Catálogo de recomendaciones | Elaborado por Deusto Business School para los 21 países | |

■ ■ **Este informe no solo es descriptivo, sino que incluye una parte práctica dirigida principalmente a los policymakers de los Estados Iberoamericanos ■ ■.**

La educación nunca ha sido tan importante como lo es ahora: nunca se dieron conjuntamente tantas y tan importantes variables para justificar esta afirmación. En palabras del sociólogo español, Mariano Fernández-Enguita, la educación se encuentra en una encrucijada.

La escuela vive una profunda crisis, tanto institucional como de proyecto de futuro, crisis a la que, sin lugar a dudas, ha contribuido la revolución tecnológica y el cambio digital, que han hecho que el aprendizaje supere límites espacio temporales y se convierta en ubicuo. También desde la escuela podemos afirmar que el futuro ya no es lo que era, o nos imaginábamos.

Otro de los grandes retos a los que debe hacer frente la escuela en estos momentos es articular las dos agendas educativas, transmitir lo más importante del pasado y preparar a los jóvenes para los retos del futuro. Reto que, en caso de Iberoamérica, se agrava debido a que la escuela aún debe responder a las deficiencias del siglo XIX y, a la vez, enfrentar los desafíos del siglo XXI; desafíos de calidad y equidad que están directamente relacionados con otras maneras de relacionarse en las escuelas alumnos y profesores, fomento del trabajo por proyectos, trabajo solidario y en equipo y, entre otros aspectos más, una fuerte relación de trabajo en red con otras escuelas, con las familias y con la comunidad.

Como afirma la OCDE, la única manera de salir de unas condiciones adversas es a través del crecimiento y este, en un largo plazo, depende de dotar a las personas de mejores competencias para colaborar, competir y conectarse de manera que impulsen a nuestras sociedades a seguir hacia delante. Las competencias son la divisa global del

siglo XXI, gracias a ellas las personas tienen más y mejores oportunidades de empleo y bienestar y no solo en términos económicos, sino también de salud e inclusión social. Las competencias son, así mismo, el aglutinante que hace que las sociedades fortalezcan su cohesión y su democracia.

Y aquí nos encontramos con el tercer gran reto. Ante los jóvenes se dibuja un futuro caracterizado por la incertidumbre, cuyos puestos de trabajo, en su gran mayoría, no existen en estos momentos y ni siquiera los podemos imaginar. Frente a ese horizonte hay una fórmula que, con certeza, puede tener éxito: dotar a nuestros jóvenes de competencias en las áreas básicas más directamente relacionadas con nuestro desarrollo socio productivo de futuro, como son las STEM [científicas, tecnológicas y matemáticas], las competencias comunicativas, lengua materna y una lengua extranjera, las digitales y, lo que es muy importante, las competencias no cognitivas o relacionales.

Se ha demostrado que existe una relación directa entre la educación de niños y jóvenes y las competencias de los adultos. En esa relación queremos enmarcar nuestra reflexión: jóvenes con competencias adecuadas, es decir, aquellos que no solo saben, sino que saben hacer con lo que saben y, junto a ello ¿o no es lo mismo?, dispongan de actitud y competencia emprendedora. Seguro que esta fórmula puede ser una garantía de éxito ante un futuro incierto, cambiante y, en buena medida, desconocido, en el que cada uno se ilusiona con su proyecto, decida llevarlo a cabo y no solo sepa, sino sepa cómo hacerlo real.

■ ■ **Los países con el ecosistema emprendedor más propicio son Portugal, República Dominicana, Costa Rica, Ecuador, México y Chile ■ ■.**

CAPÍTULO II

LOS ECOSISTEMAS IBEROAMERICANOS NACIONALES

■ ■ República Dominicana, Chile, México y Uruguay lideran los programas gubernamentales sobre emprendimiento en Iberoamérica ■ ■.

2.1 Una visión general de los ecosistemas iberoamericanos de emprendimiento

Existe un consenso general en torno a la idea de que la actividad emprendedora viene condicionada y, en muchos casos, determinada por los factores del entorno en que los emprendedores desarrollan su actividad. Estas condiciones, o elementos determinantes, pueden actuar como limitantes o potenciadores de la actividad empresarial en función del grado de evolución y perfeccionamiento que adquieran.

El modelo del Global Entrepreneurship Monitor reconoce explícitamente que estos factores ambientales influyen en la creación de contextos únicos emprendedores y empresariales. La opinión de los expertos clave recabada a través de encuestas es la fuente desde la que la metodología

GEM construye su marco de análisis. Esta Encuesta Nacional a Expertos (NES) es similar a otras encuestas que captan opiniones de expertos para evaluar las condiciones específicas de cada país. Por ejemplo, el Global Competitiveness Report del Foro Económico Mundial y el informe Ease of Doing Business Report del Banco Mundial utilizan encuestas similares para elaborar sus índices. Sin embargo, la NES se centra solo en las características del entorno que se espera que tengan un impacto significativo en la actividad empresarial incipiente, captadas en las nueve Condiciones Marco de la Actividad Emprendedora (EFC) y no en factores económicos generales. Las nueve EFC se describen en la Tabla 2.

Tabla 2 Condiciones marco de la actividad emprendedora de GEM (EFC)

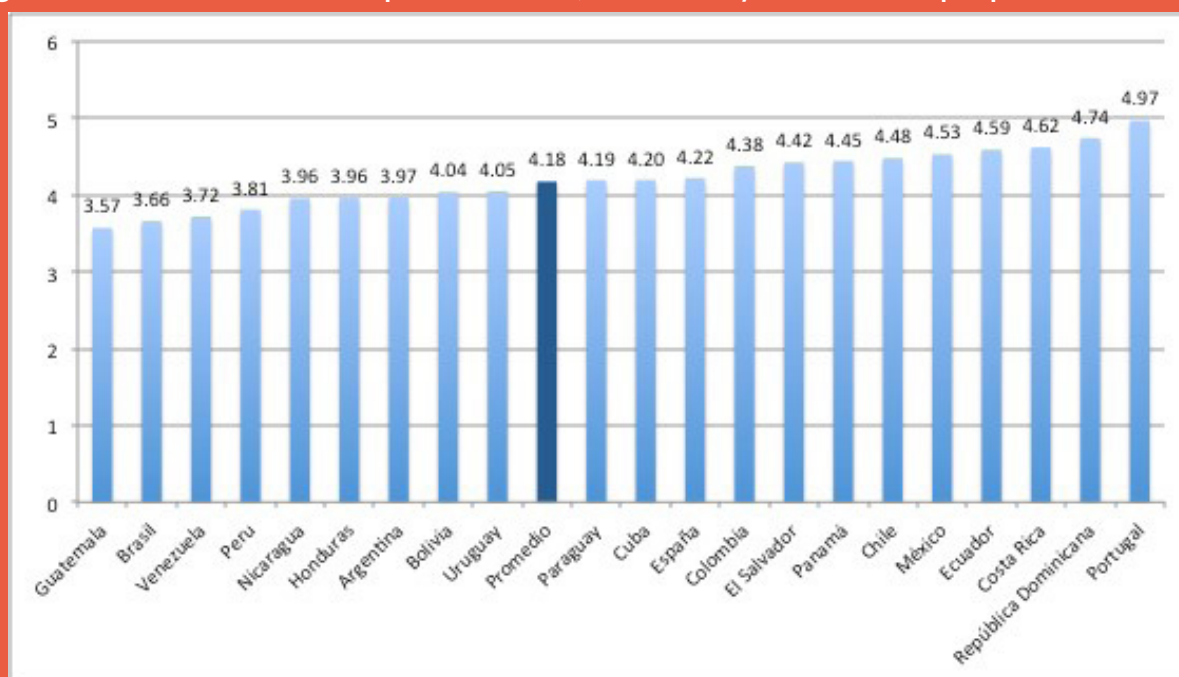
| Condiciones macro | Descripción |
|--|--|
| EFC1: Apoyo financiero | La disponibilidad de recursos financieros, el capital y la deuda, para las empresas nuevas y en crecimiento, incluyendo ayudas y subvenciones. |
| EFC2: Políticas gubernamentales | Existen dos subdivisiones: 1) grado en que las empresas nuevas y en crecimiento son prioritarias en la política del gobierno, 2) adecuación de las cargas fiscales y regulatorias a las empresas nuevas y en crecimiento. |
| EFC3: Programas gubernamentales | Presencia y la calidad de los programas de apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno. |
| EFC4: Educación y formación | Grado en que cada nivel del sistema educativo incorpora la formación emprendimiento. Hay dos subdivisiones: 1) educación y formación sobre emprendimiento en la educación primaria y secundaria; 2) educación y formación en emprendimiento en la etapa post secundaria. |
| EFC5: Transferencia de investigación y desarrollo | Grado en que la investigación y el desarrollo nacional da lugar a nuevas oportunidades comerciales. |
| EFC6: Infraestructura comercial y profesional | Grado en que cada nivel del sistema educativo incorpora la formación emprendimiento. Hay dos subdivisiones: 1) educación y formación sobre emprendimiento en la educación primaria y secundaria; 2) educación y formación en emprendimiento en la etapa post secundaria. |
| EFC7: Apertura del mercado interno | Hay dos subdivisiones: 1) la dinámica del mercado, es decir, el grado en que los mercados cambian drásticamente de un año a otro; 2) las barreras de entrada en el mercado para las nuevas empresas. |
| EFC8: Acceso a la infraestructura física | Facilidad de acceso a recursos físicos disponibles: comunicación, servicios públicos, transporte, terrestres o espaciales, a un precio que no discrimine a las empresas nuevas, pequeñas o crecientes. |
| EFC9: Normas sociales y culturales | Grado en que las normas sociales y culturales existentes fomentan o desincentivan las acciones individuales que podrían conducir a nuevas formas de hacer negocios o actividades económicas. |

El cuestionario NES está normalizado para todos los países que son objeto de estudio y ha sido diseñado y perfeccionado cuidadosamente para captar opiniones informadas de los informadores clave a nivel nacional en cada país, especialmente seleccionados basándose en la reputación y la experiencia. A los expertos se les pide a que expresen sus opiniones acerca de las condiciones más importantes que pueden acoger o restringir la actividad empresarial y el desarrollo en su país. Se encuesta a los expertos utilizando un cuestionario semiestructurado y estructurado. El cuestionario cerrado consta de varias afirmaciones relativas a diferentes aspectos de las nueve Condiciones Marco de la Actividad Emprendedora, y las respuestas se midieron en base al grado con que los expertos estaban de acuerdo con ellas en base a una escala Likert de 1

[completamente falso – puntuación mínima] a 9 [completamente cierto – puntuación máxima]. Con el análisis de las EFC en su conjunto y a nivel individual, se pretende proporcionar información detallada sobre clima en que los jóvenes emprendedores desarrollan su actividad en cada país. Un objetivo importante de la encuesta a expertos, por lo tanto, es ayudar a identificar las principales deficiencias en el entorno empresarial, con el fin de ofrecer a los políticos y líderes empresariales la información que les permita poner en práctica las recomendaciones precisas, útiles y específicas.

La figura 2.1 ofrece una evaluación general del ecosistema emprendedor para cada uno de los países iberoamericanos construida a partir de la valoración de todas y cada una de las EFC.

Figura 2.1 Valoración media en las nueve condiciones marco de la actividad emprendedora gubernamentales sobre emprendimiento, GEM 2015 y elaboración propia



Los países de la región con los ecosistemas emprendedores más débiles (es decir, con una puntuación media por debajo de cuatro) son Guatemala, Brasil, Venezuela, Perú, Nicaragua, Honduras y Argentina. Por el contrario, el país con el ecosistema emprendedor más propicio es Portugal, mientras que República Dominicana, Cos-

ta Rica, Ecuador, México y Chile también muestran evaluaciones bastante positivas de sus ecosistemas emprendedores.

Como se puede observar en la figura 2.1, la media de la región es 4,18 lo que indica que para los expertos las condiciones marco son insuficientes para favorecer el

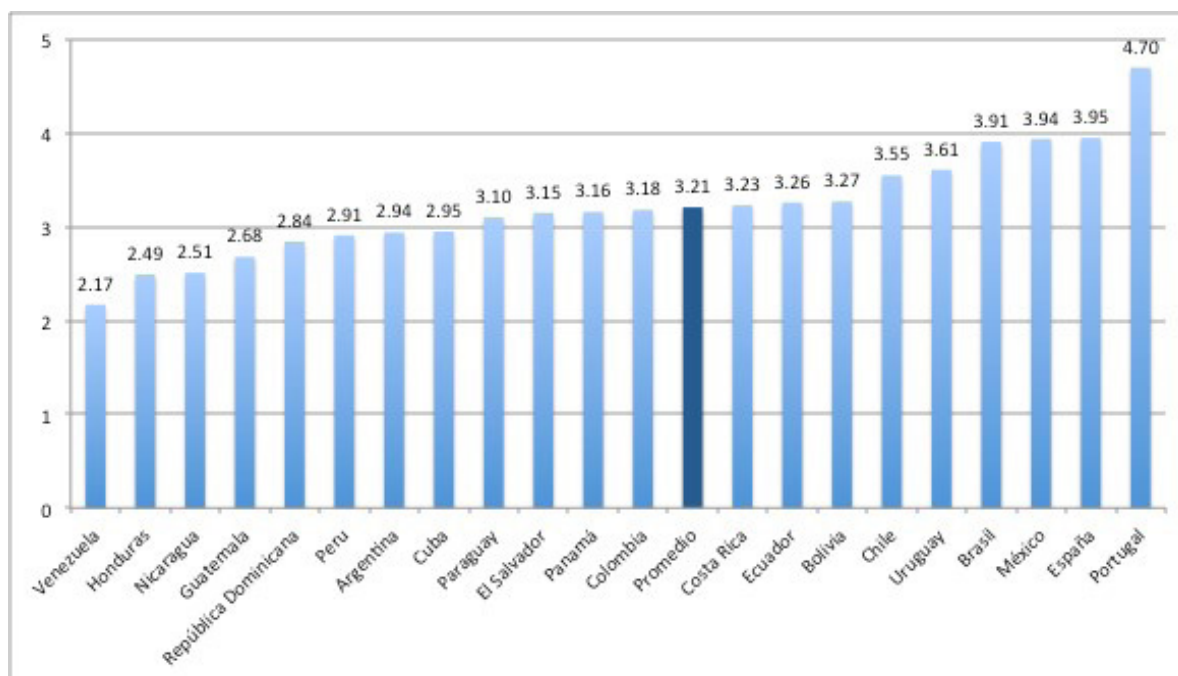
emprendimiento juvenil si bien tampoco constituyen un lastre para su desarrollo en términos generales.

Las figuras 2.2 a 2.11 resumen las percepciones de los expertos sobre cada una de las condiciones marco de la actividad emprendedora para los veintiún países del entorno OIJ. Las EFC más positivas son consideradas las que tienen una puntuación media de 6,0 y por encima, mientras que aquéllas con una puntuación media inferior a 4,0 indican una percepción negativa por parte de los expertos.

El acceso a la financiación es el gran talón de Aquiles del emprendimiento juvenil en Iberoamérica, ya que es la condición

marco peor clasificada en la mayoría de los países iberoamericanos. Con la excepción de Portugal, el resto de los países tienen puntuaciones medias inferiores a 4,0 [Figura 2.2]. En América Latina y el Caribe, los ahorros personales son, en la mayoría de las ocasiones la única fuente importante de financiación disponible para las tres cuartas partes de los emprendedores. Portugal y España, los países mejor clasificados en términos de esta EFC. Al ser economías impulsadas en mayor proporción por la innovación, tienden a tener un abanico más amplio fuentes de financiación disponibles para los emprendedores. Incluidas aquellas más sofisticadas, como el capital riesgo, el venture capital o el crowdfunding.

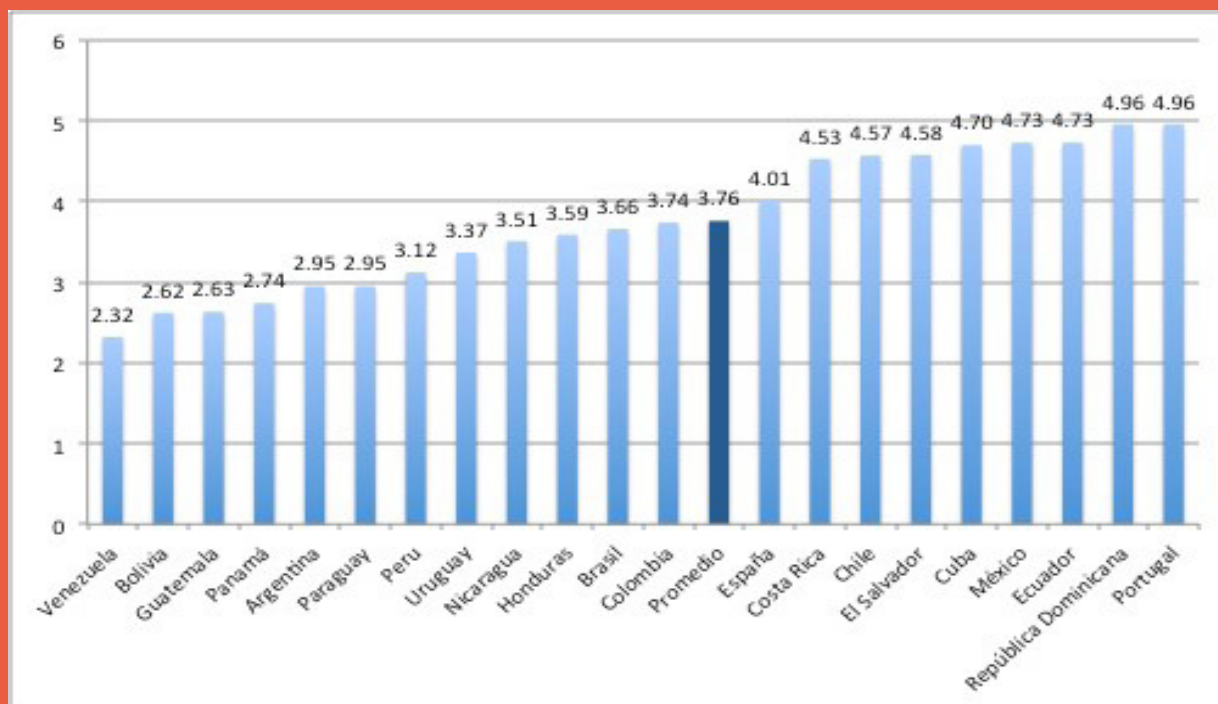
Figura 2.2 Valoración media de los expertos para la financiación del emprendimiento, GEM 2015 y elaboración propia



Un elemento en el que se ha avanzado de manera sustancial en los últimos años aunque todavía queda margen de mejora es el referido a las políticas gubernamentales de apoyo y relevancia. La nota media se sitúa en cotas cercanas la 4 [3,76] con 9 países que puntúan por encima del 4. Bien es verdad que, por el contrario, otros siete apenas superan el 3 y la mayoría de ellos

están en torno al 2,5. Ello nos habla de diferencias muy importantes entre países. Especialmente Venezuela, Bolivia, Guatemala, Panamá, Argentina, Paraguay y Perú son los que tienen más terreno que recuperar, tanto para situarse en cotas aceptables como para acercarse a los países de la región con mejor puntuación: Portugal, República Dominicana, Ecuador o México.

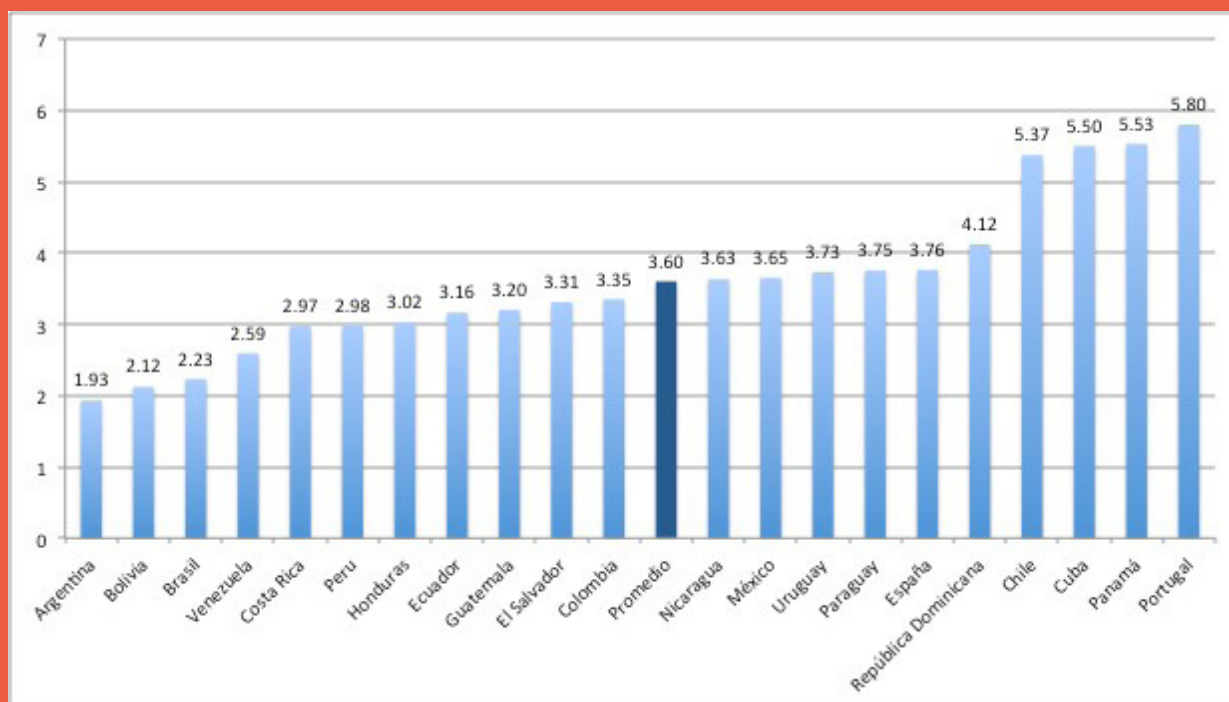
Figura 2.3 Valoración media de los expertos para políticas gubernamentales: apoyo y relevancia, GEM 2015 y elaboración propia



La política gubernamental en relación con los impuestos y la burocracia es otro factor claramente limitante e impedimento claro para el desarrollo de un impulso emprendedor potente siendo 16 de los 21 países

los que ofrecen puntuaciones medias por debajo de 4,0. Portugal, Panamá, Cuba y Chile, los cuatro países mejor clasificados en términos de esta EFC, registraron puntuaciones superiores a 5,0 [Figura 2.4].

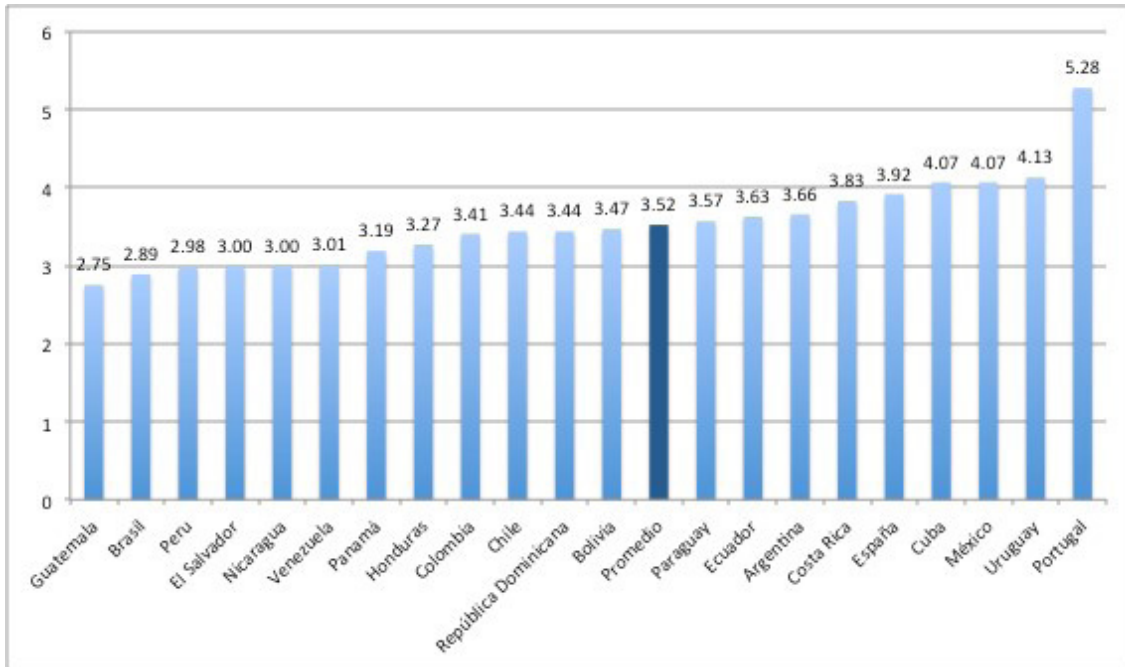
Figura 2.4 Valoración media de los expertos para políticas gubernamentales: impuestos y burocracia, GEM 2015 y elaboración propia



La transferencia de I+D también se ve como una limitación crítica, y solo Portugal, Uruguay, México y, de nuevo, Cuba han alcanzado las puntuaciones medias

superiores a 4,0 [Figura 2.5]. La puntuación media de Portugal de 5,28 es considerablemente mayor que para el resto de los países.

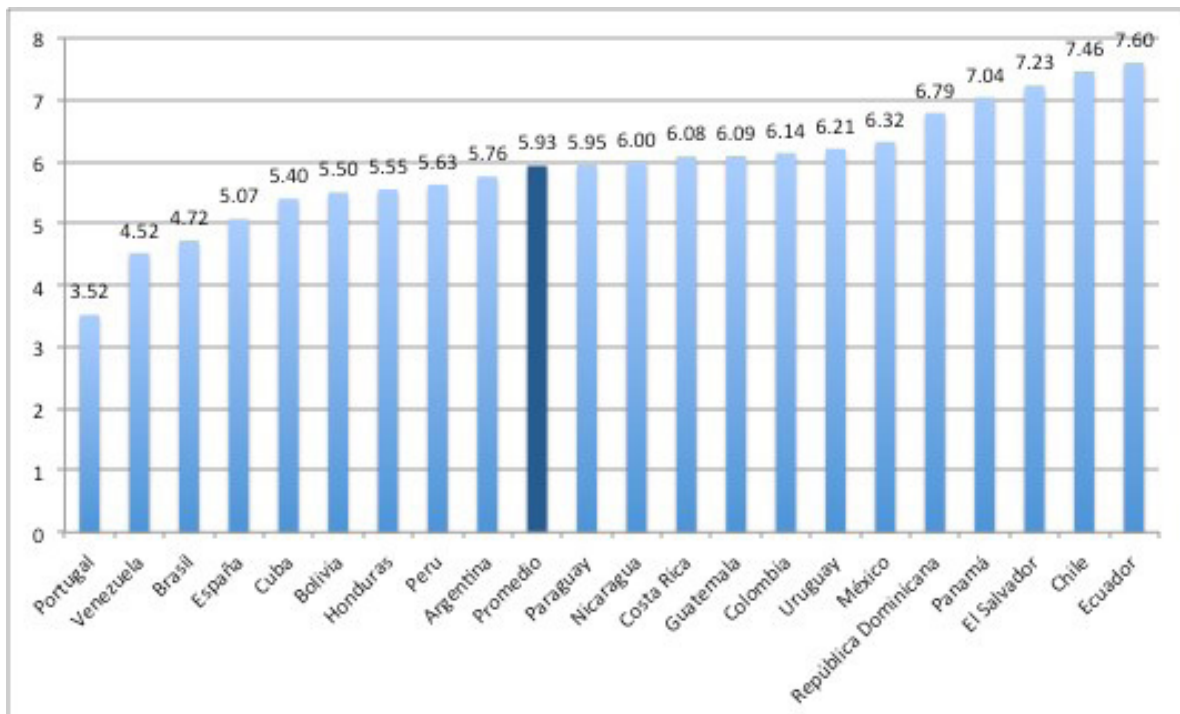
Figura 2.5 Valoración media de los expertos para la transferencia de la investigación y el desarrollo, GEM 2015 y elaboración propia



La infraestructura física es la EFC clasificada de manera más favorable entre los países iberoamericanos. Con la excepción de Portugal [obtiene una puntuación de 3,5], Venezuela [4,52] y Brasil [4,72], los ex-

pertos nacionales califican la infraestructura física de sus respectivos Estados como buena, y la puntuación para Panamá, El Salvador, Chile y Ecuador llega a superar el umbral del 7,0 [ver figura 2.6].

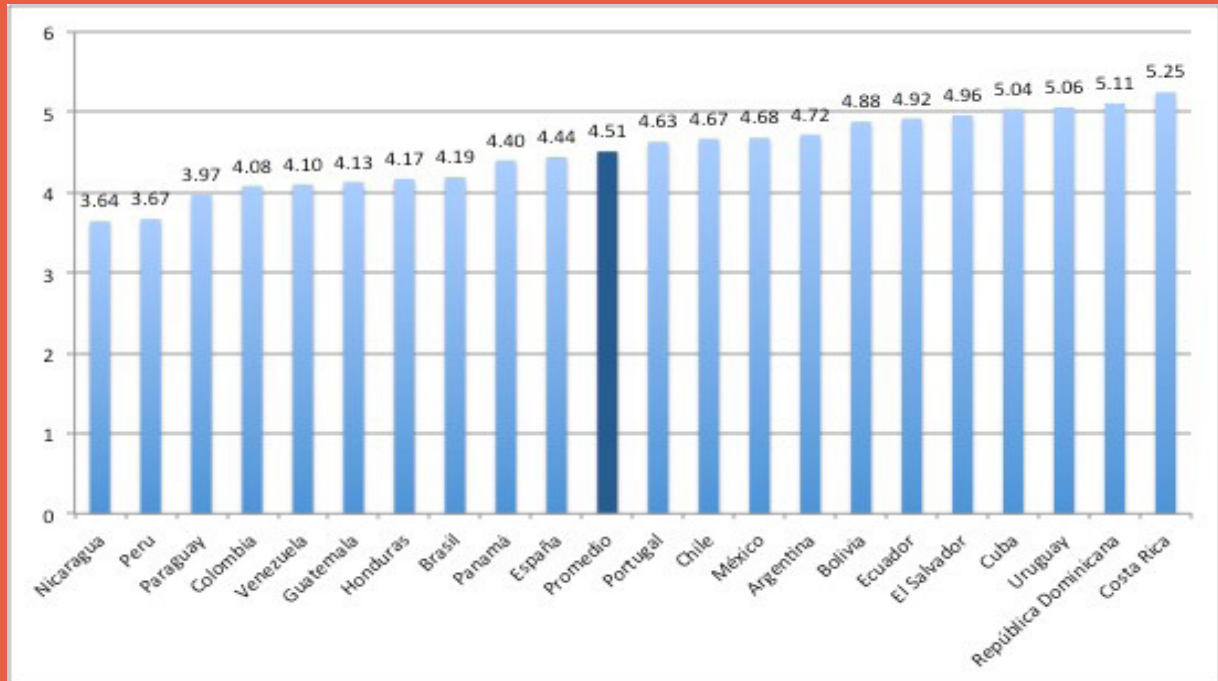
Figura 2.6 Valoración media de los expertos para la infraestructura física, GEM 2015 y elaboración propia



La infraestructura comercial y profesional [figura 2.7] fomenta el espíritu emprendedor en la mayoría de los países; solo Nicaragua, Perú y Paraguay reciben una pun-

tuación inferior a 4,0. En el lado opuesto, destaca el ecosistema de Costa Rica, que es puntuado con un 5,25.

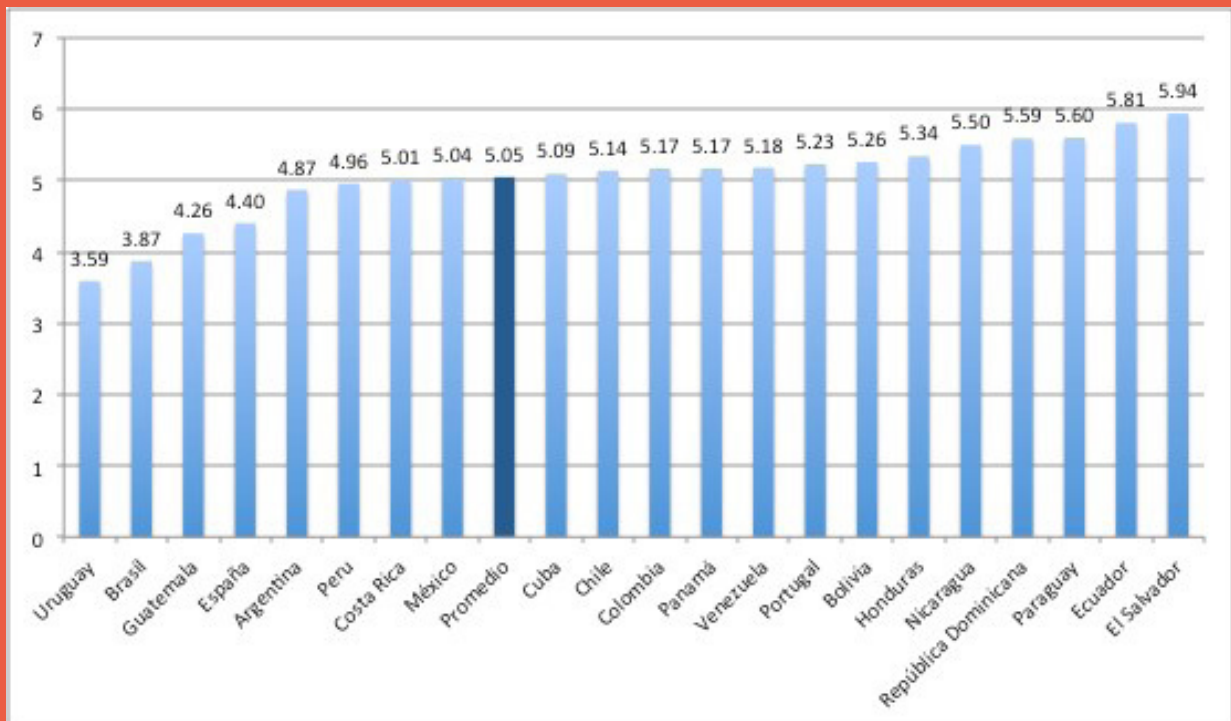
Figura 2.7 Valoración media de los expertos para la infraestructura comercial y profesional, GEM 2015 y elaboración propia



Las normas sociales y culturales (figura 2.8) no representan un problema en la mayoría de los países iberoamericanos. Solo en dos casos las puntuaciones están por de-

bajo del 4,0: Uruguay y Brasil. El Salvador es el país con un contexto social más favorable [5,94], seguido de Ecuador, Paraguay y República Dominicana.

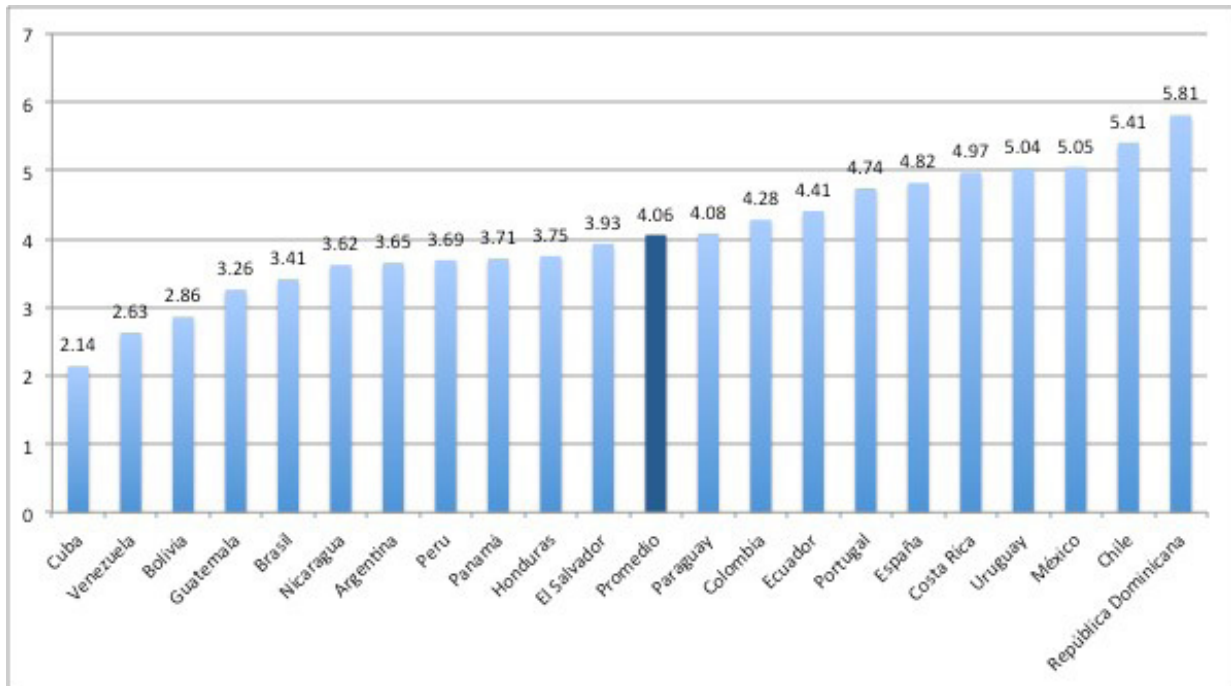
Figura 2.8 Valoración media de los expertos para normas culturales y sociales, GEM 2015 y elaboración propia



También en el lado negativo encontramos a Cuba, Venezuela y Bolivia en cuanto a programas gubernamentales sobre emprendimiento (figura 2.9), ya que ninguno de los tres países se supera la puntuación

de 3,0. En el lado contrario, se sitúa la República Dominicana cuya situación en este ámbito es calificada por los expertos como buena [5,81].

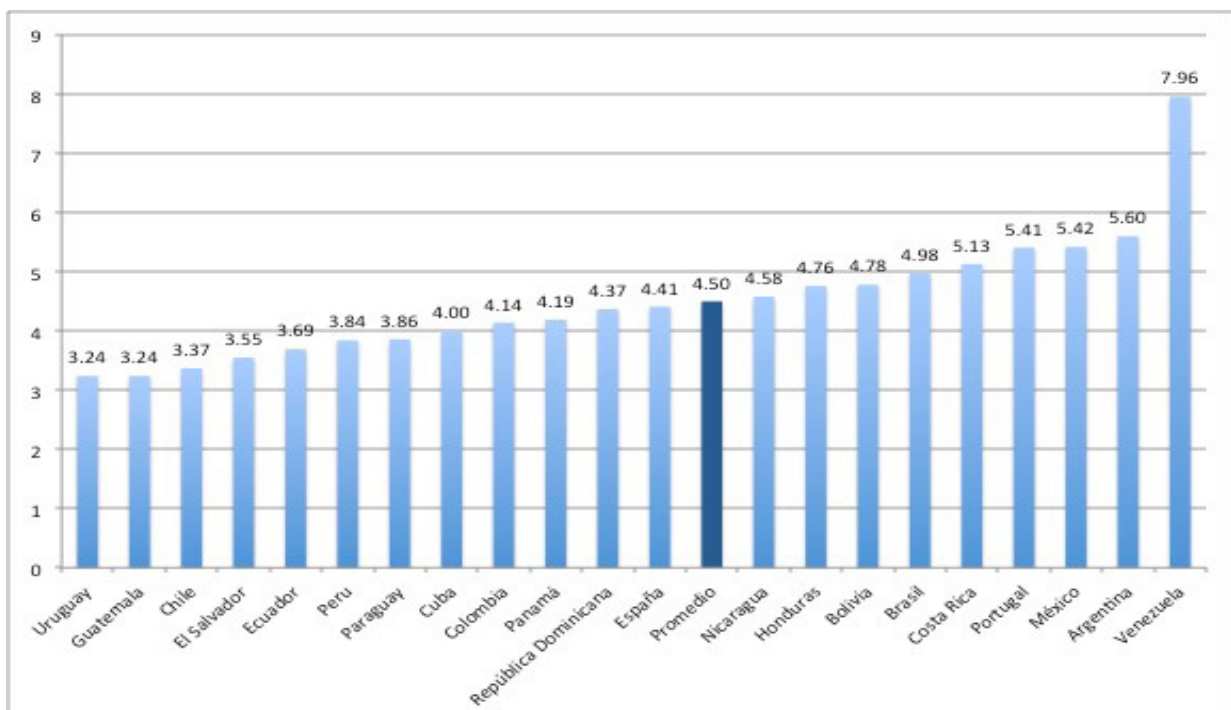
Figura 2.9 Valoración media de los expertos para programas gubernamentales sobre emprendimiento, GEM 2015 y elaboración propia



La dinámica de mercado interno [figura 2.10] mide la percepción de los expertos respecto de los cambios experimentados por la demanda interna en un país y la facilidad de adaptación a esos cambios por el lado de la oferta. En este apartado, llama poderosamente la atención el extraordinario dato obtenido por Venezuela

que supera en más de 2 puntos al segundo país en el análisis (Argentina con 5.6). En términos generales es una condición marco que puntúa entre las mejores en el ámbito iberoamericano, tan solo superada por las normas culturales y sociales y la infraestructura física.

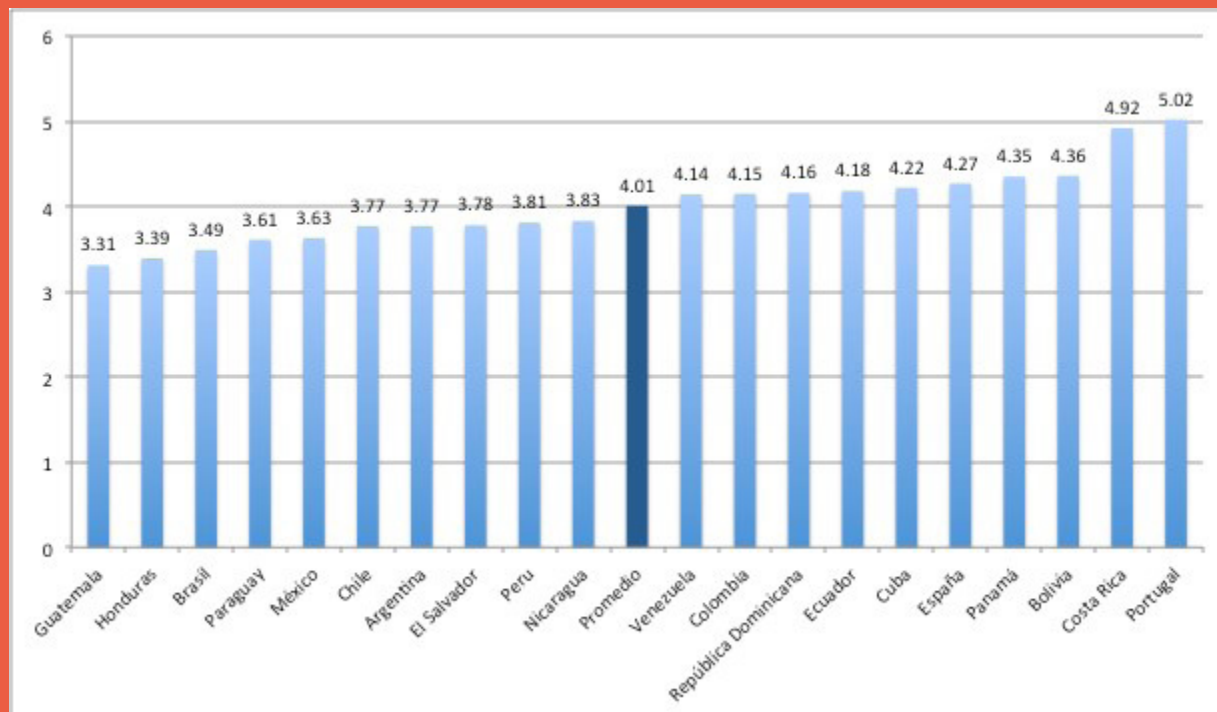
Figura 2.10 Valoración media de los expertos para la dinámica del mercado interno, por país, GEM 2015 y elaboración propia



El mercado interno también se analiza en su vertiente de flexibilidad desde el punto de vista de las regulaciones, barreras normativas o comerciales que pueden obstaculizar o favorecer la entrada y competencia interna y por tanto el desarrollo interno de los nuevos proyectos (figura 2.11). La situación general de la región en

éste ámbito, con una media de 4,01, es mejorable. Portugal y Costa Rica son los países que mejor puntúan con una valoración que ronda el 5. La mitad de los países analizados no supera el 4, mostrando las carencias evidentes y el amplio margen de mejora que tiene la región por lo que respecta a esta condición marco.

Figura 2.11 Valoración media de los expertos para los obstáculos del mercado interno o regulaciones de entrada, GEM 2015 y elaboración propia



Mike Herrington
Director General
Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

La relación entre OIJ y Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se remonta a varios años donde se solicitó a GEM que aportara información sobre emprendimiento en países seleccionados de Iberoamérica. El motivo de esta solicitud fue que GEM es una de las pocas organizaciones en el mundo que recopila información primaria directamente de la población general y hace muy poco uso de fuentes de datos secundarias. No hay otras organizaciones que hagan esto a una escala tan amplia que cubra todas las regiones geográficas y todos los niveles de actividad económica.

En esta etapa, sería útil ofrecer un contexto sobre cómo comenzó GEM, dónde está ahora y cuáles son sus objetivos para el futuro. El Global Entrepreneurship Monitor fue conceptualizado por primera vez en 1997 por dos académicos, uno de London Business School y el otro de Babson College. En ese momento, el espíritu empresarial (en inglés entrepreneurship) no era un nombre conocido en la actualidad y se sabía muy poco sobre los ecosistemas empresariales en países de todo el mundo. Los primeros informes se publicaron en 1999 e implicaron a diez países, ocho de la OCDE junto con Japón y los Estados Unidos. Desde entonces, GEM ha llegado a implicar a más de 100 países que cubren todas las regiones geográficas y todos los niveles de actividad económica. GEM puede considerarse realmente global a su alcance y actualmente cubre el 68% de la población, que representa poco más del 86% del PIB mundial.

El núcleo de GEM es la Encuesta de población adulta (APS) y la Encuesta nacional de expertos (NES) que implica entrevistas estructuradas y semiestructuradas con una muestra representativa de la población adulta en un país entre edades comprendidas de 18 y 64

años y con informantes expertos clave que representan nueve condiciones marco del ecosistema emprendedor. Para la APS, cada país entrevista a un mínimo de 2.000 encuestados (algunos países entrevistan a más de 30.000 encuestados) ya sea cara a cara, por teléfono o a través de Internet. Los resultados se envían nuevamente a un equipo de datos de GEM que armoniza los resultados, comprueba la validez y la representación. A finales de 2017, GEM llevaba existiendo 19 años y ha realizado entrevistas APS con un poco más de 2.286.000 encuestados, que suponen en la región 65 preguntas por entrevista y 28.000 entrevistas con expertos en información clave en 12 condiciones marco. GEM reconoce que el emprendimiento es parte de un complejo sistema de retroalimentación y que existen relaciones entre los valores sociales, los atributos personales y diversas formas de actividad empresarial. Todos estos están influidos por las condiciones del marco en el entorno particular en el que tiene lugar.

En 2016 y 2017, GEM publicó una serie de Policy Briefs (documentos normativos) que analizaba iniciativas especiales desarrolladas en un país en particular que había tenido una marcada influencia de iniciativa empresarial y el desarrollo de PYMEs y microempresas. Estos Briefs fueron bien recibidos por los políticos y las empresas, pero no son suficientes. Un número de patrocinadores y posibles patrocinadores de ambos equipos nacionales y GEM global han planteado la pregunta:

"...con el transcurso de los años, usted ha compilado un gran repositorio de información sobre emprendimiento y sin duda tiene la información más autorizada e informativa sobre emprendimiento en el mundo de hoy. Pero ¿qué se ha hecho con esta información aparte de una perspectiva académica? ¿Ha

influido GEM en la política de alguna manera?”

gió información interesante sobre los países de América Latina y el mundo.

Esta es una pregunta extremadamente difícil de contestar, ya que es casi imposible afirmar categóricamente que los resultados de GEM han tenido una influencia directa en la política de un país. Sin embargo, creemos que hay evidencia de que podría haber tenido una influencia indirecta de la política.

Actualmente la situación con respecto a la formulación de políticas es más compleja ya que ha habido un cambio significativo en el panorama político debido al creciente número de intereses especializados, asociaciones comerciales y de otro tipo, lobistas, grupos de reflexión y centros de investigación universitarios. No es posible cambiar la política a una o dos intervenciones, ya que podría deberse a una combinación de todos los insumos y grupos de interés que ejercen una gran influencia en los departamentos gubernamentales y las organizaciones internacionales pertinentes. Una amplia gama de participantes podría participar en la elaboración de políticas y podría incluir:

- Ministros de gobierno, funcionarios públicos superiores y departamentos pertinentes, ya sea a nivel local, provincial, nacional o internacional.
- Participantes no gubernamentales tales como empresas, asociaciones, organizaciones sin ánimos de lucro y grupos laborales.
- Participantes fuera del gobierno o cuasi-gobierno tales como académicos, grupos de reflexión, centros universitarios de investigación, laboratorios de políticas, medios y periodistas.

Todo lo cual podría superponerse entre sí.

En 2018 GEM publicó un informe especial sobre la influencia de GEM en los responsables políticos y ha sido ampliamente aceptado. En el último informe GEM Global 2017/18, sur-

CAPÍTULO III

DINÁMICA DEL EMPRENDIMIENTO JUVENIL EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS

■ ■ **El 75% de las personas de 18 a 24 años consideran el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional ■ ■.**

En este capítulo se abordan algunos aspectos que sirven para caracterizar la actividad emprendedora de los jóvenes en los 21 países iberoamericanos pertenecientes al OIJ. Para ello, se analizan tres aspectos fundamentales de la dinámica emprendedora, a saber: la actividad emprendedora en fase inicial; las actitudes y percepciones sociales; y el análisis del espíritu emprendedor de los jóvenes iberoamericanos.

El objetivo es aportar una visión más profunda de la naturaleza, las características y la dinámica de los jóvenes emprendedores y la creación de empresas en los países iberoamericanos. Con respecto al enfoque de este capítulo, la evaluación de tales características puede mejorar el conocimiento y determinar las deficiencias en la capacidad emprendedora de los jóvenes. Esta información debe servir a los responsables políticos para identificar intervenciones efectivas dirigidas a aumentar la productividad y la participación de la juventud en la economía. A los efectos de este informe, la juventud se define como las personas entre las edades de 18 y 34 años distinguiéndose dos subgrupos dentro de este rango: el de la “juventud joven” (18-24 años) y el de la “juventud mayor” (25-34 años).

Los datos recogidos en el presente capítulo proceden, por un lado, de los obtenidos durante 2015 por los Equipos Nacionales GEM a través de las encuestas anuales a la población adulta realizadas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú y Uruguay. En el caso de los otros nueve países iberoamericanos, los datos se han

obtenido mediante estimaciones basadas en la metodología que utiliza GEI en sus informes para el cálculo de las variables individuales en países donde no hay datos GEM disponibles².

2

No ha sido posible analizar la dinámica emprendedora en Cuba debido a que ni el proyecto GEM ni el informe GEI lo cubren.

■ ■ La evaluación de la dinámica emprendedora debe servir para identificar intervenciones efectivas dirigidas a aumentar la productividad y la participación de la juventud en la economía ■ ■ .

3.1 Actitudes y percepciones sociales

Las actitudes de la población hacia la actividad empresarial y quienes la desarrollan, las motivaciones individuales y la creación de empresas son componentes dinámicos e interactivos de entornos emprendedores nacionales. En consecuencia, la cultura emprendedora juega un papel fundamental en la actividad empresarial incipiente. Una imagen positiva de los empresarios en la sociedad favorece que más personas opten por iniciar una actividad empresarial y alienta a quienes han dado este paso a perseverar en sus esfuerzos, y viceversa.

“El proceso de emprendimiento es una tarea compleja llevada a cabo por personas que viven en condiciones culturales y sociales específicas. Por esta razón, las percepciones positivas o negativas que la sociedad tiene sobre el emprendimiento pueden influir fuertemente en las motivaciones de las personas para introducirse en el emprendimiento. Si la economía en general tiene una actitud positiva hacia la ello, esto puede generar un apoyo cultural y social, asistencia financiera y de negocios, y el establecimiento de beneficios de redes que fomenten y faciliten emprendedores actuales y futuros” [GEM 2012].

Con el fin de evaluar la percepción de la sociedad respecto al emprendimiento, en la Encuesta a la Población Adulta [APS] se incluyen las tres preguntas siguientes:

- ¿Las personas consideran iniciar un nuevo negocio una buena elección de carrera profesional?
- ¿Las personas consideran que los em-

prendedores de éxito tienen un buen estatus?

- ¿Los emprendedores de éxito reciben suficiente atención de los medios?

Los resultados a las mismas se recogen en la tabla 3.

Tabla 3 Actitudes sociales entre los jóvenes en los países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

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

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

En general, la juventud iberoamericana mantiene una actitud favorable hacia el emprendimiento. De media, casi tres cuartas partes de las personas de 18 a 24 años consideran el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional y siete de cada diez considera que los emprendedores tienen un alto estatus. Además, en torno al 63% aprecia una cobertura adecuada de este fenómeno en los medios de comunicación. El grupo de edad de 25 a 34 años ofrece datos solo

ligeramente inferiores a los de la juventud joven en los tres indicadores.

A nivel de cada país, Brasil y Venezuela muestran consistentemente altos niveles de actitudes sociales. Ecuador y Costa Rica destacan en cuanto al alto nivel de atención de los medios, siendo más de tres cuartas partes de los jóvenes los que creen que hay alta visibilidad en los medios para los emprendedores de éxito. España y México muestran las puntuacio-

nes más bajas en cuanto a atención de los medios a los emprendedores de éxito. Llama la atención los datos extraordinariamente buenos de Guatemala respecto de la concepción del emprendimiento como buena elección de carrera profesional. En ambos tramos de edad muestra datos superiores al 95%. En el otro extremo de este indicador encontramos nuevamente a México y España con datos que en el mejor de los casos escasamente superan el 50%.

■ ■ **Casi la mitad de los jóvenes iberoamericanos perciben buenas oportunidades emprendedoras en las áreas en las que viven ■ ■.**

3.2 Espiritu emprendedor

Otro elemento importante a la hora de analizar la dinámica emprendedora y poder prever su evolución futura es la autopercepción que tienen los individuos sobre sus capacidades, su habilidad para reconocer oportunidades de negocio y su actitud hacia la asunción de riesgos. Para obtener una estimación del tamaño del grupo de emprendedores potenciales, la encuesta a la población adulta del proyecto GEM formula dos preguntas:

- En los próximos seis meses, ¿habrá buenas oportunidades para crear una empresa en la zona donde usted vive?
- ¿Tiene usted el conocimiento, las habilidades y la experiencia necesarias para crear una nueva empresa?

La aversión al riesgo se evalúa midiendo el porcentaje de quienes percibiendo oportunidades emprendedoras indican que el miedo al fracaso les impediría la creación de una empresa. Si el miedo al fracaso es bajo, se espera que los individuos estén menos inhibidos por los riesgos inherentes a hacer negocios. Conviene recordar en este punto que el miedo al fracaso puede verse influido por rasgos de personalidad intrínsecos, pero también por las normas y prácticas sociales.

GEM considera que son emprendedores potenciales las personas que perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio, así como los creen que tienen las habilidades requeridas para emprender. Sin embargo, la percepción de una buena oportunidad y tener las habilidades para conseguirlo no conduce necesariamente a la intención de crear una empresa. Los

individuos evaluarán los costos de oportunidad y los riesgos y recompensas para la creación de una empresa frente a otras preferencias profesionales en el caso de que estas estén disponibles. Además, el entorno en que están inmersos los emprendedores potenciales, intencionales y activos debe ser lo suficientemente favorable. GEM define la intención emprendedora como el porcentaje de población de 18 a 64 años (excluidas las personas que ya participan en cualquiera de las fases de la actividad emprendedora) que tienen intención de iniciar un negocio en los próximos tres años.

Tabla 3.1 Atributos emprendedores autopercebidos entre la juventud iberoamericana, GEM 2015 y elaboración propia

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

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

La Tabla 3.1 indica que en el bloque iberoamericano hay muy poca diferencia entre los dos grupos de edad en cuanto a la percepción de las oportunidades, el miedo al fracaso y la intención de emprendimiento. En promedio, casi la mitad de los jóvenes perciben buenas oportunidades emprendedoras en las áreas en las que viven. Por otra parte, cerca de un tercio de los jóvenes que perciben oportunidades declaran que el miedo al fracaso podría disuadirles de aprovecharlas. En

una proporción muy similar, los jóvenes iberoamericanos manifiestan su intención de iniciar un negocio en los próximos tres años.

La mayor discrepancia entre la juventud joven [18-24 años] y la juventud mayor [25-34 años] se halla en la confianza que tienen en sí mismos a la hora de ponerse al frente de un negocio. Menos de la mitad de los que tienen entre 18 y 24 años creen que tienen la capacidad para sacar partido

de las oportunidades emprendedoras en comparación con el 63% de quienes están en el segmento de edad superior. Esto podría estar relacionado con el hecho de que los individuos pertenecientes a la juventud mayor han tenido tiempo y oportunidad para desarrollar sus habilidades y conocimientos a través de la educación y la experiencia laboral. La baja confianza de la juventud joven en sus capacidades es comprensible, dada su relativa falta de experiencia laboral. Lo cual pone de relieve la importancia de la integración de formación emprendedora y empresarial de alta calidad en los programas escolares formales.

Ya a nivel de cada país, los Estados iberoamericanos muestran resultados bastante dispares. Chile muestra el nivel más alto de percepción de oportunidades en los dos grupos de edad con más del 60% en ambos casos, seguido bastante de cerca por Bolivia. Por el contrario, España y Portugal muestran las más bajas, siendo alrededor del 30% de los jóvenes los que perciben buenas oportunidades. Respecto a estas diferencias a ambos lados del Atlántico, hay que señalar que el tipo de negocios por los que se suelen decantar los emprendedores varía de un país en otro en función del grado de desarrollo. Esto sugeriría que la percepción de lo que se considera una oportunidad y las capacidades necesarias para crear y gestionar esta oportunidad emprendedora en economías impulsadas por la eficiencia o factores podrían diferir sustancialmente de estas percepciones en las economías impulsadas por la innovación. Por otra parte, el GEM 2015 señala que España y Portugal son dos de las economías donde año tras año pueden verse las mejoras sustanciales en lo que respecta a la percepción de oportunidad, lo cual es una tendencia alentadora.

Bolivia y Brasil cuentan con las puntuaciones más altas sobre percepción de capacidad en el grupo de jóvenes entre 18 y 24 años [68%] y la República Dominicana en el de los jóvenes entre 25 y 34 años [77%]. En el extremo opuesto encontramos a Portugal y España donde menos de tres de cada 10 jóvenes entre 18 y 24 años se ven con capacidad para crear su propio negocio y solo en torno a la mitad de los que se encuentran en el rango de edad superior.

También aparecen Portugal, España, acompañadas en este caso por Brasil, en el indicador de mayor miedo de tasas de fracaso. El miedo al fracaso tiende a ser más común en las economías desarrolladas, donde la mayor prevalencia de opciones de carreras alternativas puede dar la impresión de que la gente tiene más que perder al renunciar a estas otras oportunidades. A la luz de las actitudes sociales fuertemente positivas de Brasil hacia el espíritu emprendedor, el alto temor a la tasa de fracaso es motivo de preocupación, en particular entre la juventud mayor donde la mitad de los que perciben las oportunidades están limitados por el miedo al fracaso. También México y Bolivia presentan en este aspecto unas cifras elevadas: entre el 35 y el 40% de los jóvenes según grupo de edad reconoce que el miedo al fracaso puede disuadirle de iniciar una actividad emprendedora.

España muestra valores anómalamente bajos en cuanto a las intenciones emprendedoras, con apenas un 10% y un 6% de la juventud joven y la juventud mayor. Chile y Colombia muestran los niveles más altos de intención emprendedora: más de la mitad de los jóvenes que expresan una intención de iniciar un negocio en los próximos tres años. Estos dos países tienen numerosas iniciativas y programas, dirigidos por varios participantes, y centrados en fomentar el emprendimiento entre los jóvenes.

■ ■ **Las mujeres tienden a tener menores tasas de participación en el emprendimiento, ya que se enfrentan a más obstáculos sociales y culturales** ■ ■ .

3.3 Actividad emprendedora

3.3.1 Actividad emprendedora en la fase inicial

El indicador que mide la actividad emprendedora en metodología GEM es la Tasa de la Actividad Emprendedora (TEA). En concreto, muestra el porcentaje de la población que está en el proceso de iniciar o que acaba de poner en marcha un negocio. Esto es, las personas que están participando en cualquiera de los dos procesos iniciales del proceso emprendedor:

- Los nuevos emprendedores: aquellos que han comprometido recursos para iniciar un negocio, pero no han pagado los sueldos o salarios por más de tres meses, y
- Los nuevos propietarios de negocio: los que han ido más allá de la etapa naciente y han pagado los sueldos y salarios por más de tres meses pero menos de 42 meses.

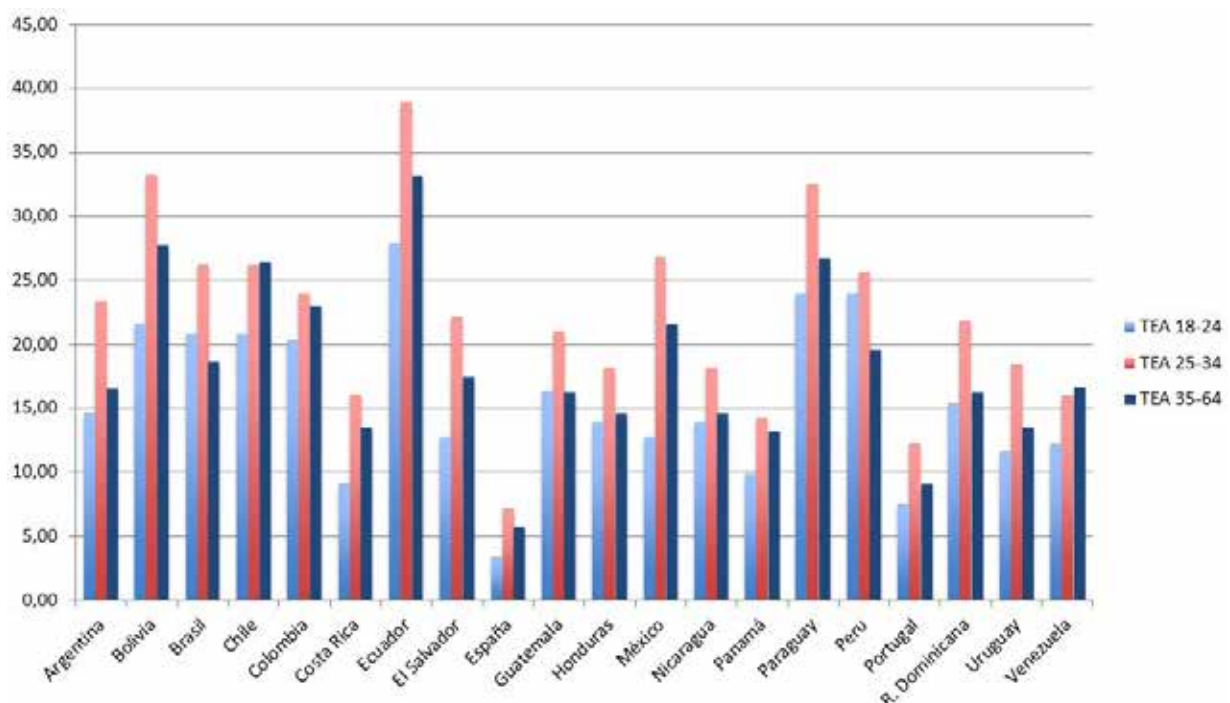
Esta medición proporciona el nivel de actividad empresarial en fase inicial que se espera que dé lugar a negocios consolda-

dos, es decir, empresas en funcionamiento desde hace más de 42 meses.

Según se observa, la juventud mayor (es decir, de 25 a 34 años de edad) es en términos generales el grupo de edad más emprendedor en todos los países iberoamericanos. El país con mejores índices de emprendimiento en fase inicial es Ecuador que arroja unos datos significativamente superiores al resto de países de la región en todos los tramos de edad. Los países con menores niveles de emprendimiento en fase inicial son España y Portugal a los que sigue de cerca Nicaragua y Venezuela³.

3 La comparación entre países que pertenecen a distintos estadios de desarrollo económico debe enfocarse teniendo en cuenta el distinto contexto de necesidades, oportunidades y complejidad de las sociedades en que se desenvuelven.

Figura 3.1 Actividad emprendedora total en la fase inicial, jóvenes frente a adultos, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia



La Tabla 3.2 indica que para los países iberoamericanos en su conjunto, la juventud mayor es más propensa a ejercer una actividad emprendedora en la fase inicial que la juventud joven. La juventud mayor tienen alrededor de 1,4 veces más probabilidades de estar involucrada en una actividad empresarial nueva y naciente, en comparación con la juventud joven. Desde el punto de vista de cada país, los jóvenes de Ecuador son los más emprendedores, mientras que en España son los menos emprendedores. En tres países, México, Bolivia y Ecuador, la juventud mayor es notablemente más emprendedora que la juventud joven. La menor diferencia entre juventud mayor y juventud joven se produce en Perú, Colombia y España. No existe ningún caso en el que el grupo de menor edad tenga un índice de emprendimiento mayor que el de la juventud mayor.

Salvo en España, Brasil y Panamá, la tasa de

propiedad de nueva empresa es inferior a la tasa de emprendimiento incipiente en ambas categorías de edad. Ello es indicativo de la elevada mortalidad empresarial o lo que es lo mismo, la pobre sostenibilidad de empresas de nueva creación en el bloque iberoamericano. Se pone de relieve, por tanto, la necesidad de intervenciones de políticas destinadas a apoyar y asesorar a emprendedores a través del difícil proceso de consolidación empresarial en los primeros momentos de actividad.

Como se ha comentado, España, Brasil y Panamá así como Chile entre la juventud mayor, presentan un comportamiento anómalo en este sentido, donde el porcentaje de los emprendedores nacentes es más bajo que el porcentaje de nuevos. Brasil, de hecho, tienen el índice de más alto de propiedad de nueva empresa, más del doble de la media de los países iberoamericanos.

Tabla 3.2 Actividad emprendedora en fase inicial (% de la población), por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

| País | 18-24 años | | | 25-34 años | | |
|----------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|------|-------------------------------------|--------------------------------------|------|
| | Índice de emprendimiento incipiente | Índice de propiedad de nueva empresa | TEA | Índice de emprendimiento incipiente | Índice de propiedad de nueva empresa | TEA |
| Argentina | 10,6 | 3,9 | 14,6 | 14,8 | 8,9 | 23,3 |
| Bolivia* | 16,6 | 5,0 | 21,6 | 26,5 | 6,7 | 33,2 |
| Brasil | 6,7 | 14,6 | 20,8 | 7,3 | 19,6 | 26,2 |
| Chile | 8,8 | 8,5 | 20,8 | 7,3 | 19,6 | 26,2 |
| Colombia | 13,6 | 7,2 | 20,3 | 16,9 | 7,7 | 23,9 |
| Costa Rica* | 6,3 | 3,0 | 9,2 | 11,6 | 4,51 | 16,1 |
| Ecuador | 23,2 | 6,3 | 27,9 | 31,8 | 10,6 | 38,9 |
| El Salvador* | 7,4 | 5,4 | 12,7 | 13,4 | 8,7 | 22,1 |
| España | 1,3 | 2,1 | 3,4 | 2,6 | 4,6 | 7,1 |
| Guatemala | 11,2 | 5,8 | 16,4 | 12,6 | 9,3 | 21,0 |
| Honduras* | 8,1 | 5,9 | 13,9 | 10,0 | 8,0 | 18,1 |
| México | 9,2 | 3,9 | 12,7 | 20,1 | 6,9 | 26,8 |
| Nicaragua* | 8,1 | 5,9 | 13,9 | 10,0 | 8,0 | 18,1 |
| Panamá | 3,0 | 7,0 | 9,9 | 6,7 | 7,7 | 14,2 |
| Paraguay* | 18,6 | 5,3 | 23,9 | 26,1 | 6,4 | 32,5 |
| Perú | 17,8 | 6,8 | 23,9 | 20,4 | 5,8 | 25,6 |
| Portugal | 5,7 | 2,1 | 7,5 | 8,5 | 4,0 | 12,2 |
| República Dominicana* | 9,6 | 5,8 | 15,4 | 11,3 | 10,5 | 21,8 |
| Uruguay | 7,8 | 3,8 | 11,6 | 13,2 | 5,2 | 18,4 |
| Venezuela* | 11,0 | 1,1 | 12,2 | 13,6 | 2,4 | 16,0 |
| TOTAL [media no ponderada] | 10,2 | 5,5 | 15,6 | 14,2 | 8,3 | 22,1 |

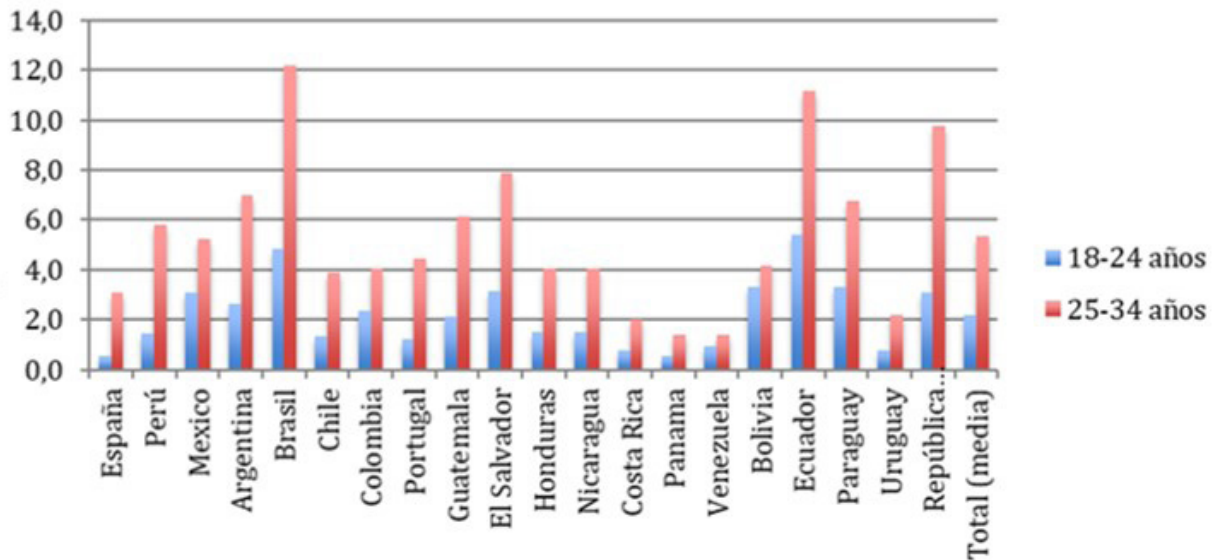
* Estimación basada en criterios GEI-GEM

3.3.2 Actividad emprendedora consolidada

La figura 3.2 muestra el porcentaje de la población joven que podrían incluirse en la categoría de emprendedor consolidado (propietarios/gerentes de las empresas que han estado en funcionamiento durante más de 42 meses). La información sobre

el nivel de las empresas consolidadas es importante, ya que proporciona una idea de la sostenibilidad de la iniciativa emprendedora en una economía.

Figura 3.2 Actividad empresarial consolidada (% de población), por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia



Para los países iberoamericanos en su conjunto, la juventud mayor tiene considerablemente más probabilidades de ser propietarios/gerentes de las empresas consolidadas que la juventud joven. El índice de empresas consolidadas para la juventud mayor es 2,4 veces mayor que para la juventud joven (5,3 frente al 2,2). La baja tasa de empresa consolidada entre la juventud joven es una preocupación menor, ya que es probable que los individuos de este grupo puedan haber participado en la formación post-escolar y que acaben de entrar en el mercado de trabajo. Sin embargo, se necesitan políticas de apoyo a los emprendedores prometedores en etapas iniciales entre la juventud mayor para mejorar la sostenibilidad de sus empresas, de modo que puedan contribuir más eficazmente a la economía a través de la introducción continuada de nuevos productos y procesos y una base

del empleo más estable.

Desde el punto de vista de cada país, los jóvenes mayores de Brasil, República Dominicana y Ecuador tienen los mayores índices de propiedad de empresas consolidadas en las dos categorías de edad (más del doble de la media de los países iberoamericanos), mientras que Panamá, Costa Rica y Venezuela tienen los índices más bajos de empresas consolidadas, en ese grupo de edad. El Salvador, Argentina y Paraguay muestran también sólidos índices de empresas consolidadas entre la juventud mayor.

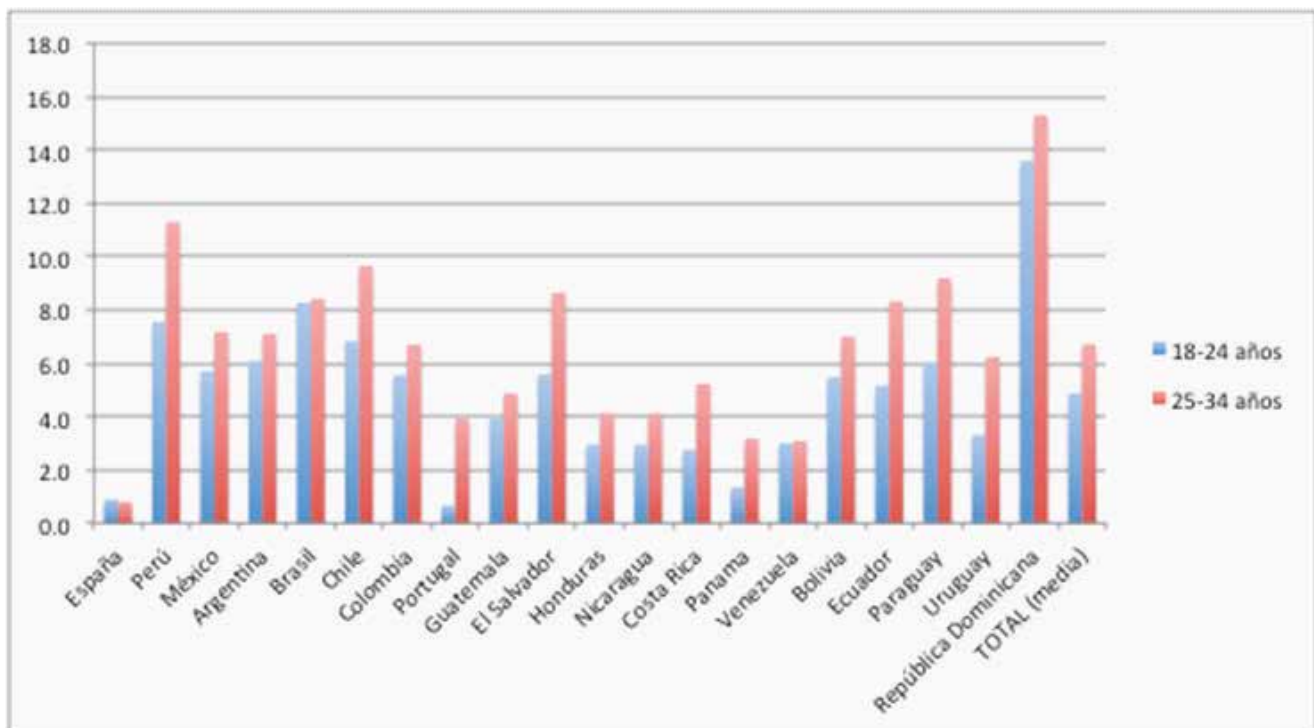
3.3.3 Cese de negocio

La figura 3.3 muestra las tasas de cese del negocio, que se define como el porcentaje de adultos que por cualquier motivo [personal, venta, económico, mercado, salud, la falta de negocio, fallecimiento, etc.] en los últimos 12 meses decidió abandonar de una o más actividades de emprendimiento en la que estaba involucrado.

La información sobre el índice de cese de negocio es otro posible indicador de la sostenibilidad del emprendimiento en una

economía. El emprendimiento es inherentemente arriesgado, y un cierto nivel de cierre de la empresa es inevitable cuando hay numerosas empresas de nueva creación. Sin embargo, un índice de cierre de empresas excesivamente alto podría significar que pocos emprendedores están iniciando negocios viables, o que las condiciones de entorno dificultan el mantenimiento y desarrollo este tipo de empresas. Sin embargo, se debe recordar que el cierre no equivale necesariamente al fracaso.

Figura 3.3 Cese del negocio, por categoría de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia



Las empresas iniciadas por la juventud mayor tiene, en general, un índice de cese más alto que las iniciadas por la juventud joven. De hecho, tan solo España es el país en el que la tasa de cese de negocio es mayor entre la juventud joven que entre la mayor, aunque en una magnitud prácticamente despreciable [0,8 frente a 0,9]. En gran medida, esto refleja la mayor tasa de puesta en marcha entre la juventud mayor. Brasil, España y Venezuela, son los países en los la tasa de cese es más similar en ambos grupos de edad. Sin embargo, los países

iberoamericanos, tienen una relación positiva de TEA en cuanto al cese del negocio, por cada persona que abandona una actividad empresarial en el año 2015, en ambas categorías de edad, cerca de cuatro se dedicaban a la actividad emprendedora en fase inicial. A nivel de cada país la República Dominicana, Perú, Chile, Paraguay, El Salvador, Ecuador, Brasil y Chile muestran las mayores tasas de cese del negocio. Los más bajos los encontramos en España, Panamá y Portugal.

Tabla 3.3 Motivos para abandonar la actividad empresarial (18-24 años), en países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

| PAÍS | Oportunidad para vender | No rentable | Problemas para obtener financiación | Otro trabajo/ oportunidad | Cierre planificado | Motivos personales/ familiares | Burocracia gubernamental/ impuestos | otros |
|----------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------------------|---------------------------|--------------------|--------------------------------|-------------------------------------|-------|
| Argentina | 1,8 | 35,0 | 12,6 | 9,0 | 5,8 | 35,8 | 0,0 | 0,0 |
| Bolivia* | 4,9 | 21,4 | 4,9 | 9,9 | 0,0 | 49,1 | 1,0 | 8,8 |
| Brasil | 2,9 | 31,2 | 12,2 | 27,3 | 0,0 | 26,4 | 0,0 | 0,0 |
| Chile | 9,9 | 20,2 | 16,4 | 16,5 | 1,8 | 34,1 | 0,0 | 1,1 |
| Colombia | 5,7 | 30,9 | 13,0 | 28,9 | 2,6 | 18,9 | 0,0 | 0,0 |
| Costa Rica* | 8,0 | 24,0 | 12,0 | 16,0 | 4,0 | 28,0 | 4,0 | 4,0 |
| Ecuador | 4,5 | 36,5 | 4,5 | 13,6 | 4,5 | 36,4 | 0,0 | 0,0 |
| El Salvador* | 11,6 | 28,5 | 11,7 | 7,9 | 0,0 | 24,4 | 0,6 | 15,2 |
| España | 0,0 | 58,6 | 9,5 | 29,3 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 2,7 |
| Guatemala | 8,3 | 16,5 | 12,5 | 16,7 | 0,0 | 37,8 | 4,1 | 4,1 |
| Honduras* | 6,9 | 24,0 | 10,4 | 13,8 | 0,0 | 34,7 | 3,4 | 6,8 |
| México | 21,0 | 44,7 | 12,6 | 13,2 | 0,0 | 8,6 | 0,0 | 0,0 |
| Nicaragua* | 6,9 | 24,0 | 10,4 | 13,8 | 0,0 | 34,7 | 3,4 | 6,8 |
| Panamá | 0,0 | 80,0 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 20,0 | 0,0 | 0,0 |
| Paraguay* | 3,3 | 29,3 | 7,4 | 14,3 | 1,1 | 36,4 | 0,4 | 7,7 |
| Perú | 0,0 | 35,0 | 13,2 | 20,9 | 0,0 | 30,9 | 0,0 | 0,0 |
| Portugal | 0,0 | 51,8 | 0,0 | 0,0 | 0,0 | 48,2 | 0,0 | 0,0 |
| República Dominicana* | 6,3 | 48,5 | 13,5 | 8,6 | 1,7 | 17,5 | 0,0 | 4,0 |
| Uruguay | 12,4 | 23,5 | 10,6 | 10,6 | 13,4 | 17,0 | 12,3 | 0,0 |
| Venezuela* | 0,0 | 29,4 | 26,4 | 0,0 | 0,0 | 44,2 | 0,0 | 0,0 |
| TOTAL [media no ponderada] | 5,7 | 34,7 | 10,7 | 13,5 | 1,7 | 29,2 | 1,5 | 3,1 |

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

Las razones de la cese del negocio son muchas y variadas. Algunas de las razones podría ser vistas como algo positivo, como la oportunidad de vender, la búsqueda de una nueva oportunidad o jubilación planificada.

Por otra parte, las salidas pueden deberse a la falta de rentabilidad del negocio, problemas con el acceso a la financiación y quedarse sin capital. Las Tablas 3.3 y 3.4 resumen las razones del abandono de la actividad empresarial para los países iberoamericanos. Más de un tercio de las empresas en la dos categorías cierran porque no son rentables, mientras que entre un tercio y un cuarto lo hace por ra-

zones familiares o personales. Un número de emprendedores jóvenes también se encuentran con problemas en el acceso a la financiación para mantener el negocio. De media, la juventud joven es más propensa a abandonar debido a un nuevo puesto de trabajo/ nueva oportunidad que la juventud mayor.

Tabla 3.4 Motivos para abandonar la actividad empresarial (25-34 años), en países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

| PAÍS | Oportunidad para vender | No rentable | Problemas para obtener financiación | Otro trabajo/oportunidad | Cierre planificado | Motivos personales/familiares | Burocracia gubernamental/impuestos | otros |
|----------------------------|-------------------------|-------------|-------------------------------------|--------------------------|--------------------|-------------------------------|------------------------------------|-------|
| Argentina | 1,1 | 46,9 | 3,6 | 14,0 | 3,4 | 17,0 | 14,0 | 0,0 |
| Bolivia* | 4,9 | 19,1 | 5,6 | 13,3 | 10,0 | 34,3 | 7,5 | 5,3 |
| Brasil | 3,9 | 43,4 | 15,4 | 10,0 | 2,2 | 25,0 | 0,0 | 0,0 |
| Chile | 4,0 | 15,4 | 5,7 | 23,4 | 4,5 | 40,6 | 5,5 | 0,9 |
| Colombia | 2,0 | 30,6 | 19,6 | 14,7 | 0,7 | 24,5 | 8,0 | 0,0 |
| Costa Rica* | 1,9 | 44,4 | 5,6 | 5,6 | 1,9 | 25,9 | 1,9 | 13,0 |
| Ecuador | 2,3 | 29,5 | 25,0 | 6,8 | 4,5 | 20,5 | 9,1 | 2,3 |
| El Salvador* | 4,2 | 45,6 | 4,6 | 2,4 | 1,8 | 29,4 | 2,9 | 9,0 |
| España | 0,0 | 59,9 | 8,2 | 19,1 | 0,0 | 5,7 | 7,2 | 0,0 |
| Guatemala | 3,2 | 28,1 | 21,9 | 9,6 | 3,1 | 24,7 | 3,1 | 6,3 |
| Honduras* | 4,2 | 31,3 | 16,7 | 6,4 | 2,1 | 26,9 | 2,1 | 10,3 |
| México | 27,1 | 27,9 | 16,5 | 8,0 | 0,0 | 14,4 | 0,5 | 5,6 |
| Nicaragua* | 4,2 | 31,3 | 16,7 | 6,4 | 2,1 | 26,9 | 2,1 | 10,3 |
| Panamá | 6,3 | 50,0 | 6,3 | 0,0 | 0,0 | 37,5 | 0,0 | 0,0 |
| Paraguay* | 3,7 | 26,4 | 11,9 | 11,1 | 5,4 | 30,5 | 2,7 | 8,2 |
| Perú | 3,9 | 33,1 | 7,2 | 13,0 | 1,0 | 41,7 | 0,0 | 0,0 |
| Portugal | 11,4 | 59,7 | 12,3 | 0,0 | 4,5 | 6,0 | 6,1 | 0,0 |
| República Dominicana* | 6,4 | 40,0 | 24,8 | 11,0 | 9,2 | 5,0 | 3,5 | 0,0 |
| Uruguay | 0,0 | 55,8 | 9,8 | 0,0 | 0,0 | 17,4 | 17,0 | 0,0 |
| Venezuela* | 0,0 | 54,2 | 5,1 | 22,0 | 0,0 | 18,7 | 0,0 | 0,0 |
| TOTAL [media no ponderada] | 4,8 | 37,8 | 10,4 | 13,2 | 3,0 | 25,6 | 2,0 | 3,2 |

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

Entre la juventud joven, la rentabilidad es un problema particularmente pernicioso en Panamá, representando el 80% del cese del negocio, mientras que casi la mitad de los emprendedores portugueses y bolivianos interrumpen su actividad por razones personales. Colombia, México, Brasil y España, por el contrario, tienen el porcentaje más elevado [más del 30%] de jóvenes emprendedores que abandonan por razones positivas, ya sea una oportunidad de vender o un nuevo trabajo/oportunidad. Costa Rica

casi roza el nivel con un 24%.

Entre los jóvenes de mayor edad, más de dos tercios de los empresarios en Portugal, España y República Dominicana cierran sus negocios por razones económicas [falta de rentabilidad o problemas para acceder a la financiación]. México vuelve a tener el mayor porcentaje [35%] de los emprendedores que salen por razones positivas, seguido por Chile [27%].

3.4 Perfil de los emprendedores iberoamericanos

3.4.1 Género

Aunque el interés por el emprendimiento femenino es una tendencia creciente en todo el mundo, su peso en la dinámica emprendedora todavía varía considerablemente entre países y regiones geográficas.

De acuerdo con la OCDE, las mujeres tienden a tener menores tasas de participación en el emprendimiento, ya que se enfrentan a más obstáculos sociales y culturales que los hombres. Estos obstáculos incluyen: niveles más altos de responsabilidad doméstica; niveles más bajos de educación (sobre todo en los países en vías de de-

sarrollo); falta de modelos femeninos en el sector empresarial; un menor número de redes orientadas a los negocios en sus comunidades; falta de capital y activos; estatus inferior en la sociedad y la falta inducida culturalmente de asertividad y confianza en su capacidad para tener éxito en los negocios. Estos factores pueden impedir que las mujeres perciban y actúen en las oportunidades de emprendimiento. Las mujeres jóvenes, en concreto, pueden estar doblemente en desventaja en sus intentos por integrarse en la población activa por su edad, así como por su género.

Tabla 3.5 Actividad emprendedora, por grupos de género y edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

| País | 18-24 años | | | | 25-34 años | | | |
|----------------------------|----------------------|---------------------|---|---|----------------------|---------------------|---|---|
| | Índice TEA masculino | Índice TEA femenino | Índice negocios consolidados masculinos | Índice de negocios consolidados femeninos | Índice TEA masculino | Índice TEA femenino | Índice negocios consolidados masculinos | Índice de negocios consolidados femeninos |
| Argentina | 13,8 | 15,3 | 2,7 | 2,5 | 24,6 | 22,1 | 8,7 | 5,4 |
| Bolivia* | 23,1 | 20,0 | 2,4 | 4,3 | 35,6 | 31,3 | 6,0 | 2,7 |
| Brasil | 19,4 | 22,3 | 4,7 | 4,9 | 29,0 | 23,4 | 10,8 | 13,6 |
| Chile | 20,4 | 13,9 | 1,4 | 1,3 | 36,1 | 25,3 | 3,8 | 4,0 |
| Colombia | 26,5 | 13,9 | 3,5 | 1,2 | 27,1 | 20,8 | 4,5 | 3,7 |
| Costa Rica* | 11,0 | 7,4 | 0,9 | 0,7 | 19,5 | 12,9 | 2,6 | 1,4 |
| Ecuador | 28,6 | 27,2 | 4,9 | 5,9 | 39,8 | 38,0 | 13,9 | 8,4 |
| El Salvador* | 11,9 | 13,6 | 2,3 | 3,9 | 23,7 | 20,7 | 8,5 | 7,4 |
| España | 3,6 | 3,1 | 0,8 | 0,3 | 8,1 | 6,2 | 3,6 | 2,6 |
| Guatemala | 19,8 | 12,9 | 2,9 | 1,3 | 26,8 | 15,7 | 7,7 | 4,7 |
| Honduras* | 16,0 | 11,9 | 2,2 | 0,8 | 21,7 | 14,6 | 5,5 | 2,7 |
| México | 15,4 | 10,2 | 4,7 | 1,5 | 28,2 | 25,5 | 7,1 | 3,5 |
| Nicaragua* | 16,0 | 11,9 | 2,2 | 0,8 | 21,7 | 14,6 | 5,5 | 2,7 |
| Panamá | 9,6 | 10,3 | 1,1 | 0,0 | 15,4 | 13,0 | 2,8 | 0,0 |
| Paraguay* | 25,0 | 22,7 | 2,7 | 3,9 | 32,7 | 32,2 | 9,2 | 4,4 |
| Perú | 24,6 | 23,2 | 1,3 | 1,6 | 22,9 | 28,3 | 8,5 | 3,2 |
| Portugal | 12,5 | 2,5 | 1,6 | 0,9 | 15,4 | 9,2 | 4,5 | 4,3 |
| República Dominicana* | 21,3 | 9,2 | 4,3 | 1,8 | 26,7 | 16,6 | 13,4 | 6,0 |
| Uruguay | 15,6 | 7,6 | 1,6 | 0,0 | 25,0 | 12,4 | 2,7 | 1,7 |
| Venezuela* | 14,8 | 9,5 | 0,0 | 0,0 | 18,6 | 13,5 | 1,5 | 1,3 |
| TOTAL [media no ponderada] | 17,4 | 13,4 | 2,4 | 1,9 | 24,9 | 19,8 | 6,5 | 4,2 |

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

3.4.2 Motivación para iniciar una empresa

El análisis comparativo del peso de actividad empresarial motivada por la oportunidad frente a la motivada por necesidad proporciona una visión de la calidad de la actividad emprendedora en fase inicial. Las causas que impulsan a los emprendedores a poner en marcha empresas es tan importante como el nivel de actividad emprendedora en los países. Dado que la motivación por oportunidad se fundamenta en el conocimiento previo de un mercado y en la identificación de un nicho

de producto o servicio, es evidente que se trata de un emprendimiento mucho más conveniente que tiene más probabilidades de florecer en unas condiciones marco favorables de la actividad emprendedora.

| Actividad emprendedora en fase inicial basada en la necesidad | Actividad emprendedora en fase inicial basada en la oportunidad |
|---|---|
| Porcentaje de aquéllos involucrados en una actividad emprendedora en fase inicial que dicen ser impulsados por la necesidad (que no tienen mejor opción de trabajo). Esto también se describe como la motivación impulsada por la supervivencia | Porcentaje de emprendedores que son impulsados tanto exclusiva o como parcialmente por la oportunidad. Esto incluye aprovechar una oportunidad de negocio o de mejor salida profesional |

Según el Informe Global de GEM 2015, la mayoría de los emprendedores de todo el mundo están motivados por la oportunidad. Incluso en las economías motivadas por factores y la eficiencia, el 69% de los emprendedores declaró que eligieron perseguir una oportunidad como base para sus motivaciones emprendedoras, en lugar de empezar por necesidad, porque no tenían mejores opciones de trabajo. Las economías impulsadas por la innovación muestran una mayor proporción de emprendedores motivados por la oportunidad, al 78%. A nivel regional, la iniciativa emprendedora impulsada por la necesidad era más alta en África y América Latina y el Caribe, siendo un 30% de los emprendedores, de media, los que citan este motivo [Kelley et al, 2016].

muestran altos niveles de motivación por la oportunidad: cerca de tres cuartas partes de los jóvenes emprendedores de estos países están movidos por la oportunidad. Entre la juventud joven, Portugal tiene la tasa más alta de la motivación impulsada por la oportunidad, seguido muy de cerca por Costa Rica. Los jóvenes emprendedores de estos países tienen 20 veces más probabilidades de estar impulsados por la oportunidad que por necesidad. Uruguay, Chile y Ecuador tienen altos índices de motivación impulsados por la oportunidad, en línea con el promedio de las economías impulsadas por la innovación. Entre la juventud mayor, Uruguay, España y, de nuevo, Costa Rica, tienen los índices más altos de TEA impulsados por la oportunidad.

La Tabla 3.6 indica que, en general, los jóvenes de los países iberoamericanos

Tabla 3.6 Motivo para iniciar una empresa (según % de TEA), por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

| País | 18-24 años | | | 25-34 años | | |
|----------------------------|------------------------------|----------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------|----------------------------------|
| | Motivados por la oportunidad | Motivados por la necesidad | Proporción oportunidad/necesidad | Motivados por la oportunidad | Motivados por la necesidad | Proporción oportunidad/necesidad |
| Argentina | 69,4 | 27,2 | 2,5 | 59,7 | 37,0 | 1,6 |
| Bolivia* | 81,6 | 18,4 | 4,4 | 80,0 | 19,4 | 4,1 |
| Brasil | 53,9 | 46,1 | 1,2 | 63,6 | 36,4 | 1,7 |
| Chile | 82,7 | 14,9 | 5,6 | 71,4 | 21,7 | 3,3 |
| Colombia | 70,7 | 24,2 | 2,9 | 69,0 | 31,0 | 2,2 |
| Costa Rica* | 86,9 | 11,9 | 7,3 | 80,7 | 18,8 | 4,3 |
| Ecuador | 79,0 | 20,2 | 3,9 | 72,3 | 27,2 | 2,7 |
| El Salvador* | 77,0 | 22,0 | 3,5 | 69,0 | 28,4 | 2,4 |
| España | 79,5 | 17,8 | 4,5 | 82,5 | 15,4 | 5,3 |
| Guatemala | 53,4 | 44,6 | 1,2 | 60,1 | 39,9 | 1,5 |
| Honduras* | 60,1 | 38,4 | 1,6 | 56,7 | 42,4 | 1,3 |
| México | 76,3 | 21,1 | 3,6 | 79,3 | 18,8 | 4,2 |
| Nicaragua* | 60,1 | 38,4 | 1,6 | 56,7 | 42,4 | 1,3 |
| Panamá | 78,4 | 21,6 | 3,6 | 50,0 | 47,2 | 1,1 |
| Paraguay* | 77,6 | 20,9 | 3,7 | 76,2 | 23,5 | 3,2 |
| Perú | 70,7 | 25,3 | 2,8 | 75,4 | 24,6 | 3,1 |
| Portugal | 88,8 | 4,3 | 20,6 | 74,2 | 25,8 | 2,9 |
| República Dominicana* | 68,6 | 31,9 | 2,2 | 74,1 | 26,1 | 2,8 |
| Uruguay | 83,0 | 17,0 | 4,9 | 83,3 | 14,9 | 5,6 |
| Venezuela* | 76,0 | 24,6 | 3,1 | 66,3 | 32,7 | 2,0 |
| TOTAL [media no ponderada] | 78,8 | 19,5 | 3,0 | 67,0 | 34,0 | 2,4 |

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

Guatemala y Brasil tienen la mayor proporción de emprendedores impulsados por la necesidad entre la juventud joven, mientras que entre la juventud mayor de Panamá y Guatemala tienen las tasas más altas en cuanto a la necesidad. En estos tres países, los emprendedores tienen ligeramente más probabilidades de estar motivados por la oportunidad y no por la necesidad. Está claro que el pobre crecimiento económico en la región de América Latina y el Caribe en los últimos años está empezando a pasar factura. Brasil, en concreto, ha sido duramente golpeado por la recesión y el aumento del desempleo. La alta competencia por los bajos niveles de oportunidades laborales en

el sector formal implica que los jóvenes, especialmente en las comunidades más pobres, se vean obligados al emprendimiento por necesidad, por falta de otras opciones de medios de vida sostenibles. Teniendo en cuenta que GEM ha demostrado que las empresas iniciadas por los emprendedores movidos por la oportunidad tienen muchas más probabilidades de sobrevivir y emplear a personal que las iniciadas por los emprendedores impulsados por necesidad, estas cifras son desalentadoras en cuanto al mantenimiento de las ganancias sociales, como la reducción de la pobreza.

Tabla 3.7 Motivo para iniciar una empresa (según % de TEA), por grupo de género y edad, para países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

| País | 18-24 años | | | | 25-34 años | | | |
|----------------------------|-----------------------|---------------------|----------------------|--------------------|-----------------------|---------------------|----------------------|--------------------|
| | Oportunidad masculina | Necesidad masculina | Oportunidad femenina | Necesidad femenina | Oportunidad masculina | Necesidad masculina | Oportunidad femenina | Necesidad femenina |
| Argentina | 69,4 | 26,6 | 69,3 | 27,8 | 65,6 | 28,5 | 53,2 | 46,1 |
| Bolivia* | 88,4 | 11,6 | 26,6 | 73,3 | 81,0 | 19,0 | 20,6 | 80,3 |
| Brasil | 71,6 | 28,4 | 38,0 | 62,0 | 75,9 | 24,1 | 48,3 | 51,7 |
| Chile | 91,4 | 5,1 | 69,3 | 30,0 | 77,5 | 17,5 | 62,5 | 27,7 |
| Colombia | 74,1 | 18,7 | 64,1 | 35,1 | 70,1 | 29,9 | 67,5 | 32,5 |
| Costa Rica* | 86,3 | 11,8 | 12,1 | 87,9 | 80,8 | 18,3 | 19,4 | 80,6 |
| Ecuador | 84,4 | 14,1 | 72,7 | 27,3 | 73,6 | 26,4 | 71,0 | 28,0 |
| El Salvador* | 80,2 | 19,8 | 25,0 | 76,3 | 72,7 | 24,2 | 34,4 | 67,3 |
| España | 74,6 | 22,1 | 85,5 | 12,4 | 85,9 | 13,1 | 78,0 | 18,4 |
| Guatemala | 56,5 | 40,3 | 48,7 | 51,3 | 69,9 | 30,1 | 44,4 | 55,6 |
| Honduras* | 58,8 | 38,7 | 38,0 | 62,0 | 64,0 | 35,2 | 54,0 | 47,2 |
| México | 78,2 | 20,4 | 73,4 | 22,2 | 83,3 | 16,6 | 75,3 | 21,1 |
| Nicaragua* | 58,8 | 38,7 | 38,0 | 62,0 | 64,0 | 35,2 | 54,0 | 47,2 |
| Panamá | 66,7 | 33,3 | 89,5 | 10,5 | 51,3 | 46,2 | 48,5 | 48,5 |
| Paraguay* | 85,4 | 13,9 | 31,1 | 71,1 | 77,9 | 22,1 | 25,4 | 75,2 |
| Perú | 81,8 | 17,4 | 59,0 | 33,5 | 79,8 | 20,2 | 71,9 | 28,1 |
| Portugal | 86,6 | 5,2 | 100,0 | 0,0 | 73,6 | 26,4 | 75,1 | 24,9 |
| República Dominicana* | 71,4 | 28,6 | 60,0 | 40,0 | 77,4 | 22,6 | 68,0 | 32,0 |
| Uruguay | 86,4 | 13,6 | 76,3 | 23,7 | 87,3 | 10,0 | 76,0 | 24,0 |
| Venezuela* | 66,7 | 33,3 | 11,1 | 88,9 | 72,2 | 27,8 | 41,9 | 60,5 |
| TOTAL (media no ponderada) | 75,9 | 22,1 | 54,4 | 44,9 | 74,2 | 24,7 | 54,5 | 44,8 |

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

La Tabla 3.7 muestra que las mujeres jóvenes en ambas categorías de edad son más propensas a emprender por necesidad que los hombres jóvenes. Entre la juventud joven, los hombres son 3,9 veces más propensos a estar motivados por la oportunidad que por la necesidad, mientras que las mujeres jóvenes son 2,6 veces más propensas a estar impulsadas por la oportunidad y no por la necesidad. Entre la juventud mayor, la motivación por la necesidad es mayor para ambos sexos. En este grupo de edad, los hombres son 3,3 veces más propensos a estar motivados por la oportunidad que por la necesidad, mientras que las mujeres jóvenes tienen el doble de probabilidades de estar impul-

sadas por oportunidad y no por la necesidad.

Entre la juventud joven, las mujeres son más propensas que los hombres a estar motivadas por la oportunidad en Portugal [el marcador superior al 100%], Panamá y España. Las tasas más altas de oportunidad para los hombres jóvenes están en Chile, Portugal y Uruguay. Entre la juventud mayor, las tasas más altas de oportunidad para las mujeres están en España. Portugal es el único país en este grupo de edad donde las mujeres son más propensas que los hombres a estar motivadas por la oportunidad. Las tasas más altas de oportunidad para los hombres jóvenes están

3.5 Características del impacto del emprendimiento

Al estudiar el impacto de los emprendedores, GEM reconoce que, si bien todos los emprendedores son importantes, tienen impactos diferentes sobre sus sociedades. Para el desarrollo económico y el crecimiento son claves la creación de empleo, la mezcla de industrias y el nivel

de innovación. Esta sección se centra en estos factores con respecto a los países iberoamericanos.

3.5.1 Participación del sector industrial

La Tabla 3.8 muestra la distribución de la actividad emprendedora en fase inicial de acuerdo con la participación del sector industrial. El sector extractivo se basa en los recursos naturales, e incluye la agricultura, la silvicultura, la pesca y la minería; el sector transformador consiste en la fabricación de bienes y en general es intensivo en capital, pero también puede ser mano de obra intensiva, incluyendo la construcción, la fabricación, el transporte, las comunicaciones, los servicios públicos y la distribución al por mayor; los servicios a empresas se dirigen a clientes empresa y generalmente se basan en una mayor intensidad de conocimiento, que incluye finanzas, seguros y bienes raíces; y el sector de consumo sirve directamente a los clientes a través de productos y servicios que incluyen la venta al por menor, los vehículos de motor, el alojamiento y restaurantes, servicios personales, la educación y los servicios recreativos.

La Tabla 3.8 muestra que la mayoría de la actividad TEA en los países iberoamericanos en su conjunto, en ambos grupos de edad, se encuentra en el sector de servicios orientados al consumidor. Este es concretamente el caso de la juventud joven (70%). El informe de la juventud joven muestra menor confianza en sus capacidades para llevar un negocio (Tabla 3.2), y las barreras para entrar en este sector,

tanto en términos de habilidades y capital que se requiere, son bajas. Sin embargo, como resultado de ello, se trata de un sector con demasiado éxito poblado por los negocios de bajo margen de beneficio y el alto nivel de competencia por los mercados limitados que pueden amenazar la sostenibilidad de este tipo de empresas. La juventud mayor también muestra la mayor parte de su actividad (más del 60%) en el sector de los servicios al consumidor, pero una quinta parte de los emprendedores en este grupo de edad participan en el sector transformador.

Desde el punto de vista de cada país existe una variación considerable en términos de la participación del sector de la industria. En ambos grupos de edad, El Salvador tiene la mayor participación en el sector de servicios al consumidor.

España (32%) y Uruguay (20%) son los únicos países que muestran una participación significativa en el sector de servicios a las empresas, mientras que una cuarta parte de los empresarios brasileños están en el sector transformador.

Entre la juventud mayor, la participación de la industria es más equilibrada. Chile, Colombia, Portugal, España, Uruguay y Costa Rica muestran perfiles especialmente equilibrados, con buenos niveles de

participación en todos los sectores de la industria. Todos estos países, Costa Rica en menor medida, muestran la participación sólida en el sector de servicios empresariales- un descubrimiento alentador ya que los servicios modernos y sofisticados, de alta productividad, tales como los servicios financieros, las TIC y de servicios a empresas son importantes, sobre todo a la hora de permitir que los países puedan participar en las cadenas globales de valor.

A pesar de que cualquier iniciativa emprendedora es objetivamente beneficiosa, un excesivo peso del mismo en el sector de los servicios al consumidor, particularmente entre la juventud joven, debe ser objeto de suma atención al ser especial-

mente vulnerable en períodos de desaceleración económica. El hecho de que una alta proporción de entidades TEA se concentre en un sector vulnerable suele tener un efecto negativo sobre la sostenibilidad de las empresas de nueva creación en los países iberoamericanos. Los sectores más resistentes tienden a ser la comunicación, servicios financieros y tecnologías de la información [TI] ya que los puestos de trabajo en estos sectores comprenden el tipo de competencias de alto nivel que los países necesitan para competir en la economía global. Las autoridades deberían centrarse, por tanto, en la educación de calidad y la prestación de habilidades con el fin de hacer que este sector sea más accesible a los emprendedores potenciales.

Tabla 3.8 Participación del sector industrial por jóvenes emprendedores (% de TEA) en países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

| País | 18-24 años | | | | 25-34 años | | | |
|----------------------------|------------|---------------|----------------------|------------------------------------|------------|---------------|----------------------|------------------------------------|
| | Extractivo | Transformador | Servicios a empresas | Servicios orientados al consumidor | Extractivo | Transformador | Servicios a empresas | Servicios orientados al consumidor |
| Argentina | 1,6 | 16,9 | 13,1 | 67,8 | 0,3 | 16,5 | 18,2 | 63,6 |
| Bolivia* | 2,5 | 23,3 | 8,3 | 65,8 | 5,6 | 17,2 | 8,4 | 68,8 |
| Brasil | 1,2 | 24,2 | 7,1 | 67,5 | 0,0 | 35,4 | 6,9 | 57,7 |
| Chile | 2,3 | 11,5 | 11,8 | 74,0 | 1,0 | 24,4 | 19,0 | 54,9 |
| Colombia | 10,7 | 14,0 | 13,2 | 62,1 | 2,2 | 22,6 | 32,7 | 40,7 |
| Costa Rica* | 0,0 | 19,0 | 9,5 | 71,4 | 3,4 | 25,1 | 9,1 | 62,3 |
| Ecuador | 5,9 | 12,6 | 5,9 | 75,6 | 4,9 | 13,6 | 3,9 | 77,7 |
| El Salvador* | 1,0 | 5,1 | 4,7 | 89,2 | 0,4 | 12,3 | 6,5 | 80,7 |
| España | 6,2 | 4,4 | 31,8 | 57,4 | 2,8 | 12,9 | 27,1 | 57,2 |
| Guatemala | 3,9 | 11,9 | 6,9 | 74,3 | 1,5 | 18,4 | 5,2 | 71,3 |
| Honduras* | 2,9 | 12,6 | 8,1 | 76,4 | 1,5 | 19,3 | 4,5 | 74,7 |
| México | 2,0 | 17,6 | 4,6 | 74,6 | 1,1 | 15,0 | 5,6 | 75,9 |
| Nicaragua* | 2,9 | 12,6 | 8,1 | 76,4 | 1,5 | 19,3 | 4,5 | 74,7 |
| Panamá | 0,0 | 13,5 | 10,8 | 75,7 | 1,4 | 19,4 | 2,8 | 75,0 |
| Paraguay* | 4,1 | 18,7 | 7,5 | 69,7 | 5,5 | 16,3 | 6,3 | 71,9 |
| Perú | 4,3 | 18,3 | 8,1 | 68,4 | 6,3 | 18,5 | 6,6 | 68,3 |
| Portugal | 0,0 | 14,5 | 8,0 | 77,5 | 3,5 | 9,5 | 24,7 | 60,4 |
| República Dominicana* | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. | n.d. |
| Uruguay | 0,0 | 13,0 | 20,0 | 64,0 | 3,4 | 27,1 | 13,2 | 54,1 |
| Venezuela* | 0,0 | 8,0 | 11,6 | 80,4 | 1,6 | 17,0 | 7,2 | 74,2 |
| TOTAL (media no ponderada) | 2,7 | 14,3 | 10,5 | 72,0 | 2,5 | 18,9 | 11,2 | 66,5 |

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

3.5.2 Creación de empleo

Como en cualquier otra región, el desarrollo de Latinoamérica pasa por crear las condiciones que faciliten un crecimiento sostenible y equilibrado que genere empleo generalizado y estable capaz de reducir la pobreza. En esta tarea juegan un papel crucial las PYMES al representar una buena parte del tejido empresarial de las economías.

dedores en fase inicial cuántos empleados no propietarios tienen y cuántos esperan tener en el horizonte temporal de cinco años. La diferencia entre ambos indica lógicamente las expectativas de crecimiento en términos de empleo. El dato, a pesar de no ser de empleo registrado, es esclarecedor en términos de las expectativas de crecimiento de los proyectos empresariales.

La encuesta GEM consulta a los empen-

Tabla 3.9 Creación de empleo real por empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

| País | 18-24 años | | | 25-34 años | | |
|----------------------------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|-------------|
| | 0 empleos | 1 – 5 empleos | + 6 empleos | 0 empleos | 1 – 5 empleos | + 6 empleos |
| Argentina | 29,9 | 51,1 | 19,0 | 37,6 | 47,1 | 15,3 |
| Bolivia* | 46,2 | 50,0 | 3,7 | 24,7 | 71,3 | 4,0 |
| Brasil | 62,6 | 32,7 | 4,8 | 54,4 | 37,7 | 7,9 |
| Chile | 10,6 | 61,6 | 27,8 | 19,3 | 45,3 | 35,3 |
| Colombia | 11,7 | 26,6 | 61,7 | 14,2 | 31,3 | 54,4 |
| Costa Rica* | 40,7 | 55,6 | 3,7 | 48,1 | 42,3 | 9,6 |
| Ecuador | 20,2 | 69,7 | 10,1 | 20,9 | 68,0 | 11,2 |
| El Salvador* | 63,7 | 34,1 | 2,2 | 59,7 | 33,6 | 6,7 |
| España | 48,2 | 33,8 | 18,0 | 50,2 | 42,5 | 7,4 |
| Guatemala | 13,0 | 73,3 | 13,8 | 18,8 | 70,9 | 10,3 |
| Honduras* | 35,0 | 61,8 | 3,3 | 41,4 | 54,3 | 4,3 |
| México | 42,2 | 45,2 | 12,6 | 52,5 | 38,2 | 9,3 |
| Nicaragua* | 35,0 | 61,8 | 3,3 | 41,4 | 54,3 | 4,3 |
| Panamá | 54,1 | 45,9 | 0,0 | 45,8 | 52,8 | 1,4 |
| Paraguay* | 40,1 | 56,2 | 3,7 | 42,4 | 51,9 | 5,7 |
| Perú | 24,1 | 56,6 | 19,2 | 37,0 | 49,4 | 13,6 |
| Portugal | 47,5 | 47,6 | 4,9 | 33,6 | 41,8 | 24,6 |
| República Dominicana* | 42,7 | 52,1 | 5,1 | 49,6 | 36,6 | 13,8 |
| Uruguay | 33,2 | 31,6 | 35,3 | 38,9 | 45,0 | 16,1 |
| Venezuela* | 42,8 | 57,2 | 0,0 | 20,4 | 69,5 | 10,2 |
| TOTAL (media no ponderada) | 37,2 | 50,2 | 12,6 | 37,5 | 49,2 | 13,3 |

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

Tabla 3.10 Expectativas de creación de empleo por empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015

| País | 18-24 años | | | 25-34 años | | |
|----------------------------|------------|---------------|-------------|------------|---------------|-------------|
| | 0 empleos | 1 – 5 empleos | + 6 empleos | 0 empleos | 1 – 5 empleos | + 6 empleos |
| Argentina | 7,5 | 69,1 | 23,3 | 19,4 | 57,8 | 22,9 |
| Bolivia* | 13,8 | 56,4 | 29,8 | 13,1 | 71,1 | 15,8 |
| Brasil | 47,2 | 44,6 | 8,2 | 30,6 | 56,1 | 13,3 |
| Chile | 4,0 | 56,7 | 39,3 | 8,2 | 48,3 | 43,5 |
| Colombia | 0,7 | 32,5 | 66,8 | 0,8 | 36,4 | 62,8 |
| Costa Rica* | 17,9 | 55,1 | 26,9 | 24,2 | 54,0 | 21,7 |
| Ecuador | 10,3 | 78,5 | 11,2 | 12,0 | 75,9 | 12,0 |
| El Salvador* | 36,6 | 49,3 | 14,1 | 36,9 | 41,0 | 22,1 |
| España | 31,3 | 40,9 | 27,9 | 31,4 | 50,2 | 18,4 |
| Guatemala | 6,2 | 75,5 | 18,2 | 9,1 | 77,2 | 13,7 |
| Honduras* | 9,7 | 77,1 | 13,2 | 13,8 | 76,3 | 9,9 |
| México | 2,4 | 72,1 | 25,4 | 4,2 | 70,8 | 25,0 |
| Nicaragua* | 9,7 | 77,1 | 13,2 | 13,8 | 76,3 | 9,9 |
| Panamá | 18,9 | 81,1 | 0,0 | 22,5 | 74,6 | 2,8 |
| Paraguay* | 11,3 | 66,4 | 22,4 | 15,5 | 69,9 | 14,6 |
| Perú | 8,6 | 68,3 | 23,1 | 24,7 | 58,8 | 16,6 |
| Portugal | 0,0 | 78,3 | 21,7 | 8,6 | 52,1 | 39,3 |
| República Dominicana* | 5,5 | 59,5 | 35,0 | 12,3 | 63,3 | 24,4 |
| Uruguay | 15,8 | 36,0 | 48,2 | 13,2 | 64,5 | 22,4 |
| Venezuela* | 6,8 | 68,2 | 25,0 | 4,9 | 79,8 | 15,3 |
| TOTAL [media no ponderada] | 13,2 | 62,1 | 24,7 | 16,0 | 62,7 | 21,3 |

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

esperan crear seis o más puestos de trabajo en los próximos cinco años. Sus robustas tasas de creación de empleo actuales sugieren que estas proyecciones de crecimiento son realistas, y el porcentaje significativo de jóvenes en Colombia que obtienen financiación de los bancos, capital riesgo, crowdfunding y fondos del gobierno en lugar de fuentes personales sugiere que podrán acceder al apoyo financiero necesario para el crecimiento y expansión de los negocios.

Las intervenciones que fomentan y estimulan los negocios en el sector de las PYME para crecer son esenciales si se quiere contribuir de manera significativa al desarrollo socio-económico de los países iberoamericanos. Es importante identificar a aquellos emprendedores con aspiraciones realistas de crecimiento medio a alto y establecer políticas dirigidas específicamente a apo-

yarlos con el fin de optimizar su impacto en el crecimiento económico y la creación de empleo. La investigación ha demostrado que estas empresas son extremadamente móviles y se moverán de las zonas en las que sienten que su potencial de crecimiento está siendo limitado. Las pequeñas empresas y las empresas de alto crecimiento tienen diferentes necesidades de financiación, las pequeñas empresas necesitan un mejor acceso a ayudas, subvenciones y créditos blandos, mientras que las políticas que promueven los préstamos de I + D y las subvenciones a la innovación, los inversores ángeles y el capital riesgo serían más beneficiosas en la promoción de emprendedores de alto crecimiento. Aliviar las cargas regulatorias, así como ofrecer apoyo financiero específico es importante en el desarrollo de un entorno que permita florecer a las empresas de alto crecimiento.

3.5.3 Innovación

La innovación y el emprendimiento son conceptos estrechamente conectados. Se argumenta que los emprendedores perturban el equilibrio del mercado mediante la introducción de nuevas combinaciones de producto-mercado en un mercado, enseñando a los clientes a querer cosas nuevas y expulsando a las empresas menos productivas al tiempo que sus innovaciones avanzan a la frontera de producción.

La innovación va más allá de crear nuevos productos y servicios. Para comercializar sus innovaciones, los empresarios necesitan identificar nuevos nichos de mercado

y desarrollar formas creativas para ofrecer, entregar y promover sus productos. Todo esto requiere un conocimiento de ofertas de la competencia y la capacidad de incorporar este conocimiento en distintos productos y servicios. Las capacidades de innovación son, pues, importantes para la capacidad de las economías a la hora de ser competitivas, especialmente en los sectores de mayor productividad.

GEM evalúa la innovación en los negocios emprendedores examinando el grado de novedad que representan a los clientes.

Tabla 3.11 Participación del sector industrial por jóvenes emprendedores (% de TEA) en países iberoamericanos, GEM 2015 y elaboración propia

| País | Nuevo producto para algunos / todos los clientes Y pocas/ ninguna empresa ofrece el mismo producto [18-24 años] | Nuevo producto para algunos / todos los clientes Y pocas/ ninguna empresa ofrece el mismo producto [25-34 años] |
|----------------------------|---|---|
| Argentina | 18,1 | 23,3 |
| Bolivia* | 33,7 | 26,3 |
| Brasil | 18,3 | 17,8 |
| Chile | 50,3 | 58,7 |
| Colombia | 39,6 | 30,1 |
| Costa Rica* | 22,6 | 17,6 |
| Ecuador | 24,4 | 27,2 |
| El Salvador* | 17,1 | 20,6 |
| España | 33,0 | 27,1 |
| Guatemala | 35,6 | 44,6 |
| Honduras* | 36,2 | 39,8 |
| México | 26,2 | 17,7 |
| Nicaragua* | 36,2 | 39,8 |
| Panamá | 32,4 | 30,6 |
| Paraguay* | 24,5 | 23,6 |
| Perú | 11,6 | 14,5 |
| Portugal | 28,7 | 39,5 |
| República Dominicana* | - | - |
| Uruguay | 30,7 | 21,4 |
| Venezuela* | 15,9 | 14,9 |
| TOTAL [media no ponderada] | 28,2 | 28,2 |

* Estimación basada en criterios GEI-GEM

De acuerdo con el Informe Global GEM 2015, los niveles medios de innovación aumentan con el nivel de desarrollo [21% para las economías impulsadas por factores, el 24% conducidas por la eficiencia y el 31% para las economías impulsadas por la innovación]. La Tabla 3.11 indica que, de media, poco más de una cuarta parte de los jóvenes empresarios iberoamericanos creen que sus productos son innovadores.

Desde el punto de vista de cada país, los jóvenes de Perú tienen los niveles más bajos de innovación. Los niveles más altos de innovación pueden verse en Chile, donde más de la mitad de los emprendedores declaran que tienen productos o servicios innovadores, seguido por Guatemala. Esta característica de los jóvenes emprendedores chilenos, junto con su relativamente alto índice TEA y perfil equilibrado del sector de la industria, sugiere un futuro positivo para la economía chilena.

A pesar de que los niveles de innovación son moderados en todos los países iberoamericanos, hay que señalar que la mayoría de los jóvenes emprendedores están activos en el sector de servicios al consumidor [Tabla 3.11] donde es probable que exista alta competencia para sus productos/ servicios. Esto impone desafíos importantes para estos emprendedores que cosechan la ventaja competitiva que necesitan para generar beneficios saludables y empresas viables a largo plazo. Como se indica en la sección sobre el sector de la industria, muchos de los países iberoamericanos necesitan diversificar sus ofertas dentro del sector de servicios más amplio, con el fin de mejorar su competitividad y productividad.

■ ■ **En la región una persona entre 24 y 35 años tiene alrededor de 1.4 veces más probabilidades de estar implicada en un nuevo proyecto empresarial en comparación con la juventud joven ■ ■.**

3.6 Resumen de los perfiles de emprendimiento juvenil, por país

Esta sección parte de los datos recabados o estimados sobre las dinámicas emprendedoras antes expuestas al objeto de proporcionar algunas claves sobre las fortalezas y desafíos del emprendimiento juvenil en cada uno de los estados iberoamericanos.



ARGENTINA

Aunque existe un nivel positivo de atención de los medios a los emprendedores de Argentina, la actitud de la sociedad hacia el emprendimiento están por debajo de la media de los países iberoamericanos. Resulta preocupante que solo la mitad de los que tienen de 25 a 34 años cree que los emprendedores de éxito tienen un alto estatus social. Alrededor de la mitad de la juventud argentina percibe buenas oportunidades de emprendimiento en las áreas en las que viven, mientras que un tercio de los jóvenes expresan una intención de iniciar un negocio en los próximos tres años, en línea con la media de los países iberoamericanos.

Un hallazgo alentador es que dos tercios de la juventud mayor cree que tienen las habilidades y capacidades para dirigir un negocio.

La juventud, en su conjunto, es cuatro veces más propensa a ejercer una actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos [35 años y mayores]. Las tasas de actividad emprendedora en la fase inicial están en línea con los promedios iberoamericanos, con la excepción de las tasas de propiedad de negocios nuevos entre la juventud joven, que es un tercio más bajo que la media global. Un hallazgo alentador es que las tasas de negocios consolidados entre la juventud mayor son sólidas. La mitad de la juventud mayor cesa sus negocios debido a la falta de rentabilidad, mientras que los motivos personales/familiares son un motivo de especial importancia para el abandono de la empresa entre la juventud joven (que afecta a una tercera parte de estos emprendedores).

La paridad de género en términos de la implicación emprendedora es buena, sobre todo entre la juventud joven. Las mujeres de 18 años a 24 años son más propensas a estar involucradas en la actividad en la fase inicial que sus homólogos masculinos, mientras que nueve mujeres en este grupo de edad se dedican a la actividad de una empresa consolidada por cada diez hombres. Entre la juventud mayor, la proporción de mujeres a hombres para la actividad en fase inicial es también 09/10. Sin embargo, para la actividad de una empresa consolidada la proporción solo es de 06/10. El emprendimiento impulsado por la necesidad es relativamente alto entre la juventud mayor [37%], lo que es motivo de preocupación. El emprendimiento femenino impulsado por la necesidad en este grupo de edad es

particularmente alto, concretamente, son igual de propensas a estar impulsadas por la necesidad, que por la oportunidad.

El acceso a la financiación es un problema considerable para la juventud argentina, que depende en gran medida de sus propios ahorros para financiar sus iniciativas emprendedoras. La parte del dinero total necesario para la iniciativa procedente de los fondos propios de los emprendedores es del 80% para la juventud joven y el 87% para la juventud mayor. La familia es la segunda fuente de financiación más común para jóvenes emprendedores argentinos, siendo un tercio el que accede a la financiación por medio de las redes familiares.

La mayoría de la actividad emprendedora (dos tercios) se encuentra en el sector de servicios al consumidor. Sin embargo, un signo alentador es que una quinta parte de la juventud mayor se encuentra en el sector de servicios a empresas. Alrededor de dos tercios de los emprendedores en fase inicial proporcionan empleo al menos a otra persona, en línea con la media iberoamericana. No obstante, los niveles de innovación son inferiores a los de la media para ambos grupos de edad, probablemente vinculados a la alta prevalencia de empresas de jóvenes en el sector de los servicios al consumidor. El acceso a las nuevas tecnologías asequibles es un problema, concretamente entre la juventud mayor (más del 80% de este grupo de edad no utiliza las nuevas tecnologías en sus negocios).

BOLIVIA

Bolivia se encuentra en un proceso de transición desde una economía basada en recursos a otra centrada en la eficiencia homologable a las del resto de países latinoamericanos. La bonanza económica experimentada por el país -entre 2004 y 2014 la economía boliviana creció a una tasa anual promedio del 4,9% debido a los altos precios de las materias primas y una política macroeconómica prudente- ha hecho que la pobreza y la desigualdad se reduzcan significativamente. Esta evolución ha ido acompañada de un incremento de la formalidad en la actividad económica y en la reducción del emprendimiento de subsistencia.

Según el último estudio GEM que se realizó en 2014, Bolivia presenta una de las tasas de actividad emprendedora más altas de América Latina y del mundo [27,4%], incluso en lo que se refiere al emprendimiento de oportunidad entre las economías basadas en recursos. Sin embargo, tal y como refleja el puesto 97 mundial que obtiene en la clasificación GEI, el marco institucional no acompaña los buenos resultados que muestran los indicadores individuales.

Esta importante diferencia entre el marco formal y el resto de condicionantes se reproduce en la encuesta a los expertos realizada para el presente estudio. Así, los encuestados dan al conjunto del entorno emprendedor de Bolivia una nota de 3,95 sobre 9; esto es, tres décimas por debajo de la media del entorno de los países miembros de OIJ. Y ello pese a que son más los aspectos en los que Bolivia va por delante que por detrás del conjunto de Estados analizados.

El país obtiene sus mejores resultados en infraestructuras físicas, normas sociales y culturales [5,26], infraestructuras comerciales y profesionales y dinámica del mercado nacional. Las áreas en las que obtiene las puntuaciones más bajas son los que tienen que ver con las políticas y programas gubernamentales. Los encuestados coinciden en indicar que es el sistema impositivo y la burocracia el mayor obstáculo para los jóvenes que desean iniciar una actividad empresarial de nuevo cuño. Los programas de apoyo y la importancia que tienen los jóvenes emprendedores en las prioridades del gobierno nacional obtienen también calificaciones muy bajas.

El principal avance que ha habido en el ecosistema emprendedor en los últimos años es que cada vez va calando más la idea en la sociedad civil y el tejido empresarial de que los emprendedores son importantes para el futuro del país y su transitar hacia una economía diversificada y competitiva; razón por la cual han surgido varias iniciativas, aunque de alcance reducido y solo en algunos casos con apoyo de gobiernos por debajo del nivel nacional.

Las condiciones del entorno para los jóvenes emprendedores de Bolivia están tres décimas por debajo de las que los expertos asignan al conjunto de los países pertenecientes a OIJ, quedándose en una nota global de 4,0.

Una de las características de las puntuaciones que recibe Bolivia es que varían de manera significativa en función del aspecto que se analice. Bolivia aprueba en opinión de los encuestados en infraestructuras físicas [5,5], normas sociales y culturales [5,26], infraestructuras comerciales y profesionales [4,88] y el funcionamiento del mercado interior [4,8]. De hecho, en los tres últimos obtiene notas por encima del promedio de los países analizados, destacando las cuatro décimas de diferencia en cuanto a disponibilidad de servicios comerciales y profesionales y las tres de la dinámica interior y las normas sociales.

En aspectos tales como las barreras de entrada y regulaciones [4,36], la educación y formación [4,28], la transferencia de I+D [3,47] y la financiación a emprendedores [3,27] se encuentra ligeramente por debajo del aprobado, aunque en algunos casos por delante de la media OIJ, como los obstáculos regulatorios y la educación y formación, con cuatro y dos décimas de ventaja respectivamente.

No obstante, en lo que se refiere a los capítulos que tratan de la actuación gubernamental las puntuaciones medias son ostensiblemente bajas, si bien es cierto que la disparidad de opiniones en este punto entre los expertos también es considerable. De este modo, los encuestados valoran con un 2,86 los programas de apoyo del gobierno y con un 2,62 la importancia que tienen los jóvenes emprendedores en la agenda pública. En todo caso, el aspecto más negativamente valorado son los impuestos y la burocracia, siendo la nota asignada de 2,12. En estas tres materias la brecha con el resto de los Estados que son objeto de estudio supera las diez décimas.

BRASIL

Los jóvenes brasileños tienen actitudes altamente positivas de la sociedad hacia el emprendimiento, siendo más del 80% de la juventud los que ven el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional y creen que los emprendedores de éxito tienen un alto estatus social. Sin embargo, solo el 40% de los jóvenes brasileños perciben buenas oportunidades emprendedoras en las áreas en las que viven, por debajo de la media de los países iberoamericanos. Además, los niveles de miedo al fracaso son considerablemente superiores a la media iberoamericana, particularmente entre la juventud mayor, donde la mitad de los jóvenes informan que el miedo al fracaso les frenaría a la hora de buscar oportunidades.

La juventud, en su conjunto, es 2,6 veces más propensa a ejercer una actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos (35 años y mayores), una de las proporciones más bajas en los países iberoamericanos. La tasa de actividad emprendedora naciente es baja (en concreto entre la juventud mayor, solo la mitad de la media iberoamericana). Sin embargo, un hallazgo más positivo es que Brasil tiene la tasa más alta de propiedad de nueva empresa, así como la tasa de actividad empresarial consolidada, más del doble de la media de los países iberoamericanos. Aunque las tasas de cese de negocios son relativamente altas, Brasil tiene uno de los porcentajes más altos (más del 30%) de juventud joven emprendedora que abandona por razones positivas: ya sea una oportunidad para vender o un nuevo trabajo/ oportunidad.

La paridad de género en cuanto a la implicación emprendedora es muy buena. Las mujeres de 18 a 24 años son más propensas a estar implicadas en la actividad en fase inicial que sus homólogos masculinos, mientras que Brasil muestra la mejor paridad de género entre los países iberoamericanos en términos de actividad empresarial consolidada, siendo las mujeres jóvenes en las dos categorías de edad las que superan a sus homólogos masculinos en cuanto a tasas de empresas consolidadas. El emprendimiento impulsado por la necesidad es superior entre la juventud joven, lo cual es preocupante. Los emprendedores de este grupo de edad tienen casi las mismas probabilidades de estar motivados por la necesidad que por la oportunidad. Más de la mitad de las jóvenes emprendedoras en Brasil se ven empujadas al emprendimiento por necesidad.

La tasa es particularmente alta entre las mujeres de 18 a 24 años, un 62%, más del doble de la media de los países iberoamericanos. Esto es, sin duda, motivo de preocupación.

Las necesidades medias de financiación inicial entre jóvenes emprendedores brasileños son modestas (entre las más bajas de la muestra). Sin embargo, el acceso a la financiación sigue siendo un problema considerable para los jóvenes, que depende en gran medida de sus propios ahorros para financiar sus proyectos empresariales. La parte del dinero total necesario para la iniciativa empresarial procedente de los fondos propios de los emprendedores es del 90% para la juventud joven y el 87% para la juventud mayor. La familia es la segunda fuente más común de financiación para jóvenes emprendedores brasileños.

Dos tercios de la actividad emprendedora entre la juventud joven está en el sector de los servicios al consumidor, mientras que una cuarta parte de la actividad es en el sector transformador. Entre la juventud mayor, más de un tercio de los emprendedores en la fase inicial se encuentran en el sector transformador, la proporción más alta entre los países iberoamericanos. Asimismo, el país tiene la proporción más alta de emprendedores en fase inicial que no contribuyen a la creación de empleo: el 63% de 18-24 años y el 54% de la juventud mayor está en esta categoría. Esto podría estar relacionado con alto nivel de emprendedores motivados por la necesidad entre los jóvenes brasileños. Brasil también tiene las expectativas de crecimiento más bajas, con menos del 60% de los jóvenes emprendedores que tengan previsto crear al menos un puesto de trabajo adicional durante los próximos cinco años, probablemente una valoración realista, dado el actual clima de recesión. Los niveles de innovación son bajos, en particular entre la juventud mayor. El acceso a la nueva tecnología asequible es un problema en ambos grupos de edad, siendo más del 90% de los jóvenes emprendedores los que no utilizan las nuevas tecnologías en sus empresas.

CHILE

Los jóvenes chilenos tienen en general actitudes positivas de la sociedad hacia el emprendimiento, en torno a dos tercios de la juventud ven el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional y creen que los emprendedores de éxito tienen un alto estatus en la sociedad. Además, Chile muestra el más alto nivel de percepción de oportunidades entre los países iberoamericanos: más del 60% de los jóvenes perciben buenas oportunidades emprendedoras en las áreas donde viven, sustancialmente por encima de la media iberoamericana. Otro aspecto positivo es que más de dos tercios de la juventud mayor confía en su capacidad para dirigir un negocio. Más de la mitad de los jóvenes expresan su intención de poner en marcha un negocio en los próximos tres años, bastante superior a la media para los países iberoamericanos, y un hallazgo más alentador.

La juventud, en su conjunto, es fuertemente emprendedora: tiene alrededor de nueve veces más probabilidades de ejercer una actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos [35 años y mayores]. La juventud mayor es notablemente más emprendedora que la juventud joven, y tiene más del doble de probabilidades de participar en la actividad emprendedora naciente, en comparación con la juventud joven. Un poco menos de un tercio de la juventud mayor en Chile se dedica a la actividad TEA, la segunda proporción más alta en la muestra iberoamericana. Sin embargo, la actividad empresarial consolidada es inferior a la media iberoamericana para ambos grupos de edad, una causa de preocupación, dado el sólido nivel de actividad TEA en el país. Las tasas de cese de negocios son relativamente altas, especialmente entre la juventud mayor, la mayoría abandona la actividad por motivos familiares o personales (más de un tercio) en ambos grupos de edad.

La paridad de género en cuanto a la participación emprendedora es buena. En los dos grupos de edad, siete mujeres se dedicaron al emprendimiento en la fase inicial por cada diez hombres emprendedores en 2015. Los hombres y mujeres jóvenes en ambos grupos de edad muestran niveles casi idénticos de participación en la actividad empresarial consolidada, un hallazgo positivo. El emprendimiento motivado por la oportunidad es particularmente alto entre la juventud joven (más del 80%), mientras que la juventud mayor también

muestra sólidos niveles de motivación por la oportunidad. Las altas tasas de oportunidad entre la juventud joven están impulsadas en gran medida por la motivación de la oportunidad entre hombres en este grupo de edad (más del 90%). Alrededor de un tercio de las jóvenes emprendedoras, en ambos grupos de edad, son empujadas hacia el emprendimiento por necesidad.

Cerca de tres cuartas partes del dinero total necesario para iniciativas emprendedoras juveniles en Chile provienen de los fondos propios de los emprendedores. El gobierno es una fuente especialmente importante de financiación emprendedora en Chile, financiando a alrededor de un tercio de los jóvenes emprendedores. Los bancos también proporcionan fondos para alrededor del 30% de los emprendedores chilenos.

Las tres cuartas partes de la actividad emprendedora entre la juventud joven se encuentran en el sector de servicios al consumidor. Entre la juventud mayor, la participación de la industria es más equilibrada. Solo más de la mitad de la actividad emprendedora se encuentra en el sector de servicios al consumidor, con una cuarta parte en el sector transformador y un saludable 19% en el sector de servicios empresariales. Un hallazgo más alentador es que más del 90% de la juventud joven emplea al menos a una persona distinta al propietario, mientras que el 28% proporciona empleo a seis personas o más. El 80% de la juventud mayor emplea al menos una persona adicional, mientras que el 35% proporciona empleo a seis personas o más. Los jóvenes emprendedores chilenos también tienen altas expectativas de crecimiento, siendo más del 90% de los jóvenes emprendedores los que esperan crear al menos un puesto de trabajo adicional durante los próximos cinco años y alrededor del 40% con aspiraciones de crecimiento de medio a alto (más de 6 empleos). En Chile están los niveles más altos de innovación: más de la mitad de los emprendedores declara que tienen productos o servicios innovadores. Esta característica de los jóvenes emprendedores chilenos, junto con su relativamente alto índice TEA y perfil equilibrado del sector de la industria, sugiere un futuro positivo para la economía chilena.

COLOMBIA

Colombia muestra un alto nivel de atención de los medios hacia el emprendimiento, así como actitudes positivas de la sociedad hacia el emprendimiento, alrededor de dos tercios de los jóvenes ven la actividad emprendedora como una buena elección de carrera profesional y creen que los emprendedores de éxito tienen un alto estatus en la sociedad. La juventud joven muestra el más alto nivel de percepción de oportunidades entre los países iberoamericanos en este grupo de edad [64%], al tiempo que más de la mitad de los jóvenes (en ambos grupos de edad) expresan una intención de iniciar un negocio en los próximos tres años. Esto es alentador, y es probable que esté relacionado con las numerosas iniciativas y programas, a cargo de una variedad de partes interesadas, centradas en fomentar el emprendimiento entre los jóvenes de Colombia.

Los jóvenes, en su conjunto, son fuertemente emprendedores, tienen alrededor de siete veces más probabilidades de ejercer una actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos [35 años y mayores]. Los índices TEA entre los jóvenes son bastante sólidos, alrededor de una quinta parte de los jóvenes está implicada en la actividad emprendedora en la fase inicial. Sin embargo, la actividad empresarial consolidada es inferior a la media iberoamericana para la juventud mayor, algo preocupante dado el nivel saludable de actividad de TEA en el país. Las tasas de cese de negocios están muy en línea con la media iberoamericana. Más del 30% de la juventud joven abandona por razones positivas [oportunidad de vender u otro trabajo/oportunidad]. Una preocupación potencial, sin embargo, es que una quinta parte de la juventud mayor cita problemas para acceder a la financiación como el motivo para abandonar la actividad empresarial.

En la categoría de edad de 18 a 24 años, Colombia muestra una diferencia significativa de género: los hombres jóvenes tienen el doble de probabilidades de participar en TEA, en comparación con las mujeres jóvenes, y tres veces más probabilidades de dedicarse a la actividad empresarial consolidada. Sin embargo, Colombia muestra una mejora considerable en la paridad de género entre la juventud mayor: por cada diez emprendedores hombres, ocho mujeres se dedican a TEA. Lo mismo se aplica a la actividad empresarial consolidada. El 70% de la actividad emprendedora en ambas categorías de edad está motivada por la oportunidad, en línea con la

media iberoamericana. Más del 30% de las jóvenes emprendedoras, en ambos grupos de edad, son empujadas hacia el emprendimiento por necesidad.

Los jóvenes emprendedores colombianos dependen mucho menos de sus propios ahorros en comparación de lo que es habitual para los países iberoamericanos, indicando que la cuota más baja de inversión proviene de los propios fondos de los emprendedores [menos de la mitad de la juventud joven y el 60% para la juventud mayor]. Los emprendedores colombianos hacen un uso sustancial de una variedad de fuentes de financiación. La mitad de la juventud joven accede a los fondos de la familia o de los bancos, mientras que los empleadores y el gobierno desempeñan un papel activo en el apoyo financiero a los emprendedores en ambos grupos de edad. Los colombianos también aprovechan al máximo el uso de opciones de financiación más sofisticadas: una cuarta parte utiliza fuentes de capital de riesgo/privado y el 13% utiliza el crowdfunding.

Los jóvenes emprendedores colombianos en los dos grupos de edad muestran un perfil equilibrado de participación del sector de la industria. Este es concretamente el caso entre la juventud mayor: solo el 40% de la actividad emprendedora se encuentra en el sector de los servicios al consumidor, con una cuarta parte en el transformador y una tercera parte en el sector de servicios a empresas. Un hallazgo más alentador es que casi el 90% de la juventud joven emplea al menos una persona que no sea el propietario, mientras que más del 60% de los emprendedores en este grupo de edad emplea a seis o más personas. Más del 80% de la juventud mayor emplea al menos a una persona adicional, mientras que la mitad proporciona empleo a seis personas. Junto con el robusto índice TEA de Colombia, esto sugiere que la juventud emprendedora hace una contribución sólida al empleo. Colombia también tiene las más altas expectativas de alto crecimiento por un margen considerable: alrededor de dos tercios de los jóvenes emprendedores en este país esperan crear seis o más puestos de trabajo en los próximos cinco años. Los niveles de innovación son relativamente altos, en concreto entre la juventud joven. Colombia es también el líder en términos de absorción positiva de última tecnología: una cuarta parte de la juventud joven y el 16% de la juventud mayor utilizan la tecnología más avanzada.

COSTA RICA

La dinámica emprendedora de Costa Rica es la correspondiente a un país que se encuentra en la posición media en el panorama latinoamericano. Aunque las condiciones de su entorno emprendedor no presentan grandes estridencias negativas respecto a las de otros países de referencia, son claramente insuficientes y mejorables, para sustentar y promover una dinámica emprendedora capaz de resultar en proyectos sostenidos que generen innovación y desarrollo económico.

Si bien no destaca negativamente en ninguna de las variables de entorno, ni su nota media ni la práctica totalidad de los indicadores logran superar el 4,5 en una puntuación sobre 9. Tan solo las infraestructuras físicas y las normas sociales y culturales, como se verá con más detalle más adelante, obtienen una puntuación aceptable.

Por este motivo es lógico que Costa Rica continúe estancada en la misma posición que ha venido manteniendo en los últimos años.

Todos los indicadores agregados publicados por las principales instituciones en temas de emprendimiento arrojan resultados consistentes con estas afirmaciones. Tanto TEA del Global Entrepreneurship Monitor como el GEI del Global Entrepreneurship and Development Institute sitúan al país unas veces por debajo y otras por encima de la media, pero en posiciones bastante centradas.

El último TEA disponible de GEM [2014] hablaba de una tasa TEA de 11.3%, ubicándose por debajo del promedio de los países de América Latina y el Caribe. Ese mismo informe señaló que el 46% de los nuevos emprendedores en Costa Rica tienen menos de 34 años de edad. Si se analizan los resultados para el grupo etario juvenil, la TEA para jóvenes entre 18 y 29 años de edad es de 9.4% en ese país. El GEDI 2017 por su parte sitúa el Global Entrepreneurship Index [GEI] de Costa Rica en 31,01, algo más de 2 puntos por encima de la media de los países latinoamericanos [28.75].

También la OIT en un estudio reciente para el OIJ, situaba al país en unas posiciones bastante inferiores a la media de países del entorno en los cuatro indicadores estudiados que tenían más relación con el emprendimiento juvenil [cuentapropistas y empleadores jóvenes].

En cualquier caso, tal y como se ha comentado, el estudio realizado ad-hoc para esta publicación arroja unos resultados coherentes con estos índices y reafirma la necesidad de intensificar los esfuerzos tanto públicos como privados en las condiciones de entorno que deben impulsar la acción emprendedora de los más jóvenes.

Acciones vinculadas al impulso emprendedor en la educación, tanto en secundaria como en educación superior y universitaria. Acciones, también dirigidas a mejorar y reforzar el ecosistema de agentes con capacidad para apoyar, asesorar y tutelar a los emprendedores. A pesar de haber experimentado una cierta mejoría en los últimos años, es necesario apostar por el fortalecimiento y coordinación del ecosistema de agentes, pieza clave en cualquier dinámica emprendedora regional.

Lo anterior, sin olvidar los aspectos vinculados a los incentivos fiscales, cargas administrativas y acceso a una financiación adecuada que pueden lastrar el surgimiento o desarrollo de proyectos con verdadero potencial.

Tal y como hemos comentado en la sección anterior, la encuesta a los expertos presenta una radiografía de las condiciones de entorno emprendedor que prácticamente clava la media de los países del entorno.

La valoración de las condiciones marco de la actividad emprendedora arroja para el caso de Costa Rica una valoración de 4,62 lo que sitúa al país en una posición muy cercana a la media de los países. Las variables estudiadas son las que inciden más directamente en la dinámica emprendedora en general y juvenil en particular, a saber: la financiación del emprendimiento, las normas sociales y culturales, los programas y políticas gubernamentales, la transferencia de investigación y desarrollo, la dinámica del mercado interno o la infraestructura física y comercial.

Costa Rica puntúa ligeramente por encima de la media de sus respectivos en casi todas, apareciendo por debajo únicamente políticas gubernamentales de impuestos y burocracia y prácticamente en la media -aunque ligeramente por debajo- las normas sociales y culturales y la infraestructura física.

De las variables analizadas ninguna supera claramente la media, ni por encima ni por debajo. Quizá, podríamos mencionar la de los programas gubernamentales que supera la media en 0,82 puntos y que podría explicarse por los esfuerzos que en los últimos años han realizado agentes tanto públicos como privados por reforzar el ecosistema de apoyo a los emprendedores.

Sin embargo, como hemos tenido la oportunidad de comentar a colación del estudio de otros países de la región, el hecho de que en este aspecto, Costa Rica se sitúe por encima -tan escasamente además, como vemos- del resto de países de su entorno, ni mucho menos puede hacernos afirmar que la situación sea satisfactoria. Y esto es así porque la puntuación obtenida [4,97 sobre 9] en términos absolutos supera justo el aprobado. Es necesario, por tanto, en este aspecto continuar con los esfuerzos iniciados.

Otro de los aspectos positivos del estudio es el relativo al de las políticas gubernamentales vinculadas al apoyo y la relevancia. Este es otro aspecto en el que se ha hecho hincapié en los últimos años y parece estar dando sus frutos. No obstante, como se ha comentado en el caso anterior con los programas gubernamentales, los valores absolutos son todavía bajos [4,53 sobre 9] por lo que es necesario no cejar en el esfuerzo porque a la vista de los datos está dando sus frutos.

También son positivos los datos relativos al mercado interno en cuanto a los obstáculos y regulaciones de entrada y a los correspondientes a las infraestructuras comerciales y profesionales. Aquí, Costa Rica, destaca de nuevo frente a la media de los países latinoamericanos. En el primero, supera la media en casi un punto [0,92] al arrojar una valoración global de 4,92 y en el segundo la supera en 0,76 con un valor absoluto de 5,25. En esta última obtiene, además, la puntuación más alta de todos los países del entorno OIJ.

En la vertiente negativa de estas condiciones marco para la actividad emprendedora juvenil en Costa Rica en términos comparativos, encontramos únicamente la variable correspondiente a impuestos y burocracia. Es un dato relativo negativo en tanto en cuanto se sitúa 0,54 puntos por debajo de la media y lo es también en términos absolutos puesto que su puntuación de 2,97 no solo es objetivamente

baja sino que sitúa a Costa Rica en la quinta peor posición de los países de la región.

El resto de variables, como se ha comentado, no destacan ni por lo positivo ni por lo negativo de una manera especial en términos relativos, aunque como es tónica habitual en los países de la región todavía tienen mucho margen de mejora.

El emprendimiento y el ejercicio de actividades económicas por cuenta propia en Cuba se encuentra en fase embrionaria, pese a los pequeños avances que se han observado durante los últimos años. El 25 de octubre del año 2010 se publicó en la Gaceta Oficial de la República de Cuba un paquete de medidas legislativas para promover el trabajo por cuenta propia y desde entonces se identifica el emprendimiento con el trabajo por cuenta propia y con los pequeños negocios y micropymes.

Asimismo, en diciembre de 2012 se aprobó el decreto Ley 305 por el que se permite la creación de cooperativas no agropecuarias, aunque su impacto ha sido limitado pues en 2014 solo 5.500 trabajadores habían optado por esta fórmula.

Entre el año 2010 y el año 2011 el número de trabajadores por cuenta propia aumentó de forma muy importante pasando de los 147.400 trabajadores en 2010 a 391.500 en 2011 y desde entonces ha venido experimentando un aumento sostenido hasta alcanzar los 483.400 trabajadores por cuenta propia en 2014. Las mujeres representan el 35% del total de los trabajadores de este tipo.

Los negocios que se ponen en marcha en Cuba son poco intensivos en tecnología. El acceso a nuevas tecnologías -incluso a algunas tecnologías maduras- es complicado y la mayor parte de las cerca de 200 actividades aprobadas para el trabajo por cuenta propia son de carácter tradicional, siendo las más habituales las de elaborador de alimentos, carretillero, trabajador contratado, mensajero, arrendador o transportista, aunque también encontramos otras que van desde artista plástico o escritor u otras como forrador de botones.

Existen importantes demoras en la conexión a suministros básicos que pueden superar el año en el caso del acceso a teléfono y más tiempo en el caso de Internet, o a un mes en el caso de la electricidad y a una semana en el caso del agua.

El mercado de crédito en Cuba está poco desarrollado y existe limitada experiencia en el desarrollo de avales y garantías. Los emprendedores cubanos demandan cuantías reducidas de financiación que en general son proporcionales a los proyectos de autoempleo o pequeño negocio familiar. La fuente de financiación más habitual son los familiares y amigos [F&F&F]. El acceso a financiación bancaria

es escaso y el uso de otras fuentes financieras es prácticamente nulo.

Pese a que desde 2011 los particulares pueden solicitar créditos bancarios por importe superior a los 3.000 pesos cubanos, las experiencias de este tipo son todavía escasas.

El régimen aduanero cubano se encuentra fuertemente burocratizado y las posibilidades de internacionalización y la apertura hacia nuevos mercados por parte de los emprendedores son muy exiguas. Las iniciativas emprendedoras entre los jóvenes cubanos son prácticamente residuales concentrándose la mayoría de ellas en hombres de entre 36 y 55 años que desarrollan pequeños proyectos de emprendimiento o actividades por cuenta propia. Los emprendedores consideran que el reconocimiento y la credibilidad que reciben son escasos.

Los expertos encuestados, no obstante, otorgan una valoración general de las condiciones marco de actividad emprendedora bastante cercano al de la media de los países latinoamericanos, incluso ligeramente superior [4,20 frente a 4,18 del promedio].

De todos los condicionantes que influyen en la puesta en marcha de un negocio los bloques que los emprendedores cubanos valoran de manera más positiva son las infraestructuras físicas y las políticas gubernamentales de apoyo y relevancia. Especialmente positiva es la consideración de los expertos respecto al sistema fiscal y la regulación laboral, en gran medida por su simplicidad y por su estabilidad.

En el extremo contrario, el bloque peor valorado es el relativo a los programas gubernamentales sobre emprendimiento.

Los expertos reconocen un gran déficit de programas públicos específicos de apoyo a las iniciativas emprendedoras, resultando en una valoración de 2,14 frente a la media de 4.06 de la región. La puntuación en este ámbito es la más baja de los 21 países analizados tan solo comparable con la obtenida por Venezuela [2,63] y Bolivia [2,86]. Ni que decir tiene que es este un punto a acometer de manera especialmente urgente para favorecer el impulso de la actividad emprendedora en general y juvenil en particular.

Una situación bastante parecida a la de los programas gubernamentales es la de la financiación emprendedora en Cuba. La valoración de 2,95 otorgada a esta variable vuelve a situar a Cuba entre los países de la región con mayor déficit de herramientas de financiación para los emprendedores. En este caso Cuba solo supera, aunque con poco margen a Argentina, Nicaragua, Honduras, Perú, Venezuela y la República Dominicana. La práctica totalidad de los emprendedores cubanos recurren a la financiación proveniente exclusivamente de familiares y amigos. Solo el 14% ha recibido financiación bancaria todavía en un estadio muy primario de su desarrollo. No se registra en Cuba financiación por canales alternativos a los dos anteriores como ángeles inversores o venture capital, como tampoco se han registrado casos de financiación proveniente de fundaciones, agencias gubernamentales u organismos de cooperación. Especialmente negativa es la facilidad de acceso a subvenciones públicas para acometer emprendimientos.

Existe una percepción buena de los servicios profesionales de apoyo que recibe el emprendedor. El servicio que mejor se valora es el acceso a consultores especializados, aunque con escasa diferencia con los servicios legales y fiscales.

Una de las principales dificultades del emprendedor cubano es el acceso a ciertos suministros e infraestructuras y en concreto en el acceso a teléfono/Internet y transporte. Con bastante más rapidez se reciben sin embargo otros suministros como los de agua, electricidad y gas.

La burocracia es un importante obstáculo a la hora de llevar a cabo actividades ordinarias de gestión empresarial y es una de las principales causas de las complicaciones en el acceso a suministros o a medios de transporte. La burocracia representa un problema, especialmente en la actividad aduanera de importación y exportación de productos, pero en el momento de la puesta en marcha de la actividad económica se valora como una dificultad moderada.

Los expertos encuestados consideran muy complicado acceder a mercados internacionales.

Ecuador destaca en cuanto a su alto nivel de atención de los medios: más de tres cuartas partes de los jóvenes creen que hay alta visibilidad en los medios para los emprendedores de éxito. Alrededor de dos tercios de los jóvenes creen que los emprendedores de éxito tienen un alto estatus social. Sin embargo, la puntuación de la actividad emprendedora como una buena elección profesional está por debajo de la media iberoamericana. La mitad de la juventud ve buenas oportunidades para iniciativas emprendedoras, y la misma proporción expresa la intención de iniciar un negocio en los próximos tres años. Un hallazgo particularmente alentador es que la juventud ecuatoriana tiene las puntuaciones más altas en la creencia de que tienen el conocimiento, habilidades y experiencia necesarias para iniciar una nueva empresa: 68% para la juventud joven y el 73% para la juventud mayor.

Los jóvenes, en su conjunto, son cuatro veces más propensos a ejercer una actividad emprendedora en fase inicial en comparación con los adultos [35 años y mayores]. Los jóvenes de Ecuador son los más emprendedores, en comparación con los otros países de Iberoamérica: el 30% de la juventud joven y el 39% de la juventud mayor participan en la actividad emprendedora en la fase inicial. Estos altos índices TEA están impulsados principalmente por las tasas de negocios nacientes, que son más del doble de la media iberoamericana. La juventud en Ecuador también muestra una de las tasas más altas de propiedad de empresas consolidadas en las dos categorías de edad [más del doble de la media de los países iberoamericanos], un hallazgo más alentador. Las razones más comunes por las que la juventud joven cesa sus negocios son la falta de rentabilidad o razones personales/familiares [más de un tercio en cada caso]. Un problema potencial es que un tercio de la juventud mayor cita la falta de rentabilidad y un cuarto cita problemas para acceder a la financiación como motivo de abandono de los negocios.

La paridad de género en cuanto a la participación emprendedora es buena. Hombres y mujeres jóvenes en ambos grupos de edad muestran niveles casi idénticos de participación en la actividad emprendedora en la fase inicial, un hallazgo positivo. Entre la juventud más joven, las mujeres tienen más probabilidades de implicarse en actividades de una empresa consolidada que los hombres. La mayoría de la actividad emprendedora en ambas categorías

de edad está motivada por la oportunidad, en concreto entre la juventud joven [79%]. La motivación por la oportunidad es particularmente alta entre los hombres de 18 a 24 años [84%]. Entre la juventud mayor, hay muy poca diferencia entre los géneros en relación con la motivación por la oportunidad: ambos géneros muestran tasas de más del 70%.

Los jóvenes emprendedores dependen en gran medida de sus propios ahorros: el 70% de los requisitos iniciales de financiación proceden de los fondos propios de los emprendedores. Los bancos [alrededor del 40%] desempeñan un papel activo en el apoyo a los emprendedores en ambos grupos de edad, mientras que un tercio de los emprendedores acceden a los fondos de las redes familiares.

La mayoría de la actividad emprendedora [tres cuartas partes] se encuentra en el sector de los servicios al consumidor. Esto se mantiene en las dos categorías de edad. Una preocupación es que los jóvenes ecuatorianos tienen la implicación más baja en el sector de servicios a empresas de todos los países iberoamericanos en la muestra [especialmente entre la juventud mayor, en menos de un tercio de la media iberoamericana]. Un hallazgo alentador es que el 80% de los jóvenes, en los dos grupos de edad, emplean al menos a una persona que no sea el propietario. Sin embargo, la proporción que emplea a seis personas o más, está por debajo de la media iberoamericana. Alrededor del 90% de los jóvenes emprendedores esperan crear al menos un puesto de trabajo adicional en los próximos cinco años. No obstante, las expectativas de medio y alto crecimiento son solo la mitad de la media iberoamericana. Los niveles de innovación han ido disminuyendo en los últimos años, y solo el 26% de la juventud mayor ofrece un nuevo producto o servicio a un nuevo mercado, por debajo de la media iberoamericana. El acceso a la nueva tecnología asequible es un problema, más del 80% de la juventud no utiliza las nuevas tecnologías en sus negocios.

El espíritu emprendedor sigue siendo una promesa incumplida sobre todo para los jóvenes salvadoreños que deben hacer frente a un mercado laboral rígido y con pocas herramientas de educación formal. El crecimiento económico ha sido lento durante más de una década y los empleadores se han vuelto reacios a contratar a los jóvenes de los que sospechan que podrían tener relaciones con grupos criminales (pandillas o “maras”) que controlan grandes áreas de las principales ciudades. Ya que más de la mitad de los jóvenes no logran terminar la escuela secundaria, -requisito mínimo para un empleo formal, es decir, uno que ofrezca un salario fijo, prestaciones de seguro de salud y pensiones- poner en marcha una empresa debe convertirse en una atractiva estrategia de generación de ingresos para los jóvenes. Sin embargo, la falta de experiencia, habilidades y de capital desempeñan un papel importante en la restricción del ritmo del emprendimiento entre los jóvenes. En 2014, solo el 13,4% de los jóvenes (18-24) estuvieron involucrados en la actividad emprendedora en la fase inicial, en comparación con el 21,6% entre el resto de la población adulta.

Los datos GEM indican que los jóvenes tienen una opinión moderadamente menos positiva sobre el emprendimiento [72%] que el resto de la población adulta [79%]. En un país donde entre un cuarto y un tercio de la población ha emigrado en los últimos 35 años, la alternativa preferida para los jóvenes sigue siendo migrar a los EE. UU. u otro país de la región, una expectativa compartida por los jóvenes de todos los niveles socioeconómicos.

El Salvador arroja unos valores por encima de la media de los países iberoamericanos en cuanto a la percepción del emprendimiento como buena elección de carrera profesional entre ambos grupos de edad. El 77,5% de los jóvenes de entre 18 y 24 años y el 80,50% de los que tienen entre 25 y 34 años así lo perciben frente al 72,57 y el 71,06 en que se sitúan las medias de ambos grupos de edad. Por lo que se refiere al estatus de los emprendedores con éxito y la atención de los medios a los emprendedores, El Salvador se sitúa entre 1,5% y cerca de un 5% por debajo de la media de la región. Valores, por tanto, no excesivamente preocupantes pero que merece mantener controlados en previsión de evolución negativa.

La juventud salvadoreña percibe unas oportunidades al emprendimiento por debajo de la media del resto de países especialmente entre los más jóvenes. Sin embargo, la autopercepción de sus propias capacidades es superior a la media lo cual supone un dato positivo. Por el contrario, el miedo al fracaso vuelve a situarse por encima de la media lo cual contrasta con esa capacidad percibida. Ello evidencia que el miedo proviene de factores exógenos que es necesario analizar en detalle.

En general los jóvenes de El Salvador muestran una tasa de actividad emprendedora en fase inicial ligeramente inferior a la media entre la juventud joven y exactamente en la media entre juventud mayor. Los motivos para abandonar los negocios por parte de los más jóvenes salvadoreños son los habituales, la falta de rentabilidad, los motivos personales y la falta de financiación son, por ese orden las principales razones. Sorprenden el alto porcentaje de jóvenes que abandonan el negocio al encontrar una oportunidad para vender, un 11,6% frente a la media de 5,7. Ese valor lo sitúa a la cabeza de la región solo superado por México y Uruguay. Entre los jóvenes mayores los principales motivos son la falta de rentabilidad y los motivos personales. Estos dos motivos representan el 75% de los casos por los que se cesa un negocio por parte de ese grupo de edad.

Por lo que se refiere a la caracterización del emprendimiento por género cabe destacar que las mujeres presentan un TEA superior al de los hombres en el grupo de edad más joven, no así en el grupo de 25 a 34 años en el que los hombres superan a las mujeres en 3 puntos. Es preocupante el bajo valor que arroja el emprendimiento por oportunidad femenino en ambos grupos de edad. En concreto, entre las jóvenes de 18 a 24 años, es de 25,0 frente al 54,4 de la media y entre las jóvenes de 25 a 34 años un también pobre 34,4 frente al 54,5 de la media regional. Obviamente, estos valores se invierten en el emprendimiento por necesidad con valores muy superiores a la media. Revertir esta situación es un reto evidente de las políticas de apoyo al emprendimiento en El Salvador.

En línea con lo apuntado en el apartado anterior, la encuesta realizada a los expertos nos dibuja un panorama de las condiciones del entorno emprendedor por debajo de la media de los países objeto de estudio.

En general y como demuestra el índice GEM de las condiciones marco a la actividad emprendedora, El Salvador no llega al aprobado en el conjunto de variables analizadas [4,34 sobre 9] situándose ligeramente por encima de la media exacta del resto de países latinoamericanos [4,34 frente a 4,18].

Las condiciones marco analizadas agregan los aspectos fundamentales que condicionan la actividad emprendedora en general y la juvenil en particular, y que van desde la financiación del emprendimiento hasta las normas sociales y culturales, pasando por los programas y políticas gubernamentales, la transferencia de investigación y desarrollo, la dinámica del mercado interno o la infraestructura física y comercial.

De las diez variables analizadas, El Salvador puntúa por debajo de la media en seis apareciendo por encima en las que hacen referencia a las políticas gubernamentales de apoyo y relevancia, las normas sociales y culturales, la infraestructura física y la infraestructura comercial y profesional.

Cabe resaltar en este punto que estas variables que superan la media, lo hacen de una manera destacada y que sitúan a El Salvador en los primeros puestos del ranking latinoamericano. Tal es el caso de las normas sociales y culturales, en las que El Salvador obtiene la mayor calificación de todos los países analizados con 5,94 y las infraestructuras físicas con un 7,23 superado tan solo por Chile y Ecuador. Un resultado similar es el correspondiente a las políticas gubernamentales de apoyo y relevancia en las que con una puntuación de 4,58, El Salvador ocupa el tercer puesto de los países de la región tan solo superado por la República Dominicana y Ecuador y prácticamente a la par de Chile [4,57].

Los aspectos más negativos de estas condiciones marco son sin duda los relativos a la dinámica del mercado interno, a la transferencia de la investigación y desarrollo y a los programas gubernamentales de apoyo al emprendimiento junto a los impuestos y burocracia. Estos cuatro aspectos de las condiciones marco, además de que en términos absolutos quedan claramente por debajo del aprobado, en términos relativos todavía queda terreno por recorrer para situarse al nivel de la media de países del entorno y por supuesto para alcanzar a los países que ocupan los primeros puestos del ran-

king.

Por último, la financiación al emprendimiento y los obstáculos de entrada al mercado interno no destacan ni negativa ni positivamente respecto al resto de países, aunque ello no signifique que no deba prestárseles atención puesto que los resultados en términos absolutos están muy lejos de ser considerados como aceptables. Especialmente en el caso de la financiación al emprendimiento [3,15] ya que la poca diferencia respecto al entorno solo se explica por los pobres resultados que arrojan el conjunto de países latinoamericanos.

Ha emprendido en los últimos años una carrera contrarreloj para apoyar a los emprendedores, pero las actitudes de la sociedad hacia el espíritu empresarial entre los jóvenes españoles están por debajo de los promedios iberoamericanos. España tiene una de las puntuaciones más bajas de atención de los medios a los emprendedores de éxito (40%), mientras que solo la mitad de la juventud considera el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional y cree que los emprendedores tienen un alto estatus. España muestra una de las puntuaciones más bajas de percepción de la oportunidad; alrededor de un tercio de los jóvenes considera que existen buenas oportunidades de emprendimiento en sus áreas. Una cuarta parte de la juventud joven y el 46% de la juventud mayor tienen confianza en su capacidad para iniciar un negocio, por debajo de los promedios de los países iberoamericanos. Muy relacionado con lo anterior, las tasas de miedo al fracaso son elevadas: por encima del 40%. A la luz de estas percepciones sobre el emprendimiento, los bajos niveles de intención emprendedora no son sorprendentes. Las puntuaciones de España para este indicador son considerablemente más bajas que la media iberoamericana, en particular entre la juventud joven, donde solo el 5,5% de los jóvenes expresan las intenciones de emprender.

La juventud española en su conjunto es 2,5 veces más propensa a ejercer una actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos [35 años y mayores]. España tiene los índices más bajos de TEA de los países iberoamericanos por un margen considerable en ambos grupos de edad. La actividad emprendedora naciente es particularmente baja, las puntuaciones de nuevos negocios hacen la mayor parte de la contribución al índice global TEA.¹

La tasa de cese de negocios es muy similar en ambos grupos de edad. La razón más común para el cese de negocios es la falta de rentabilidad, según el 60% de los jóvenes. El hecho de encontrar otro trabajo u otra oportunidad explica un tercio de los ceses entre la juventud joven y una quinta parte entre la juventud mayor.

Los datos de este informe indican que la participación de la mujer en la actividad empresarial está por debajo de la de los hombres, siendo el desequilibrio más tenue que en la mayoría de los países de la región. Entre la juventud joven ocho mujeres están implicadas en la puesta en marcha de un negocio por cada diez hombres, mientras que entre la juventud mayor la proporción es de siete a diez. Entre la juventud mayor, una relación muy similar se aplica a la actividad empresarial consolidada. Sin embargo, entre la juventud joven los hombres son casi tres veces más propensos que las mujeres a ser propietarios de las empresas consolidadas.

La mayoría (80%) de los jóvenes están motivados por la oportunidad, un hallazgo positivo. Entre la juventud joven, las mujeres son más propensas que los hombres a estar motivadas por la oportunidad. Entre la juventud mayor, tanto hombres (86%) como mujeres (78%) muestran altas tasas de oportunidad.

La juventud joven en España se basa en los fondos propios como fuente principal de financiación (81%), mientras que una tercera parte depende de la familia como una importante fuente de financiación. Entre la juventud mayor, los emprendedores en España son menos propensos (77%) a utilizar sus propios fondos como fuente primaria, en comparación con otros países iberoamericanos. La familia y los bancos son fuentes importantes de apoyo con respecto a la financiación, utilizada por un 30% de los emprendedores.

La participación en la industria por parte de jóvenes emprendedores españoles es equilibrada, con menos del 60% de actividad en ambos grupos de edad en el sector de servicios al consumidor y la sólida participación en el sector de servicios a empresas [alrededor de un tercio], un descubrimiento alentador. La contribución de las empresas jóvenes en España para la creación de empleo es baja. La mitad de los jóvenes solo crea empleo para el propietario. Un tercio de los jóvenes emprendedores no espera crear nuevos puestos de trabajo en los próximos cinco años, el doble de la media iberoamericana. Los niveles de innovación están en

línea con la media iberoamericana. Más del 70% de la juventud mayor no utiliza las nuevas tecnologías en sus negocios. Sin embargo, el panorama es más alentador entre la juventud joven, solo la mitad no utiliza ninguna tecnología, mientras que una quinta parte utiliza la última tecnología.

4 En la interpretación de estas cifras debe tenerse en cuenta que España es, junto a Portugal, el único país iberoamericano perteneciente al grupo de las economías innovadoras en el sentido que recoge el índice de Competitividad del Foro Económico Mundial. Lo cual, dada la relación en forma de 'u' asimétrica entre grado de desarrollo y actividad emprendedora, explicaría que algunos de los indicadores antes mencionados estén significativamente por debajo de la media de la región.

GUATEMALA

Aunque la juventud considera relativamente bajos los niveles de atención de los medios a los emprendedores de Guatemala, las actitudes de la sociedad hacia el emprendimiento son fuertemente positivas: más del 90% de los jóvenes cree que el emprendimiento es una buena elección de carrera profesional. La mitad de los jóvenes, en ambos grupos de edad, cree que hay buenas oportunidades de emprendimiento en sus áreas. Entre la juventud joven, la misma proporción expresa las intenciones emprendedoras. Sin embargo, entre la juventud mayor esta proporción se reduce a la tercera parte, lo que es motivo de preocupación dadas las actitudes de la sociedad fuertemente positivas.

Los jóvenes, en su conjunto, son 4,5 veces más propensos a ejercer una actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos [35 años y mayores]. Las tasas de actividad emprendedora en la fase inicial están en línea con los promedios iberoamericanos, pero bajas dada la actitud altamente positiva hacia el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional. La mitad de la juventud mayor cesa sus negocios debido a razones económicas [falta de rentabilidad y problemas con el acceso a la financiación], mientras que los motivos personales/familiares son de especial importancia para el abandono de negocios entre la juventud joven [que afectan a casi el 40% de estos emprendedores].

Existen diferencias de género en cuanto a la actividad emprendedora, en ambos grupos de edad. Seis mujeres se dedican a la actividad emprendedora en la fase inicial por cada diez hombres, algo que está por debajo de la media iberoamericana. El patrón es similar para la actividad empresarial consolidada. Guatemala tiene una de las proporciones más altas de emprendedores impulsados por la necesidad en las dos categorías de edad. Este es el caso concreto entre la juventud joven, donde los emprendedores solo tienen marginalmente más probabilidades de estar motivados por la oportunidad que por la necesidad. Entre la juventud joven, el emprendimiento por necesidad masculino es particularmente alto [al 40%, el doble de la media iberoamericana], mientras que más de la mitad de las mujeres a través de ambos grupos de edad son

impulsadas por la necesidad.

Aunque la juventud en Guatemala depende en gran medida de los fondos propios como fuente principal de financiación [más del 95%], los bancos y la familia son también importantes fuentes de financiación en ambos grupos de edad. Los emprendedores guatemaltecos son los más propensos a usar crowdfunding [18%], en comparación con los otros países iberoamericanos. Los estudiantes de Guatemala con frecuencia completan la educación superior en los EE. UU., Europa y Canadá, donde a muchos se les presenta la idea de crowdfunding y se les educa sobre el uso de estas plataformas.

La mayoría de la actividad emprendedora en ambas categorías de edad [un poco menos de las tres cuartas partes] se encuentra en el sector de los servicios al consumidor. Entre la juventud mayor, alrededor de una quinta parte de las iniciativas emprendedoras están en el sector transformador. Un hallazgo alentador es que más del 80% de los jóvenes, en ambos grupos de edad, emplean al menos a una persona que no sea el propietario. La proporción que emplea a seis o más personas, sin embargo, está por debajo de la media iberoamericana. Más del 90% de la juventud emprendedora espera crear al menos un puesto de trabajo adicional en los próximos cinco años. No obstante, las expectativas de alto y medio crecimiento están por debajo de la media iberoamericana. La juventud muestra altos niveles de innovación, pero este hecho debe considerarse teniendo en cuenta que la mayoría de los jóvenes emprendedores están activos en el sector de servicios al consumidor donde es probable que haya alta competencia para sus productos/servicios. Esto impone retos importantes para estos emprendedores, exacerbados por el hecho de que el 90% de los jóvenes emprendedores no utilizan las nuevas tecnologías en sus negocios.

HONDURAS

Honduras es uno de los países de renta per cápita más baja de América Latina, con una muy significativa aportación al PIB del sector agrícola y una clara dominancia del hábitat rural sobre el urbano. Todo ello hace que el emprendimiento por necesidad haya sido tradicionalmente para buena parte de la población la única vía para participar de la actividad económica.

La progresiva modernización del país, el esfuerzo de las instituciones por promover el desarrollo del tejido empresarial y los últimos años de coyuntura favorable han hecho que los emprendedores por oportunidad estén ganando terreno, si bien la dualidad entre ambos tipos de emprendimiento -reflejo de las fuertes desigualdades económicas- todavía es muy marcada.

La situación de los jóvenes emprendedores debe entenderse en el marco general de las condiciones para la puesta en marcha de nuevos negocios, clasificando el GEI el ecosistema hondureño en el puesto 106 del mundo y el 17 de la región.

La mayor parte de los expertos encuestados para este estudio defienden que el espíritu emprendedor tiene cada vez más predicamento entre los jóvenes hondureños, aunque todavía queda mucho por hacer en este terreno. Los puntos más débiles son, a su juicio, la burocracia y los impuestos, las barreras de entrada, la inversión en I+D y sobre todo la financiación. Las normas sociales y culturales, junto a la dotación de infraestructuras físicas son, por el contrario, las principales fortalezas del país en la materia.

El principal avance alcanzado en el ecosistema del emprendimiento juvenil es, según los expertos, la creciente atención que este colectivo recibe por parte de los poderes públicos. De hecho, las manifestaciones a favor de este colectivo se están empezando a traducir en programas concretos. Sin embargo, es preciso que estas actuaciones de fomento vayan acompañadas de otras de carácter más general y que tienen que ver con la simplificación del marco regulatorio y la mejora en la seguridad jurídica, económica y ciudadana.

Pese a valorar muy favorablemente la apuesta de las universidades por impulsar a las startups, uno de los puntos donde más coinciden los expertos es en

la necesidad de reforzar la educación emprendedora e integrarla más decididamente en los currículos formativos de todos los niveles de enseñanza. Honduras registra unas condiciones marco para el emprendimiento juvenil ligeramente inferiores a la media de los países OIJ, como se desprende de las respuestas que han dado los expertos consultados. Así, frente a una puntuación media de 4,21 para el conjunto de los Estados, el país recibe un 3,94.

Las personas encuestadas consideran que las fortalezas del ecosistema hondureño para los jóvenes emprendedores se encuentran principalmente en la dotación de infraestructuras físicas [5,55], las normas culturales y sociales [5,34] y el dinamismo del mercado interno [4,76]. En estos dos últimos apartados, de hecho, Honduras recibe unas valoraciones tres décimas superiores al promedio de países estudiados

Reciben puntuaciones por debajo del aprobado la existencia de servicios comerciales y profesionales [4,17], los programas públicos de apoyo a los emprendedores [3,75], las barreras del mercado interior [3,39], la transferencia de I+D [3,27] y las políticas gubernamentales en cuanto a prioridad en la agenda pública [3,59] y cargas administrativas [3,02].

Con diferencia el elemento que más está lastrando la iniciativa emprendedora de los jóvenes es, al igual que en el resto de países de la región, el acceso a la financiación [2,49] si bien es en este capítulo donde el Estado centroamericano se queda más rezagado respecto al ámbito iberoamericano agregado, situándose la distancia en siete décimas.

MÉXICO

México destaca por sus puntuaciones bajas en los tres parámetros de las actitudes sociales hacia el espíritu emprendedor. El nivel de atención de los medios está al 40%, sustancialmente por debajo de la media iberoamericana del 61%. Solo la mitad de los jóvenes cree que los emprendedores de éxito tienen un alto estatus en la sociedad y ven la actividad emprendedora como una buena elección de carrera profesional. Las puntuaciones de la percepción de la capacidad están por debajo de la media iberoamericana en ambos grupos de edad. Esto, junto con la elevada tasa de miedo al fracaso (sobre todo entre la juventud joven) es motivo de preocupación. En vista de estos hallazgos, las bajas tasas de las intenciones de emprender (menos de la mitad del promedio iberoamericano) no son sorprendentes.

A pesar de sus intenciones emprendedoras relativamente bajas, los jóvenes en su conjunto tienen cinco veces más probabilidades de participar en la actividad emprendedora en fase inicial en comparación con los adultos (35 años y mayor). La juventud mayor es notablemente más emprendedora que la juventud joven, y tienen más del doble de probabilidades de participar en la actividad emprendedora en fase inicial en comparación con la juventud joven. Los índices TEA entre la juventud mayor son robustos, y más de una cuarta parte de este grupo de edad se dedica a una actividad emprendedora en fase inicial. Las tasas de cese de negocios entre la juventud joven son relativamente altas. La razón más común por la que la juventud joven cesa sus negocios es la falta de rentabilidad (45%). Sin embargo, un hallazgo más positivo es que en ambos grupos de edad México tiene uno de los porcentajes más altos (más del 30%) de emprendedores que abandonan las empresas por razones positivas, ya sea una oportunidad de vender o un nuevo trabajo/oportunidad.

La paridad de género en cuanto a la implicación emprendedora es buena, sobre todo entre la juventud mayor. Entre los 25-34 años, nueve mujeres participan en la actividad emprendedora en la fase inicial por cada diez hombres. Entre la juventud joven, los hombres tienen tres veces más probabilidades

de ser propietarios de negocios consolidados que las mujeres. Para la juventud joven, esta proporción es de 2/1. La mayoría de la actividad emprendedora en ambas categorías de edad está motivada por la oportunidad, en particular entre la juventud mayor (79%). La motivación por la oportunidad es particularmente alta entre los hombres de 25 a 34 años de edad (83%). Un resultado positivo es que, en ambos grupos de edad, el emprendimiento impulsado por la necesidad entre las mujeres se sitúa en solo el 20%, notablemente inferior a la media iberoamericana.

Los jóvenes emprendedores confían en gran medida en sus propios ahorros como fuente principal de financiación (más del 90%). La familia es la segunda fuente más importante de financiación para el emprendimiento, utilizada por la mitad de los emprendedores en ambos grupos de edad. Los bancos también desempeñan un papel activo en el apoyo a los emprendedores.

La mayoría de la actividad emprendedora (tres cuartas partes) se encuentra en el sector de servicios al consumidor. Esto ocurre en ambas categorías de edad. Una preocupación es que la juventud de México muestra una de las tasas más bajas de participación en el sector de servicios a empresas de todos los países iberoamericanos. El 40% de la juventud joven y la mitad de la juventud mayor solo crea empleo para el propietario y, por lo tanto, no contribuyen a la creación de empleo. Un hallazgo más positivo es que más del 90% de los jóvenes emprendedores esperan crear al menos un puesto de trabajo adicional en los próximos cinco años, y una cuarta parte espera crear seis o más puestos de trabajo. Los niveles de innovación son bajos, en particular entre los jóvenes de mayor edad (18%). El acceso a la nueva tecnología asequible es un problema notable en ambos grupos de edad: más del 95% de los jóvenes empresarios no utilizan las nuevas tecnologías en sus negocios.

NICARAGUA

El fuerte interés que está despertando el emprendimiento juvenil entre las instancias gubernamentales, los medios de comunicación y otras organizaciones en Nicaragua es relativamente reciente y está poniendo en valor el trabajo por cuenta propia entre los jóvenes. Siendo en el pasado la única salida para muchos nicaragüenses debido a las bajas tasas de escolaridad y al débil tejido productivo formal, en los últimos años emprender se está configurando como una opción atractiva para cada vez más ciudadanos del país centroamericano.

Este redescubrimiento del fenómeno emprendedor ha acontecido en un contexto de relativa fortaleza económica, pues en los últimos años Nicaragua ha mostrado mejor capacidad para sortear las turbulencias de la crisis y mantener niveles de crecimiento superiores al promedio de América Latina y el Caribe. Este vigor de la actividad económica, junto a la disciplina de las políticas macroeconómicas y la constante expansión de las exportaciones y la inversión, están acelerando la modernización del país y con ello las oportunidades para nuevos negocios de corte innovador.

A pesar de ello, a día de hoy en Nicaragua la pobreza sigue siendo alta y continúa siendo uno de los países menos desarrollados de América Latina, donde el acceso a los servicios básicos es un reto diario. Estas debilidades se reflejan en las condiciones que ofrece para emprender, lo que lleva al Estado centroamericano a ocupar el puesto 129 del mundo y el 24 de Latinoamérica según el GEDI.

Los expertos consideran que las condiciones del ecosistema emprendedor de Nicaragua son insuficientes y están dos décimas por debajo de la media del entorno OIJ. Las principales ventajas que pueden encontrar los jóvenes emprendedores del país son la dotación de infraestructuras físicas, el dinamismo del mercado nacional y la existencia de unas normas sociales y culturales que acompañan el espíritu emprendedor. Las políticas y programas gubernamentales tienen un alcance limitado, al igual que los de la mayoría de las ONG que operan en el país, si bien se reconoce que la iniciativa "Aprender, Emprender y Prosperar" es un gran salto adelante en materia de educación empresarial en todos los niveles de enseñanza.

Las voces consultadas por este estudio otorgan una nota especialmente baja al acceso a la financiación de los jóvenes nicaragüenses lo que se traduce en

ideas empresariales que mueren antes de nacer y la creación de negocios de subsistencia o poco innovadores.

El marco que ofrece Nicaragua a los jóvenes emprendedores está ligeramente por debajo de la media del entorno OIJ en opinión de los expertos. Así, frente a una puntuación media de 4,2 para el conjunto de los países de referencia, Nicaragua recibe un 3,95.

Las condiciones más favorables que encuentran los emprendedores nicaragüenses tienen que ver con las infraestructuras físicas [6,00], las normas culturales y sociales [5,50] y la dinámica del mercado interior [4,58]. En todas ellas, los expertos puntúan a Nicaragua por encima del promedio de la región, especialmente en lo que se refiere al arraigo de la cultura emprendedora en la sociedad con cinco décimas de diferencia.

En el resto de las áreas contempladas, Nicaragua suspende a juicio de los encuestados, aunque hay diferentes niveles según el aspecto de que se trate. Como en la mayoría de los países estudiados, son la financiación [2,51] y la transferencia de I+D [3,00] los capítulos que reciben puntuaciones más bajas, siendo importante la distancia en ambos respecto del promedio del ámbito OIJ [0,7 y 0,5 respectivamente]. No obstante, la mayor brecha respecto a los demás países de estudio está en la disponibilidad de servicios profesionales y comerciales, ya que esta economía recibe una nota de 3,64 frente a una puntuación de 4,51 en aquellos.

Aquellas áreas que más se relacionan con los poderes públicos reciben una nota muy similar que se sitúa sensiblemente por debajo del aprobado: se trata de las cargas administrativas y fiscales [3,63], la prioridad que ocupan los emprendedores en la agenda política [3,51] y los programas de apoyo a nuevos empresarios [3,51]. La promoción del emprendimiento en el ámbito educativo también es un área que debería mejorar [3,68]. En estos cuatro puntos, salvo en lo que se refiere a burocracia y fiscalidad que está al mismo nivel, el país se ubica ligeramente por debajo del promedio OIJ.

Por último, las personas encuestadas también defienden la necesidad de avanzar en la supresión de barreras de entrada y regulaciones, con una puntuación de 3,83 -casi dos décimas inferior a la media-

PANAMÁ

La juventud en Panamá tiene niveles relativamente bajos de confianza en comparación con los conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un negocio: el 39% para la juventud joven y el 49% para la juventud mayor, que están por debajo de los promedios iberoamericanos relacionados con la edad. En vista de estos hallazgos, las bajas tasas de intenciones de emprender (menos de la mitad de la media iberoamericana) no son sorprendentes.

A pesar de sus intenciones emprendedoras relativamente bajas, los jóvenes en su conjunto son significativamente más emprendedores que los adultos en Panamá. La diferencia es la más marcada entre los países iberoamericanos, donde los jóvenes tienen más probabilidades de estar involucrados en la actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos [35 años y mayores]. La juventud mayor es notablemente más emprendedora que la juventud joven, y tiene más del doble de probabilidades de participar en la actividad emprendedora incipiente en comparación con la juventud joven. Panamá es uno de los únicos dos países de la muestra donde las tasas de actividad de nuevos negocios son más altas que las tasas de emprendimiento naciente en ambos grupos de edad. Sin embargo, las tasas de empresas consolidadas son sustancialmente más bajas que el promedio iberoamericano. La razón más común por la que la juventud joven cesa sus negocios es la falta de rentabilidad [80%], lo que es motivo de preocupación. La mitad de la juventud mayor también ha citado la falta de rentabilidad, mientras que más de un tercio de este grupo de edad abandona sus negocios por motivos familiares personales.

La paridad de género en términos de la implicación emprendedora en la fase inicial es buena. Entre la juventud joven, las mujeres son más propensas a implicarse en la actividad TEA, mientras que, entre la juventud mayor, ocho mujeres se dedican a la actividad TEA por cada diez hombres. Sin embargo, hay diferencias de género en cuanto a la actividad empresarial consolidada, no constan mujeres propietarias de empresas consolidadas. Casi el 80% de la juventud joven está motivada por la oportunidad, esto se debe principalmente a los niveles excepcionalmente altos de motivación de oportuni-

des entre las mujeres [90%]. Solo dos tercios de los hombres en este grupo de edad están motivados por la oportunidad, por debajo de la media iberoamericana. Entre la juventud mayor, sin embargo, la situación es muy diferente: los emprendedores en este grupo de edad solo tienen marginalmente más probabilidades de estar motivados por la oportunidad y no por necesidad, sin diferencias de género en cuanto a motivación.

Las necesidades medias iniciales de financiación entre los jóvenes emprendedores son modestas [entre los más bajos en la muestra]. El acceso a la financiación es un problema considerable para la juventud, que depende en gran medida de sus propios ahorros para financiar sus proyectos empresariales. La parte del dinero total que se necesita para la empresa procedente de los fondos propios de los emprendedores es más del 90% para ambos grupos de edad. La familia es la segunda fuente más común de financiación para jóvenes emprendedores en Panamá.

La mayoría de la actividad emprendedora [tres cuartas partes] se encuentra en el sector de servicios al consumidor. Esto ocurre en ambas categorías de edad. Entre la juventud mayor, una quinta parte de la actividad TEA está en el sector transformador. Una preocupación es que la juventud mayor muestra las tasas más bajas de participación en el sector de servicios empresariales [3%] de todos los países iberoamericanos en la muestra. La mitad de la juventud joven y el 46% de la juventud mayor solo crean empleo para el propietario y por tanto no contribuye a la creación de empleo. De particular preocupación es el hallazgo de que ni la juventud joven ni poco más del 1% de la juventud mayor proporcionan más de 6 puestos de trabajo, de lejos las tasas más bajas en la muestra iberoamericana. Un hallazgo más positivo es que más de tres cuartas partes de los jóvenes emprendedores esperan crear entre uno y cinco puestos de trabajo adicionales en los próximos cinco años. Un tercio de los jóvenes emprendedores se ven a sí mismos como innovadores. Entre la juventud mayor, solo la mitad de los emprendedores no utiliza las nuevas tecnologías en sus negocios, un descubrimiento alentador.

PARAGUAY

Paraguay es una economía abierta con una gran cantidad de recursos naturales y energías renovables. Depende en su mayoría de la agricultura y del comercio exterior. Aunque ya existe cierta actividad relacionada con el emprendimiento en la región, factores como la precariedad de la educación o la corrupción han impedido que el país avance en este ámbito. La economía informal es predominante en el país, lo que significa que la mayoría de los negocios son familiares y pequeños, independientemente del sector.

Abrir un negocio en Paraguay es un proceso arduo. Estos factores están por detrás de la media de región. Además, la estructura tributaria paraguaya se caracteriza por una marcada concentración de los impuestos al consumo, que alcanzan un 67,2% de los ingresos totales. El impuesto a la renta recauda menos de un tercio de esta cifra. La falta de formación de los trabajadores es uno de los factores más problemáticos a la hora de poner en marcha un proyecto emprendedor en Paraguay. El Plan Estratégico de la Reforma Educativa Paraguay 2020 es la reforma educativa más destacable. La prioridad se centra en mejorar la calidad y pertinencia de la educación básica.

Hace falta que el ecosistema de apoyo acompañe, y que el país remedie las insuficiencias mencionadas en este informe. El ecosistema emprendedor paraguayo está caracterizado por un lado por el débil impulso público. Existen algunas iniciativas públicas que abordan programas de apoyo a la actividad de nuevas empresas como CONACYT, el Ministerio de Trabajo y el Ministerio de Industria, pero son dispersas y sin gran calado. No obstante, la creación del Viceministerio de la PYME y algunas organizaciones privadas impulsadas por los propios emprendedores pueden abrir nuevas y necesarias vías de impulso emprendedor.

En términos de apoyo empresarial, Paraguay se encuentra en un estado de desarrollo inicial, aunque cada vez son más las iniciativas que se desarrollan para facilitar recursos a los emprendedores. El Consejo Nacional de Ciencias y Tecnología [CONACYT] es la institución con más recursos en este momento para abordar proyectos de reforma. Consecuentemente, apoyó a la Asociación Paraguaya de Incubadora de Empresas y Parques Tecnológicos [INCUPAR] a crear la red impulsora del ecosistema emprendedor en Paraguay [RIEEP]. El objetivo de la RIEEP es establecer una articulación efectiva entre

los diferentes actores que apoyan al sector del emprendimiento en Paraguay, trabajando para ello en ejes estratégicos que establezcan una cadena de valor eficiente y dinámica, que promueva la cultura emprendedora y favorezca al éxito de los nuevos emprendimientos.

Consecuencia de ello, el peso de la acción de promoción y apoyo a la actividad emprendedora recae, por el momento en la sociedad civil a través de asociaciones, universidades y entidades privadas que disponen de variedad de servicios y herramientas de apoyo habitualmente centrados en la orientación, sensibilización y motivación de la cultura emprendedora.

La encuesta a los expertos presenta una radiografía de las condiciones de entorno emprendedor en Paraguay que le sitúan en la media absoluta de los países del entorno.

La valoración de las condiciones marco de la actividad emprendedora arroja para el caso de Paraguay una valoración de 4,19 frente a 4,18 de la media regional.

Las variables mejor valoradas por parte de los expertos son la infraestructura física y las normas culturales y sociales. Es este un patrón habitual en toda Latinoamérica ya que a pesar de superar ampliamente el aprobado en ambos casos [5,95 y 5,60], no se despegaba de la media ni en medio punto [5,93 y 5,05].

Paraguay supera la media en tres variables analizadas: la mencionada de normas culturales y sociales e infraestructuras físicas, las políticas gubernamentales de impuestos y burocracia [3,75], la transferencia de la investigación y el desarrollo [3,57], la educación y la formación y los programas gubernamentales sobre emprendimiento, aunque en ninguno de los tres casos la diferencia positiva va mucho más allá de medio punto.

En la parte negativa tampoco encontramos, en el caso de Paraguay, unas disonancias excesivas frente al promedio de países del entorno. Quizá, podríamos mencionar que las políticas gubernamentales de apoyo y relevancia y la dinámica del mercado interno son las variables que más por debajo puntúan de la media regional al hacerlo un 0.76 y un 0.67 respectivamente.

En cualquier caso, la comparación relativa deja de cobrar importancia cuando los valores absolutos son objetivamente bajos como lo son en la práctica totalidad de los países de América Latina.

Especialmente bajos, en el caso de Paraguay son los datos obtenidos por las políticas gubernamentales de apoyo y relevancia. Ello a pesar de los últimos esfuerzos realizados por las entidades públicas y privadas para poner en marcha iniciativas de apoyo al ecosistema emprendedor. Son muchas las entidades e iniciativas que se han puesto en marcha en los últimos años, aunque aún adolecen de un impulso decidido y, sobre todo, de coordinación general. Quizá la reciente Ley de Emprendimiento, demasiado reciente como para percibir los resultados, sirva en esa dirección de coordinación. Lo que es indudable es que todavía es baja la percepción y el impacto que esas iniciativas tienen en la realidad emprendedora del país.

Las actitudes de la sociedad hacia el emprendimiento son positivas entre la juventud peruana, más del 70% considera la actividad emprendedora una buena elección de carrera profesional. Las puntuaciones para la atención de los medios y el estatus de los emprendedores de éxito también están por encima de la media iberoamericana. Más de la mitad de los jóvenes, en ambos grupos de edad, cree que hay buenas oportunidades emprendedoras en sus áreas, mientras que dos tercios tienen confianza en su capacidad para iniciar un negocio. Estas percepciones positivas se reflejan en los altos niveles de intención de emprendimiento: más del 40% para ambas categorías de edad.

Los jóvenes, en su conjunto, son 6,5 veces más propensos a ejercer una actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos [35 años y mayores]. Las tasas de actividad emprendedora en la fase inicial son sólidas, una cuarta parte de los jóvenes [en ambos grupos de edad] participan en la actividad TEA. El índice de emprendimiento naciente entre la juventud joven es particularmente alentador, casi el doble de la media iberoamericana. La tasa de cese de negocios de Perú es alta, un tercio de los jóvenes en ambos grupos de edad abandonaron sus negocios debido a la falta de rentabilidad. Los motivos personales/familiares son una razón importante para el abandono de la actividad empresarial, según indica un tercio de la juventud joven y el 40% de la juventud mayor.

La paridad de género en cuanto a la participación emprendedora es muy buena. Entre la juventud joven, las mujeres son tan propensas a estar involucradas en actividades TEA como los hombres, mientras que entre la juventud mayor, Perú es el único país donde las mujeres muestran tasas TEA más altas que los hombres: 12 mujeres en este grupo de edad se dedican a la actividad TEA por cada diez hombres. Entre la juventud joven, Perú muestra mayores tasas de participación femenina en la actividad empresarial consolidada [12 mujeres por cada diez hombres]. Sin embargo, la proporción cae significativamente entre la juventud mayor: por cada diez emprendedores hombres, solo cuatro mujeres se dedican a la actividad empresarial consolidada. Más del 70% de la actividad emprendedora está motivada por la oportunidad. Entre la juventud mayor, la diferencia de género en la motivación es marginal. Sin embargo, entre la juventud joven el 80% de los hombres están motivados por la oportunidad en comparación con solo el 59% de las mujeres.

A pesar de que la juventud en Perú depende en gran medida de los fondos propios como fuente principal de financiación [100%], los bancos y la familia son también importantes fuentes de financiación en ambos grupos de edad. La mitad de los jóvenes emprendedores peruanos accede a la ayuda financiera de los bancos.

La mayoría de la actividad emprendedora en ambas categorías de edad [algo más de dos tercios] se encuentra en el sector de los servicios al consumidor, mientras que alrededor de una quinta parte de las iniciativas emprendedoras están en el sector transformador. Las tres cuartas partes de la juventud joven y dos tercios de la juventud mayor solo crean empleo para el propietario. Más del 90% de la juventud joven espera crear al menos un puesto de trabajo adicional en los próximos cinco años. Sin embargo, preocupa que una cuarta parte de la juventud mayor no espera añadir ningún nuevo puesto de trabajo en los próximos cinco años, mientras que las aspiraciones de crecimiento medio a alto en este grupo de edad se encuentran por debajo de la media iberoamericana. La juventud peruana tiene los niveles más bajos de innovación [menos de la mitad del promedio iberoamericano], exacerbados por el hecho de que más del 90% de los jóvenes emprendedores usan las nuevas tecnologías en sus negocios.

PORTUGAL

Las actitudes de la sociedad hacia el emprendedor son positivas entre la juventud portuguesa, dos tercios consideran la actividad emprendedora como buena elección de carrera profesional. Las puntuaciones de la atención de los medios y el estatus de los emprendedores de éxito también están por encima de la media iberoamericana. Portugal muestra una de las puntuaciones más bajas para la percepción de la oportunidad, alrededor de un tercio de los jóvenes percibe buenas oportunidades emprendedoras en sus áreas. Un tercio de la juventud joven y la mitad de la juventud mayor confían en su capacidad para iniciar un negocio, por debajo de las medias de los países iberoamericanos. Sin embargo, esto debe verse en el contexto del hecho de que Portugal es una de las únicas dos economías impulsadas por la innovación entre los países iberoamericanos encuestados. Las tasas de miedo al fracaso son elevadas, especialmente entre la juventud joven [47%]. A pesar de esto, la juventud portuguesa muestra tasas de intención emprendedora bastante positivas, en particular entre la juventud joven [29%]. Un factor que contribuye a este respecto es que Portugal tiene el ecosistema más emprendedor de todos los países iberoamericanos.

Los jóvenes, en su conjunto, son tres veces más propensos a ejercer una actividad emprendedora en fase inicial en comparación con los adultos [35 años y mayores]. Las tasas de actividad emprendedora en la fase inicial son bajas, alrededor de la mitad de la media iberoamericana.

La razón más común para el cese de negocios es la falta de rentabilidad, según indica la mitad de la juventud joven y el 60% de la juventud mayor. Los motivos familiares/personales son una razón importante para el abandono de negocios entre la juventud joven, que representa la mitad de los ceses de negocio en este grupo de edad.

Portugal tiene una gran brecha en cuanto a la actividad emprendedora en fase inicial entre la juventud joven, solo dos mujeres que participan en TEA por cada diez hombres. Sin embargo, hay una mejora considerable en la paridad de género entre la juventud mayor, seis mujeres que participan en TEA por cada diez hombres en este gru-

po de edad. Entre la juventud mayor, las mujeres también son más propensas a implicarse en actividades emprendedoras consolidadas que los hombres. Entre la juventud joven, Portugal tiene la tasa más alta de la motivación impulsada por las oportunidades entre los países iberoamericanos, los emprendedores en este grupo de edad tienen 20 veces más probabilidades de estar impulsados por la oportunidad que por la necesidad. Entre la juventud mayor, sin embargo, esta proporción se reduce a 3/1. Las mujeres son más propensas que los hombres a estar motivadas por la oportunidad, sobre todo entre la juventud joven [100% de las mujeres en este grupo de edad].

A pesar de que la juventud en Portugal depende en gran medida de los fondos propios como fuente principal de financiación, también tienen acceso a una variedad de otras fuentes de financiación. La familia es una importante fuente de financiación, y el gobierno y los bancos proporcionan altos niveles de apoyo con respecto a la financiación. Portugal es uno de los pocos países iberoamericanos donde más del 10% de los jóvenes utilizan fuentes de capital privado/de riesgo de financiación empresarial.

Entre la juventud joven, Portugal tiene alta participación en el sector de los servicios al consumidor [78%]. Entre la juventud mayor, la participación de la industria es más equilibrada, con un 60% en el sector de servicios al consumidor y la sólida implicación en el sector de los servicios a las empresas [25%], un hallazgo alentador. Un poco menos de la mitad de la juventud joven solamente crea empleo para el propietario. Entre la juventud mayor la situación es más alentadora: dos tercios de estos emprendedores proporcionan empleo para al menos una persona adicional, una cuarta parte contrata a seis personas o más. Más del 90% de los jóvenes esperan crear al menos un puesto de trabajo adicional en los próximos cinco años, un 39% de la juventud mayor espera crear seis o más puestos de trabajo. Los niveles de innovación entre la juventud mayor son elevados [el 40% cree que sus productos son nuevos para clientes y mercados]. Sorprende que, para una economía impulsada por la innovación, dos tercios de los jóvenes no usan las nuevas tecnologías en sus negocios.

La situación del emprendimiento en República Dominicana se sitúa en unos niveles inferiores a los de la media del conjunto de países latinoamericanos. Presenta una tasa de emprendimiento agregada [GEM/GEDI] de 18,50, situándose la media de la región en 22,18 para 2015. En este sentido, aunque todavía tiene bastante terreno que recuperar en algunas de las principales variables, existen algunos elementos como las capacidades percibidas o el reconocimiento de los emprendedores de éxito que claramente superan los valores medios de su entorno y sobre los que pueden apalancarse algunas de las acciones de fortalecimiento de las políticas emprendedoras.

Específicamente en el emprendimiento juvenil, la República Dominicana presenta unos porcentajes de emprendedores cercanos a la media de los países latinoamericanos tanto entre los jóvenes con menores recursos económicos como entre aquellos con mayores recursos.

La encuesta nacional a expertos arroja para la República Dominicana unos resultados agregados de condiciones marco de la actividad emprendedora que la sitúan en una de las posiciones preeminentes de la región, destacando por encima del resto los aspectos referentes a las políticas gubernamentales, en lo relacionado a políticas, impuestos y burocracia y programas públicos. Sin embargo, queda todavía terreno que recuperar en el terreno de financiación al emprendimiento y a la reducción de obstáculos de entrada al mercado interno.

La extrapolación de datos de las variables GEM de los atributos y percepciones sociales de los emprendedores sitúan a República Dominicana en una posición especialmente destacada en la consideración entre los jóvenes del estatus percibido de los emprendedores con éxito. Por el contrario, y paradójicamente, los jóvenes dominicanos todavía no perciben el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional en comparación con la media de los países latinoamericanos.

Por último, el diagnóstico correspondiente a los atributos emprendedores auto percibidos que aporta la extrapolación de los datos GEM para República Dominicana, reflejan que los jóvenes dominicanos superan claramente a la media de los jóvenes latinoamericanos en cuanto a la percepción de sus propias capacidades, aunque puntúan claramente por debajo en la oportuni-

dad percibida y, coherentemente en cuanto a la intención de emprendimiento.

Para el análisis del ecosistema de emprendimiento en República Dominicana se han estudiado los factores que el modelo GEM considera relevantes a la hora de evaluar las condiciones: sociales, culturales, políticos y económicos. Sobre cada uno de estos elementos se ha sido obtenido la opinión de expertos conocedores de la realidad emprendedora en República Dominicana siguiendo la misma metodología de la Encuesta Nacional de Expertos de GEM.

Las condiciones marco para la actividad emprendedora es la variable que mide la agregación de todos aquellos factores identificados como determinantes para la actividad emprendedora en un territorio. La República Dominicana se sitúa en las primeras posiciones de los países latinoamericanos, aunque en términos absolutos supera tímidamente el aprobado y, por lo tanto, presenta un margen de mejora considerable.

De todos los elementos estructurales, aquel en el que la República Dominicana arroja resultados más bajos es el referido a la financiación de los emprendimientos. Su puntuación global es de 2,65, bastante por debajo de la media de la región [3,25] e indicativo de que en la opinión de los expertos las facilidades de acceso a la financiación para los jóvenes emprendedores se sitúa entre el insuficiente y el muy insuficiente.

De todas las alternativas de financiación con las que pueden llegar a contar los jóvenes dominicanos las que obtienen mejores resultados para los expertos son el capital propio seguido de los medios de financiación de entidades financieras privadas. En ambos casos, los expertos los consideran tan solo como moderadamente insuficientes. Para el resto de las alternativas, como son las subvenciones públicas, los inversores informales y el capital riesgo, el panorama en República Dominicana es ciertamente deficiente.

Un aspecto en el que la República Dominicana destaca en relación al resto de los países de la región es la satisfactoria percepción existente sobre las políticas gubernamentales en torno al emprendimiento juvenil. Especialmente satisfactoria es la opinión sobre que el apoyo a las empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad del gobierno estatal que puntúa con un 7,33 sobre 9.

Otro de los aspectos en los que la República Dominicana figura entre los puestos de cabeza es el referido a los impuestos y la burocracia. Supera el aprobado en uno de los condicionantes que tradicionalmente han pasado por ser de los que mayores trabas y obstáculos suponen para la iniciativa emprendedora, especialmente en las etapas incipientes cuando los proyectos empresariales están arrancando. En el análisis comparativo tan solo es superado por Panamá y Chile. Especialmente buenos son los resultados referentes a la agilidad temporal con la que los emprendedores jóvenes pueden realizar sus trámites administrativos y la centralización de la información y trámites en una ventanilla única de tramitación.

En general, el bloque de políticas gubernamentales es el mejor situado de todos los elementos condicionantes del ecosistema emprendedor en República Dominicana. A ello contribuyen las variables comentadas con anterioridad y también la referente a los programas gubernamentales sobre emprendimiento. La percepción en este ámbito es la mejor entre los países de su entorno, incluidos aquellos tradicionalmente punteros como puede serlo Chile. Especialmente llamativa es la satisfactoria puntuación [6,67 sobre 9] a la afirmación de que casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer crecer una empresa puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades.

En cuanto a la transferencia de la investigación y el desarrollo, República Dominicana presenta valores muy cercanos a la media de los países latinoamericanos y, en todo caso, claramente mejorables y sobre el que deberían pivotar las acciones del ecosistema de emprendimiento juvenil. En los dos extremos de esta variable se encuentran dos aspectos que merece la pena mencionar. En la vertiente positiva está la percepción de que la ciencia y la tecnología permiten en la República Dominicana la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en algún campo concreto con una puntuación de 6,67 sobre 9. En la negativa, la dificultad que tienen las nuevas empresas para costearse el acceso a las últimas tecnologías y los apoyos para que los recursos humanos científicos y técnicos puedan explotar económicamente sus ideas a través de la creación de empresas. Ambas con una puntuación de 2,67 sobre 9.

Otro de los elementos estructurales en los que la República Dominicana presenta valores supe-

riores a la media y cercano a los mejores países de la región es el relativo a la dotación y acceso de los emprendedores a la infraestructura comercial y profesional. Con una puntuación de 4,86 tan solo es superada por Uruguay y Ecuador. No obstante, es preciso recordar que no dejan de ser valores relativamente bajos y con un considerable margen de mejora.

La dinámica del mercado interno mide la velocidad a la que cambian y se renuevan los bienes y servicios intercambiados en el mercado interno y la facilidad que encuentran los emprendedores jóvenes para acceder al mismo introduciendo bienes y/o servicios adaptados y competitivos. En este caso, la radiografía de la República Dominicana vuelve a estar entre los mejores países de la región y por encima de la media. Esta variable debe entenderse en relación con la siguiente que evalúa los obstáculos que encuentran los jóvenes emprendedores a la hora de entrar en el mercado interno.

En este sentido, todos los países latinoamericanos estudiados presentan valores muy similares no encontrándose ninguno que destaque en ningún sentido. El caso de la República Dominicana responde fielmente a esta lectura presentando un valor muy cercano a la media [3,44] que refleja inequívocamente el trabajo necesario en este ámbito.

No parece que la infraestructura física sea un elemento que influencia negativamente la capacidad emprendedora en el ecosistema emprendedor de República Dominicana. Arroja un valor bastante correcto [0,33 sobre 9] y muy alineado con la media de los países de Latinoamérica [6,30].

Nuevamente, muy cercano a la media es el resultado de la República Dominicana en la percepción de las normas culturales y sociales [4,73]. Vuelve a ser un resultado con un claro margen de mejora pero que no destaca negativamente con respecto al del resto de países del entorno. Quizá el dato más positivo dentro de este elemento es la opinión favorable a que las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo [6,33]. En el lado negativo está el hecho de que las mismas normas sociales y culturales no parecen estimular la creatividad y la innovación [3,67 sobre 9].

Es uno de los territorios más dinámicos pero las actitudes de la sociedad en Uruguay son moderadas: las puntuaciones para los tres indicadores están por debajo de las medias iberoamericanas. Menos de la mitad de los jóvenes perciben oportunidades de emprendimiento en las áreas donde viven. Dos tercios de la juventud mayor confía en sus conocimientos, habilidades y experiencia para iniciar un negocio, un descubrimiento alentador. Mientras que un tercio de los jóvenes en general expresan una intención de iniciar un negocio en los próximos tres años.

La juventud en su conjunto es significativamente más emprendedora que los adultos en Uruguay. Tiene casi diez veces más probabilidades de estar implicada en la actividad emprendedora en la fase inicial en comparación con los adultos (35 años y mayores). Los índices TEA para ambas categorías de edad están por debajo de la media de los países iberoamericanos, esto es más notable en cuanto a las tasas de nuevos negocios. Las tasas de negocios consolidados también son bajas, en torno a un tercio de la media iberoamericana. Un tercio de la juventud joven cesa su negocio por razones económicas (falta de rentabilidad y dificultad para acceder a financiación). Sin embargo, una cuarta parte sale por razones positivas (oportunidad de vender o un nuevo empleo/oportunidad). Dos tercios de la juventud mayor cita razones financieras mientras que el 17% cita los impuestos del gobierno y la burocracia, cuestiones que reflejan el grado en que el ecosistema no es suficientemente propicio para los emprendedores.

Uruguay muestra las diferencias de género significativas en cuanto a la actividad emprendedora en la fase inicial. En ambos grupos de edad, los hombres tienen el doble de probabilidades de implicarse en actividades de TEA en comparación con las mujeres. Diferencias de género similares están presentes en cuanto a la actividad empresarial consolidada. Más del 80% de los jóvenes están motivados por la oportunidad: los hombres jóvenes mostraron concretamente altas tasas de motivación por la oportunidad (87%). Las tres cuartas partes de las mujeres en ambas categorías de edad también están motivadas por la oportunidad, un hallazgo positivo.

Las necesidades medias de financiación inicial

entre los jóvenes emprendedores son modestas (las más bajas en la muestra). Aunque la juventud depende enormemente de sus propios ahorros como fuente primaria para la financiación de sus actividades de emprendimiento (el 100% de los emprendedores), también acceden a otras fuentes de financiación. El 12% de los emprendedores en ambas categorías de edad utilizan el crowdfunding, y las redes familiares y los bancos también son importantes fuentes de financiación para la juventud en conjunto. La juventud joven hace extensivo el uso de empleadores (un tercio) y amigos (un quinto) para el respaldo financiero.

La participación de la industria entre los emprendedores uruguayos está equilibrada. Dos tercios de la actividad TEA entre la juventud joven y la mitad de la actividad TEA entre la juventud mayor se encuentra en el sector de servicios al consumidor. En ambos grupos de edad, los sectores de servicios a empresas y el sector transformador están bien representados. Una tercera parte de la juventud solo ofrece empleo al propietario. Un hallazgo aún más positivo es que el 35% de la juventud joven crea seis puestos de trabajo o más, casi el doble de la media iberoamericana. Más de los tres cuartos de los jóvenes emprendedores esperan crear al menos un puesto de trabajo adicional en los próximos cinco años. La juventud joven tiene sólidas aspiraciones de crecimiento medio a alto, y la mitad de estos emprendedores esperan crear seis puestos de trabajo o más. Sus tasas sustanciales actuales de creación de empleo sugieren que estas proyecciones de crecimiento son realistas. Un tercio de la juventud joven se considera innovador. Algo más de la mitad de los emprendedores utiliza la tecnología nueva en sus empresas, un hallazgo alentador.

En el contexto actual de Venezuela, las dificultades a las que se enfrentan los jóvenes a la hora de emprender pueden ser mayores que en la media de Iberoamérica como consecuencia de la situación inestable que ha caracterizado al país en los últimos años. Hoy en día uno de los retos que afronta la población joven en cualquier economía es su incorporación al mercado de trabajo. En Venezuela, por ejemplo, si bien la tasa de desocupación general en el segundo semestre de 2015 fue de 6,7%, en el caso de la población activa de 15 a 24 años la desocupación alcanzó el 14,7% [INE].

Ante esta situación, el emprendimiento se ha convertido en una posibilidad para los jóvenes que desean ocuparse profesionalmente. Sin embargo, identificar una oportunidad y explotarla de forma emprendedora es una tarea que resulta difícil para la mayoría de la población, y que puede ser aún más difícil entre las personas jóvenes. Aunque cada caso es particular, las personas jóvenes cuentan con una experiencia relativamente corta y una disposición de recursos relativamente escasa, lo que limita su capacidad para poner en marcha un negocio con garantías de éxito en comparación con quienes tienen una edad madura.

El impacto de la situación económica de Venezuela en el comportamiento emprendedor de la población es difícil de medir por la falta de indicadores comparables a nivel internacional. Los últimos datos disponibles sobre actividad emprendedora en Venezuela se remontan al año 2011. En dicho año el indicador Total Entrepreneurial Activity [TEA], del proyecto Global Entrepreneurship Monitor [GEM], indicaba que el 15,4% de la población adulta venezolana estaba involucrada en emprendimientos en fase inicial. Sin embargo, solo el 10,8% de la población era emprendedora por oportunidad. En años anteriores, Venezuela había llegado a alcanzar un valor TEA del 26,8% en el año 2003 [15,7% por oportunidad] que fue disminuyendo progresivamente en los años posteriores hasta la última medición del año 2011, coincidiendo así con el deterioro de la facilidad para hacer negocios en el país. En comparación con otros países de la región, la última medición del nivel de actividad emprendedora en Venezuela era relativamente baja, solo por encima

de México [9,6%] y también ligeramente por encima de Brasil [14,9%], pero cabe destacar que las diferencias de TEA entre hombres y mujeres venezolanos en 2011 [16,4% frente a 14,4%] no eran significativas a nivel estadístico.

Los datos disponibles también indican que en 2011 las personas jóvenes de 18 a 34 años en Venezuela mostraron un valor TEA ligeramente inferior al de los adultos de 35 o más años [14,3% frente a 16,5%] pero sin que esta diferencia fuese estadísticamente significativa, ni siquiera cuando se compara separadamente el emprendimiento por oportunidad o por necesidad. No obstante, dentro de la población joven sí se observaban diferencias significativas entre el TEA correspondiente a hombres de 18 a 34 años y el TEA correspondiente a mujeres en la misma franja de edad [16,8% frente a 11,7%]. Por otro lado, si bien se observaban también diferencias de género entre los jóvenes en lo que respecta al TEA por oportunidad [11,8% frente a 8,13%], estas diferencias no eran estadísticamente significativas.

A pesar de que las condiciones que afectan a los negocios en Venezuela han ido empeorando en los últimos años, resulta complicado estimar si los niveles de actividad emprendedora han continuado la senda de decrecimiento observada de 2003 a 2011, o si por el contrario ha aumentado el número de personas que deciden emprender motivadas probablemente por la necesidad. En su lugar, para comprender mejor la situación actual del emprendimiento en Venezuela, particularmente entre los jóvenes, se analizan a continuación las condiciones del entorno emprendedor del país con base en la opinión de 41 personas expertas que fueron entrevistadas entre los meses de marzo y abril de 2017. La metodología empleada para la recogida, conceptualización y análisis de datos se basa en el instrumento National Expert Survey desarrollado por el proyecto GEM.

De acuerdo con la opinión de los expertos entrevistados, la calidad del entorno emprendedor para los jóvenes en Venezuela está por debajo de la media para el conjunto de países iberoamericanos. Los datos recogidos revelan que la valoración global de las condiciones que influyen en la actividad

empresarial en el país alcanzó 3,7 en una escala del 1 al 9, mientras que la media iberoamericana fue de 4,20 [véase cuadro de valoraciones].

La condición del entorno emprendedor mejor valorada en Venezuela es la dinámica de mercado interno [7,96], que parece cambiar drásticamente de un año a otro y por consiguiente puede contribuir a la generación de oportunidades de negocio aparentemente por encima de la media de Iberoamérica. Sin embargo, muchas de las oportunidades de negocio que se generan en Venezuela corren el riesgo de tener una naturaleza especulativa debido a las condiciones de desabastecimiento y la imposición de restricciones de precios en el mercado. Por su parte, las normas culturales y sociales representan la segunda condición mejor valorada del entorno emprendedor venezolano [5,18], con una valoración similar a la media del conjunto de países de la región. Cabe destacar que en este aspecto algunos sectores de la población venezolana comparten valores positivos hacia el emprendimiento, como el éxito individual, la autosuficiencia y la iniciativa personal.

El resto de las condiciones del entorno emprendedor venezolano tienen valoraciones que se encuentran en el punto medio de la escala de valoración o por debajo de este. Así, en el punto medio de la escala, la siguiente condición a destacar es la infraestructura física y de servicios básicos [4,52], cuya calidad y accesibilidad por parte de las empresas de jóvenes emprendedores se encuentran notablemente por debajo de la media para Iberoamérica. Las condiciones del entorno referidas a los obstáculos del mercado interno y la infraestructura comercial y profesional de apoyo cuentan con una valoración similar [4,10], aunque solo en este último caso la valoración se encuentra por debajo de la media de Iberoamérica. Entre los obstáculos de entrada a los que se pueden enfrentar las empresas nuevas creadas por jóvenes está la dificultad para acceder a proveedores fuera de la red de contactos, especialmente cuando los insumos sufren de desabastecimiento. Por otro lado, aunque hay cada vez más agentes del ecosistema ofreciendo apoyo comercial y profesional a emprendedores, la oferta todavía no es suficiente y se concentra en las princi-

pales ciudades del país, como Caracas. La siguiente condición del entorno por orden de valoración es la educación y formación para el emprendimiento [3,98], que cuenta con una valoración similar a la media de países comparables. En este caso, los programas académicos del sistema educativo venezolano, especialmente en primaria y secundaria, no desarrollan suficientemente las temáticas ni competencias relacionadas con el emprendimiento.

Finalmente, entre las condiciones del entorno emprendedor peor valoradas en Venezuela, todas ellas por debajo de la media de Iberoamérica, se encuentra la transferencia de I+D hacia nuevas empresas lideradas por jóvenes [3,01]. A pesar de la existencia formal de un sistema nacional de ciencia y tecnología en Venezuela, la inversión en innovación es escasa y las actividades de I+D se desarrollan fundamentalmente en universidades y centros públicos de investigación que están desconectados del sector empresarial. Además, como afirma uno de los expertos entrevistados, la propiedad intelectual no recibe la importancia que merece y por ende no se aprovechan sus beneficios para proteger proyectos emprendedores. Los programas gubernamentales de apoyo a la creación de empresas por jóvenes también tienen una valoración pobre [2,63]. Asimismo, las políticas gubernamentales son otra de las condiciones peor valoradas, tanto en lo referente a la reducción del impacto de la burocracia y los impuestos como obstáculos al emprendimiento [2,59] como en lo referente a la prioridad y relevancia que tienen los jóvenes emprendedores frente al gobierno [2,32]. Un apunte destacado por varias expertos entrevistados a este respecto es que las políticas de gobierno a nivel nacional han dado prioridad a la intervención del Estado en el mercado. Por último, la financiación dirigida a empresas creadas por jóvenes es la condición peor valorada [2,17]. Debido a la inflación, las tasas de interés en Venezuela pueden resultar inasumibles. Sin embargo, en ocasiones la financiación bancaria exige retornos por debajo de la inflación, lo que hace atractivo endeudarse. Aun así, la disponibilidad de financiación es limitada para lanzar proyectos emprendedores, y prácticamente inexistente para hacer crecer negocios nuevos.

En medio de lo que muchos llaman la 4ª revolución industrial. La tecnología que avanza rápidamente está transformando nuestro mundo, y se ha vuelto esencial para los trabajos de hoy y de mañana. Cuando las personas pueden usar y crear tecnología, puede acceder a empleos mejor remunerados, oportunidades económicas y una mejor calidad de vida. Empleos, industrias y economías enteras se están transformando. Pero cuando no pueden, tiene el potencial de alterar negocios, carreras y vidas.

En este momento, más de la mitad de las personas en el planeta carecen de acceso básico al conocimiento y las habilidades que les permitirían participar en la nueva economía digital, con desigualdades más pronunciadas en comunidades marginadas y de bajos ingresos.

En Microsoft, aceptamos el desafío de garantizar que todos tengan acceso al poder y al potencial de la tecnología de hoy y de mañana:

Nuestra experiencia en transformación digital. Como resultado, miles de millones de personas corren el riesgo de ser excluidas de las oportunidades sociales y económicas del futuro, y la sociedad en su conjunto corre el riesgo de perder su potencial colectivo.

Los problemas detrás de la exclusión social y económica son complejos. Abordarlos requiere una visión a largo plazo y un enfoque sistémico. Debido a que Microsoft se encuentra en el corazón de esta economía digital en transformación, tenemos la oportunidad, y la obligación, de aprovechar nuestras fortalezas y activos para fomentar la acción colectiva acerca de este tema:

Nuestro compromiso e inversiones. Esta-

mos aplicando nuestros recursos y soluciones para la transformación digital para que las organizaciones sin fines de lucro puedan acelerar su misión e impulsar un mayor impacto.

Nuestra voz. Utilizamos nuestra voz y nuestras plataformas para destacar y promover medidas sobre los principales desafíos para la inclusión digital, y para ampliar los esfuerzos de promoción para cambiar las políticas sobre estos temas.

Nuestro trabajo está enfocado en empoderar cada persona y cada organización del mundo a alcanzar más, especialmente a las y los jóvenes, creando oportunidades de educación, empleo y emprendimiento a través del desarrollo de las habilidades digitales, incluyendo el aprendizaje de las Ciencias de la Computación. Consideramos entonces el crear las oportunidades para la actividad emprendedora para lo cual hemos creado junto a la OIJ y las Secretarías de Juventud: YoPuedoEmprender. Partimos de tener capacidades de creación de tecnología, para luego crear oportunidades de emprendimiento.

¿Por qué Ciencias de la Computación? A nivel mundial, la falta de acceso a la educación formal y no formal en Ciencias de la Computación amenaza con ampliar la brecha de ingresos, especialmente entre las niñas, las minorías y las comunidades de bajos ingresos. Una educación en Ciencias de la Computación enseña las habilidades del mundo real más demandadas por los empleadores, como el pensamiento computacional, la creatividad y la resolución de problemas, preparándolos para una amplia variedad de carreras en todos los sectores.

Finalmente, nuestro compromiso con el em-

prendimiento se hace concreto a través de **Microsoft Imagine** que brinda herramientas de Microsoft de nivel profesional de desarrollador y diseñador sin ningún costo, para que los estudiantes puedan perseguir sus sueños y crear el siguiente gran avance en la tecnología, o simplemente tener un buen comienzo en su carrera; **Microsoft para Startups** que ofrece acceso a la tecnología, al mercado y a los beneficios de la comunidad ayudando a que las nuevas empresas puedan aumentar sus consumidores y base de ingresos, **Jóvenes Líderes Sociales** curso en línea para que los jóvenes desarrollen su propio proyecto social a nivel local y **Yo Puedo emprender** permite acceder a toda la información relativa a los ecosistemas de emprendimiento, se rastrean las mejores prácticas identificadas en la región, se conocen cuáles son los principales recursos públicos y privados de financiación a proyectos de emprendimiento y las últimas noticias y convocatorias de concursos.



Información en:

Microsoft Imagine:
<https://imagine.microsoft.com/es-es/about>

Microsoft para Startups:
<https://startups.microsoft.com/en-us/>

Jóvenes y Líderes Sociales:
<http://lideressocialesenyouthspark.com/>

Yo Puedo Emprender:
www.yopuedoemprender.com

CAPÍTULO IV

RECOMENDACIONES

■ ■ Se debe simplificar y mejorar los marcos regulatorios para facilitar a los jóvenes el registro y funcionamiento de nuevos negocios ■ ■.

RECOMENDACIONES

La región en general se encuentra ante dos desafíos principales: el primero es el de disminuir las tasas de informalidad en las actividades empresariales incipientes de forma que puedan convertirse en proyectos formales con capacidad para acceder a financiación convencional y en vías de crecimiento. Por otro, el de encontrar formas de fomentar la innovación y la actividad emprendedora eficaz entre los jóvenes con el fin de aprovechar su potencial para contribuir de manera significativa al desarrollo económico sostenible en la región.

¿Cuál es el papel de los gobiernos en este proceso? Como se ha analizado en este informe, los principales objetivos en esta área con respecto a la juventud son los siguientes:

- Eliminar obstáculos a la actividad emprendedora y facilitar su acceso a los recursos necesarios para su desarrollo.
- Generar condiciones institucionales y culturales que, a través de leyes o normas de ámbito superior, promuevan el valor de la actividad emprendedora en la sociedad, lo que conduce a que cada vez más jóvenes opten por emprender como forma de vida.

Este informe indica la naturaleza diversa de las economías iberoamericanas y el perfil diverso de los jóvenes emprendedores en los diferentes países. Sobre esta base, solo es posible hacer algunas recomendaciones generales, ya que cada país es diferente y cada país realmente necesita ser tratado de forma individual.

A continuación, se presentan algunas recomendaciones que pueden servir como base para una nueva consideración y análisis. Sin embargo, debe entenderse que dentro de una economía hay particularidades de ecosistema, emprendedores y herramientas de apoyo propias que exigirían procesos de diagnóstico emprendedor específicos para poder elaborar recomendacio-

nes más ajustadas. No obstante, y a la vista de los resultados ofrecidos por el análisis contenido en este informe podríamos apuntar las siguientes:

- Simplificar y mejorar los marcos regulatorios para facilitar a los jóvenes el registro y funcionamiento de nuevos negocios. Ello, además de implicar la reducción de costes y burocracia inicial mejoraría la tasa de informalidad emprendedora inicial con los efectos beneficiosos que ello tendría en su desarrollo posterior.
- Incorporar el emprendimiento a los distintos niveles de los sistemas educativos. Las escuelas y universidades deben introducir programas que fomenten una mentalidad emprendedora y que preparen a los titulados para entrar en el mercado laboral o para iniciar sus propios negocios.
- Invertir en infraestructuras tecnológicas que reducen el coste de los negocios, aumentan el alcance del mercado y permiten la innovación.
- Dotarse de estrategias globales y de largo plazo sobre emprendimiento. De forma que las políticas sobre emprendimiento no dependan de agendas políticas a corto plazo y se conviertan en asuntos estructurales.
- Asumir la tarea de liderazgo y coordinación de las herramientas y agentes de apoyo a emprendedores. A menudo existen numerosos agentes que ayudan a los emprendedores a iniciar o desarrollar sus proyectos, pero lo hacen de una manera descoordinada y desalineada de una estrategia general. Ello provoca duplicidades e ineficiencias que podrían solucionarse con el liderazgo y coordinación de lo público.
- Mejorar el acceso de los jóvenes a fuentes de financiación rápidas, asumibles, eficaces y adecuadas a cada etapa del proceso emprendedor. Desde la implantación de programas de financiación inicial a fondo perdido, capital semilla, préstamos participativos o herramientas de coinversión con entidades privadas hasta diseñar un

sistema de avales estatales que facilite el acceso de los emprendedores al crédito bancario a unas tasas razonables.

- Promover la aparición de herramientas avanzadas de apoyo a proyectos emprendedores de alto crecimiento especializadas por verticales de industrias estratégicas. Incubadoras, aceleradoras, programas de mentoría de alto valor añadido y especializadas, son todavía escasas en la mayor parte de los países iberoamericanos. Identificar el potencial de los emprendedores y de la economía vinculada a sectores de alto crecimiento, así como diseñar un conjunto de herramientas de apoyo en torno a ellos es esencial para promover empresas con capacidad de escalado.

- Potenciar la organización y la creación de redes de emprendedores, facilitando la creación de espacios de coworking que fomenten la colaboración y la cooperación.

- Tanto el gobierno como el sector privado deben desarrollar capacidades de innovación mediante el desarrollo de los recursos humanos de una economía. Esto se puede realizar a través de la introducción de mecanismos adecuados que mejoren la colaboración entre las instituciones de investigación para nuevas empresas y negocios consolidados. Hay que prestar apoyo para ayudar a comercializar la valiosa propiedad intelectual que proviene de las instituciones de investigación.

- Ampliar y promover intervenciones que se ocupen de las lagunas básicas en las habilidades, especialmente en los jóvenes, donde el desempleo es un problema tan crucial. Esto podría incluir la introducción de centros de formación para la enseñanza de las habilidades artesanas que estimulen a los jóvenes a salir y comenzar su propio negocio.

- Promover, en el sistema educativo superior, la formación en habilidades y competencias de los jóvenes en relación con las demandas de las empresas y acordes con las tendencias internacionales.

- Trabajar con los medios de comunicación locales para crear conciencia y una percepción positiva de la actividad emprendedora como una oportunidad de empleo potencial para los jóvenes. Mostrar a los emprendedores de éxito de la zona como modelos a seguir y promover concursos e incentivos para que las personas se introduzcan en la actividad emprendedora, como se ha hecho en Brasil con resultados tan buenos.

- Maximizar el potencial sin explotar de las mujeres jóvenes mediante la introducción de fondos especiales para la promoción de mujeres emprendedoras. Introducir las incubadoras y las estructuras de apoyo empresarial para ayudar a las mujeres jóvenes emprendedoras en concreto.

- Promover el emprendimiento en la alta tecnología, empresas de alto valor añadido, dando soporte adecuado en el modo de financiación y asesoramiento por parte de mentores.

- Dar incentivos fiscales a aquellas personas y financiadores interesados en la financiación de nuevas empresas, especialmente las iniciadas por los jóvenes.

Gina Magnolia Riaño
Secretaria General
Organización Iberoamericana de la Seguridad Social (OISS)

En la pasada IX Conferencia Iberoamericana de Ministras y Ministros de Trabajo y Empleo (2016) realizada en Cartagena de Indias, se encargó la creación del Observatorio para el Empleo, el Emprendimiento y la Seguridad Social de los Jóvenes a la Organización Iberoamericana de Seguridad Social – OISS y al Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica – OIJ, con el apoyo de la Secretaría General Iberoamericana – SEGIB y del Secretariado Ejecutivo Virtual, para que funja como un instrumento de seguimiento permanente de las condiciones de los jóvenes frente a los mercados de trabajo y la seguridad social, esto con el propósito que sus aportes se constituyan en orientadores de las políticas públicas y el desarrollo de los servicios de empleo y protección de la región.

Este estudio “Emprendimiento Juvenil en Iberoamérica”, elaborado por Deusto Business School con la colaboración de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y el apoyo de Microsoft y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), se constituye en un aporte concreto de la cooperación Iberoamericana para ser utilizado como instrumento orientador para los países de la región principalmente en lo referente al emprendimiento, con comentarios sobre la situación de los jóvenes respecto del empleo, ahorro y cultura previsional, empleabilidad y la protección y seguridad social.

En este sentido la Organización Iberoamericana de Seguridad Social (OISS) como organismo internacional, técnico y especializado, que mediante el intercambio y aprovechamiento de experiencias mutuas en seguridad social, promueve el bienestar económico y social, y el Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica (OIJ) como

promotor de la transformación, la inclusión y la cohesión social, como estrategia de desarrollo sostenible para los jóvenes de la región, han decidido aunar esfuerzos que hoy se reflejan en este estudio como aporte al “Observatorio de Empleo, Emprendimiento y Seguridad Social para los Jóvenes”, que a su vez coadyuva a la consecución de los objetivos de la Agenda 2030.

El estudio analiza la situación del emprendimiento juvenil, las condiciones del entorno de los países iberoamericanos, realiza aportes en términos de empleo y consideraciones en empleabilidad, protección y seguridad social, como herramientas para las administraciones emprendedoras de la región. Muestra los ecosistemas emprendedores de los países Iberoamericanos y las diversas dinámicas que vinculan el perfil del emprendedor, innovación, actividad y fuentes de financiación, y su impacto sobre el empleo.

En lo que respecta a la igualdad de género se encuentra que aún en los jóvenes continúan presentes las desigualdades, ya que las mujeres tienden a tener menores tasas de emprendimiento debido a que enfrentan mayores obstáculos que los hombres, lo que se traduce en un mayor porcentaje de mujeres jóvenes emprendedoras por necesidad.

En la confianza de que este estudio contribuya a fomentar la cultura previsional con ahorro en los jóvenes, el conocimiento de sus derechos y a dotar de información sobre aspectos del emprendimiento, la cooperación Iberoamericana continuará trabajando en beneficio del bienestar, la protección y la seguridad social, la igualdad y el desarrollo de los países de la región.

CAPÍTULO V

TOOLKIT PARA LAS ADMINISTRACIONES EMPRENDEDORAS

■ ■ **El emprendedor es una 'persona que pone en marcha una idea arriesgada con efectos económicos usando una empresa' ■ ■ .**

5.1 Introducción

Los emprendedores son el vehículo por el cual las ideas se implementan y desempeñan un rol clave en la innovación, lo que les ha convertido en el principal agente de la nueva economía.

A este respecto existen pocas dudas en el ámbito académico, político e incluso en la opinión pública. No obstante, para llegar a esta afirmación se ha necesitado toda una nueva área de investigación en la ciencia económica que ha tomado por nombre su vocablo en inglés entrepreneurship.

Las externalidades positivas de las nuevas iniciativas empresariales están detrás

del hecho de que las administraciones públicas hayan querido apoyar al colectivo emprendedor. Las sucesivas crisis, además, han impulsado estas políticas, pero también han acentuado la necesidad de resultados visibles en el corto plazo, desdeñándose –equivocadamente– las actuaciones más lentas del ecosistema en favor de programas de impulso a determinados colectivos.

Este análisis ofrece un sencillo marco teórico a políticos y administraciones, pero también a empresas, instituciones educativas y medios de comunicación para que acierten con sus actuaciones a favor de los emprendedores.

5.2 Desarrollo

Para diversos autores los principales problemas que se encuentran los gestores públicos a la hora de aplicar políticas de apoyo a los emprendedores son tres. La ausencia de una teoría que aglutine todas las perspectivas del fenómeno

emprendedor; la inexistencia de un consenso en la definición del término emprendedor y, por último, la desconexión entre las políticas públicas y los fallos de mercado que las causan. Estas cuestiones serán abordadas a continuación.

5.2.1 El campo del entrepreneurship

El entrepreneurship es un área de investigación enmarcada en las ciencias sociales que puede considerarse relativamente joven o que por lo menos no ha alcanzado su plenitud con importantes avances muy recientes.

De hecho, es muy difícil encontrar una traducción comúnmente aceptada del término al castellano. Es habitual el uso de denominaciones tan dispares como factor empresarial, función empresarial o iniciativa emprendedora. La tendencia de la literatura en habla hispana es el mantenimiento del vocablo en inglés entrepreneurship.⁶

A pesar de que aún no existe un consenso

sobre la definición de este campo de estudio, un gran número de investigadores coinciden en que la creación de nuevas empresas es una de las principales manifestaciones del entrepreneurship (Morales y Roig, 2005).

5 En microeconomía los fallos de mercado son situaciones en las que el mercado no asigna eficientemente los recursos con consecuencias que lesionan el interés público.

6 La Real Academia de la Lengua incorporó al diccionario el vocablo 'emprendimiento' en 2013, así como la acepción empresarial del término 'emprendedor'. Por el contrario, las voces 'emprendeduría' y 'emprendizaje' no gozan de reconocimiento en la RAE pese a su extendido uso.

5.2.2 Los emprendedores: su definición

Existe una abundante literatura económica al respecto de la definición del emprendedor. Con el propósito de aclarar el concepto Sternberg y Wennekers [2005] identifican dos vertientes en la actividad emprendedora. Por un lado, se encuentra la ocupacional, que “se refiere a la propiedad y administración de un negocio que corre por cuenta propia y del que se asumen todos los riesgos”. Por otro se sitúa la acepción conductual de la actividad emprendedora.

Para esta última, la iniciativa emprendedora no es más que las habilidades que poseen determinadas personas. Cuando esos rasgos de personalidad guían la actividad mercantil de los individuos se asume un rol predominante de emprendedor. Pero medir rasgos discontinuos de la personalidad emprendedora de las poblaciones o actitudes emprendedoras de los individuos en las empresas se antoja imposible para la estadística. Por ello, los estudios empíricos en entrepreneurship han usado la visión ocupacional de la definición de emprendedor.

La perspectiva ocupacional ha llevado a identificar emprendedores con figuras jurídicas mercantiles. Las asociaciones más frecuentes son empresario individual, pequeña empresa y joven empresa. La debilidad de usar la primera de ellas radica en que se vincula actividad emprendedora con trabajo autónomo dejando fuera las pymes, y por tanto circunscribiendo el fenómeno emprendedor al autoempleo. También son conocidos los inconvenientes de la identificación con pyme, puesto que no todas las pequeñas empresas asumen comportamientos emprendedores y no solamente en las empresas de reducida dimensión están los emprendedores. En opinión de Reynolds [2004], para definir emprendimiento las diversas tendencias

tienen al menos en común que lo relacionan con la creación de algo nuevo. Lo que nos permite introducir a la joven empresa o empresa recién creada⁷ como el tercer y último concepto identificado con emprendimiento a la hora de facilitar su medición. La creación de empresas es para muchos investigadores el foco más adecuado para aproximarse al entrepreneurship. Esta identificación ha triunfado hasta el extremo de aparecer en la mayoría de los discursos institucionales el concepto de emprendedor asociado inexorablemente al adjetivo joven.

Sin duda, la perspectiva ocupacional ayuda a medir la actividad emprendedora, pero eso no debe llevarnos a asumir que el emprendedor es un empresario en pequeña escala. Al contrario, un emprendedor se asocia más con la novedad que con el tamaño. La definición recomendada en este informe para entender el fenómeno emprendedor es “persona que pone en marcha una idea arriesgada con efectos económicos usando una empresa”.⁸

7 La identificación de startup con nueva empresa no es automática, puesto que la primera añade un componente tecnológico y una capacidad de crecer rápido que no tiene por qué tener la segunda.

8 La definición utiliza los conceptos clave de las tres principales escuelas que han estudiado el emprendimiento. Propensión al riesgo [Knight, 1921], innovador [Schumpeter, 1911] y buscador de oportunidades [Kirzner, 1973].

5.2.3 Los efectos en la economía de la actividad emprendedora. Las políticas públicas

La abundancia de actuaciones públicas a favor de los emprendedores tiene su causa en las bondades económicas de las nuevas empresas. En primer lugar cono-

ceremos esos efectos, para después recapitular las políticas.

5.2.3.1 Los efectos en la economía de la actividad emprendedora

Para poner en valor esas externalidades conviene repasar los más importantes autores que han estudiado este campo. Aunque gran parte de la producción es reciente, se pueden distribuir en etapas que

abarcan desde principios del siglo XVIII a nuestros días y que se resume en la Tabla siguiente.

Tabla 4 Etapas en la literatura académica sobre el emprendimiento

| Etapas | Marco temporal | Descripción de la etapa | Autores |
|--------------|---|--|------------|
| Antecedentes | Siglos XVIII y XIX. | Aparición y definición del término | Cantillon |
| | | | Say |
| | | | Mill |
| Inicios | De finales del siglo XIX a la posguerra de la II Guerra Mundial | Los emprendedores como elementos de desarrollo económico | Marshall |
| | | | Schumpeter |
| Madurez | Años 80 y 90 del siglo XX | La medición de las consecuencias económicas de la actividad emprendedora | Baumol |
| | | | Birch |
| | | | Reynolds |
| Auge | Del fin de siglo a nuestros días | La economía emprendedora | Jovanovic |
| | | | Acs |
| | | | Audretsch |
| | | | Thurik |

Fuente: Ortega Cachón [2012]

i. Aparición y definición del término emprendedor

Esta primera etapa se inicia con la obra de Cantillon [1755] y abarca desde el siglo XVIII hasta finales del siglo XIX. Los principales economistas que escriben sobre el tema son Cantillon, Say y Mill. Say es quien popularizó el término emprendedor [entrepreneur], aunque es Cantillon quien lo utiliza por primera vez.

mientras Say [1840] lo definió como un ser capaz de coordinar y combinar factores de producción. Finalmente, Mill [1848] en su libro Principios de Política Económica usa el término emprendedor para referirse a aquella persona que asume tanto el riesgo como la gestión en una empresa.

En la definición de Cantillon, es empresario quien asume riesgos en su intento de crear riqueza en un entorno de incertidumbre,

iii. Medición de las consecuencias económicas de la actividad emprendedora

Durante la década de los ochenta y los noventa y debido a la situación de estancamiento y alto desempleo, los gobiernos especialmente en los Estados Unidos empiezan a abandonar la estrategia de atracción y fidelización de grandes empresas en sus territorios en favor de la promoción de los emprendedores.

Al mismo tiempo son diversos autores, entre los que pueden destacarse Baumol o el premio Nobel de economía North, quienes sitúan el marco institucional como fundamental para la actividad empresarial y determinante para que el carácter de la misma sea compatible con el progreso y el crecimiento económico.

Pero quien provoca la explosión de la investigación científica en este terreno es

iv. La economía emprendedora

En la frontera del cambio de siglo se inicia el periodo más prolífico para esta producción literaria. Los autores destacados son los americanos Audretsch, Acs y el holandés Thurik. Todos ellos basan sus investigaciones en los escritos de Marshall y Schumpeter y desarrollan un cuerpo teórico al respecto de la iniciativa emprendedora como una suerte de cuarto factor productivo que les lleva a hablar de Entrepreneurial economy. La base teórica que permite establecer la relación entre entrepreneurship y crecimiento económico es provista por las nuevas teorías de la evolución de la industria de Jovanovic [1982].

Frente a los que sugerían que los emprendedores retardaban la actividad económica [eran menos eficientes y estaban fuera de la actividad innovadora por falta de recursos], Jovanovic sugiere exactamente lo contrario: el emprendimiento estimula y genera crecimiento. La iniciativa empre-

Birch, con la publicación en 1979 de The job generation process. La presentación de este informe en el Congreso de los Estados Unidos en el que se ponía de manifiesto que la mitad de los nuevos puestos de trabajo en ese país fueron creados por nuevas empresas, tuvo un enorme eco. Es a partir de esas reveladoras cifras cuando políticos de todos los colores descubren al empresario y la necesidad de fomentar nuevas empresas. Son muchos los estudios posteriores que siguen esa estela, pero merece la pena destacar el trabajo de Reynolds [1987] por su búsqueda de indicadores que midan la iniciativa emprendedora y, sobre todo, porque sin su obra no hubiese podido nacer a finales de los noventa el informe Global Entrepreneurship Monitor [GEM].

dedora se convierte, por tanto, en el vehículo por el cual las ideas, en muchas ocasiones, son implementadas [Audretsch, 2002]. La explicación que dan a este empoderamiento del entrepreneurship tiene su base en la globalización que ha hecho migrar la ventaja competitiva hacia actividades basadas en el conocimiento. Los cambios tecnológicos han reducido el papel de las economías de escala, aumentado la competencia en los mercados y mejorado la capacitación de los agentes económicos, lo que ha beneficiado a las nuevas empresas.

Estos autores lo resumen así: “la nueva economía es aquella en la que la tecnología y los productos se vuelven obsoletos mucho más rápido que décadas atrás. Está claro que estamos entrando en la era de las jóvenes empresas. El rol que jugarán será mayor que el que nunca antes han tenido en los últimos setenta años”.

Tabla 4.1 Externalidades de la actividad emprendedora

| Externalidad | Marco temporal | Autor |
|-----------------|-----------------------------|------------|
| Empleo | Nuevos empleos | Birch |
| Crecimiento | Aumento del PIB | Audestch |
| Productividad | Producción / persona / hora | Disney |
| Innovación | Nueva función de producción | Schumpeter |
| Cohesión Social | Empresarios de éxito | Kirchhoff |

Fuente: Ortega Cachón [2012]

5.2.3.2 Las políticas públicas de apoyo a los emprendedores

La demostración de la positiva relación de la actividad emprendedora con el empleo, el crecimiento, la productividad, la innovación y la cohesión social ha hecho que gobiernos de toda ideología hayan impulsado esta figura con diferentes políticas. Unas veces en el más puro estilo keynesiano con políticas de demanda, pero otras muchas también con políticas de oferta como la defensa de la competencia o la reducción de trabas burocráticas

e impuestos.

Son ya cien años de estas actuaciones, por ello y para facilitar su conocimiento a los nuevos agentes que se incorporen a este apoyo se han aglutinado en cinco etapas históricas. Además, se sugieren varios programas que pueden considerarse buenas prácticas [Tabla 5.2].

Tabla 4.2 Etapas y buenas prácticas de las políticas públicas de emprendimiento

| Nombre | Etapas | Buena práctica |
|---------------------------------------|-----------------------------|---|
| Leyes antitrust | Finales s. XIX a años 40 | Ley Sherman |
| Primeras políticas de pymes | Años 50- años 60 | SBA |
| Generalización políticas de pymes | Años 60 - años 70 | SBIR |
| Primeras políticas para emprendedores | Años 90 – crisis 2008 | YOZMA |
| Auge políticas para emprendedores | Crisis 2008 – nuestros días | Startup Chile Estatuto francés del emprendedor |

Fuente: Ortega Cachón [2012]

a) Las leyes antitrust en Estados Unidos (desde finales del siglo XIX hasta los años cuarenta)

Las leyes antitrust no estuvieron motivadas únicamente por la preocupación del gobierno federal de evitar comportamientos abusivos de la gran empresa sobre los consumidores, sino también sobre los pequeños negocios. En este sentido, la ley Sherman de 1890, que prohibía la concentración empresarial bajo la forma de trust, es considerada la primera norma a favor de los emprendedores.

La aparición temprana de este tipo de actuaciones en Estados Unidos no debe extrañar, ya que el espíritu emprendedor puede ser entendido como una extensión de aquel que impulsó a los primeros colonos de la emer-

gente nación, concibiéndose, bajo la óptica jeffersoniana, a los pequeños empresarios como un elemento clave para la consolidación de la clase media y, por ende, del sistema democrático.

A raíz de la Gran Depresión de los años treinta y, posteriormente, del estallido de la Segunda Guerra Mundial, se produce un impulso importante en la actitud del gobierno de Estados Unidos hacia el pequeño tejido productivo. Surgen en este momento las primeras políticas activas de apoyo a la pequeña empresa, cuya implementación será encomendada a agencias públicas de carácter temporal.

b) Primeras actuaciones permanentes a favor de la pequeña empresa (años cincuenta y sesenta)

Como se ha comentado, estas décadas constituyen la edad de oro de la gran empresa, aparecen y se consolidan un buen número de multinacionales a ambos lados del Atlántico. No obstante, impulsada por la creciente preocupación de la clase política por el pequeño empresario ante ese auge, es en esta época cuando nace la política de fomento a la pyme en Estados Unidos, Canadá y Holanda. Muchas de las medidas adoptadas por estos gobiernos se centrarán en

la prestación de apoyo financiero a las empresas, siendo paradigmática la actuación de una agencia de Estados Unidos: Small Business Administration [1953]. De hecho, en los años sesenta esa agencia se convirtió en una de las herramientas de las que se sirvió la nueva administración demócrata para llevar a cabo su política de promoción social entre determinadas minorías, introduciendo para ello medidas encaminadas a favorecer el autoempleo en dichos colectivos.

c) Generalización y consolidación de las políticas de apoyo a la pyme (años setenta y ochenta)

Hasta las crisis del petróleo de 1973, el paradigma de la gran empresa apenas si se había cuestionado y la defensa de las pymes estaba todavía más ligada a la protección de elementos sociales que a la eficiencia. Sin embargo, a partir de entonces se produce un cambio en esta tendencia, cobrando la pequeña empresa un destacado protagonismo y, por extensión, el emprendedor. Los gobiernos, acuciados por el aumento del paro y la caída de la actividad renuevan su interés en la pyme, tomando en consideración los primeros estudios que acreditan la pérdida de tamaño de las grandes empresas y el abandono de ciertas actividades a favor de las organizaciones más pequeñas, así como las investigaciones sobre el efecto de la pequeña iniciativa en el empleo y la competitividad.

En esta etapa, los instrumentos públicos de promoción empiezan a diversificarse no tratándose ya meramente de facilidades financieras, sino también de servicios de asesora-

miento y consultoría, junto a actuaciones de simplificación administrativa y adecuación del marco jurídico. Es también en este periodo cuando surgen las incubadoras empresariales y las agencias de desarrollo económico, tanto a nivel local como regional.

En este periodo, tiene lugar un hito en la política pública de estímulo empresarial al crearse en Estados Unidos un nuevo instrumento que facilitaría específicamente el surgimiento de empresas tecnológicas: Small Business Innovation Research Program [SBIR]. Este programa obliga a las principales agencias federales de I+D a destinar una parte de su presupuesto de investigación a la financiación de pequeñas empresas innovadoras. El apoyo financiero cubre, a través de un itinerario compuesto de tres fases, desde la concepción de la idea hasta la comercialización del nuevo producto o servicio. Tuvo un gran éxito en la financiación de proyectos innovadores, estando detrás del surgimiento de empresas como Intel, Apple o Compaq.

mar que el Estado es una de las organizaciones más emprendedoras del mercado y la que asume inversiones de mayor riesgo.

Hay un fenómeno que por su importancia reciente, rápido crecimiento y caracterización como de ecosistémico ha de ser mencionado expresamente en este apartado. El emprendimiento corporativo, también conocido como intraemprendimiento o incluso innovación abierta, se ha convertido en los últimos cinco años en una de las estrategias más habituales de las grandes empresas. Buscan adoptar el modelo de éxito de innovación de las startups y para ello han empezado a trabajar con ellas y/o convertir a los trabajadores en emprendedores. El estudio que he tenido el honor de coordinar bajo el título *Emprendimiento Corporativo en España [2017]* pone de manifiesto que el 86% de las grandes empresas con actividad en España tienen programas de fomento de intraemprendimiento en marcha a partir del año 2014. De hecho, el emprendimiento corporativo ha desbordado lo empresarial y son ya muchas organizaciones públicas en todo el mundo que han empezado a implementar programas de intraemprendimiento como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en Washington o el Ayuntamiento de Madrid con el apoyo de la Fundación COTEC.

Tabla 4.3 Causas de las políticas fallidas de apoyo a los emprendedores

| Política fallida | Autor |
|--|------------------------------------|
| Utilización de los mismos instrumentos para tipos de emprendimiento y/o áreas regionales muy diferentes | Douhan y Henrekson |
| Los intereses políticos y el corto plazo pesan más en las decisiones relacionadas con la prestación de servicios que los criterios puramente de eficiencia | Urbano y Veciana Velasco y Saiz |
| La excesiva complejidad de los trámites para acceder a determinadas prestaciones e instrumentos de apoyo | Landabaso y Mouton |
| Elección de actuaciones de cuya eficiencia no existe base empírica alguna | Parker |
| La actuación exclusivamente sobre los determinantes de la demanda de la actividad empresarial sin mejorar las condiciones de los mercados para absorber esta | García Tabuenca |

Fuente: elaboración propia

Pero, a pesar de las buenas intenciones, la intervención pública a favor de la creación

de empresas puede no funcionar, por razones de índole muy diversa que se resumen en la Tabla.

La falta de rigor técnico a la hora de diseñar las actuaciones; la rigidez del funcionamiento de la administración o el uso de una estrategia indiferenciada para apoyar a los distintos tipos de son algunas de las causas de que fallen estas políticas. Uno de los errores más comunes es impulsar estrategias cortoplacistas, cuando los efectos positivos de estas políticas suelen tardar en manifestarse. Es por esto que, desde estas páginas, se recomienda a los policymakers paciencia y tenacidad en este campo. También hay que denunciar la falta de realismo de los gobiernos que tratan de alcanzar en un lapso de tiempo muy reducido las cifras y tipología de nuevas empresas surgidas en Estados Unidos simplemente emulando las políticas de este país, obviando el hecho de que su desarrollo fue el resultado de un proceso que duró décadas y que cada país exige actuaciones propias.

En cualquier caso, buena parte de las críticas a fallidas actuaciones se centran no en la decisión gubernamental de beneficiar a emprendedores o nuevas empresas frente al resto, sino en la forma en que dicha decisión se materializa, lo cual tiene que ver con cuestiones propias de la teoría del Public Choice. Por otra parte, la ineficiencia de estas políticas a menudo no es achacable solamente a la dinámica político-administrativa o a la naturaleza del instrumento concreto elegido, sino a la falta de un enfoque global y coherente en la acción dirigida a los emprendedores.

La regla 4E

Se propone una sencilla regla nemotécnica para acertar a la hora de poner en marcha actuaciones de apoyo a los emprendedores. La regla 4E, nos recuerda cuatro conceptos que han de seguirse y que empiezan por la letra e. En primer lugar estudiar en profundidad los estorbos [1E], obstáculos, a la actividad emprendedora y las instituciones que están en su origen o solución. Utilizar el ecosistema emprendedor [2E], todos los agentes públicos o privados que estén en la cadena de valor de la vida de una empresa como aliados en la actuación. La tercera es perseguir no solo la mejora de un colectivo o el corto plazo, sino la consecución a largo plazo de una economía emprendedora [3E] frente a la vieja economía dominada por las grandes empresas y la obsesión por la eficiencia. Por último, evaluar [4E] periódicamente los recursos usados y su retorno para buscar la eficiencia de los recursos públicos.

ricanos tienen una alta motivación por iniciar acciones emprendedoras, tanto así que la tasa de actividad emprendedora supera con creces la de abandonos: por cada persona que cesa en una actividad empresarial cerca de cuatro se dedican a la actividad emprendedora en la fase inicial.

Este estudio “Emprendimiento Juvenil en Iberoamérica” deja ver el gran impacto que ha tenido el emprendimiento en toda la región. Así se observa que el grupo de empleadores supera ampliamente al de los autoempleados, que aproximadamente el 50% de los empleadores han contratado de una a cinco personas y alrededor del 13% de emprendedores han contratado a 6 o más trabajadores, es decir que existe un amplio porcentaje de emprendedores que pasan a ser empleadores.

Empleo y previsión social

Es evidente que ha habido crecimiento y gran apoyo al emprendimiento juvenil en los países de la región, sin embargo, aún queda mucho por hacer en cuestión de acompañamiento y socialización de los impactos que conlleva emprender. De acuerdo con cifras del estudio “Empleos para crecer” [BID, 2016], el 64% de jóvenes de 15 a 29 años tienen trabajos informales, lo que significa que trabajan sin ninguna protección frente a contingencias futuras, contra riesgos laborales, sin ahorrar para la vejez y con una alta inestabilidad en el empleo, se llega a estimar que uno de cada tres empleados no tendrá el mismo empleo en un año. Lo anterior hace necesaria la adopción de políticas específicas que permitan mejorar las oportunidades laborales, acompañadas de protección y seguridad social, garantizándoles así unos derechos y la cobertura de posibles contingencias futuras.

En tal sentido, la familia juega un papel esencial para el desarrollo de los jóve-

nes, acompañándolos en la transición a sus diversas etapas, como es el paso del sistema educativo a la vida laboral con su primer empleo, en donde la familia deja de ejercer el rol protector y el ejercicio de derechos y acceso al bienestar empieza a depender del estatus de ser empleado o desempleado. En gran medida los roles de los jóvenes condicionan el acceso a oportunidades de bienestar en los años posteriores.

El núcleo familiar se constituye así en el primer formador en previsión para los jóvenes. La juventud y la adolescencia son etapas claves de la vida de las personas y es allí donde la cultura y la educación previsional tienen un papel destacado en el tránsito de los jóvenes al primer empleo al cual es recomendable acceder con la cultura de la previsión, ya que facilita y favorece el acceso de los jóvenes a una protección y seguridad social los ampara de posibles eventualidades y les proporciona una mejor gestión de riesgos sociales y económicos a los que están expuestos, lo que a su vez se traduce en desarrollo e inclusión social.

A su vez, la intervención de las Administraciones Públicas y los Gobiernos de los países es fundamental para contribuir a mejorar la empleabilidad de los jóvenes, para aumentar la calidad y la estabilidad del empleo joven, para promover la igualdad de oportunidades y para fomentar el espíritu emprendedor. Es necesario que los Gobiernos pongan en marcha políticas públicas que generen mejores empleos, fortalezcan sus competencias laborales y generen oportunidades de emprendimiento.

Para ello es conveniente la generación de acciones institucionales globales, sostenibles y a largo plazo por parte de los gobiernos, con las que se propenda por el emprendimiento, la inclusión social y laboral con seguridad social para los jóvenes,

5.3 Conclusiones

Los emprendedores han emergido como el motor del desarrollo económico-social y están cambiando radicalmente las economías más avanzadas. En el auge actual de este fenómeno y con una difícil coyuntura, los gobiernos se aferran a la promoción de los emprendedores con la desesperación que lo hace el náufrago al barco hundido. Por ello, se hace necesario ganar coherencia y foco en la acción pública en este terreno. Pero no bastará con que las políticas públicas de apoyo sean eficaces, eficientes y sostenibles, sino que tienen que ir en la buena dirección, que para este autor es conseguir una sociedad más emprendedora. La recomendación a los responsables de la promoción económica es que sus actuaciones se inserten en la lógica de la nueva economía donde el conocimiento, junto con la capacidad para emprender, es el nuevo factor de producción.

La nueva economía emprendedora no se conseguirá nunca con actuaciones al nivel de la empresa sino tocando también los aspectos ambientales que incidan en los sustratos individual y macroeconómico. Esta tarea reformista no afecta únicamente a lo público, al contrario, sin la intervención del resto de agentes no podría llevarse a cabo. Y es que solo uniendo fuerzas y coordinando estrategias por parte de gobiernos, empresas, emprendedores e instituciones educativas podrá conseguirse un auténtico capital emprendedor que garantice una economía basada en el conocimiento, que crezca, cree empleo y además sea sostenible.

En este sentido, la tarea pendiente en Iberoamérica para conseguir una au-

téntica economía emprendedora es ingente. Las políticas públicas tienen que seguir profundizando en el cambio de escala, iniciado en los años ochenta en otros países, desde las grandes empresas a los emprendedores. Para ello, son necesarios menos programas públicos de apoyo a emprendedores pero más alineados y coordinados. La política emprendedora no puede ser un elemento retórico y en cambio se necesitan programas integrales, público-privados e insistentes frente a la provisión de servicios concretos o las ayudas coyunturales.

También los empresarios y sus asociaciones han de huir de polémicas absurdas al respecto de minusvalorar el término emprendedor y su reciente auge. Frente a la miope visión de que los emprendedores son aprendices de empresarios merece la pena aprender de los territorios más dinámicos, donde esa figura goza de la mayor consideración social. El análisis que Deusto Business School e ICADE Business School realizaron sobre los programas electorales de los cuatro principales partidos españoles en el año 2016 demostró el consenso político sobre el apoyo al emprendimiento. De hecho, el éxito de la denominación emprendedor frente a otros términos indica en sí mismo una victoria de las tesis que propugnan una legitimación de esa figura. El triunfo de la palabra emprendedor facilita que se rompa con los estereotipos negativos del término empresario. Es el camino para poner en valor su nuevo papel en la actividad económica, frente a la polémica cainita que solo da alas a aquellos que quieren recuperar trasnochados discursos de lucha de clases. Las grandes corporaciones en todo el mundo lo han entendido perfectamente y el

■ ■ **El 48.3% de las personas entre los 18 y 24 años detectan oportunidades en la puesta en marcha de un negocio o una actividad emprendedora frente al 47.5% de la juventud mayor ■ ■.**

emprendimiento corporativo es buena muestra de ello.

Este artículo ha pretendido ofrecer a todos los agentes involucrados un marco teórico, además de buenas prácticas y actuaciones fallidas que, a modo de toolkit, les ayude a entender mejor el emprendimiento, y así elegir las mejores actuaciones para conseguir una economía más emprendedora.

Para finalizar, los responsables de las actuaciones públicas, que sirven a la sociedad en general, son los primeros que han de aplicarse los principios de la economía emprendedora. Si seguimos la definición que Holcombe [2002] hace del político emprendedor como “aquel que está siempre alerta para captar oportunidades que le permitan conseguir la eficiencia en las actuaciones públicas y la consecución de la redistribución de la riqueza”, veremos que ambas figuras no deberían estar tan lejos.

REFERENCIAS

- Audretsch, D. B. [2002]. Entrepreneurship: A survey of the literature. Institute For Development Strategies. Indiana University & Centre for economic policy. Research [Cepr]. Prepared for the european commission, enterprise directorate.
- Audretsch, D. B. y Thurik, R. [2002]. Linking entrepreneurship to growth, Oecd Sti Working Paper, 2081/2.
- Birch, D. L. [1979]. The job generation process. Cambridge, Ma: Mit Program On Neighborhood And Regional Change.
- Cantillon, R. [1755]. Essai sur la nature du comerce en general, Londres y Paris.
- Comisión Europea [1998]. Fomento del espíritu empresarial en Europa: Prioridades para el futuro en la comunicación de la comisión al consejo. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/support_measures/docs/fostering-98_es.pdf
- Comisión Europea [2000]. Carta europea de la pequeña empresa.
- Comisión Europea [2008]. Small Business Act
- Daniels, C., Herrington, M. and Kew, P. Global Entrepreneurship Monitor 2015 – 2016: Special Report on Entrepreneurial Finance. Global Entrepreneurship Research Association, 2016. www.gemconsortium.org.
- Erkko A, [2007] 2007 Global Report on High Growth Entrepreneurship
- Foro Económico Mundial [2014]. Outlook on the Global Agenda 2015.pdf; <http://www.weforum.org> World Employment and Social Outlook 2016: Trends for Youth. Oficina Internacional del Trabajo – Ginebra: OIT, 2016
- Galbraith, J. K. [1967]. El nuevo estado industrial, Barcelona: Ed. Ariel.
- Holcombe, R. G. [2002]. Political entrepreneurship and the democratic allocation of economic resources. The Review of Austrian Economics, 15 [2/3], s. 143–159. International Entrepreneurship And Management Journal, 1, 479-49.
- IFDEP [2014], Empreendedorismo Jovem – Um olhar sobre Portugal, www.ifdep.pt/assets/empreendedorismojovem_versao_web2.pdf
- INJUV [2012]. Entrepreneurship Report in Chile: Youth who dare with their ideas. <http://www.injuv.gob.cl>.
- ILO. How to build an enabling environment for youth entrepreneurship and sustainable enterprises. Oficina Internacional de Trabajo – Ginebra: OIT, 2010.
- Jovanovic, B. [1982]. Selection and the evolution of industry. Econometrica. 50: 649-670.
- Kirzner, I. [1973]. Competition and entrepreneurship. Chicago: The University Of Chicago Press.
- Knight, E. [1921]. Risk, Uncertainty, And Profit. Boston: Houghton Mifflin.
- Mandakovic, V, Abarca, A. & Amorós, E. [2015]. GEM Reporte Nacional de Chile 2015. Disponible en: www.gemchile.cl
- Mazzucato, M. [2014] El Estado emprendedor. Barcelona: RBA.

Marshall, F. [1890]. Principles of economics,, Londres: Macmillan.

Mill, J. S. [1848]. Principles of political economy with some of their applications to social philosophy. London: John W. Parker.

Morales, S. y Roig, S. [2005]. La decisión de crear una empresa: Un análisis a partir de la base de datos del Proyecto Gem. International Entrepreneurship And Management Journal, 1, 479-49.

Naciones Unidas [2013]. Opportunities and constraints to youth entrepreneurship Banco Mundial, 2008. Children and the youth, Volume II, Number 6 June 2008

Best Practice Policies for Small and Medium-sized Enterprises .OECD, París.

Organismo Internacional de Juventud y Global Entrepreneurship Monitor [2016]. Una perspectiva iberoamericana sobre el emprendimiento juvenil

Reynolds, P. D. [1987]. New firms: Societal contribution versus survival potential. Journal Of Business Venturing, 2[3], 231-246.

Reynolds, P. D, Niels B., Erkkö A., [2004]. Global Entrepreneurship Monitor. Diseño de la metodología del trabajo de campo y su implementación entre 1998 y 2003.

Say, J. B. [1840]. Cours complet d' économie politique pratique, En: «Textes Choisis Par Reynaud», P.L. Librairie Dalloz, 1953. Ojo Comprobar Fecha Del Libro.

Senor, D. y Singer, S. [2009]. Startup Na-

tion: the story of Israel's economic miracle. McClelland & Stewart Ltd, Londres.

Schott, T., Kew, P, & Cheraghi, M., 2015, Future potential – a GEM perspective on youth entrepreneurship. Global Entrepreneurship Research Association, 2015. www.gemconsortium.org.

Schumpeter, J. A. [1911]. The theory of the economic development. an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle. 1934 Translation. Cambridge, Ma: Harvard University Press.

Schumpeter, J. A. [1942]. Capitalism, socialism, and democracy. 3rd Ed. New York: Harper And Bros., 1950.

Simpson, J. and Christensen, J. Youth Entrepreneurship & the ILO

Small Business Act [1953]. 67 Stat. 232.

Sternberg, R., y Wennekers, S. [2005]. The determinants and effects of new business creation using global entrepreneurship monitor data. Small Business Economics, 24[3],193-203.

The Global Entrepreneurship and development institute [2016]. Global Entrepreneurship Index

APÉNDICE

EVOLUCIÓN DEL MARCO EMPRENDEDOR EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS



ARGENTINA

Emprendimiento y juventud

El ecosistema emprendedor de los jóvenes en Argentina ha ido creciendo y consolidándose en los últimos cinco años y esto es particularmente evidente en el ámbito de la educación. Cada vez son más las universidades que han incluido el emprendimiento en sus planes de estudio y han comenzado a organizar y apoyar diferentes eventos entre sus estudiantes haciendo hincapié en el crecimiento de una cultura emprendedora en el país.

Logros

Las universidades privadas como la Universidad Austral, ITBA, y la de San Andrés comenzaron a incluir asignaturas de emprendimiento en sus programas de posgrado hace casi cuatro años. Estas instituciones están integrando gradualmente conceptos que antes estaban reservados solo para los estudiantes graduados en programas de MBA en todas sus ofertas de posgrado. Las universidades públicas como la UBA, UTN y otras en Buenos Aires se han vuelto muy activas en cuanto a la promoción del emprendimiento de los jóvenes. Están forjando su propio camino, participando activamente en los estudios de investigación como GUESS [Encuesta Mundial de Estudiantes Universitarios] de la Universidad de St. Gallen y promovidos en Argentina por el Centro de Emprendimiento IAE, con el fin de entender lo que sus estudiantes esperan de ellos. También están involucrados con las organizaciones del sector terciario para fomentar el espíritu emprendedor entre sus alumnos, e innovando con nuevas asignaturas y profesores como Emprending (un grupo de antiguos alumnos) en la universidad de ingeniería de Buenos Aires o el programa YUZZ, en el centro jóvenes con ideas

de la Facultad de Ciencias Económicas en colaboración con el Banco de Santander. El sector público también ha estado fomentando y apoyando el emprendimiento juvenil, principalmente a través de la invitación a los jóvenes a resolver los desafíos comunes.

Desafíos

El acceso a los recursos es una de las principales peticiones de los estudiantes y de los jóvenes a la hora de poner en marcha un negocio. El acceso al capital para iniciar un negocio no es abundante, mientras que los recursos físicos como incubadoras, aceleradores o espacios de coworking para apoyar la creación de empresas están mejorando, aún no son suficientes para satisfacer la necesidad. Esta situación se agrava cuando uno se aleja de la capital y se adentra en las áreas rurales. La ineficiente burocracia afecta a todos los emprendedores. Lleva muchos días abrir una empresa en Argentina.

Principales iniciativas desarrolladas

Una gran iniciativa del gobierno de la ciudad de Buenos Aires en los últimos años dio a luz a programas como #Desafiate y #voslohaces para resolver los desafíos comunes e Impactec para encontrar una nueva empresa técnica que tuviera un impacto sobre 1.000.000 personas, entre otros.

Se han iniciado programas públicos para la formación emprendedora, por ejemplo la Academia BA Emprende y Argentina Emprende. Los gobiernos locales han incluido, cada vez más, la promoción del emprendimiento juvenil como uno de sus principales temas de política pública.

Las organizaciones del sector terciario, instituciones académicas y empresas privadas



BOLIVIA

Emprendimiento y juventud

Existe una marcada dualidad en materia de emprendimiento juvenil en Bolivia, ya que aquel que está motivado por la falta de oportunidades y de formación coexiste en el país con otro protagonizado por jóvenes preparados que desean ser sus propios jefes. No obstante, muchas actividades empresariales con futuro se quedan en una mera fuente de ingresos complementaria por el efecto disuasorio que ejerce el marco regulatorio.

También conviene añadir que a nivel de ecosistemas locales y regionales existen importantes diferencias, siendo el Departamento de Santa Cruz el que se encuentra a la cabeza en cuanto a la calidad del emprendimiento y agentes que trabajan para su promoción.

Logros

El principal logro que destacan los expertos es que, junto al emprendimiento por necesidad centrado en actividades tradicionales, está entrando en escena otro de mayor envergadura e impacto que convierte la tecnología en su aliado. Este movimiento emprendedor todavía es muy incipiente y se concentra en las áreas urbanas de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba y El Alto.

Existe un convencimiento cada vez mayor de que el éxito económico del país depende del dinamismo de sus emprendedores por parte de determinados sectores de la administración pública –especialmente algunos gobiernos locales y regionales– y la sociedad. Todo apunta a que, de mantenerse este estado de opinión, progresivamente este reconocimiento y apoyo moral se irá traduciendo en acciones concretas.

Desafíos

Uno de los retos que tiene que afrontar Bolivia con urgencia es convertir el emprendimiento juvenil en una palanca de escalabilidad e innovación y no simplemente en una fuente de autoempleo en un mercado con una fuerte informalidad. Lo cual también pasa por favorecer la diversificación de las actividades empresariales del país hacia áreas distintas de las tradicionales como la agricultura, el comercio minorista, la hostelería, etc.

La reducción de la presión fiscal sobre los nuevos empresarios así como la supresión de cargas burocráticas son también dos desafíos que deben convertirse en una prioridad para el país. Además, el gobierno, en opinión de los expertos, debe apostar más decididamente por los emprendedores creando programas específicos y dotados de medios adecuados.

Finalmente, es preciso seguir avanzando hacia una cultura más proclive a la asunción de riesgos y la innovación para que se desarrolle el ecosistema emprendedor en términos cuantitativos y cualitativos. Lo que pasa por adaptar la educación en todos los niveles a fin de romper la inercia del miedo al fracaso y favorecer la creatividad.

Principales iniciativas desarrolladas

Bolivia Emprende: es una iniciativa de la Fundación Emprender Futuro que nace en 2013 y tiene como objetivo promover el emprendimiento en Bolivia. Esta iniciativa organiza y subvenciona parcialmente un Programa de Liderazgo, Emprendimiento e Innovación de ocho semanas; lidera el ciclo de conferencias 2-day Bolivia Emprende, y además actúa de plataforma para acercar a los nue-



BRASIL

Emprendimiento y juventud

Los jóvenes brasileños son muy emprendedores: una cuarta parte de la población de 18 a 34 años inicia o dirige una nueva empresa en 2015 (la tasa más alta, en comparación con los otros grupos de edad). Dentro de este grupo, la mayor concentración está en el tramo de 25 a 34 años de edad. Hay más hombres que mujeres entre los jóvenes emprendedores, y la gran mayoría han obtenido un título de educación secundaria. La mayoría de los jóvenes emprendedores dirige una micro empresa o una pequeña empresa en sector minorista o de servicios, y no obtuvo fondos de las fuentes formales para iniciar la actividad.

Logros

Los jóvenes parecen ser particularmente hábiles para encontrar oportunidades y demostrar un fuerte impulso hacia la obtención de la independencia financiera. Con el fin de superar su falta de educación formal, los jóvenes buscan el conocimiento y la información a través de tecnologías de la comunicación. La disponibilidad de diferentes opciones de medios, combinada con el talento y la afinidad de los jóvenes en el uso de estas herramientas, hacen probable que los jóvenes de asuman la actividad emprendedora. Además, los jóvenes buscan oportunidades para mejorar sus habilidades y obtener información a través de redes profesionales, así como mediante la participación en eventos y organizaciones relacionadas con el emprendimiento.

Desafíos

De acuerdo con GEM 2015 y corroborado por la investigación de la Confederação Nacional dos Jovens Empresários[CONAJE], las

principales condiciones que impiden a los jóvenes iniciar un nuevo negocio son:

El escenario económico desfavorable;

Las políticas públicas no dan prioridad a la actividad emprendedora;

Los costos y la burocracia asociados con la puesta en marcha del negocio;

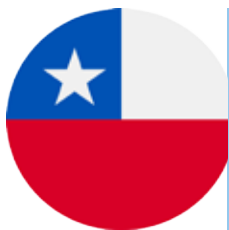
La falta de apoyo financiero; y

La falta de capacidades y titulaciones apropiadas, debido a las deficiencias en todos los niveles de la educación.

Entorno social

Una creencia general entre los jóvenes emprendedores brasileños es que con el fin de tener éxito en su actividad empresarial, es necesaria la presentación de los productos o servicios innovadores y tener un equipo con habilidades y conocimientos adecuados.

■ El acceso a los recursos es una de las principales peticiones de los estudiantes y de los jóvenes a la hora de poner en marcha un negocio ■.



CHILE

Emprendimiento y juventud

Según el Instituto Nacional de la Juventud en Chile (INJUV), la población juvenil chilena tiene una alta disposición a convertirse en emprendedora. Uno de cada tres jóvenes chilenos informa de su intención de participar en la actividad emprendedora. Además, el 41% de ellos cree que hay buenas oportunidades para poner en marcha una iniciativa empresarial, teniendo en cuenta su confianza en la situación económica, sus propias capacidades y sus redes de apoyo. De acuerdo con los datos GEM 2015, el 62% de la población de 25 años o más jóvenes creen que en los próximos seis meses habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en la zona donde viven, mientras que la mitad declara que quiere iniciar un negocio en los próximos tres años. En términos de los valores sociales hacia el emprendimiento, el 70% de este grupo de edad cree que iniciar un nuevo negocio es una opción de carrera profesional deseable en Chile.

Logros

Varios factores están creando nuevas oportunidades para el emprendimiento juvenil. En cuanto a la educación, las universidades están implementando cursos sobre emprendimiento, que estimulan a los estudiantes para llevar a cabo iniciativas como concursos y servicios de consultoría para pequeñas empresas. Un ejemplo es la Universidad del Desarrollo, donde se encuentra el “Club de Emprendedores”, cuyo objetivo principal es proporcionar un apoyo integral a los estudiantes de negocios o para aquellos que quieran obtener asesoramiento empresarial. El gobierno ofrece más apoyo por medio de las iniciativas destinadas a promover el emprendimiento local para los pequeños emprendedores, tales como la “Iniciativa de

Desarrollo de Mercados”, “Programa Regional de Apoyo al Emprendimiento”, “Concurso para el Apoyo a las Zonas de Oportunidad de Inversión”, etc. Además, hay cursos relacionados con el emprendimiento (por ejemplo, los proporcionados por SERCO-TEC), así como espacios de coworking, donde los jóvenes emprendedores pueden fomentar el trabajo colaborativo juntos, crear redes y contactos.

Desafíos

Aunque los números son alentadores en términos de emprendimiento juvenil, todavía hay áreas de mejora, especialmente en temas relacionados con la educación y la formación emprendedora. De acuerdo con el Informe Nacional GEM de Chile 2015, el 90% de los que respondieron a NES cree que en la enseñanza primaria y secundaria no se fomentan la creatividad, la autosuficiencia y la iniciativa personal. El 97% afirmó que en la enseñanza primaria y secundaria no se le da la atención adecuada para desarrollar el espíritu emprendedor; y solo la mitad de los encuestados cree que los sistemas de formación y la formación continua proporcionan una preparación adecuada y de calidad para la puesta en marcha y el crecimiento de nuevas empresas.

Los principales obstáculos que encuentran los jóvenes emprendedores en Chile son la falta de capital propio para iniciar su negocio, la falta de acceso al crédito bancario (para lo cual deben someterse a un análisis de riesgo financiero individual; demostrar ingresos, activos, los niveles de deuda y de solvencia; demostrar la capacidad de generar fondos; proporcionar garantías, etc.) y la falta de inversores dispuestos a financiar sus proyectos. Los jóvenes emprendedores a menudo desconocen las iniciativas de ase-



COLOMBIA

Emprendimiento y juventud

Muchos jóvenes de Colombia están considerando seriamente la posibilidad de convertirse en emprendedores, pero se enfrentan a todas las limitaciones tradicionales de su cerrado entorno social. Algunos jóvenes sienten que no tienen suficiente experiencia para dirigir su propio negocio, pero por otro lado, la proporción de jóvenes interesados en el emprendimiento es cada vez mayor.

Logros

Colombia ha venido desarrollando su ecosistema emprendedor en los últimos diez años, desde la aprobación de la Ley 1014 de 2006 [denominada “Ley del Emprendimiento”]. Los sistemas nacionales y regionales se han puesto en marcha para proporcionar apoyo financiero y no financiero a los nuevos emprendedores. En términos de apoyo no financiero, muchas organizaciones han desarrollado programas de apoyo al emprendimiento, particularmente entre los jóvenes. A escala universitaria, hay una red nacional que une todas las universidades que ha introducido actividades destinadas a ayudar a los nuevos profesionales a convertirse en emprendedores [llamada REUNE].

Principales iniciativas desarrolladas

Muchas universidades ofrecen cursos sobre emprendimiento, algunos son cursos obligatorios, mientras que otros son cursos opcionales. Varias universidades mantienen pequeños viveros para apoyar a los nuevos emprendedores [Startup Café de la Universidad Icesi; Campus Nova de la Universidad Javeriana], otros tienen incubadoras [Universidad de Antioquia] o proporcionan sistemas de apoyo a pequeña escala para las personas que están interesadas en iniciar un

nuevo negocio o que ya han comenzado uno, pero están luchando por mantenerse o crecer [Centro Alaya en Universidad Icesi; centros para el desarrollo emprendedor en otras instituciones, basado en el modelo de los centros de desarrollo de pequeñas empresas]. La Universidad Icesi acaba de lanzar un programa de Master en Creación de Empresas, mientras que muchas otras universidades están desarrollando diferentes programas académicos para los distintos grupos. Además de las universidades, varios ministerios [de TIC, Cultura, Educación, Industria, Comercio, Asuntos Exteriores y Turismo] están promoviendo el desarrollo de programas para el desarrollo de nuevos emprendedores. Las Cámaras de Comercio, diversas organizaciones no gubernamentales, así como varios municipios y estados también han comprometido recursos para la prestación de apoyo no financiero a las actividades emprendedoras. Desde el punto de vista financiero, se han puesto en marcha importantes iniciativas para proporcionar capital semilla a los nuevos jóvenes emprendedores: Fondo Emprender, Venture, y Destapa Futuro son tres de las entidades de mayor prestigio que están proporcionando capital semilla a nuevos emprendedores. El Fondo Emprender, por ejemplo, proporciona hasta alrededor de 40.000 USD como capital semilla. Más de 3.000 iniciativas emprendedoras han recibido el apoyo de estas entidades.

Innpulsa es un nuevo fondo que proporciona recursos para financiar los desarrollos innovadores necesarios para que las nuevas empresas crezcan y se conviertan en organizaciones de alto impacto. Algunos recursos han sido asignados por el gobierno, a través del sistema financiero, para proporcionar préstamos a los nuevos empresarios. En los últimos tres años, se ha incrementado



COSTA RICA

Emprendimiento y juventud

Ha habido importantes avances para mostrar el emprendimiento como una opción de carrera deseable para la juventud costarricense, pero todavía subsisten actitudes dentro y fuera del sistema educativo que desincentivan el espíritu empresarial. Además de trabajar en esta dirección en las escuelas, es importante que los medios de comunicación y las instituciones se esfuercen hacer más visibles los casos de éxito protagonizados por los jóvenes debido a la importancia de sustituir los viejos estereotipos asociados al autoempleo tradicional por otros más propios del mundo startup.

Logros

El ecosistema emprendedor de Costa Rica ofrece actualmente oportunidades que no existían hace tan solo unos años. Las universidades cada vez ofrecen más programas de acompañamiento y posibilidades de incubación para los emprendedores. A pesar de que siguen siendo escasas, se identifican posibilidades de financiamiento para los emprendedores y ha habido experiencias positivas de acceso a recursos reembolsables y no reembolsables. La innovación es un asunto que se viene incentivando con determinación en el país, a fin de que los emprendedores apuesten por el desarrollo de emprendimientos más dinámicos e intensivos en conocimiento. Las universidades públicas han creado incubadoras y programas de fomento de la cultura emprendedora. Hay una actuación gubernamental congruente que necesita fortalecerse e intensificar el camino iniciado.

Las políticas públicas han mejorado en los últimos años detectándose ahora un impulso decidido y coherente. La creación del

sistema de banca para el desarrollo y los programas de formación han mejorado en los tiempos recientes. Sin embargo, deben evolucionar hacia otros tipos de apoyo necesarios como acompañamiento, asesoría, financiamiento.

Desde hace algunos años, han surgido desde la sociedad civil una serie de iniciativas y programas que ha fortalecido el ecosistema de emprendimiento, lo que permite que los jóvenes tengan más herramientas para desarrollar sus propias empresas.

Desafíos

Por lo que se refiere a algunos de los desafíos pendientes, es necesario crear programas de emprendimiento enfocados en orientación vocacional, para potenciar las capacidades de los jóvenes y aumentar las posibilidades de éxito de las nuevas empresas. Además de incluir temarios de emprendimiento en los programas académicos de las escuelas y colegios, se hace necesario incentivar la creatividad y la innovación a través de metodologías lúdicas en las escuelas introduciendo la educación financiera desde la niñez.

Muy relacionado con el aspecto educativo está otro gran reto que debe afrontar el país en materia de emprendimiento juvenil, esto es, procurar una mayor igualdad de oportunidades entre emprendedores de diferentes capas sociales y hábitats de manera que el trabajo por cuenta propia se convierta en un mecanismo que favorezca la movilidad social ascendente y no la perpetuación de las desigualdades.

Principales iniciativas desarrolladas

El gobierno, las ONG y el sector privado han



CUBA

Emprendimiento y juventud

Para las nuevas generaciones ha quedado totalmente superado el viejo estereotipo que asociaba la iniciativa empresarial con una actividad 'contrarrevolucionaria'. Los recientes cambios jurídicos no han hecho sino acelerar y legitimar ese cambio de mentalidad favorable hacia el cuentapropismo entre los jóvenes. Esto no quiere decir que el espíritu de empresa esté necesariamente muy arraigado en el colectivo, pues para una parte muy importante el trabajo por cuenta propia es solo una vía para complementar los ingresos que obtienen como asalariados y no un modo de vida. Pero en un país con una larga tradición socialista resulta un cambio muy importante que puede preparar el terreno para el éxito de ulteriores avances en la actualización del modelo económico de la isla.

Logros

Desde 2011 las sucesivas regulaciones del Trabajo por Cuenta Propia han constituido los pasos más importantes en el afianzamiento de la iniciativa privada desde los adoptados en los años noventa. Hasta entonces el cuentapropismo era una actividad caracterizada por restringirse a un número muy limitado de profesiones, con altas tasas de informalidad y una elevada edad media de quienes la ejercían.

Este nuevo marco jurídico ha ampliado el catálogo de actividades en las que se permite operar a la vez que facilita la concesión de autorizaciones para contratar personal. Además, contempla el otorgamiento de créditos por la banca estatal –insuficientes en opinión de los expertos por diversas causas y condiciones–, posibilita el tráfico mercantil con cuenta corriente del negocio aparte de la personal, y la concertación de contratos con empresas estatales. Todo ello ha hecho posible que se triplique el número de emprendedores entre 2010 y 2016 [había

en total 518.479 en 2016 según la Oficina Nacional de Estadísticas e Información].

Cuba tiene un nivel alto de alfabetización y posee un importante capital humano cualificado y con talento. El acceso de los emprendedores a este personal no resulta fácil, se hace necesario desarrollar un mercado laboral de profesionales que puedan ofrecer sus servicios en la puesta en marcha de actividades emprendedoras y que facilite su movilidad para facilitar así el intercambio de ideas, talento y recursos.

Los principales problemas de los emprendedores cubanos son la falta de recursos económicos, la dificultad de acceso a suministros básicos, las complicaciones en las comunicaciones y el déficit en el acceso a información.

Desafíos

Los desafíos que Cuba tiene por delante en materia de emprendimiento juvenil están inextricablemente ligados al ritmo con que el gobierno cubano aborde las reformas de su modelo económico y la introducción de mecanismos propios de la economía de mercado.

Entre los muchos aspectos que deben ser abordados con urgencia, se encuentra la mejora del acceso a la financiación. Pese a que desde 2011 los particulares pueden solicitar créditos por importe superior a los 3.000 pesos cubanos, es escasa la financiación bancaria concedida, resultando que la mayor parte de los recursos se hace acudiendo a familiares y amigos. En general las demandas de financiación son escasas en cuantía, proporcionales a la dimensión de las actividades por cuenta propia y pequeños negocios, mientras que la oferta de crédito es también limitada. En general existe un mercado formal de crédito muy poco desarrollado.



ECUADOR

Emprendimiento y juventud

En Ecuador el ecosistema emprendedor ha estado floreciendo en los últimos años, con un aumento de organizaciones y programas destinados a fomentar el emprendimiento. Las Incubadoras y plataformas de coworking/innovación, como Kruger Labs, Invernadero, Buentrip Hub, i3lab, Impaqto Quito, Guayaquil, Conecta SemGroup, ConQuito y Emprende Guayaquil [los dos últimos son iniciativas de los municipios de Quito y de Guayaquil] sirven como catalizadores para el emprendimiento en el país y ayudan a difundir casos de éxito.

Logros

Han emergido fuentes alternativas de financiación empresarial, fondos semilla y redes de inversores ángeles, como Startup Ventures y la red ecuatoriana de inversionistas ángel [Ángeles EC] que reúnen y preparan a los inversores, principalmente en Quito y Guayaquil, para capitalizar empresas con potencial de crecimiento y la capacidad de internacionalización.

La aparición de otras redes de emprendimiento, tales como la Asociación para la Innovación y Emprendimiento [AEI] y la Asociación de Jóvenes Empresarios [AJE] también están teniendo un impacto en el ecosistema. Los eventos en las principales ciudades del país [Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta], como el Startup Weekend, Girls in Tech y Espiral, entre otros, están buscando mejorar las habilidades y los conocimientos técnicos de los emprendedores potenciales a través de redes y trabajo colaborativo. Por último, el gobierno, a través de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación [SENESCYT], ha contribuido también ayudando en la educación

superior en la ciencia y la acreditación de las incubadoras y programas para la promoción del espíritu emprendedor y la innovación.

Desafíos

Entre los principales obstáculos que a los que se enfrentan los jóvenes emprendedores de Ecuador son las rígidas políticas del gobierno y muy pocas opciones de financiación. Para solicitar un préstamo privado o fondo semilla, un emprendedor primero tiene que poner en marcha una empresa formal, lo que lleva un tiempo y dinero que los jóvenes emprendedores, en general, no tienen.

Principales iniciativas desarrolladas

Uno de los programas del gobierno es el Banco de Ideas, que proporciona capital semilla a los emprendedores para el desarrollo o validación de prototipos con las incubadoras que los acompañan.

Otra de las iniciativas de SENESCYT es Código Ingenios, un proyecto de ley cuyo objetivo principal es la creación del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología, Innovación y Conocimiento Ancestral.

El gobierno, las ONG y el sector privado han introducido una serie de mejores prácticas políticas o estrategias para fomentar la innovación y el espíritu emprendedor de los jóvenes en Ecuador. Entre otras, podemos destacar los siguientes:

Programas gubernamentales: Banco de Ideas; SENESCYT, Emprende Guayaquil y ConQuito [agencia del municipio de Quito para el desarrollo económico]



EL SALVADOR

Emprendimiento y juventud

El emprendimiento juvenil en El Salvador es dinámico, pero muy dual; con un grupo reducido de jóvenes de alta formación que se interesan por el mundo startup pese a poder encontrar trabajo cualificado con relativa facilidad en empresas renombradas, y amplios sectores de población juvenil que carecen de la formación adecuada y se ven abocados a un emprendimiento de subsistencia.

En cuanto a las diferencias de género, es indudable que las salvadoreñas todavía se encuentran en una clara posición de desventaja respecto a los varones, especialmente en el mundo rural. Aunque es uno de los temas en los que se ha avanzado, la discriminación de género, los embarazos tempranos y el estigma del rol de la mujer son algunos de los lastres que es necesario ir desterrando para que la mujer ocupe el puesto que le corresponde también en el mundo del emprendimiento.

Logros

Los expertos coinciden en que en tiempos recientes los emprendedores como oportunidad para la economía nacional y colectivo aquejado de una problemática específica han ganado visibilidad en la sociedad salvadoreña. Por este motivo, se han puesto en marcha algunos programas públicos y privados que animan a los jóvenes a crear su propio negocio y les atienden en sus etapas más iniciales, si bien el seguimiento posterior es inexistente o está poco estructurado.

Se ha aprobado la política nacional de emprendimiento, la cual, si bien tiene aspectos pendientes de incorporar, ha dotado a El Salvador de un marco general para la coordinación de las iniciativas de apoyo al colectivo que no está presente en todos los países de la región. En este sentido, es importante recalcar que existe una marca país “El Salvador EMPRENDE”, que ha sido concebida por el ecosistema nacional, bajo los auspicios de

CONAMYPE, y que constituye un gran paso en el desarrollo de una estrategia de orquestación de actuaciones dirigidas a los nuevos empresarios, ya que prevé la formación de alianzas a varios niveles: público-público, público-privado, público-privado-academia.

No obstante, los expertos consideran que se puede hacer todavía más en esta dirección y plantean la posibilidad de que sea una Ley de Emprendimiento la que ampare toda la estrategia de impulso emprendedor, cuestión esta que los autores de este estudio respaldamos.

Desafíos

Las oportunidades existen tanto en el extremo inferior de la escala, donde muchas empresas de subsistencia se pueden iniciar como un medio para generar ingresos en el gran sector informal, como en el extremo superior donde las tecnologías de la información abren nuevas vías para hacer negocios con el resto del mundo.

El marco regulatorio solo es liviano para los negocios tradicionales –es relativamente fácil montar un puesto de comida o convertirse en un vendedor ambulante– pero ello no se debe a la idoneidad de aquel sino a que es un tejido empresarial que escapa de la aplicación estricta y sistemática de la normativa por el carácter informal de las actividades. Una normativa estatal nueva podría ayudar a mejorar esta situación.

Un problema que afecta especialmente a los jóvenes es la violencia y la marginalidad, lo que limita de manera directa e indirecta sus posibilidades de desarrollo profesional como trabajador por cuenta ajena o emprendedor. Este fenómeno es más prevalente en los sectores de ingresos bajos y medios de las zonas urbanas, pero recientemente se está extendiendo a las zonas rurales, significando que los hombres jóvenes y, en menor grado, mujeres jóvenes, corren un alto riesgo de verse arrastrados por un entorno desestruc-



ESPAÑA

Emprendimiento y juventud

El desempleo estructural tiene un efecto marcado en grupos para los que es especialmente difícil entrar en el mercado de trabajo, como los jóvenes. Esto explica por qué, incluso en los años de mayor crecimiento económico, la tasa de desempleo entre los jóvenes nunca cayó por debajo de 18%.

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

Logros

La Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 abarca tanto los problemas estructurales de desempleo de los jóvenes y los que han surgido como consecuencia de la situación económica actual. Sus objetivos son mejorar la empleabilidad de los jóvenes, así como la calidad y estabilidad del empleo, para promover la igualdad de oportunidades para acceder al mercado de trabajo y fomentar el emprendimiento.

La Garantía Juvenil es una iniciativa europea que pretende facilitar el acceso de los jóvenes al mercado de trabajo. En España, se enmarca en la estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social; alrededor de cuarenta mil

jóvenes se benefician de él, además, cuenta con cerca de un millón de inscritos.

Desafíos

El desempleo estructural tiene graves consecuencias para el presente y futuro de los jóvenes españoles y limita el potencial de la economía española para el crecimiento a largo plazo. Es por esta razón que, la promoción de la integración de los jóvenes en el mundo del trabajo y la mejora de su situación en el mercado de trabajo son dos de las principales prioridades del Gobierno de España. Estas fueron las premisas sobre las que el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social de España elaboraron la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016.

Principales iniciativas desarrolladas

Los objetivos de la estrategia son mejorar la empleabilidad de los jóvenes, así como la calidad y estabilidad del empleo, promover la igualdad de oportunidades para acceder al mercado de trabajo y fomentar el emprendimiento.

La Estrategia contempla 100 medidas destinadas a integrar a los jóvenes en el mercado laboral, ya sea como empleados o por medio del emprendimiento. Las medidas se clasifican en función de su impacto y su distribución temporal. En primer lugar, hay 15 medidas de impacto inicial, o “medidas de emergencia” a corto plazo para fomentar el empleo y el emprendimiento y mejorar la educación y la formación y mediación en el mercado de trabajo. Pero también, hay 85 medidas a medio y largo plazo que llevan más tiempo en surtir efecto y corregir los problemas estructurales que afectan al empleo para los jóvenes.

La Estrategia sigue cuatro objetivos principales estratégicos para el Emprendimiento y el Empleo Joven, siendo el cuarto “promover el espíritu emprendedor: fortalecer los valo-

ver la iniciativa emprendedora colectiva y fomentar la inclusión de jóvenes en paro menores de 30 años en empresas de Economía Social. La inclusión de los menores de 30 años se fomentará en cooperativas y sociedades laborales como socios de trabajo y de jóvenes desempleados en riesgo de exclusión social en las empresas de inserción social a través de un descuento en la Seguridad Social del empleador de 800 euros por año para una total de tres años.

Esta estrategia está en línea con las recomendaciones establecidas por la Comunidad con respecto a la economía, el empleo y el empleo de los jóvenes y, en particular, los siguientes: [1] Marco de la Cooperación Europea en el ámbito de la juventud 2010-2018, [2] Estrategia Europea 2020, [3] Iniciativa Emblemática Juventud en Acción e Iniciativa de Oportunidades para la Juventud y [4] Garantía Juvenil.

El 8 de febrero de 2013, el Consejo Europeo decidió establecer una Iniciativa de Empleo Juvenil por un total de 6 mil millones de euros para el periodo 2014-2020 para apoyar las medidas establecidas en el Paquete de Empleo Juvenil en diciembre de 2012, y en especial, para apoyar la Garantía Juvenil. Este fondo fue creado con una disposición adicional de 3 mil millones de euros, de los cuales aproximadamente 918 millones fueron asignados a España.

El propósito de la Garantía Juvenil es garantizar que todos los jóvenes menores de 25 años reciben una buena oferta de trabajo, más educación, aprendizaje o formación dentro de los cuatro meses después de completar su educación formal o que se encuentren en paro. La aplicación puede ser gradual para los países con mayores limitaciones presupuestarias y un mayor número de personas en paro que no estén recibiendo formación y una mayor tasa de desempleo juvenil.

Se presta especial atención al acceso a programas de formación y empleo para los jóvenes con discapacidad y/o en riesgo de exclusión social, ya sea a través del empleo ordinario o empleo protegido [centros es-

peciales de empleo y empresas sociales]. Un ejemplo es el Programa Integral de Capacitación y Empleo [PICE], organizado por la Cámara de Comercio que aumenta la empleabilidad de los jóvenes españoles, 20598 en 2015 y más de 15000 hasta agosto de 2016.

Entorno social

De todos los efectos de la crisis económica, el desempleo juvenil es sin ninguna duda uno de los más preocupantes.

Durante 2017, España registró una tasa de desempleo del 38.6% para los jóvenes menores de 25 años, en comparación con 11.9% para la UE de los 27. Una de las características del mercado de trabajo en España es que, en comparación con las tendencias del PIB, el desempleo aumenta de manera desproporcionada en las recesiones y tiende a permanecer bajo en tiempos de crecimiento económico, en comparación con los otros países de la UE de los 27.



HONDURAS

Emprendimiento y juventud

Dominado en el pasado por el autoempleo de subsistencia, el panorama emprendedor hondureño se ha visto enriquecido con la irrupción del fenómeno startup durante los años de la crisis económica. En la gestación de esta cultura emprendedora tan diferente de la tradicional, están jugando un importante papel determinadas iniciativas internacionales –Conferencias TEDx, Startup Weekend, Americas Datafest, Pecha Cucha, etc.– que han trasladado al ecosistema local un valioso know-how en materia de inspiración, acompañamiento y networking. Su actuación, junto a la de otras entidades públicas y privadas puramente locales, están sentando las bases para que las nuevas empresas ganen proyección y sus emprendedores rompan con el aislamiento que solía caracterizar las fases de gestación del negocio.

Logros

El principal logro alcanzado es que los emprendedores han acabado afianzándose en los últimos años en las agendas de las instituciones públicas. Si bien en un primer momento el apoyo era más retórico que real, poco a poco los discursos a favor de este colectivo se han traducido en una serie de acciones y estrategias concretas dirigidas a apoyar las nuevas iniciativas empresariales.

El impulso desde los poderes públicos ha hecho más visible y prioritaria la figura del emprendedor en la sociedad, lo que a su vez ha conducido a que algunas organizaciones empresariales y sin ánimo de lucro se hayan sumado al apoyo a los emprendedores. La mayoría de estas organizaciones se centran en la capacitación del nuevo empresario y la difusión del espíritu emprendedor.

Es especialmente notable, el grado de de-

sarrollo que ha experimentado el fomento de las startups y el emprendimiento cualificado en la universidad, dotándose de servicios especializados, además de incubadoras. En los niveles educativos inferiores, los avances han sido más modestos, aunque se reconoce como un buen avance la creación de programas de bachillerato de emprendimiento y administración.

Desafíos

Entre los desafíos, está la puesta en marcha de una estrategia nacional de emprendimiento más decidida a fin de dar consistencia no solo a las acciones públicas que hasta la fecha han estado dispersas, sino que también coordine las iniciativas que parten del sector privado y de las entidades de la sociedad civil.

Se han dado pasos en la buena dirección, pero a la luz de las puntuaciones recibidas en el apartado anterior las políticas públicas que afectan a la actividad empresarial deben tener mayor ambición y los programas gubernamentales de apoyo, mayor profesionalización y alcance. Es especialmente urgente que, se lancen acciones que ataquen el verdadero talón de Aquiles de los emprendedores hondureños que es la financiación.

Otro gran desafío, es lograr los jóvenes de estratos sociales desfavorecidos lo tengan más fácil a la hora de aprovechar las mejores oportunidades de negocio que brinda el país de manera que el emprendimiento se convierta en una herramienta de nivelación de ingresos y no en un factor que ahonde la brecha social. Una ley de ámbito estatal que apunte a reducir las diferencias de partida en la actividad emprendedora podría ser la solución.

Principales iniciativas desarrolladas



MÉXICO

Emprendimiento y juventud

México cuenta, después de Brasil, con la mayor población juvenil en edad de trabajar de Iberoamérica. La economía del país azteca no ha tenido excesivos problemas para hacer frente al desafío de absorber cada año a cerca de 12 millones de nuevos trabajadores: las tasas de desempleo e informalidad en su población juvenil son inferiores a las de la media de América Latina –aunque igualmente más elevadas que las correspondientes a los adultos-. Tal y como recoge la OIT en sus Perspectivas económicas de América Latina en 2017, el paro juvenil afecta al 8% de los jóvenes y la informalidad al 57%, apreciándose desde los años de la crisis una evidente mejoría. Quizá esta situación del empleo juvenil no tan crítica como en otros países explique el porqué, pese a contar con un entorno empresarial relativamente favorable, las cifras referentes a la actividad emprendedora y las actitudes hacia el emprendimiento de los jóvenes sean modestas si se comparan con las de otras economías de la región.

En todo caso, la progresión es favorable, siendo uno de los rasgos más marcados la fuerte dualidad del emprendimiento juvenil, de subsistencia y de alto potencial, entre los estados.

Logros

La fuerte apuesta que realiza desde 2013 el gobierno federal –y de algunos estados– por el apoyo a los emprendedores ha impulsado considerablemente las condiciones del entorno emprendedor de México. En este sentido, la creación del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) dentro de la estrategia de la nueva administración para apoyar la productividad de las Mipymes

está jugando un importante papel. Son muchas las iniciativas que se han lanzado desde esta instancia en los últimos cuatro años, las cuales se han estructurado en torno a tres ejes: las reformas encaminadas a mejorar las condiciones estructurales que afectan a la actividad empresarial, una política de simplificación administrativa para eliminar burocracia e inseguridad jurídica y el establecimiento de una Red de Apoyo al Emprendedor como punto de referencia y facilitación de la actividad emprendedora. Además, para estimular el desarrollo de una cultura del emprendimiento, el instituto respalda el crecimiento de empresas nacionales y su acceso a los mercados internacionales.

A nivel de los estados, existe una gran disparidad en el grado de apoyo a los emprendedores que se brinda desde la administración pública habiendo entidades federativas mucho más proactivas que otras en la movilización tanto de recursos propios como del INADEM a favor de las nuevas empresas. Cabe destacar dentro de los estados que más se han volcado en sus políticas para los emprendedores el caso de Yucatán, que ha desarrollado a través del Instituto Yucateco de Emprendedores (IYEM) en los últimos tres años actuaciones en ámbitos tan variados como la medición de la actividad emprendedora [GEM Yucatán], la incubación [hub], la sensibilización [Business Innovation Market], la internacionalización de startups o la capacitación de funcionarios públicos.

Desafíos

México sigue estando entre los países de la OCDE con mayores proporciones de jóvenes que ni trabajan ni estudian. Según la OIT, estos representan 22% de la población de entre 15 y 29 años de edad, cifra muy supe-



NICARAGUA

Emprendimiento y juventud

Las normas sociales y culturales del país no son un obstáculo para el emprendimiento a diferencia de lo que ocurre en otras latitudes, pero la cultura empresarial no está suficientemente arraigada en la población juvenil, especialmente entre los más preparados debido en parte a que no se ha promovido desde las aulas. En primaria y secundaria solo la labor de determinadas entidades sin ánimo de lucro ha hecho que algunos centros educativos no vivan de espaldas a esta realidad y en la universidad los contenidos específicos han llegado sobre todo a quienes ya habían tomado la decisión de emprender.

Es de esperar que la implementación de los nuevos programas educativos mencionados logre mejorar esta situación, si bien buena parte de ello dependerá necesariamente del grado de implicación y motivación de la comunidad docente que se consiga alcanzar.

Logros

La mayor parte de los expertos reconocen que el principal logro en relación con los jóvenes emprendedores es su creciente importancia para la administración pública y la sociedad en general. Los programas que van dirigidos a ellos son todavía muy limitados y demasiado recientes para poder valorar su verdadero impacto, pero al menos constituye un colectivo que está presente en las declaraciones de los líderes nacionales.

Se han dado pasos interesantes en el terreno de la educación emprendedora en los itinerarios formativos de primaria y secundaria por iniciativa del gobierno y con la colaboración de entidades sin ánimo de lucro.

Asimismo, junto a un emprendimiento tradicional se está abriendo paso un emprendimiento tecnológico y de alto potencial gracias a la creciente penetración de las nuevas tecnologías y el empeño de la universidad y de entidades especializadas en fomentar la creación

de startups.

Desafíos

Uno de los desafíos es conseguir que la progresiva modernización del tejido económico nicaragüense se proyecte en la calidad de los proyectos de los jóvenes emprendedores, de forma que sus empresas sean más innovadoras, escalables y susceptibles de internacionalizarse. A tal efecto los expertos insisten en dos aspectos: la mejora del acceso a la financiación y la difusión de la cultura emprendedora.

Es necesario que el sector público adquiera más protagonismo en el impulso de la creación de empresas por parte de los jóvenes nicaragüenses. Para ello conviene crear instrumentos específicos, desligados de la política de apoyo al pequeño empresarios, y ejecutar una serie de esfuerzos que sirvan de paraguas para el conjunto de actuaciones de respaldo emprendedor que tengan en los jóvenes su principal destinatario.

Respecto a la financiación, hay consenso en señalar que los avances alcanzados en materia de acceso al crédito para las Pymes no han llegado a las nuevas empresas, haciendo que la obtención de los recursos necesarios por parte de los jóvenes sea especialmente difícil por la falta de patrimonio y la incertidumbre asociada a los proyectos más innovadores. Es preciso que el país mejore la disponibilidad del crédito y al mismo tiempo impulse fuentes alternativas como el venture capital, los ángeles inversionistas o el crowdfunding.

No se debe olvidar, asimismo, la conveniencia de aprovechar los casos de éxito que ha habido en el país – ej. Luis Von Ahn, creador de Captcha y Duolingo- para presentar el emprendimiento como una salida atractiva para la juventud y empoderar a los jóvenes empresarios ante la sociedad.

Principales Iniciativas desarrolladas

El sector público y privado han creado un



PARAGUAY

Emprendimiento y juventud

El emprendimiento juvenil está en alza, pero todavía hay cierto miedo al fracaso y baja tolerancia a la incertidumbre entre los jóvenes; sobre todo, los pertenecientes a las clases medias y medias altas, que son los que tienen a su alcance alternativas más cómodas para iniciar su carrera profesional. Del éxito que tenga la ley de fomento de la cultura emprendedoras en el campo educativo, dependerá que este freno interiorizado por el ambiente en el que las nuevas generaciones se educan vaya remitiendo.

Logros

En los últimos años el ecosistema emprendedor paraguayo ha experimentado un impulso y desarrollo positivos. A ello han contribuido algunas iniciativas públicas y, sobre todo, las cada vez más numerosas entidades y organizaciones privadas y de emprendedores que tienen una clara estrategia de apoyo al ecosistema.

Entre las primeras, destaca algunos programas innovadores de la Secretaría Nacional de las Tecnologías de la Información y Comunicación [SENATICs] o la recientemente aprobada ley de emprendimiento, aunque tildada por algunos expertos de poco ambiciosa y bastante mejorable, es un paso en la buena dirección hacia la consolidación de una estrategia pública de apoyo a emprendedores.

Por el lado privado, encontramos las instituciones que tradicionalmente han asumido la tarea de proveer los servicios de apoyo a los nuevos y pequeños empresarios, ya operen en el ámbito del emprendimiento de oportunidad o en el de inserción social, a los que se les ha sumado recientemente

otras organizaciones que trabajan a favor de las startups. Estas últimas están incorporando al ecosistema servicios de apoyo innovadores y de valor añadido a la altura de los tiempos y de las necesidades de los emprendedores de alta capacidad. Los nuevos actores basan su acción en el análisis y comprensión en profundidad de las raíces de los problemas para que, al igual que en un emprendimiento, se puedan sentar las bases para una solución efectiva a los mismos.

Desafíos

La administración paraguaya no se ha caracterizado por tener un rol activo en la promoción del emprendimiento hasta la aprobación de la Ley de Fomento de la Cultura Emprendedora en octubre de 2016. Este es sin duda el mayor hito en materia de políticas de emprendedores en el país con importantes medidas en el plano organizativo educativo y financiero y su implementación constituye un importante reto para que despliegue su potencial. Además, de contemplar la creación de la Dirección Nacional de Emprendedurismo [DINAEM] a cargo del diseño de la estrategia nacional y de una serie de órganos para el registro, asesoramiento y seguimiento de los emprendedores, el texto legal conmina a los ministerios de educación e industria a trabajar conjuntamente para incluir en todos los niveles de enseñanza programas educativos que fomenten la cultura emprendedora, el espíritu de empresa y la innovación. Asimismo, la ley contempla el apoyo a la creación de incubadoras en todo el país, la creación de fondos fiduciarios de capital riesgo y de ángeles inversores.

Su carácter complejo y transversal genera cierto escepticismo acerca de la capacidad de los poderes públicos para ejecutar la ley



PORTUGAL

Emprendimiento y juventud

El país tiene una de las tasas más altas de desempleo juvenil en Europa, y el emprendimiento está ganando un importante interés entre los jóvenes portugueses como alternativa al empleo tradicional. La actividad emprendedora total en fase inicial [TEA] del grupo de edad de 18-24 años alcanzó el 10,7% en 2014 un incremento del 7% en 2013. [GEM Portugal, 2014]. También hay un número creciente de mecanismos e instrumentos de apoyo disponibles para ayudar al desarrollo de habilidades emprendedoras, así como un número creciente de iniciativas dirigidas por asociaciones privadas.

Logros

El gobierno portugués ha desarrollado una serie de medidas en los últimos años para fomentar el emprendimiento inclusivo para los grupos de jóvenes. En particular, el nuevo programa Startup Portugal que está siendo lanzado por el nuevo gobierno del país está totalmente en línea con la estrategia para apoyar a diferentes grupos objetivo y poner en práctica una nueva estrategia nacional para el emprendimiento en el país.

Desafíos

Aunque la importancia y la aceptación del emprendimiento en Portugal ha mejorado en los últimos años, el Global Entrepreneurship Monitor [GEM] más reciente apunta a la existencia de un exceso de burocracia y la carga tributaria y el bajo enfoque sobre el emprendimiento en la educación son obstáculos para la actividad emprendedora del país. A pesar de que varias instituciones ya han integrado el enfoque emprendedor en sus planes de estudios, todavía hay recorrido pendiente para que el emprendimiento sea algo esencial para el progreso económico del país. Las principales barreras para el emprendimiento juvenil en Portugal

se refieren a la falta de fondos disponibles, la poca experiencia profesional previa y la falta de información clara sobre los programas disponibles de apoyo a las iniciativas de puesta en marcha de empresas. Uno de los obstáculos más importantes para el autoempleo al que se enfrenta la juventud es su miedo al fracaso.

Principales iniciativas desarrolladas

Una lista de algunas redes de empresas y comunidades que apoyan el emprendimiento juvenil en Portugal son:

Associação Nacional de Jovens Empresários <http://www.anje.pt/>

Junior Achievement <http://www.japortugal.org/>

Startup Buzz <http://startupbuzz.up.pt/en/>

Startup Pirates <http://www.startuppirates.org/>

También hay varias iniciativas privadas enfocadas en la juventud.

El gobierno portugués va a aplicar una serie de mejores prácticas políticas o estrategias con el fin de apoyar y fomentar el emprendimiento de los jóvenes en el país:

Creación de nuevos incentivos para apoyar el emprendimiento, asegurando mejores condiciones para los flujos de capital;

Creación de incentivos a proyectos emprendedores de alto potencial de crecimiento en incubadoras, asociados a los servicios de asistencia técnica;

Nuevas inversiones estructurales, en concreto para las titulaciones de recursos humanos, ayuda territorial, innovación y apoyo a la modernización del gobierno;



REPÚBLICA DOMINICANA

Emprendimiento y juventud

La encuesta nacional a expertos arroja para la República Dominicana unos resultados agregados de condiciones marco de la actividad emprendedora que la sitúan en uno de las posiciones preeminentes de la región destacando por encima del resto los aspectos referentes a las políticas gubernamentales tanto en lo referido a políticas, impuestos y burocracia y programas públicos. No obstante, queda todavía terreno que recuperar en el terreno de financiación al emprendimiento y a la reducción de obstáculos de entrada al mercado interno.

En este sentido, aunque todavía tiene bastante terreno que recuperar en algunas de las principales variables, existen algunos elementos como las capacidades percibidas o el reconocimiento de los emprendedores de éxito que claramente superan los valores medios de su entorno y sobre los que pueden apalancarse algunas de las acciones de fortalecimiento de las políticas emprendedoras.

Específicamente en el emprendimiento juvenil, la República Dominicana presenta unos porcentajes de emprendimientos cercanos a la media de los países latinoamericanos tanto entre los jóvenes con menores recursos económicos como entre aquellos con mayores recursos.

Logros

En los últimos años, se han dado importantes pasos en la mejora del entorno institucional para los emprendedores desde el gobierno de la República Dominicana. Sin duda el más reseñable, ha sido la reciente promulgación de una Ley de Emprendimiento que, entre otras cosas, da encaje legal a la Red Nacional de Emprendimiento un organismo abierto a todas las instituciones públicas y privadas que tienen vocación de apoyo a la generación de empleos y riquezas vía la actividad empresarial de nuevo cuño, así como el Instituto Nacional de Promoción del Emprendimiento y la Innovación Empresarial [Proemprendedor].

También establece un Registro Nacional de Emprendedores, que será administrado por Proemprendedor. La inscripción en este registro será un requisito para que todo proyecto emprendedor se acoja a los incentivos que en materia de Seguridad Social prevé la ley.

Desafíos

La República Dominicana ha alcanzado un grado de madurez y recorrido de su ecosistema de apoyo a los emprendedores suficiente como para plantearse de forma estratégica dar un salto de calidad y de sofisticación de los mismos. La organización de esta estrategia por verticales de industrias estratégicas es esencial para generar las sinergias necesarias para favorecer el nacimiento y consolidación sostenida de emprendimientos dinámicos de alto potencial.

Es necesario paliar la ausencia de programas que promuevan la gestión del conocimiento y la promoción de emprendimientos dinámicos haciendo pivotar la estrategia nacional hacia la investigación, el desarrollo y la innovación con el mercado de forma que se enfoque preferentemente al fomento de emprendimientos de alto impacto.

Se hace necesario desarrollar una visión global, tanto a nivel de inspiración como a nivel de desarrollo de proyectos empresariales innovadores.

También enfocada en la vertical de innovación y tecnología, se debe buscar y difundir información sobre casos de éxito de emprendedores e inversión como para generar efectos de demostración y motivar a nuevos emprendedores dinámicos de alto potencial. Por último, se hace fundamental cubrir los gaps acceso a financiación y a estructuras de soporte para las fases más evolucionadas de los emprendimientos dinámicos como son la incubación especializada, la aceleración y el escalado.

Gracias al programa gubernamental de becas internacionales, la República Dominicana



VENEZUELA

Emprendimiento y juventud

El emprendimiento se ha convertido en una salida para muchos jóvenes que desean ocuparse profesionalmente habida cuenta de que la tasa de desempleo juvenil duplica con creces la de la población general [14,7% frente al 6,7% en 2015]. Sin embargo, identificar una oportunidad y explotarla de forma emprendedora es una tarea que resulta difícil para la mayoría de la población, y que puede ser aún más difícil entre las personas jóvenes, especialmente en la actual coyuntura económica en Venezuela.

Logros

Las personas jóvenes de 18 a 34 años representan el 28,6% de la población total en Venezuela. Para la mayoría de este importante subconjunto, la realidad económica del país ha impedido en los últimos años desarrollar una carrera profesional como empleado. Por un lado, la pérdida de poder adquisitivo no permite obtener ingresos suficientes para vivir dignamente; y por otro lado, el cierre de empresas ha disminuido las fuentes de trabajo. En consecuencia, si bien existen programas de formación a emprendedores desde hace casi 15 años, ha sido durante los últimos tres cuando el coste de oportunidad ha disminuido sustancialmente y se ha popularizado el emprendimiento como una alternativa profesional y esperanzadora para la población joven. Es así como, desde la opinión de las personas entrevistadas, se percibe que los jóvenes actuales cuentan con una mayor cultura emprendedora y motivación para llevar adelante iniciativas de emprendimiento en comparación con generaciones pasadas.

Este comportamiento emprendedor de los jóvenes no parece variar entre hombres y

mujeres, pues en general se percibe que la mujer no está en situación de desventaja a la hora de emprender en Venezuela. En efecto, no es raro ver a una mujer siendo directora ejecutiva de una empresa, liderando equipos de trabajo o como líder de su comunidad. Sin embargo, las mujeres de estratos sociales bajos en particular sí que sufren riesgo de discriminación a la hora de emprender, ya que muchas empiezan a formar familias a edades muy tempranas, lo que dificulta su acceso a la educación y disponibilidad para actividades que requieren constancia como es el hecho de emprender.

Detrás de esta tendencia de auge del emprendimiento juvenil, hoy en día existen en Venezuela iniciativas de formación dirigidas a emprendedores jóvenes que son lideradas por organizaciones sin ánimo de lucro, empresas privadas y universidades. Asimismo, algunos gobiernos municipales han establecido alianzas público-privadas para formar a los emprendedores como elemento clave para el fortalecimiento de la productividad local. Además de las iniciativas de formación están las aceleradoras e incubadoras, los eventos y concursos en pro del emprendimiento, e incluso grupos o clubes universitarios que apoyan proyectos de emprendimiento dentro de la comunidad universitaria y también en sectores populares.

Este fenómeno ha propiciado que la imagen que se tenía en Venezuela del empresario como una persona adulta, adinerada y desconectada de los problemas sociales, haya evolucionado hacia la imagen de emprendedor como una persona joven que, sin contar necesariamente con grandes recursos, busca resolver problemas que afectan realmente al país independientemente del ánimo de lucro.

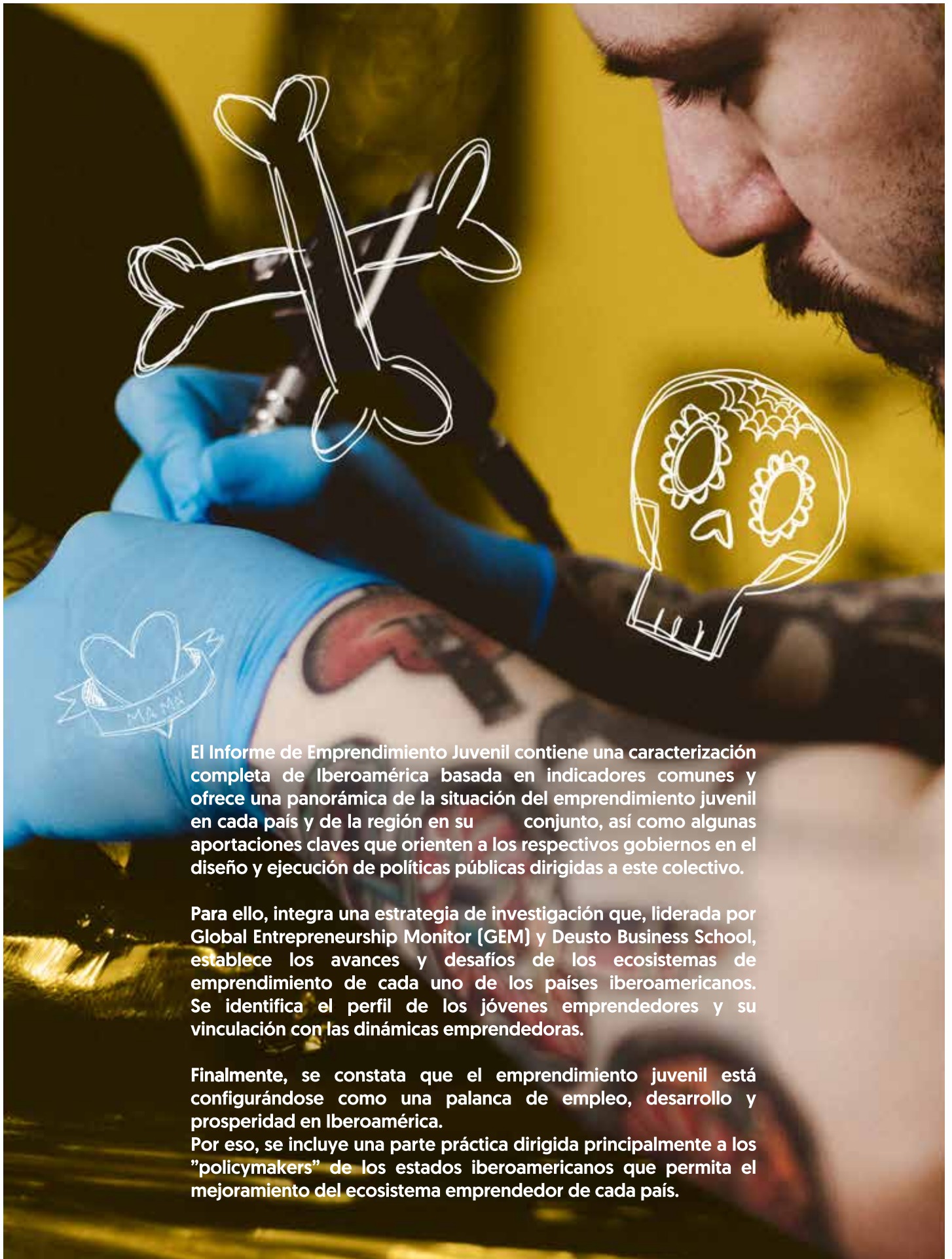
prendedores: desde hace más de 15 años, el Concurso Ideas de la Fundación Ideas da a los jóvenes la oportunidad de exponer sus ideas con enfoque social y desarrollarlas con posibilidad de asistencia técnica y financiera, Mentoring y en algunos casos capital semilla. Asimismo, la Cámara de Comercio, Industria y Agricultura Venezolano-Francesa realiza el concurso Jóvenes Emprendedores también con un claro enfoque social. Por su parte, las universidades activamente involucradas en la formación en emprendimiento organizan ferias de emprendedores.

Incubación y aceleración: además de ejemplos de carácter internacional como Wayra o Impact Hub, en Venezuela han surgido iniciativas nacionales de incubación y aceleración de emprendimientos como la incubadora y aceleradora Ecoem, que está especializada en negocios con base tecnológica. Algunos espacios de incubación y aceleración están ligados a la universidad como el Parque Tecnológico Sartenejas de la universidad Simón Bolívar o Novos de la Universidad metropolitana.

Entorno social

Las crecientes dificultades que atraviesa el país debido a la caída de los ingresos procedentes del petróleo, la hiperinflación y la fuga de capitales, han obligado a un sector importante de la población a recurrir al emprendimiento como tabla de salvación para asegurar unos ingresos de subsistencia. Esta generalización del autoempleo forzado por las circunstancias, junto a la pérdida de apoyo social a las políticas del gobierno venezolano, está haciendo que a los ojos de los jóvenes la opción de emprender no sea solo vista como algo normal, sino también como una vía totalmente legítima de ganarse la vida pese a los mensajes de desconfianza hacia la iniciativa privada que lanza el régimen.

■ ■ **En general se percibe que la mujer no está en situación de desventaja a la hora de emprender, siendo ella directora ejecutiva de una empresa, líder de equipos de trabajo o de su comunidad** ■ ■.



El Informe de Emprendimiento Juvenil contiene una caracterización completa de Iberoamérica basada en indicadores comunes y ofrece una panorámica de la situación del emprendimiento juvenil en cada país y de la región en su conjunto, así como algunas aportaciones claves que orienten a los respectivos gobiernos en el diseño y ejecución de políticas públicas dirigidas a este colectivo.

Para ello, integra una estrategia de investigación que, liderada por Global Entrepreneurship Monitor (GEM) y Deusto Business School, establece los avances y desafíos de los ecosistemas de emprendimiento de cada uno de los países iberoamericanos. Se identifica el perfil de los jóvenes emprendedores y su vinculación con las dinámicas emprendedoras.

Finalmente, se constata que el emprendimiento juvenil está configurándose como una palanca de empleo, desarrollo y prosperidad en Iberoamérica.

Por eso, se incluye una parte práctica dirigida principalmente a los "policymakers" de los estados iberoamericanos que permita el mejoramiento del ecosistema emprendedor de cada país.

Con el apoyo especial de:



Fundación Santillana

