



Revista de Ciencias Sociales

Depósito legal ppi 201502ZU4662

Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 197402ZU789

ISSN: 1315-9518

Universidad del Zulia. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Vol. XXII. N°1

Enero - Marzo 2016

Revista de Ciencias Sociales

Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 197402ZU789

ISSN:1315-9518

Revista de Ciencias Sociales (RCS)
Vol. XXII, No. 1, Enero-Marzo 2016, pp. 139-152
FCES - LUZ • ISSN 2477-9431



Actitud emprendedora de los jóvenes españoles en un contexto de crisis¹

Ortiz García, Pilar

Resumen

El emprendimiento ha despertado un gran interés en los últimos años. Éste responde a la necesidad de dinamizar el empleo, especialmente en economías como la española, con altos niveles de desempleo en un período de crisis que va desde 2007 hasta la actualidad. Por esta razón, resulta de especial relevancia analizar la actitud de los jóvenes españoles ante el emprendimiento empresarial, objetivo de este artículo. El estudio utiliza una metodología cuantitativa para analizar los microdatos de la encuesta de ámbito nacional del Centro de Investigaciones Sociológicas: “Actitudes de la juventud española ante el emprendimiento”, realizada mediante entrevista personal en domicilio a una muestra de 1.437 jóvenes, del universo poblacional compuesto por personas de ambos sexos entre 15 y 29 años en España. La Teoría del Capital Social – colectivo e individual- sirve como marco para un análisis cuyos resultados evidencian que los jóvenes españoles poseen unos “capitales” débiles, lo que marca una actitud reacia al emprendimiento. La conclusión es que la socialización de los jóvenes en un mercado de trabajo marcado por la inestabilidad en el empleo, debilita los capitales sociales que inducen al emprendimiento y la asunción de riesgos y, por el contrario, promueve una actitud conservadora en el trabajo.

Palabras clave: Emprendimiento; jóvenes; capital social; actitud; mercado de trabajo.

* Doctora en Ciencias Económicas. Licenciada en Sociología. Profesora Titular del Departamento de Sociología y Trabajo Social de la Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Murcia (España). e-mail: portizg@um.es.

Attitudes of Spanish Young People towards Entrepreneurship in the Context of Crisis

Abstract

Entrepreneurship has aroused great interest in recent years. This responds to the necessity to boost employment, especially in economies such as the Spanish one, with high levels of unemployment in a crisis period ranging from 2007 to the present. As such, it is of particular interest to analyze the attitude of young Spaniards to entrepreneurship, which is the objective of this article. The study uses a quantitative methodology based on the microdata from the national survey undertaken by the Center for Sociological Research: "Attitudes of Spanish young people to entrepreneurship" conducted by personal interview at home on a sample of 1.437, the compound population universe for young men and women between 15 and 29 years in Spain. The Theory of Social Capital – individually and collectively - has served as a framework for analysis and the results show that young Spaniards have a capital weak, marking a reluctant attitude towards entrepreneurship. The conclusion to be drawn from these results is that the socialization of young people in a labor market marked by job instability weakens the social capital that induces entrepreneurship and risk-taking and, on the contrary, promotes a conservative attitude at work.

Key words: Entrepreneurship; young; social capital; attitude; job market.

Introducción

La importancia de la actividad emprendedora en el desarrollo socioeconómico de un país o región ha alcanzado un amplio consenso entre los estudiosos del tema (Gupta *et al.*, 2004; Antoncic y Hisrich, 2001). El emprendimiento no es un hecho novedoso, sin embargo, en determinados contextos como el de la economía española en la última década, ha cobrado una especial relevancia. Los altos niveles de desempleo de la población activa - muy especialmente entre los jóvenes-, así como la escasa capacidad de la economía para crear un empleo estable han colocado en la agenda política² y social la necesidad de promover el emprendimiento empresarial.

En este contexto es difícil discernir entre dos realidades que tienen un mismo fin: emprender. Una primera realidad es la que lleva a iniciar una actividad animada por las expectativas del mercado; la otra es la que, desde el pesimismo ante las oportunidades de empleo, lleva al emprendimiento como forma de autoempleo. De ahí que resulte oportuna la investigación social en un tema en el que, a pesar de la extensa literatura, siguen

resultando confusos –más en la coyuntura que vive la economía española- los orígenes del hecho emprendedor y la actitud ante el emprendimiento.

Una revisión de la literatura sobre el tema pone de manifiesto que la actividad emprendedora aparece vinculada a dimensiones de diverso carácter. Por una parte, se relaciona con las características socio-económicas del entorno en el que se desarrolla, especialmente las condiciones del mercado de trabajo. Por otra, influyen factores de índole cultural y educativa, como el valor del trabajo, las ocupaciones y el estatus que conllevan. Finalmente, responde también a elementos propios de la condición personal del individuo, tales como el proceso de socialización, o el perfil psicológico (Quintero, 2007). La distinta naturaleza de estas variables lleva a concluir que hay aspectos formales e informales en la base de la actitud y orientación hacia el emprendimiento (Turró *et al.*, 2014).

La producción sociológica sobre el emprendimiento evidencia que ha sido un campo muy poco explorado por esta disciplina. No obstante, desde la década de los ochenta algunos estudios sociológicos

recogen la determinación que ejercen factores contextuales como las condiciones laborales, la necesidad de mejora en el puesto de trabajo y la obtención de un reconocimiento social en el desarrollo de la actividad emprendedora (Evans y Lighton, 1989; Shapero y Sokol, 1982). Otros estudios combinan factores de personalidad con aspectos sociales, tales como la disponibilidad de recursos, ya sean económicos como personales, como es la existencia de redes sociales que, tanto por su intensidad, como por la oportunidad de sus relaciones, pueden tener una influencia en la propensión a innovar y a llevar a cabo iniciativas emprendedoras (Burt, 2000).

La complejidad del hecho emprendedor y la gestación de una cultura de este carácter han llevado a planteamientos integradores de todos los enfoques. En esta línea, el objeto de este artículo es analizar los factores relacionados con la actitud emprendedora de los jóvenes. Para ello, se recurre a las dimensiones social e individual del fenómeno, las cuales, serán construidas a partir de los conceptos de capital social colectivo e individual en la acepción que les atribuyen Kantis *et al.*, (2000) y, Dávila y Gloria (2003) en sus investigaciones sobre emprendimiento.

1. El papel del capital social en la actitud emprendedora

A pesar de su ambigüedad, el concepto de capital social tiene una trayectoria amplia en la sociología. Bourdieu (1980), Coleman (1988) o Putnam (1995) se refieren a dicho recurso como un creador de valor (capital) derivado de la relación entre los individuos (social). Las modalidades de capital social se pueden categorizar según dos dimensiones: La primera entendida como la capacidad o liderazgo específico de un grupo o conglomerado social para aprovechar los valores y recursos favorables al desarrollo (Fukuyama, 1995); y la segunda, representada por la presencia en una sociedad de las redes y agrupaciones que facilitan las relaciones fundamentadas en la solidaridad, el asociacionismo y las condiciones que propician

el surgimiento de actitudes proactivas, como es el emprendimiento (Rusque, 2005).

En línea con estos planteamientos y frente a una concepción del emprendimiento ligada a las capacidades individuales, algunos autores introducen la dimensión social en el análisis de la actividad emprendedora. Entre estos enfoques, las investigaciones de Kantis *et al.* (2000: 22) destacan la importancia de los factores estructurales tales como el desarrollo industrial y tecnológico, junto con los aspectos relacionados con el capital social, una categoría que para estos autores incluye aspectos culturales (grado de valoración social de la carrera empresarial y la existencia de redes sociales, institucionales y sectoriales); disponibilidad de apoyo institucional (centros de asistencia a los emprendedores, incubadoras, entre otros) y aspectos del sistema educacional (en qué medida se incluye la actividad emprendedora en los programas educacionales y la promoción de las vocaciones empresariales).

Como también apuntan los estudios de Dávila y Gloria (2003), el capital social que mueve a emprender está compuesto por factores tangibles (existencia de redes empresariales y de apoyo institucional), e intangibles, como la valoración de la actividad emprendedora y del empresario, así como un sistema educativo que incluya el emprendimiento.

Estos estudios evidencian que, si bien son importantes los factores individuales, no se puede prescindir de los ambientales en la gestación de la actividad emprendedora. La socialización, como proceso en el que se perfila la personalidad del individuo a partir de la interiorización de los valores, normas y formas de actuar, adquiere una especial relevancia en el análisis del emprendimiento.

Los elementos que conforman esta socialización están incluidos en lo que Dávila y Gloria (2003) denominan “capital social colectivo”, formado por los soportes sociales con los que se cuenta para desarrollar un proyecto vital (instituciones públicas y privadas como la familia y amigos, la formación y, en general, las redes e instituciones sociales). Junto a este, hay otro “capital social individual”

que estaría formado por las capacidades individuales e interpersonales vinculadas al fomento y movilidad del capital social personal, tales como el manejo del riesgo, la percepción de autoeficacia, la conducta prosocial, el empoderamiento, la percepción de vínculos, la creatividad y el apoyo social.

Relacionando las teorías que integran el marco de referencia en que se sustenta la investigación que dio origen el presente artículo, se puede considerar que la actitud ante el emprendimiento es el resultado de la conjugación de los recursos, esto es, el capital social individual y colectivo, y las capacidades para emprender, es decir, la intención emprendedora y la materialización de dicha actividad en un marco que las propicie (Moreno y Casillas, 2008).

Por otra parte, las condiciones en las que se produce la “creatividad” que acompaña el espíritu emprendedor han de ser contextualizadas en el ciclo y estructura económica del escenario que se analiza. El Informe Global Entrepreneurship Monitor (GEM España 2013) cifraba la tasa de empresariedad en un 3.1 y la aparición de nuevos negocios en un 2.2, cifras inferiores a la media de la UE-27 que se encuentra en 4.8 y 3.3 respectivamente en ambos indicadores.

Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) elaborada por el Instituto Nacional de Estadística español, la situación de los jóvenes españoles –principales artífices de la actividad emprendedora - describe un panorama poco alentador, no ya para emprender, sino simplemente para conseguir su inserción en la vida activa con posibilidades de éxito. La tasa de paro no ha dejado de crecer desde 2007 en todos los grupos de edad, siendo especialmente alarmantes los datos de los más jóvenes, cuya tasa de paro se sitúa en 2013 por encima del 70%, aunque no es menos grave que en 2012 la mitad de los jóvenes entre 20 y 24 años estuvieran desempleados (especialmente teniendo en cuenta que es una edad en la que el ciclo formativo – también el superior -, ha podido culminar).

Una consecuencia de la situación descrita es que la independencia de los jóvenes

se ve sistemáticamente retrasada. La encuesta del Instituto de la Juventud de España sobre la situación de los jóvenes en 2012 permite constatar que el 63,2% de los encuestados vive con sus padres. Esta situación parece ser escasamente indicada para la gestación de un espíritu emprendedor, en consonancia con las tesis de Ros (2002) acerca de la determinación del entorno sobre la actitud emprendedora.

2. Metodología

La investigación se ha realizado utilizando los microdatos de la encuesta de 2012 del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)³, institución pública dependiente del Ministerio de la Presidencia de España. Se trata de un estudio monográfico sobre las “Actitudes de la juventud española ante el emprendimiento”. En cuanto al diseño de éste, es de ámbito nacional y fue realizado considerando un universo compuesto por la población española de edades comprendidas entre 15 y 29 años. La muestra sobre la que se aplicó la encuesta fue de 1.437 jóvenes (trabajando con un error muestral de $\pm 2,6\%$ y un nivel de confianza de 95,5%). Los puntos de muestreo fueron 176 municipios y 46 provincias; respecto al procedimiento, se siguió un sistema polietápico, estratificado por conglomerados. La técnica de recogida de información fue la entrevista personal a partir de un cuestionario compuesto por 62 preguntas aplicado en el domicilio. El estudio se realizó entre el 21 de marzo y el 1 de abril de 2012.

Para alcanzar el objetivo de investigación, como es conocer la actitud emprendedora de los jóvenes a partir de los factores moderadores que influyen en la misma, se ha realizado un análisis de varianza -ANOVA- de comparación de medias y tablas de contingencia (dependiendo de la naturaleza de las variables consideradas).

La variable emprendimiento recoge dos situaciones del joven: “Ha emprendido o tiene intención de hacerlo” / “No emprende”. En cuanto a las variables moderadoras, a partir de la revisión de la literatura que relaciona capital social y emprendimiento, y adaptando

las categorías de capital social - individual y colectivo - (Dávila y Gloria, 2003; Lechner, 2002; Kantis *et al.*, 2000; y Rist, 2000) a las variables que aparecen en la encuesta utilizada, se han categorizado los componentes de este concepto de la siguiente forma:

Respecto al capital social colectivo percibido, se analiza a partir de las siguientes dimensiones: percepción de la red social; referentes en la actividad emprendedora; percepción sobre el apoyo financiero y administrativo; percepción sobre la figura del emprendedor y otras ocupaciones; percepción sobre formación escolar para el emprendimiento.

Los componentes del capital social individual quedan configurados a partir de los siguientes ítems de la encuesta utilizada: valoración sobre el trabajo; deseo de autonomía; motivación hacia el autoempleo; percepción del riesgo de emprender y nivel de estudios alcanzado.

En cuanto a la relación entre el capital social colectivo y el emprendimiento se analizan las relaciones siguientes:

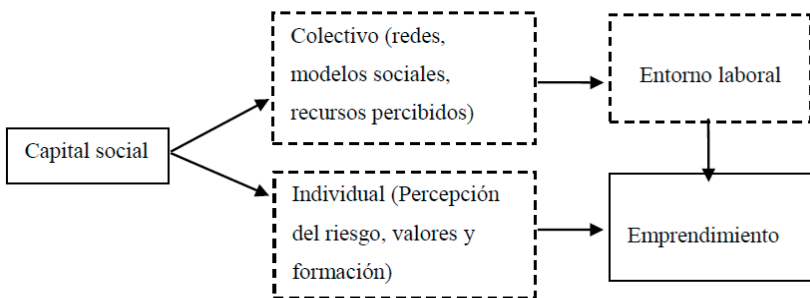
- Si la existencia de redes sociales favorece la actitud emprendedora en los jóvenes.

- Si la valoración de la actividad emprendedora y de la figura del emprendedor está relacionada con el emprendimiento entre los jóvenes.
- La percepción sobre la disponibilidad de recursos, especialmente financieros, y su relación con la actitud ante el emprendimiento.
- La percepción sobre el apoyo del sistema educativo y su relación con la actitud ante el emprendimiento en los jóvenes.

La teoría ha hallado relación entre los aspectos culturales que componen el capital social individual, tales como la actitud ante el emprendimiento y el trabajo. Se trata de variables culturales utilizadas en otros estudios con resultados probados (Turró *et al.*, 2014). Relacionado con este factor, los aspectos a plantear son:

- Si los valores sobre el trabajo son factores moderadores de la actitud ante el emprendimiento.
- La relación entre el capital objetivo de los jóvenes, como es la formación y la actitud ante el emprendimiento.

En la figura I se sintetiza el modelo de análisis seguido en la investigación:



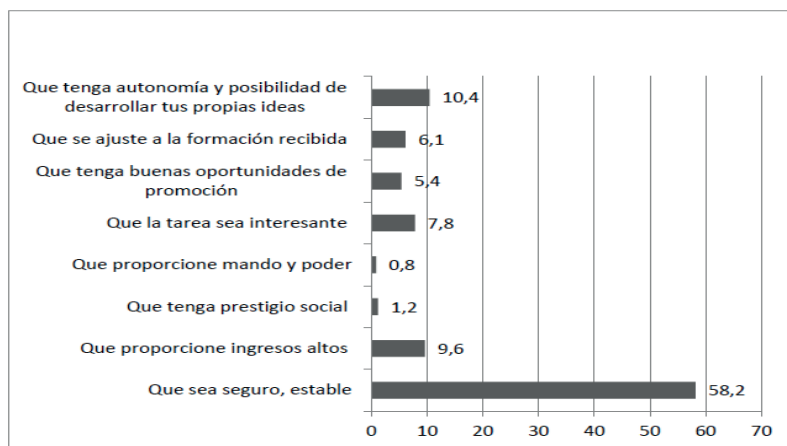
Fuente: Elaboración propia a partir de Kantis *et al.*, (2000) y Dávila y Gloria (2003).

Figura I
Modelo de análisis

3. Resultados

El análisis descriptivo de los marginales de la encuesta indica que los jóvenes buscan, ante todo, un empleo seguro (Gráfico I). Del conjunto de elementos sobre los que se pronuncian en torno al trabajo y el empleo, los jóvenes encuestados valoran - por encima

de cualquier otro factor - la seguridad. La estabilidad en el empleo es más apreciada que los ingresos, el prestigio y el poder para el 58,2% de estos jóvenes. En segundo lugar, valoran el hecho de que el empleo facilite autonomía y posibilidad de desarrollar las ideas propias (10,4%).



Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

Gráfico I
Valoración de distintos aspectos en el trabajo/empleo (%)

Esta respuesta puede estar condicionada por la alta inestabilidad del empleo en este colectivo, no obstante, pone de manifiesto una cierta actitud conservadora ante el trabajo. En este contexto ¿qué factores son susceptibles de impulsar el emprendimiento? La tesis integradora y multicausal sobre emprendimiento propuesta por Kantis *et al.* (2000), considera que entre los factores de naturaleza social, la existencia de capital social es una categoría que influye en la “incubación” o primera fase del emprendimiento, esto es, en la motivación, oportunidad y decisión de emprender. En la segunda fase, “de inicio”, son las redes, junto a factores estructurales y

personales (estructura y dinámica industrial, experiencia) los factores determinantes y, por último, en la etapa de “desarrollo”, inciden los de carácter económico y del entorno, como son la disponibilidad de financiación y la regulación jurídica sobre el tema.

En la misma dirección Dávila y Gloria (2003) constatan la relación entre el capital social colectivo e individual percibido por los jóvenes y su capacidad para emprender. Teniendo en cuenta estos referentes de investigación a continuación se analizan las condiciones en las que se plantea el emprendimiento en función de la percepción de estos capitales por parte de los jóvenes.

Respecto al capital social colectivo la percepción de una red social similar (de acuerdo con las categorías de clase, nivel educativo, origen geográfico, ideología política y creencias religiosas) guarda relación con la actitud hacia el emprendimiento (Tabla I). Los jóvenes que emprenden tienen también la percepción de poseer una red social similar elevada, especialmente en lo que se refiere al círculo de personas de la misma clase social o el origen geográfico. No obstante, en ninguno de estos aspectos existe una gran diferencia con respecto a los no emprendedores. El factor en el que la distancia es mayor entre uno y otro

colectivo es respecto al círculo de personas con la misma ideología política. Un aspecto que adquiere menor importancia entre los emprendedores.

Tener una idea de negocio es el aspecto más relevante a la hora de emprender (media 1,86). En segundo lugar, está el descontento con la situación laboral previa al emprendimiento (Tabla II). Ambas razones están por encima de los referentes sociales entre los que se encontrarían tener antecedentes familiares en el ámbito empresarial (media de valoración de 3,01), así como razones de carácter social (media 3,11).

Tabla I
Emprendimiento y percepción de la red social similar

Red social ^a	Emprendimiento	N	Media
Clase social	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1263	1,29
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	139	1,32
	Total	1402	1,29
Nivel educativo	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1258	1,51
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	140	1,59
	Total	1398	1,52
Región, país de origen	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1255	1,34
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	138	1,41
	Total	1393	1,34
Ideología política	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1024	1,70
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	117	1,83
	Total	1141	1,71 *
Creencias religiosas (o ausencia de ellas)	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1106	1,59
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	126	1,67
	Total	1232	1,60

Diferencias estadísticamente significativas (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$.

^aMedia en una escala de 1 a 3 donde 1 es: "Más de la mitad"; 2 "La mitad" y 3 "Menos de la mitad".

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

Tabla II
Factores relevantes en el emprendimiento

Factores	N ^b	Media ^a
La insatisfacción con tu situación (laboral) anterior	140	2,46
Tenías/tienes una idea clara de negocio	140	1,86
Tenías/tienes contactos con el/la socio/a apropiado/a	140	2,37
Recibiste los medios financieros necesarios	140	2,66
Tenías/tienes un modelo a seguir	140	2,26
Era/es un negocio familiar	140	3,01
Tu negocio trata/ba de cubrir una necesidad social o ecológica	140	3,11

^bSólo los que han emprendido.

^aEscala de 1 a 4 en la que 1 es “Muy importante”; 2 “Bastante”; 3 “Poco” y 4 “Nada importante”.

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

Las dificultades financieras para emprender concitan el mayor acuerdo entre los jóvenes emprendedores (aunque con escasa diferencia de media con los que no lo hacen). En segundo lugar, estaría la percepción de los apoyos institucionales, como es la disponibilidad de información suficiente para agilizar los trámites administrativos, siendo en este caso mayor entre los jóvenes emprendedores. Sin embargo, el miedo al

fracaso es mayor entre los jóvenes que no han dado el paso para emprender que entre los que lo han hecho (media de acuerdo de 2,29 en el primer caso y de 2,69 en el segundo, por tanto, más alejado del valor 1 que representa el “acuerdo” con la afirmación) (Tabla III). Ello confirma la relación entre el emprendimiento y la percepción sobre los apoyos institucionales, especialmente en materia de financiación o administrativa.

Tabla III
Percepción de apoyos institucionales y emprendimiento

		N	Media ^a
Es difícil empezar tu propio negocio debido a la falta de financiación disponible	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1250	1,46
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	137	1,49
	Total	1387	1,46
Es difícil empezar tu propio negocio por la cantidad de trámites administrativos y papeleo que hay que hacer	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1148	1,97
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	139	1,96
	Total	1287	1,97
Es difícil obtener la información suficiente sobre cómo empezar un negocio	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1143	2,26
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	136	2,46
	Total	1279	2,28**
Si existe el riesgo de que pueda fracasar un negocio, no se debería intentar montarlo	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1195	2,29
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	139	2,69
	Total	1334	2,33***

Diferencias estadísticamente significativas (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$.

^aEscala de 1 a 4 en la que 1 es “Muy de acuerdo”; 2 “De acuerdo”; 3 “En desacuerdo” y 4 “Muy en desacuerdo”.

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

La valoración de los distintos grupos profesionales es otro de los aspectos del capital social a considerar, en tanto pueden suponer un referente social del potencial emprendedor. En la Tabla IV se identifican las diferencias

más significativas con relación a la actitud emprendedora. Según los resultados, los jóvenes que emprenden valoran en mayor medida a otro emprendedor (1,07) que los que no se han decidido a realizar esta actividad, lo que parece

apuntar la existencia de un modelo a seguir. Sin embargo, también valoran muy positivamente a los empleados públicos, cuyo carácter profesional es distante del modelo emprendedor y, por el contrario, tienen una opinión más negativa sobre

los directivos de grandes empresas y entidades financieras que los no emprendedores. Estos datos llevarían a tomar con cautela la posible existencia de patrones a seguir en la actividad emprendedora de los jóvenes.

Tabla IV
Imagen sobre grupos profesionales y emprendimiento

Profesión		N	Media ^a
Empleados/as públicos	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1253	1,62
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	137	1,99
	Total	1390	1,66***
Directivos/as en grandes compañías de producción	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1227	2,06
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	135	2,24
	Total	1362	2,08*
Directivos/as de bancos y cajas de ahorros	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1245	2,41
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	138	2,49
	Total	1383	2,42
Personas emprendedoras (trabajan por cuenta propia, tienen negocios propios)	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1273	1,12
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	138	1,07
	Total	1411	1,11
Políticos/as	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1253	2,70
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	138	2,79
	Total	1391	2,71*
Profesionales liberales (arquitectos/as, abogados/as, artistas)	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1272	1,28
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	137	1,32
	Total	1409	1,28

Diferencias estadísticamente significativas (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$.

^aEscala de 1 a 3 donde 1 es "Positiva"; 2 "Ni positiva ni negativa" y 3 "Negativa".

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

Los emprendedores relativizan la formación recibida en la etapa escolar para la formación de este espíritu, no obstante, tienen una mejor percepción de ésta que los que no lo son (Tabla V). Los primeros valoran en una media de 2,37 la formación adquirida para emprender, mientras que entre los no

emprendedores la valoración media de 2,58 (próxima al "desacuerdo", que representa el valor 3). Una diferencia similar se mantiene respecto al papel de la formación en el fomento del interés por los negocios (2,81 los que no emprenden y en una media de valoración de 2,60 los emprendedores).

Tabla V
Percepción sobre el apoyo de la formación escolar y emprendimiento

		N	Media ^a
Te ayuda/ayudó a desarrollar el sentido de la iniciativa/la actitud emprendedora	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1251	2,58
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	137	2,37
	Total	1388	2,56**
Te ayuda/ayudó a entender mejor el papel de las personas emprendedoras en la sociedad	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1247	2,57
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	138	2,45
	Total	1385	2,55
Hace/hizo que te intereses/interesases por crear tu propio negocio	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1246	2,81
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	136	2,60
	Total	1382	2,79**
Te da/dio los conocimientos para poder dirigir un negocio	No ha pensado o dado ningún paso para emprender	1243	2,86
	Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	137	2,55
	Total	1380	2,83

Diferencias estadísticamente significativas (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$.

^aEscala de 1 a 4 en la que 1 es "Muy de acuerdo"; 2 "De acuerdo"; 3 "En desacuerdo" y 4 "Muy en desacuerdo".

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

En cuanto a los aspectos que identifican el capital social individual, adaptando la definición que de éste hacen Dávila y Gloria (2003) a las variables de la encuesta (manejo del riesgo, valores hacia el trabajo y formación), según los resultados de la tabla VI, aspectos como la incertidumbre sobre la obtención de ingresos (especialmente entre los emprendedores) y la posibilidad de quiebra (en este caso, fundamentalmente entre los que no emprenden) son los más temidos por los

jóvenes a la hora de emprender. Se trata de unos problemas directamente relacionados con su situación en el mercado de trabajo español, en el que la precariedad de condiciones, unido a la inestabilidad general de la economía son susceptibles de crear aversión a asumir riesgos, lo que se traduce en una inhibición de la acción emprendedora. Este resultado apunta hacia la relación – en sentido negativo - existente entre el manejo del riesgo y la inhibición de la actitud emprendedora.

Tabla VI
Percepción del riesgo y emprendimiento^a

		Incertidumbre de los ingresos	Inseguridad laboral	Riesgo de perder tu propiedad	Requiere demasiada energía o tiempo	Es posible sufrir una pérdida personal	Posibilidad de quiebra	Otro tipo de riesgo	Total
No emprende	(N) (%)	420 33,3***	187 14,8***	190 15,0***	43 3,4***	64 5,1***	357 28,3***	2 0,2***	1263 100,0
Ha emprendido o lo va a hacer	(N) (%)	56 40,0***	21 15,0***	16 11,4***	9 6,4***	7 5,0***	29 20,7***	2 1,4***	140 100,0
Total	(N) (%)	476 33,9***	208 14,8***	206 14,7***	52 3,7***	71 5,1***	386 27,5***	4 0,3***	1403 100,0

^aSe ha tomado la respuesta señalada “en primer lugar”.

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

Los resultados indican una relación entre valores que promueven el emprendimiento y la actitud hacia éste (Tabla VII). Los jóvenes cuya actitud hacia el emprendimiento es negativa valoran en el trabajo especialmente la estabilidad (59,3% de los no emprendedores frente a 51,5% de los que sí lo hacen); por el contrario, la autonomía en el trabajo es especialmente apreciada por los que han emprendido (14,7% frente a 9,9%).

La autonomía (y el autoempleo como vía para conseguirlo) es especialmente valorada entre los jóvenes con una actitud positiva hacia el emprendimiento. Como ponen de manifiesto los datos de la tabla VIII, aunque hay una ligera preferencia por el trabajo por cuenta ajena, sólo el 29% de los jóvenes emprendedores lo prefieren frente al 53,9 % de los no emprendedores. En sentido inverso se manifiestan respecto al trabajo por cuenta propia. Se podría inferir de esta respuesta que la autonomía y el autoempleo

están detrás de una actitud positiva hacia el emprendimiento.

La formación de los jóvenes emprendedores no puede considerarse elevada si se tiene en cuenta que el 51,8% sólo tiene estudios primarios (Tabla IX), aunque también hay que tener en cuenta que entre los jóvenes con una formación superior es mayor el porcentaje de los que han emprendido o tienen intención de hacerlo (23% frente al 5,3% de los que con este nivel de estudios no manifiestan esta intención).

Estos datos, además de poner de manifiesto que no se observa una relación positiva entre una mayor formación y la actitud emprendedora, pueden indicar la calidad del empleo creado, posiblemente próximo al autoempleo y a actividades que requieren escasa formación.

Tabla VII
Valoración de aspectos del trabajo y emprendimiento

	Seguro estable	Que proporcione ingresos altos	Con prestigio social	Que proporcione mando y poder	Que la tarea sea interesante	Que tenga buenas oportunidades de promoción	Ajustado a la formación recibida	Autonomía y posibilidad de desarrollar tus propias ideas	Total
No ha pensado o dado ningún paso para emprender	(N) 760 (%) 59,3	123 9,6	15 1,2	10 0,8	100 7,8	69 5,4	77 6,0	127 9,9	1281 100,0
Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	(N) 70 (%) 51,5	12 8,8	2 1,5	2 1,5	12 8,8	7 5,1	11 8,1	20 14,7	136 100,0
Total	(N) 830 (%) 58,6	135 9,5	17 1,2	12 0,8	112 7,9	76 5,4	88 6,2	147 10,4	1417 100,0

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

Tabla VIII
Preferencia en el tipo de empleo y emprendimiento

	Un empleo por cuenta ajena (empleado/a, asalariado/a)	Trabajar por cuenta propia (autoempleo, autónomo/a)	Ninguno de esos dos/ni uno ni otro	Total
No ha pensado o dado ningún paso para emprender	(N) 671 (%) 53,9***	562 45,1***	12 1,0***	1245 100,0
Ha emprendido o está haciendo gestiones para hacerlo	(N) 40 (%) 29,0***	98 71,0***	0 0,0***	138 100,0
Total	(N) 711 (%) 51,4***	660 47,7***	12 0,9***	1383 100,0

Diferencias estadísticamente significativas (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$.

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

Tabla IX
Formación y actitud emprendedora

	No ha emprendido	Ha emprendido	Total
Menos de estudios primarios	(N) 1 (%) 0,1**	0 0,0	1 0,1**
Primarios	(N) 741 (%) 58,0**	72 51,8**	813 57,4**
Educación secundaria	(N) 341 (%) 26,7**	35 25,2**	376 26,5**
Estudios superiores	(N) 195 (%) 5,3**	32 23,0**	227 16,0**
Total	(N) 1278 (%) 100,0	139 100,0	1417 100,0

Diferencias estadísticamente significativas (*): $p < 0,1$; (**): $p < 0,05$; (***): $p < 0,01$.

Fuente: Centro de Investigaciones Sociológicas (2012).

En resumen, de los resultados del estudio se desprende que emprender es una acción multicausal en la que confluyen

factores personales, pero también aspectos institucionales, culturales y, desde otra dimensión, cuestiones estructurales y

coyunturales. Uno de los datos más llamativos es la escasa propensión a emprender por parte de los jóvenes, lo que identifica una actitud proclive a la huida de los riesgos que comporta la actividad empresarial y, por el contrario, próxima al conservadurismo sobre el trabajo y el empleo.

Esta actitud puede tener su origen en la reacción a las condiciones laborales en un contexto de crisis económica como el que atraviesa España, donde prima la inseguridad y la incertidumbre. En estas circunstancias, la búsqueda de autonomía en el trabajo aparece como un elemento impulsor del emprendimiento, por delante de factores como el nivel de estudios, que no es especialmente determinante de la actitud emprendedora de este colectivo.

Esta circunstancia resulta predecible si se tiene en cuenta que la formación no está garantizando el empleo de los jóvenes en la actual coyuntura económica de crisis. La socialización en la precariedad laboral parece inhibir el espíritu emprendedor y, por el contrario, activa la búsqueda de estrategias individuales que debilitan los componentes del capital social de estos jóvenes que - según el modelo de Kantis *et al.* (2000) -, son factores de impulso hacia el emprendimiento. Esta socialización en la incertidumbre explica también el temor de los jóvenes emprendedores a una posible pérdida de ingresos y empleo, un hecho que confirman otras investigaciones como la de Ros (2002).

4. Conclusiones

El objetivo de este trabajo ha sido conocer la actitud de los jóvenes españoles hacia el emprendimiento. Se trata de una tarea compleja, dado que dicha actitud se ve moderada por factores de distinta naturaleza. Para sistematizar este conjunto de elementos, se ha partido de la Teoría del Capital Social, en concreto, el desarrollo de ésta por parte de Kantis *et al.* (2000) y, Dávila y Gloria (2003). Los conceptos de capital social colectivo e individual, han constituido las herramientas explicativas sobre las que se definió el objetivo propuesto.

Sobre el capital social colectivo la investigación ha indagado en la relación existente entre la actitud emprendedora de los jóvenes y los componentes de dicho capital, como son: las redes sociales; los referentes profesionales y los recursos (económico - financieros, administrativos y educativos). Los resultados del análisis han mostrado que la percepción de los jóvenes sobre las redes sociales guarda relación con la actitud positiva hacia el emprendimiento, especialmente la que tiene que ver con la clase social.

Por el contrario, los referentes profesionales no parecen guardar relación con la actitud emprendedora, como muestra la escasa valoración de los jóvenes emprendedores hacia la figura de otros empresarios. Esto lleva a pensar que la figura empresarial no tiene capacidad para crear modelos a seguir.

Respecto a las redes de apoyo institucional, como son las fuentes de financiación o los elementos administrativos con los que cuenta el joven para emprender, los resultados indican que se perciben insuficientes para neutralizar la actitud reacia al riesgo que comporta la creación de una empresa. Tampoco el apoyo de la educación recibida actúa como un aspecto impulsor del emprendimiento, según la percepción de los jóvenes.

En cuanto a los componentes del capital social individual, se ha analizado la actitud hacia el emprendimiento y los componentes de dicho capital, en concreto: la actitud hacia el trabajo; hacia el riesgo y el capital formativo del joven. La conclusión es que existe una relación positiva entre una actitud positiva hacia el emprendimiento y la valoración de la autonomía en el trabajo y el autoempleo. En sentido contrario, el miedo al fracaso es uno de los factores que inhiben la actitud positiva de los jóvenes a emprender. Por último, la formación no parece ser un factor que induzca al emprendimiento entre este colectivo.

Se identificó una cierta debilidad de los capitales "social e individual" de los jóvenes, resultado coherente con la escasa propensión a emprender identificada en el estudio, lo que a

su vez coincide con las tesis de Dávila y Gloria (2003) y, Lechner (2002) sobre la relación entre unos débiles capitales y el fomento del individualismo. Este individualismo, llevaría a una actitud de los jóvenes hacia la empresa en la que pesan más los factores individuales - como la seguridad -, que la capacidad para asumir riesgos, relacionada con el espíritu emprendedor, algo que concluye el presente trabajo en línea con otros estudios (Rist, 2000).

Es oportuno señalar que se trata de un estudio transversal sin la perspectiva que proporcionaría otro tipo de análisis. Asimismo, el carácter categórico y no métrico de algunas variables esenciales ha limitado la posibilidad de otros análisis estadísticos de igual interés al realizado.

Por otra parte, las opiniones y actitudes de los jóvenes pueden reflejar la coyuntura especialmente adversa que vive la economía española, relativizando y minimizando, en ocasiones, una realidad que posiblemente fuese distinta en otro escenario. No obstante, precisamente la aportación de esta investigación es la de identificar elementos para el análisis de la realidad de los jóvenes ante el emprendimiento en un contexto difícil para el desarrollo de capitales (colectivo/individual) que lo promuevan.

Notas

¹ Investigación realizada en el marco del Proyecto: “Mujer y emprendimiento desde una perspectiva competencial”, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (CSO2013-43667R).

² El interés político en la promoción de esta actividad lleva al gobierno español a aprobar la específica Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización (BOE Núm. 233, sábado 28 de septiembre de 2013).

³ No se dispone de una encuesta posterior a la realizada por el CIS en 2012. No obstante, no debe observarse una sustancial variación en la posición de los jóvenes sobre el tema teniendo en cuenta que la situación de crisis pervive, especialmente entre este

colectivo que soporta más de un 50% de tasa de desempleo cuatro años más tarde, según la Encuesta de Población Activa elaborada por el Instituto Nacional de Estadística de España.

Bibliografía citada

- Antonicic, Bostjan y Hisrich, Robert D. (2001). “Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross - Cultural Validation”. **Journal of Business Venturing**. Vol. 5, N° 16. Indiana, USA. Pp. 495-527.
- Bourdieu, Pierre (1980). **Capital cultural, escuela y espacio social**. México. Siglo XXI. Pp. 205.
- Burt, Ronald S. (2000). “The Network Structure of Social Capital”. En: Sutton, Roderick y Staw, Barry (Eds). **Research in Organizational Behavior**. Greenwich. CT: JAI Press. Pp. 345-423.
- Centro de Investigaciones Sociológicas – CIS - (2012). **Actitudes de la juventud en España hacia el emprendimiento**. Estudio 2.938. España. Ministerio de Presidencia. Pp. 32.
- Coleman, James S. (1988). “Social Capital in the Creation of Human Capital”. **American Journal of Sociology**. N° 93. Chicago. USA. Pp. 95-120.
- Dávila, Oscar y Gloria, Carmen (2003). “Capital social juvenil y evaluación programática hacia jóvenes”. **Última Década**. Vol.11, N° 18. Valparaíso, Chile. Pp. 175-198.
- Evans, David y Lighton, Linda (1989). “Some Empirical Aspects of Entrepreneurship”. **American Economic Review**. Vol. 79, N° 3. Pittsburgh, USA. Pp. 519-535.
- Fukuyama, Francis (1995). **Trust: The Social Virtues and Creation of Prosperity**. New York. Free Press. Pp. 464.
- Global Entrepreneurship Monitor – GEM - (2014). **Informe España 2013**.

- Centro Internacional de Santander Emprendimiento. España. Editorial de la Universidad de Cantabria. Pp. 1-150.
- Gupta, Vipin; MacMillan, Ian C. y Surie, Gita (2004). "Entrepreneurial Leadership: Developing and Measuring a Cross Cultural Construct". **Journal of Business Venturing**. Vol. 19, Nº 2. Indiana, USA. Pp. 241-260.
- Instituto de la Juventud (2013). **Informe de la Juventud en España 2012**. España. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. Pp. 400.
- Kantis, Hugo; Angelelli, Pablo y Gatto, Francisco (2000). "Nuevos emprendimientos y emprendedores: De qué depende su creación y supervivencia?. Explorando el caso Argentino". **Memorias de la 5ª. Reunión Anual de la Red PyMEs Mercosur**. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina. Pp. 30.
- Lechner, Norbert (2002). "El capital social como problema cultural". **Revista Mexicana de Sociología**. Vol. 64, Nº 2. México DF, México. Pp. 91-109.
- Gobierno de España – Ministerio de la Presidencia. (2013). **Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización**. Boletín Oficial del Estado – BOE -. Nº 233. España.
- Moreno, Ana y Casillas, José C. (2008). "Entrepreneurial Orientation and Growth of SMEs: A Causal Model". **Entrepreneurship Theory and Practice**. Vol. 32, Nº3. Texas, USA. Pp. 507-528.
- Putnam, Robert (1995). "Bowling Alone: America's Declining Social Capital". **Journal of Democracy**. Vol. 6, Nº1. Maryland, USA. Pp.65-78
- Quintero, Carlos (2007). "Generación de competencias en jóvenes emprendedores". **I Congreso Emprendimiento y Desarrollo Empresarial**. Universidad Autónoma de Bucaramanga – UNAB -. Colombia. Pp. 1-45.
- Rist, Gilbert (2000). "La cultura y el capital social: ¿Cómplices o víctimas del desarrollo?". En Kliksberg, Bernardo y Tomassini, Luciano (Comp.). **Capital social y cultura: Claves estratégicas para el desarrollo**. Buenos Aires. Argentina. Fondo de Cultura Económica. Pp. 73-86.
- Ros, María (2002). "Los valores culturales y el desarrollo socioeconómico: Una comparación entre teorías culturales". **Revista Española de Investigaciones Sociológicas**. Vol. 3, Nº 99. Madrid, España. Pp. 3-33.
- Rusque, Ana M. (2005). "Capacidad emprendedora y capital social". **Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura**. Vol. 11, Nº 2. Caracas, Venezuela. Pp. 1-16.
- Shapero, Albert y Sokol, Lisa (1982). "The Social Dimensions of Entrepreneurship". En Kent, Calvin; Sexton, Donald y Vesper, Karl (Eds). **The Encyclopedia of Entrepreneurship**. New Jersey. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Pp. 72-90.
- Turró, Adreu; Urbano, David y Peris - Ortiz, Marta (2014). "Culture and Innovation: The Moderating Effect of Cultural Values on Corporate Entrepreneurship". **Technological Forecasting and Social Change**. Vol. 88, NºC. Nueva York, USA. Pp. 360-369.



**UNIVERSIDAD
DEL ZULIA**

RCS

Revista de Ciencias Sociales

Vol. XXII, No. 1

Esta revista fue editada en formato digital y publicada en marzo del 2016, por la Universidad del Zulia, Vicerrectorado Académico, Serbiluz - Fondo editorial, Maracaibo -Venezuela.

www.luz.edu.ve

www.serbi.luz.edu.ve

produccioncientifica.luz.edu.ve