

# Emprendimiento juvenil: Valores, actitudes, políticas

## Resumen ejecutivo

### Introducción

La tasa de desempleo juvenil alcanza cifras muy elevadas en varios Estados miembros de la UE y cada vez hay una mayor estado de opinión en relación con las consecuencias económicas y sociales asociadas a la exclusión a largo plazo del mercado laboral. Teniendo en cuenta el elevado potencial de los empresarios para crear empleo y crecimiento sostenible, el fomento del emprendimiento juvenil y el desarrollo de un entorno favorable a la creación de empresas en Europea se han convertido recientemente en una prioridad de la agenda política de la UE. El autoempleo y el emprendimiento no son la panacea para resolver la crisis del desempleo juvenil, ya que solo una minoría de jóvenes poseen la capacidad, las ideas y la personalidad necesarias. Sin embargo, si Europa se convierte en un lugar más favorable al emprendimiento y si se ayuda a los jóvenes a transformar sus ideas creativas en planes de negocio de éxito eliminando las barreras al emprendimiento, los posibles beneficios serán numerosos, incluida la creación directa e indirecta de empleo y el desarrollo de capital humano y de nuevas competencias.

El presente informe ofrece una visión general del emprendimiento juvenil en el contexto de las políticas europeas y los Estados miembros individuales. Analiza los factores que influyen en la decisión de convertirse en autoempleados y examina las actitudes individuales y sociales de los jóvenes en relación con el emprendimiento, comparando Europa con otras partes del mundo. A fin de identificar los rasgos específicos que caracterizan la «personalidad empresarial», analiza los valores de trabajo y los rasgos de personalidad de los jóvenes empresarios europeos en comparación con los de los jóvenes empleados. Por último, el informe analiza una selección de medidas políticas destinadas a fomentar el emprendimiento juvenil en Finlandia, Hungría, Irlanda, Países Bajos y España, organizadas en torno a tres pilares principales: fomentar el espíritu empresarial y la cultura empresarial entre la juventud; facilitar información, asesoramiento, preparación y tutorías a los jóvenes que deseen convertirse en empresarios; y eliminar las barreras prácticas y logísticas percibidas.

### Contexto político

En la Europa de hoy en día a los jóvenes les resulta muy difícil encontrar su lugar en el mundo laboral. Así pues, fomentar la participación de la juventud en el mercado laboral se ha convertido en una prioridad política. Entre otros ejemplos de actividades pertinentes cabe mencionar la «Iniciativa de Oportunidades para la Juventud» y el «Paquete de Empleo Juvenil», ambos de 2011, que han llevado a la introducción de una Garantía Juvenil en todos los Estados miembros europeos, aprobada por el Consejo Europeo en abril de 2013. Posteriormente la Comisión puso en marcha la «Iniciativa de Empleo Juvenil» y la Comunicación «Trabajar juntos por los jóvenes europeos: un llamamiento a la acción contra el desempleo juvenil» con el fin de acelerar la aplicación de la Garantía Juvenil y la inversión en los jóvenes.

En este contexto, el emprendimiento juvenil se ha convertido en una prioridad muy destacada del debate de la UE, debido a su potencial de creación de empleo y de desarrollo de capital humano. Por ejemplo, en 2013 la Comisión Europea publicó una Comunicación relativa al Plan de acción sobre emprendimiento 2020. Este documento propone acciones decisivas para desplegar el potencial emprendedor en Europa y eliminar los obstáculos existentes al emprendimiento.

### Principales conclusiones

Si bien el emprendimiento juvenil despierta un gran interés político, solo una minoría muy reducida de jóvenes activos optaron por el autoempleo en 2013 (6,5% de los jóvenes entre los 15 y los 29 años, es decir, 2,7 millones de personas). Se registran diferencias significativas entre los Estados miembros de la UE y el porcentaje de autoempleo juvenil oscila entre el 15% o más en Italia y Grecia y el 3% o menos en Alemania y Dinamarca. Esta diversidad puede ser el reflejo de las diferencias nacionales existentes en términos de barreras/oportunidades para poner en marcha nuevas empresas, así en cuanto a las condiciones del mercado laboral. El

autoempleo juvenil es predominantemente masculino: solo el 33% de las personas jóvenes autoempleadas en la EU-28 en 2013 son mujeres. Una preocupación añadida es la sobrerrepresentación de jóvenes autoempleados en sectores con pocos obstáculos a la entrada, como la construcción, donde el problema del falso autoempleo es significativo.

La decisión de convertirse en autoempleado es compleja y viene determinada por diferentes factores de pequeña y de gran escala. Por otra parte, las actitudes sociales e individuales conforman la percepción y la viabilidad del emprendimiento como opción profesional. A pesar de la reducida proporción de jóvenes autoempleados en general, los jóvenes europeos se muestran bastante interesados en establecerse como empresarios: el 48% de este grupo considera deseable esta forma de empleo y el 41% la percibe como viable. Si bien estos porcentajes son considerablemente superiores a los de los jóvenes autoempleados, son significativamente inferiores a los registrados en otras partes del mundo como Brasil, China, India y los Estados Unidos.

Comparando el trabajo y los valores humanos de los jóvenes autoempleados con los de los jóvenes empleados, este informe pone de manifiesto que la personalidad empresarial presenta una serie de preferencias específicas en cuanto a valores que afectan al comportamiento social. Se registran diferencias significativas entre los dos grupos. En concreto, entre los jóvenes, el autoempleo se asocia positivamente con la autodirección y la estimulación, y se asocia negativamente con la tradición, la conformidad y la seguridad. Estos resultados sugieren que los jóvenes valoran la libertad y la creatividad, la posibilidad de probar diferentes cosas en la vida y el riesgo; este grupo es menos propenso a seguir la tradición y a dar prioridad a un entorno seguro y estable. La disposición al cambio es una característica de comportamiento específica de los jóvenes autoempleados, mientras que la conformidad se asocia claramente con los empleados.

Este informe examina 15 iniciativas y medidas políticas seleccionadas que fomentan el emprendimiento juvenil en los cinco Estados miembros de la UE seleccionados. Se han identificado ocho medidas políticas en relación con el pilar 1: *Fomentar el espíritu emprendedor y las actitudes y la cultura empresarial entre los jóvenes*. Algunas medidas políticas reconocen la importancia del papel que desempeñan los profesores en estos procesos («formar al formador») y las iniciativas, normalmente ofrecidas dentro del sistema educativo, ajustan los objetivos y las herramientas a los niveles y la edad de los estudiantes.

Se han identificado siete medidas políticas en relación con el pilar 2: *Facilitar información, asesoramiento, preparación y tutorías*. Estos elementos ayudan a los empresarios jóvenes a superar las deficiencias en su experiencia y conocimientos empresariales a través de diferentes herramientas de apoyo.

Por último, se han identificado siete medidas políticas en relación con el pilar 3: *Eliminar las barreras prácticas percibidas y facilitar el acceso al crédito*. Se refieren a la falta de capital inicial y a las dificultades para obtener financiación externa que afectan especialmente a los jóvenes empresarios, así como a encontrar los locales y la infraestructura física para desarrollar su negocio.

## Indicadores políticos

- Las políticas e iniciativas para fomentar el emprendimiento juvenil deberán estar dirigidas a las personas que cuentan con las ideas, valores y capacidades correctas para maximizar los resultados de la inversión pública.
- Si bien la promoción del emprendimiento juvenil es responsabilidad principal de las autoridades públicas, las organizaciones de la sociedad civil o privadas pueden desempeñar un papel muy importante, especialmente si la iniciativa pública es débil.
- Los Estados miembros pueden aprender mutuamente de las experiencias, especialmente en países donde el desarrollo de una cultura emprendedora entre los jóvenes está todavía en un estado embrionario.
- El apoyo al emprendimiento juvenil tiene que entenderse como una estrategia a largo plazo: las políticas que se apliquen tienen más posibilidades de alcanzar resultados tangibles (nuevas empresas) e intangibles (cambios en la actitud general de los jóvenes hacia el autoempleo) a medio y largo plazo.
- Los programas de apoyo a los jóvenes empresarios son especialmente efectivos cuando ofrecen una gama equilibrada y completa de apoyos, habida cuenta de que las dificultades encontradas suelen estar interrelacionadas y exigen un enfoque combinado. Este apoyo deberá extenderse durante un período de tiempo relativamente largo para que resulte plenamente efectivo, ya que los primeros años de cualquier empresa son normalmente los más decisivos.
- La calidad de los profesores y mentores/asesores es clave para el éxito de las iniciativas. Los empresarios jóvenes valoran, en concreto, la experiencia y las competencias de los empresarios más experimentados.

### Más información

El informe, *Emprendimiento juvenil: valores, actitudes, políticas* está disponible en <http://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2015/labour-market/youth-entrepreneurship-in-europe-values-attitudes-policies>

Para más información, póngase contacto con Massimiliano Mascherini, Director de Investigación, en [mam@eurofound.europa.eu](mailto:mam@eurofound.europa.eu)