



Una perspectiva iberoamericana sobre el

EMPRENDIMIENTO JUVENIL 2016



OIJ
Organismo
Internacional
de Juventud
para Iberoamérica



GEM Global
Entrepreneurship
Monitor



Microsoft





© 2016 Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica, Global Entrepreneurship Research Association (GERA)
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS.
El análisis y las recomendaciones de este Informe Regional no reflejan necesariamente las opiniones y las reflexiones del Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica, ni sus Estados Parte o de Global Entrepreneurship Research Association (GERA) y sus equipos nacionales.
Este documento ha sido elaborado con el apoyo financiero de Microsoft Corporation. En ningún caso debe considerarse que las opiniones y las reflexiones del mismo reflejan la opinión oficial de Microsoft Corporation.

Edición e impresión: España, 2016





Una perspectiva iberoamericana sobre el

EMPRENDIMIENTO JUVENIL 2016





Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica

Max Trejo Cervantes

Secretario General OIJ

Alejandra Sáenz

Coordinadora de Empleo y Emprendimiento

Global Entrepreneurship Monitor

Mike Herrington

Director Ejecutivo

Penny Key

Investigadora Principal

Los autores desean expresar su agradecimiento a todos los equipos nacionales que participaron en GEM 2015 por su papel crucial en la realización de la encuesta GEM sobre sus respectivas economías, y a las organizaciones que han patrocinado este trabajo.

Los autores desean dar las gracias también al equipo de datos GERA, Jonathan Carmona y Alicia Coduras, por su contribución en los procedimientos de recopilación y análisis de datos. Gracias igualmente a los Jefes de Equipo de varios equipos GEM América Latina y el Caribe, así como a GEM Portugal y GEM España que aportaron la información que hizo posible este informe.



PRESENTACIÓN

Una de las principales premisas que sustentan el interés del presente informe, es el reconocimiento de las personas jóvenes como actores estratégicos del desarrollo que, en escenarios de interconectividad, maximizan su talento para responder con creatividad e innovación a los desafíos que marca su realidad local y global.

Desde el Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica, reconocemos la generación de emprendimiento como una dinámica que aporta a la conformación de núcleos de inclusión social y potencializa los circuitos de construcción de autonomía de las personas jóvenes. Este proceso que demanda la consolidación de ecosistemas de emprendimiento, destaca el rol protagónico de los gobiernos, quienes, en coordinación con el sector privado, actúan como facilitadores de esta práctica, procurando hacer insoslayable la observancia de los derechos económicos y sociales.

Sabemos que los emprendedores son cada vez más jóvenes, que la creatividad y la innovación de las nuevas generaciones tienen una velocidad exponencial ante el desarrollo de procesos de transformación y producción. En este sentido, entendemos que potenciar la participación integral de las personas jóvenes en los ecosistemas de emprendimiento, requiere entender estos procesos en su sentido más amplio, involucrando las transformaciones económicas y sociales, el desarrollo sostenible y la incorporación de la innovación como elementos transversales.

Para ello, es determinante potencializar la capacidad de anticiparse a los cambios a los que actualmente asistimos y así, establecer soluciones transformadoras que incentiven el desarrollo de nuevas habilidades de las personas jóvenes y el acceso a los recursos para desarrollarlas, permitiéndoles responder a los actuales desafíos de la realidad iberoamericana y global.

En este sentido, y dado el reconocimiento que la Comunidad Iberoamericana ha expuesto ante el trinomio “Juventud, Emprendimiento y Educación” y, su referencia como tema central de la XXV Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno; es momento de generar acciones concretas que, fundamentadas en la vinculación multisectorial de los diversos agentes públicos y privados, favorezcan las condiciones necesarias para la inclusión y el protagonismo de los jóvenes en los ecosistemas de emprendimiento. Es nuestro deseo que este Informe se constituya en una herramienta nacional que oriente y nutra el diseño de políticas públicas de emprendimiento, así como el desarrollo de iniciativas intersectoriales para favorecer el acceso y consolidación de ecosistemas de emprendimiento, y de forma destacada el protagonismo de las personas jóvenes.

Fundamentados en la misión de este Organismo Internacional, en donde la cercanía con las juventudes es determinante, esperamos que este ejercicio sea un mapa de guía para la promoción y consolidación de la participación juvenil en prácticas emprendedoras. Sabemos que las personas jóvenes, en su naturaleza de insurgentes tienen la capacidad y el talento para crear y reinventar los valores, las funcionales y la interconexión entre sus necesidades y su entorno.

Por todo ello, en mi calidad de Secretario General del Organismo Internacional de Juventud para Iberoamérica [OIJ], es un placer presentar el Informe “Perspectiva Iberoamericana sobre el Emprendimiento Juvenil” que ha sido posible gracias al destacado apoyo y compromiso por las juventudes de Microsoft, especialmente de su Dirección de Filantropía, y a Global Entrepreneurship Network [GEM] que, desde sus equipos nacionales, ha nutrido de experticia la constitución de las reflexiones aquí expuestas y, que ayudarán a la construcción de mejores esquemas de emprendimiento.

Max Trejo Cervantes
Secretario General de OIJ

Índice

LISTA DE TABLAS
LISTA DE FIGURAS
RESUMEN EJECUTIVO

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

- 1.1 Los países iberoamericanos
- 1.2 El desafío del empleo juvenil
- 1.3 Objetivos y metodología de este informe

CAPÍTULO 2: LOS ECOSISTEMAS IBEROAMERICANOS NACIONALES DE EMPRENDIMIENTO

- 2.1 Una visión general de los ecosistemas iberoamericanos de emprendimiento
- 2.2 Promocionar el emprendimiento juvenil a través del ecosistema nacional de emprendimiento

HISTORIAS DE JÓVENES EMPRENDEDORES

Juan Ignacio Ojeda – Chile
Alfredo Atanacio – El Salvador
Douglas Thompson – Portugal

CAPÍTULO 3: DINÁMICA DEL EMPRENDIMIENTO JUVENIL EN LOS PAÍSES IBEROAMERICANOS

- 3.1 Actitudes y percepciones sociales
- 3.2 Espíritu emprendedor
- 3.3 Actividad emprendedora
 - 3.3.1 Actividad emprendedora en la fase inicial
 - 3.3.2 Actividad empresarial consolidada
 - 3.3.3 Cese del negocio
- 3.4 Perfil de los emprendedores iberoamericanos
 - 3.4.1 Género
 - 3.4.2 Motivación para iniciar una empresa
 - 3.4.3 Fuentes de financiación
- 3.5 Características del impacto del emprendimiento
 - 3.5.1 Participación del sector industrial
 - 3.5.2 Creación de empleo
 - 3.5.3 Innovación
- 3.6 Resumen de los perfiles de emprendimiento juvenil, por país

HISTORIAS DE JÓVENES EMPRENDEDORES

Jorge Galindo Cruces – España
Laura Fabiola Suarez Hernández – México
Luis Loaiza – Ecuador

CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

REFERENCIAS
APÉNDICE 1: MODELO GEM Y METODOLOGÍA

Lista de tablas y figuras

Tablas

Tabla 1.1: Países iberoamericanos

Tabla 1.2: Países iberoamericanos que participan en la encuesta GEM 2015, por región geográfica y fase de desarrollo económico

Tabla 2.1: Condiciones Marco de la Actividad Emprendedora de GEM (EFC)

Tabla 3.1: Actitudes sociales entre los jóvenes en los países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.2: Atributos emprendedores autopercebidos entre la juventud iberoamericana, GEM 2015

Tabla 3.3: Actividad emprendedora en la fase inicial [% de población], por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.4: Motivos para abandonar la actividad empresarial (18-24 años), en países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.5: Motivos para abandonar la actividad empresarial (25-34 años), en países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.6: Actividad emprendedora, por grupos de género y edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

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

Tabla 3.8: Motivo para iniciar una empresa (según % de TEA), por grupo de género y edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.9: Requisitos de financiación de para jóvenes emprendedores, países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.10: Fuentes de financiación para jóvenes emprendedores (18-24 años) en países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.11: Fuentes de financiación para jóvenes emprendedores (25-34 años) en países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.12: Participación del sector industrial por jóvenes emprendedores (% de TEA) en países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.13: Creación de empleo real por empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.14: Expectativas de creación de empleo por empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.15: Niveles de innovación de empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015

Tabla 3.16: Uso de tecnología por parte de empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015

Figuras

Figura 2.1: Puntuación media en las nueve condiciones marco de la actividad emprendedora, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.2: Valoración media de los expertos para la financiación del emprendimiento, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente.).

Figura 2.3: Valoración media de los expertos para políticas gubernamentales: apoyo y relevancia, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.4: Valoración media de los expertos para políticas gubernamentales: impuestos y burocracia, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.5: Valoración media de los expertos para programas gubernamentales sobre emprendimiento, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.6: Valoración media de los expertos para educación emprendedora en la etapa escolar, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.7: Valoración media de los expertos para la educación emprendedora en la etapa post-escolar, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.8: Valoración media de los expertos para la transferencia de la investigación y el desarrollo, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.9: Valoración media de los expertos para la infraestructura comercial y profesional, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.10: Valoración media de los expertos para la dinámica del mercado interno, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.11: Valoración media de los expertos para los obstáculos del mercado interno o regulaciones de entrada, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.12: Valoración media de los expertos para la infraestructura física, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

Figura 2.13: Valoración media de los expertos para normas culturales y sociales, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

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

Figura 3.2: Actividad empresarial consolidada [% de población], por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

Figura 3.3: Cese del negocio, por categoría de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

Resumen ejecutivo

El bloque iberoamericano incluye dos países europeos (Portugal y España), así como todos los países de habla hispana y portuguesa en Norteamérica, Centroamérica y Sudamérica. Mientras que la mayoría de las economías de la región de América Latina y el Caribe (ALC) en los últimos años se beneficiaron de un rápido crecimiento económico, con ganancias sociales concomitantes, la caída de los precios de las materias primas ha tenido un efecto en muchos países de la región. Al igual que el resto del mundo, la región se enfrenta a desafíos tales como el crecimiento persistente sin empleo y una dependencia creciente de la tecnología en el entorno empresarial actual. El desempleo y el subempleo es un factor crítico - especialmente entre los jóvenes-, que ahora forman una gran parte de la población. Se espera que la región muestre el mayor incremento en la tasa de desempleo de los jóvenes, el cual se estima que alcanzará el 16,8 % en 2016, y se espera que suba aún más al 17,1 % en 2017. Está claro que el desafío de la región de ALC es 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.

Los ecosistemas nacionales de emprendimiento

Catorce países iberoamericanos participaron en la Encuesta Global Entrepreneurship Monitor de 2105. Los resultados de este informe se refieren principalmente a estos países. Una economía no puede aumentar la cantidad y calidad de los emprendedores sin crear un entorno propicio donde el emprendimiento pueda prosperar. Las principales conclusiones en términos de los ecosistemas emprendedores incluyen:

- Los países con los ecosistemas emprendedores más débiles son Guatemala, Brasil, Perú y Argentina. El país con el ecosistema emprendedor más propicio es Portugal, mientras que Ecuador, México y Chile también muestran de evaluaciones bastante positivas sobre sus ecosistemas emprendedores.
- El acceso a la financiación es la Condición Marco de la Actividad Emprendedora (EFC) con la peor clasificación, en general, entre los países iberoamericanos. La política del gobierno (impuestos y la burocracia) y la transferencia de I + D también se consideraron limitaciones críticas para el desarrollo de un sector fuerte de PYMEs; nueve de los doce países mostraron las puntuaciones medias por debajo del promedio de estos dos factores.
- La infraestructura física es la EFC con la clasificación más positiva, en general, entre los países iberoamericanos. Con la excepción de Portugal y Brasil, el resto de los países califican la infraestructura física como buena, y Panamá, Chile y Ecuador la califican como muy buena. La infraestructura comercial y profesional fomenta el emprendimiento en la mayoría de los países. Sólo dos países (Panamá y Brasil) muestran puntuaciones muy bajas en términos de educación emprendedora post-escolar.

Para facilitar una comprensión más profunda sobre desarrollo emprendedor juvenil en de los países iberoamericanos, se pidió a los Equipos Nacionales GEM que proporcionaran información sobre los ecosistemas de emprendimiento en sus países relacionados específicamente con la juventud. En concreto, se les pidió que se centrasen en la forma en que los jóvenes que quieren ser emprendedores percibían el ecosistema nacional, en términos de limitaciones y oportunidades, así como destacar las mejores estrategias o prácticas de políticas que el gobierno, las ONG y el sector privado han introducido para fomentar el emprendimiento juvenil. Las ideas se resumen en el Capítulo 2, e incluyen iniciativas educativas, financieras y de mentoring.

Dinámica emprendedora de los jóvenes

La actividad emprendedora

- En general, la juventud iberoamericana considera relativamente positivo el emprendimiento. De media, alrededor de dos tercios de las personas entre 18 - 24 años ve el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional y cree que los emprendedores tienen un alto estatus. Esto es marginalmente superior para el grupo de edad de los 25 - 34 años de edad.
- Casi la mitad de los jóvenes, de media, percibe buenas oportunidades emprendedoras en las áreas donde viven. Sin embargo, un tercio de los jóvenes que perciben oportunidades indican que el miedo al fracaso podría afectar su capacidad para aprovechar estas oportunidades. Un tercio de la juventud también expresa su intención de poner en marcha un negocio en los próximos tres años.
- La mayor discrepancia entre la juventud joven (18 -24 años) y la juventud mayor (25 - 34 años) es en términos de su confianza en su propia capacidad para dirigir un negocio. Menos de la mitad de los de 18 - 24 años de edad cree que tienen la capacidad para alcanzar con éxito las oportunidades empresariales, en comparación con el 60% de los que tienen 25 - 34 años.
- En cuanto a la participación en la actividad emprendedora en la fase inicial, los jóvenes en su conjunto (es decir, 18 - 34 años de edad) son significativamente más emprendedores que los adultos (+ de 35 años) en todos los países iberoamericanos. La diferencia es más acentuada en Panamá, donde la juventud tiene doce veces más probabilidades de implicarse en la actividad emprendedora en la fase inicial que los adultos, y en Uruguay y Chile [alrededor de nueve veces más probable].
- La juventud mayor tienen alrededor de 1,4 veces más probabilidades de estar implicada una actividad naciente y también en una nueva actividad empresarial, 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 la mayoría de los países, la tasa de nuevo negocio es inferior a la tasa naciente en ambas categorías de edad. Brasil y Panamá son las excepciones, donde el porcentaje de los nuevos emprendedores es más bajo que el porcentaje de nuevos emprendedores.
- 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 tiene las tasas más baja de actividad empresarial consolidada.
- Los países iberoamericanos tienen una proporción positiva de TEA en cuanto a 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.
- Más de un tercio de las empresas en las dos categorías de juventud cerraron por no ser rentables, mientras que cerca de un quinto cerró por motivos familiares o personales. Un número de emprendedores jóvenes también se encuentra con problemas en el acceso a la financiación para mantener el negocio.

Perfil de los jóvenes emprendedores

- En general, la paridad de género entre los jóvenes es relativamente positiva en todos los países iberoamericanos. De media, en ambos grupos de edad, ocho mujeres se dedicaban a la actividad del emprendimiento en la fase inicial por cada diez emprendedores hombres en 2015. En cuanto a la actividad empresarial consolidada, las proporciones son ligeramente inferiores. Seis mujeres en la categoría de juventud joven y siete en la categoría de juventud mayor se dedican a la actividad empresarial consolidada por cada diez empresarios hombres de edad similar.
- Las mujeres de edades de 18 – 24 años muestran índices TEA más altos que hombres en Argentina, Brasil y Panamá. Portugal tiene la brecha de género más amplia: sólo dos mujeres que participan en TEA por cada diez emprendedores masculinos.

Dinámica emprendedora de los jóvenes

- Entre los jóvenes de mayor edad, Perú es el único país donde las mujeres muestran índices TEA más altos que los hombres. Sin embargo, Argentina, Ecuador y México muestran un nivel alentador de paridad de género.
- Brasil tiene la mejor paridad de género en términos de actividad empresarial consolidada, siendo las mujeres jóvenes en ambas categorías de edad las que superan a sus homólogos masculinos en términos de tasas de actividad empresarial consolidada.
- En general, los jóvenes de los países iberoamericanos muestran altos niveles de motivación por oportunidad, cerca de tres cuartas partes de los jóvenes emprendedores de estos países están impulsados por la oportunidad. Entre la juventud joven, Portugal tiene la tasa más alta de la motivación impulsada por la oportunidad: los jóvenes emprendedores de este país tienen 20 veces más probabilidades de estar motivados por la oportunidad que por la necesidad. Entre la juventud mayor, Uruguay y España tienen las tasas más altas de TEA motivadas por la oportunidad.
- Guatemala y Brasil tienen la mayor proporción de emprendedores movidos por la necesidad entre la juventud joven, mientras que entre la juventud mayor de Panamá y Guatemala tienen las tasas más altas por necesidad. En estos tres países, los emprendedores sólo tienen ligeramente más probabilidades de estar motivados por la oportunidad que por necesidad.
- En general, las mujeres jóvenes en ambas categorías de edad son más propensas a inclinarse hacia el emprendimiento por necesidad que los hombres jóvenes. Desde el punto de vista de cada país, las tasas más altas entre las mujeres se encuentran en Brasil y Guatemala, más de la mitad de las jóvenes emprendedoras en estos dos países se ven empujadas al emprendimiento por necesidad. El emprendimiento masculino impulsado por la necesidad es más alto 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, 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.

Fuentes de financiación de la actividad emprendedora

- 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, sólo Chile y Portugal muestran que más del 10% de los jóvenes emprendedores acceden al capital de riesgo.

Impacto sobre el emprendimiento

- 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. Concretamente este es el caso de la juventud joven (71%). La juventud mayor también muestra que la mayor parte de su actividad (más del 60%) es 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.
- 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

Dinámica emprendedora de los jóvenes

emprendedores brasileños se encuentran en el sector transformador.

- Entre la juventud mayor, la participación de la industria es más equilibrada. Chile, Colombia, Portugal, España y Uruguay muestran perfiles especialmente equilibrados, con buenos niveles de participación en todos los sectores de la industria. Todos estos países muestran la participación sólida en el sector de servicios empresariales.
- De media, un tercio de los jóvenes emprendedores iberoamericanos sólo crean empleo para el propietario de la empresa y por lo tanto no contribuyen a la creación de empleo. Sólo por debajo de la mitad de las empresas jóvenes emplean entre una y cinco personas.
- Brasil (63%) tiene la mayor proporción de emprendedores en fase inicial de entre 18 -24 que no contribuyen a la creación de empleo. Chile y Colombia tienen la proporción más baja, alrededor del 90% de los emprendedores en este grupo de edad emplean al menos a una persona que no sea el propietario.
- Un hallazgo particularmente alentador es que más del 60% de la juventud emprendedora joven colombiana emplea a seis o más personas. Uruguay (35%) y Chile (28%) también tienen un número significativo de jóvenes emprendedores que crean + de 6 puestos de trabajo.
- Entre la juventud mayor, aproximadamente la mitad de los emprendedores en fase inicial de Brasil y en España no crean puestos de trabajo, mientras que Colombia y Chile lideran en cuanto a la creación de seis o más puestos de trabajo. La juventud mayor en Portugal hace una contribución más significativa a la creación de empleo, en comparación con la juventud joven, empleando una cuarta parte a más de 6 personas.
- De media, más del 80% de los emprendedores en ambos grupos de edad prevén añadir al menos un puesto de trabajo en los próximos cinco años y un cuarto tiene expectativas de crecimiento de medio a elevado (más de 6 empleos).
- Colombia cuenta con las expectativas más altas de alto crecimiento por un margen considerable, siendo aproximadamente alrededor de dos tercios de los jóvenes emprendedores en este país los que esperan crear seis o más puestos de trabajo en los próximos cinco años. Brasil tiene las expectativas de crecimiento más bajas.
- De media, poco más de una cuarta parte de los jóvenes emprendedores 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 tienen productos o servicios innovadores, seguidos por Guatemala.
- El uso de la nueva y última tecnología por parte de las empresas de jóvenes en los países iberoamericanos es en general bajo, siendo más de dos tercios de las empresas jóvenes las que indican no utilizan ninguna nueva tecnología.
- Desde el punto de vista de cada país, Chile y Colombia muestran la utilización más positiva de la última tecnología. Colombia es el líder en este sentido con una cuarta parte de la juventud joven y el 16% de la juventud mayor la que utiliza la última tecnología. En España, una quinta parte de la juventud joven utiliza la última tecnología en sus empresas. Brasil y México están en el otro extremo de la escala, siendo menos del 5% de los emprendedores jóvenes los que utilizan la última tecnología.

CAPÍTULO 1: Introducción

1.1 Los países iberoamericanos

El bloque iberoamericano 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 1.1). Los países analizados en el informe son los países donde GEM cuenta con equipos nacionales.

Tabla 1: 1 Países iberoamericanos

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

La mayoría de los países iberoamericanos están en la región de América Latina y el Caribe. En los últimos 15 años, América Latina y el Caribe han experimentado cambios significativos, sobre todo para mejor. Muchos países de la región 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 contribuyeron 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 sólo el 22%, lo que indica que el progreso significativo se produjo en términos de paridad educativa.

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 ALC 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 2015/2016 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 ciento, por debajo de 1,3 por ciento en 2014 y un 2,9 por ciento en 2013. Para crear un crecimiento sostenible a largo plazo, el GCR 2015/2016 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 anti-cíclicas durante el período

CAPÍTULO 1

de 2014-2015. Unos puntos más claros con respecto a la región de ALC también incluyen economías en el norte como México, Centroamérica y el Caribe, que se han beneficiado de la recuperación de la economía estadounidense y, en muchos casos, de los bajos precios del petróleo. Como segundo país más grande de la región, México tiene un mercado grande 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 (Guatemala, Honduras, Costa Rica, Panamá y la República Dominicana) 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 de ALC está influenciada negativamente por la desaceleración de las economías importantes como Brasil y Venezuela. El Global Competitiveness Report 2015/16 señala que Brasil ha experimentado un descenso espectacular en su posición (del 57° al 75°) con un gran déficit fiscal, aumentando la presión inflacionaria y los escándalos de corrupción que impactan negativamente en su competitividad. El resultado ha sido una contracción del 3,8% en 2015 y una disminución prevista para el año 2016 más del 3,5. En el caso de Venezuela y Ecuador, la disminución de los precios del petróleo ha tenido un impacto importante en la economía. En el caso de Venezuela, el problema se agrava por los problemas políticos y los 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 es uno de los aspectos más visibles de un tema más amplio y más complejo, que implica la desigualdad de oportunidades y se extiende a la edad, género, etnia y discapacidad, entre otros. 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 crítico. La falta de oportunidades de empleo 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%)¹.

Las tasas de desempleo para los jóvenes son siempre más altas que para los adultos. Esto refleja varios factores, incluyendo la falta de experiencia de los jóvenes que ingresan al mercado laboral por primera vez y la falta de fuertes redes relacionadas con el empleo que a menudo son importantes para encontrar un trabajo. Sin embargo, el persistente impacto de la crisis económica mundial ha exacerbado la dificultad que los nuevos participantes en el mercado laboral a la hora encontrar un puesto de trabajo, y el desempleo juvenil se ha convertido en una preocupación importante en todo el mundo. La Organización Internacional del Trabajo (OIT), World Economic and Social Outlook – Trends for Youth 2016, 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 espera que alcance el 13,1 por ciento en 2016 (desde 12,9 en 2015). Esto está muy cerca de su máximo histórico en 2013 (13,2 por ciento) y se espera que se mantenga en 2017. Como resultado, el número de jóvenes desempleados en todo el mundo aumentará 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 los 16,6 puntos porcentuales. En total, las estimaciones disponibles indican que, en 2016, se espera que más del 40 por ciento de la población activa joven del mundo esté desempleada o que viva en la pobreza a pesar de tener un empleo.

CAPÍTULO 1

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 muestre el mayor incremento en la tasa de desempleo de los jóvenes, que se estima que alcanzará el 16,8 por ciento en 2016, y se espera que suba aún más al 17,1 por ciento 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 sólo son parcialmente compensadas por la disminución de las tasas de Chile y México) . Otro indicador de la falta de opciones de trabajo decente en un país/región es la voluntad de migrar. Frente a la perspectiva del desempleo, la pobreza del empleo y/o las formas vulnerables de trabajo, los jóvenes tienden a buscar en el exterior mejores oportunidades de educación y empleo. A nivel regional, la voluntad de migrar entre los jóvenes es mayor en el África subsahariana y América Latina y el Caribe, al 38% en 2015.

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 jóvenes (menores de 25 años) asume trabajos a tiempo parcial y temporales, debido a la falta de oportunidades de empleo definido o a tiempo completo. El empleo temporal involuntario es del 67,9% para jóvenes con empleos temporales 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 la pobreza a pesar de tener un empleo. La tasa de Ninis (definida como la proporción de la población joven que no está ni empleada ni recibe educación o formación) 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 tasa media de Ninis 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 Ninis en estos dos grupos de edad: en España, por ejemplo, las tasas de Ninis 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 considerables. Un alto nivel de desempleo entre los jóvenes o jóvenes infrautilizados representa una pérdida de potenciales recursos humanos y talentos, y tendrá un impacto negativo sobre las perspectivas futuras de crecimiento de un país o región. Los altos niveles de desempleo de larga duración entre los jóvenes son 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.

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 (particularmente entre los jóvenes de género masculino) 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.

1 Foro Económico Mundial [2014]. Outlook on the Global Agenda 2015.pdf; <http://www.weforum.org>

2 World Employment and Social Outlook 2016: Trends for youth. Oficina Internacional del Trabajo – Ginebra: ILO, 2016

CAPÍTULO 1

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 experimentan los individuos va en aumento, y la tecnología está alterando los patrones tradicionales en muchas industrias. El desajuste entre la oferta y la demanda de habilidades también es reconocida como una razón clave que impulsa las tasas de desempleo juvenil. Aunque más jóvenes están obteniendo titulaciones universitarias, no poseen las habilidades y cualificaciones que son relevantes para un mercado laboral cambiante. Los avances en la tecnología actúan como facilitadores de nuevas ideas y opciones de empleo, al igual que las industrias de servicios crecientes en muchas economías emergentes, pero las instituciones educativas no están proporcionando a los jóvenes el conjunto de habilidades necesarias para aprovechar estas oportunidades.

No hay una solución sencilla para el desafío del desempleo y subempleo juvenil, y es fundamental identificar y explorar factores que contribuyan a estrategias que permitan a las economías beneficiarse de los talentos, energía e ideas que los jóvenes aportan al mercado laboral. Los elementos importantes de este tipo de estrategias incluyen la educación y el desarrollo de habilidades, así como el desarrollo empresarial. 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 son mejores empleados;
- 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. Las habilidades no cognitivas, tales como reconocimiento de la oportunidad, la innovación, el pensamiento crítico, la resiliencia, la toma de decisiones, trabajo en equipo y el liderazgo beneficiará todos los jóvenes, tengan o no la intención de convertirse o continuar como emprendedores.

1.3 Objetivos y metodología de este informe

Desde su creación en 1997 por los estudiosos del Babson College y la London Business School, el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) se ha convertido en uno de los consorcios de investigación más importantes del mundo ocupado por mejorar nuestra comprensión de las relaciones entre el emprendimiento y el desarrollo nacional. En los diecisiete años transcurridos desde sus inicios GEM ha medido la capacidad de emprendimiento en más de 100 países, abarcando todas las regiones geográficas y niveles económicos y que comprende aproximadamente el 74% de la población mundial y el 90% del PIB mundial, y ha ganado un amplio reconocimiento como el estudio más informativo y longitudinal autorizado sobre el emprendimiento en el mundo. GEM ofrece una visión completa sobre el emprendimiento en todo el mundo mediante la me-

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

4 African Economic Outlook, 2013. Who are the working youth in Africa?

5 Naciones Unidas, 2013. Opportunities and constraints to youth entrepreneurship

6 Banco Mundial, 2008. Children and the youth, Volume II, Número 6 Junio 2008

CAPÍTULO 1

dición de las actitudes de una población, y las actividades y características de los individuos que participan en diversas fases y tipos de actividad emprendedora. Permite realizar comparaciones con respecto al nivel y características de la actividad emprendedora entre las diferentes economías y ayuda a orientar la formulación de políticas eficaces y específicas para estimular el emprendimiento. [Véase el Apéndice 1 para más detalles sobre el modelo GEM y la metodología.]

Con el fin de ayudar a los políticos a tomar decisiones más informadas sobre cómo aumentar la capacidad de emprendimiento y mejorar el desarrollo de las PYMES entre los jóvenes, es importante que el panorama emprendedor juvenil actual se defina y se entienda. Los dos capítulos siguientes analizan los datos recogidos en 2015 por los equipos nacionales GEM en los países iberoamericanos que participan a través de las encuestas anuales estándar, desglosadas específicamente por edad, con el fin de contribuir a una comprensión más profunda de la naturaleza, las características y la dinámica de los jóvenes emprendedores y la creación de empresas en estos países. Los países iberoamericanos que participaron en la encuesta GEM 2015 se muestran en la Tabla 1.2, y están agrupados según la región geográfica y la fase de desarrollo económico.

Tabla 1.2: 1 Países iberoamericanos que participan en la encuesta GEM 2015, por región geográfica y fase de desarrollo económico ⁷

	Economías impulsadas por la eficiencia	Economías impulsadas por la innovación
América Latina y el Caribe	Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Uruguay	
Unión Europea		Portugal, España

Para hacer posible el análisis, la juventud es una categoría de personas que necesita ser definida, en contraste con las personas mayores. No existe acuerdo en la bibliografía sobre un grupo de edad, por lo general, en los estudios de la juventud, el joven denota a las personas desde los adolescentes hasta algún punto alrededor de treinta años. A efectos de este informe, y para permitir el uso de datos de GEM, la juventud se define como las personas entre las edades de 18 - 34 años, mientras que el término “adultos” se utiliza para referirse a los mayores de 35 - 64 años. Además, en la categoría juvenil este informe distingue entre la “juventud joven” y la “juventud mayor”, en donde la “juventud joven” son aquellos jóvenes de entre 18 y 24 años, y la “juventud mayor” son aquellos jóvenes de entre 25 a 34 años.

El informe trata las siguientes áreas:

- ¿De qué manera los países iberoamericanos difieren con respecto a los ecosistemas de emprendimiento, y cómo difieren los países en sus condiciones marco para la inclusión de los jóvenes en el emprendimiento?
- ¿Cuáles son las actitudes emprendedoras, las competencias y la dinámica de la actividad entre los jóvenes iberoamericanos?
- ¿Cuál es el perfil de los jóvenes emprendedores en los países iberoamericanos?
- ¿Cuáles son las características de las empresas juveniles, y cuál es su impacto económico?

⁷ La clasificación de las economías por nivel de desarrollo económico es una adaptación del Foro Económico Mundial (FEM). Según la clasificación del FEM, la fase impulsada por factores está dominada por empresas de subsistencia agrícolas y de extracción, con una fuerte dependencia de la mano de obra (no cualificada) y los recursos naturales. En la fase impulsada por la eficiencia, la economía se ha vuelto más competitiva con un mayor desarrollo acompañado por la industrialización y una mayor dependencia de las economías de escala, siendo más dominantes las grandes organizaciones intensivas en capital. A medida que el desarrollo avanza a la fase impulsada por la innovación, las empresas son más intensivas en conocimiento, y el sector de servicios (<http://weforum.org>) se expande.

CAPÍTULO 2: Los ecosistemas iberoamericanos nacionales de emprendimiento

2.1 Una visión general de los ecosistemas iberoamericanos de emprendimiento

El modelo GEM reconoce explícitamente que determinados factores ambientales (sociales, culturales, políticos y económicos) influyen en la creación de contextos únicos emprendedores y empresariales. Anualmente, cada economía que participa en el ciclo GEM encuesta al menos a 36 expertos clave o informadores. La 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 sólo en las características del entorno que se espera que tengan un impacto significativo en el sector emprendedor, 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 2.1. A pesar de que las EFC se pueden abordar en cualquier fase de su desarrollo, estas condiciones funcionan mejor en economías con una base subyacente de las necesidades básicas y potenciadoras de eficiencia. Por ejemplo, es poco probable que los programas de gobierno para el emprendimiento sean efectivos si el país proporciona atención médica y educación primaria inadecuadas a su población.

Tabla 2.1: Condiciones Marco de la Actividad Emprendedora de GEM (EFC)

Condición marco	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	La medida en que las políticas del gobierno (como los impuestos o regulaciones) sean neutras sobre el tamaño o promuevan las empresas nuevas y crecientes. Existen dos subdivisiones: la primera se refiere a la medida en que empresas nuevas y en crecimiento son prioritarias en la política de gobierno, en general; y la segunda es sobre la regulación de las empresas nuevas y en crecimiento.
EFC3: Programas gubernamentales	La presencia y la calidad de los programas directos para ayudar a las empresas nuevas y en crecimiento, en todos los niveles de gobierno (nacional, regional, municipal).
EFC4: Educación y formación	El grado en que cada nivel del sistema educativo y de formación incorpora la formación en la creación/gestión de entidades empresariales, ya sean nuevas, pequeñas, medianas o en crecimiento. Hay dos subdivisiones: educación sobre emprendimiento en la educación primaria y secundaria y la formación; y la educación sobre emprendimiento y la formación post-escolar.
EFC5: Transferencia de investigación y desarrollo	La medida en que la investigación y el desarrollo nacional dará lugar a nuevas oportunidades comerciales, e independientemente de si estas están disponibles para las empresas nuevas, pequeñas y crecientes.
EFC6: Infraestructura comercial y profesional	La presencia de instituciones y servicios jurídicos, comerciales, contables y de otro tipo que permitan o promuevan la aparición de entidades empresariales pequeñas, nuevas y crecientes.

CAPÍTULO 2

<p>EFC7: Apertura del mercado interno</p>	<p>La medida en que los acuerdos comerciales experimenten un cambio constante y la redistribución como empresas nuevas y crecientes que compitan con y sustituyan a proveedores, subcontratistas y consultores existentes. Hay dos subdivisiones: la dinámica del mercado, es decir, el grado en que los mercados cambian drásticamente de un año a otro; y la apertura de los mercados, es decir, el grado en que las nuevas empresas son libres de entrar en los mercados existentes.</p>
<p>EFC8: Acceso a la infraestructura física</p>	<p>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.</p>
<p>EFC9: Normas sociales y culturales</p>	<p>La medida en que las normas sociales y culturales existentes fomentan, o no, las acciones individuales que podrían conducir a nuevas formas de hacer negocios o actividades económicas que podrían, a su vez, conducir a una mayor dispersión de la riqueza personal e ingresos.</p>

El cuestionario NES está normalizado para todos los países y fue 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 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 semi-estructurado y estructurado. El cuestionario cerrado consta de varias declaraciones relativas a los aspectos de las nueve Condiciones Marco de la Actividad Emprendedora, y las respuestas se midieron utilizando una escala 1 de Likert (muy insuficiente) a 9 (muy suficiente). Por tanto, NES proporciona información detallada sobre las formas en que las EFC dan forma al clima emprendedor nacional.

La figura 2.1 proporciona una evaluación general del ecosistema emprendedor para cada uno de los países iberoamericanos que participaron en la encuesta GEM 2015. Un ecosistema emprendedor representa la combinación de las condiciones que dan forma al contexto donde las actividades empresariales se llevan a cabo. La figura 2.1 indica, pues, la puntuación media (en una escala de 1 a 9) en las nueve EFC.

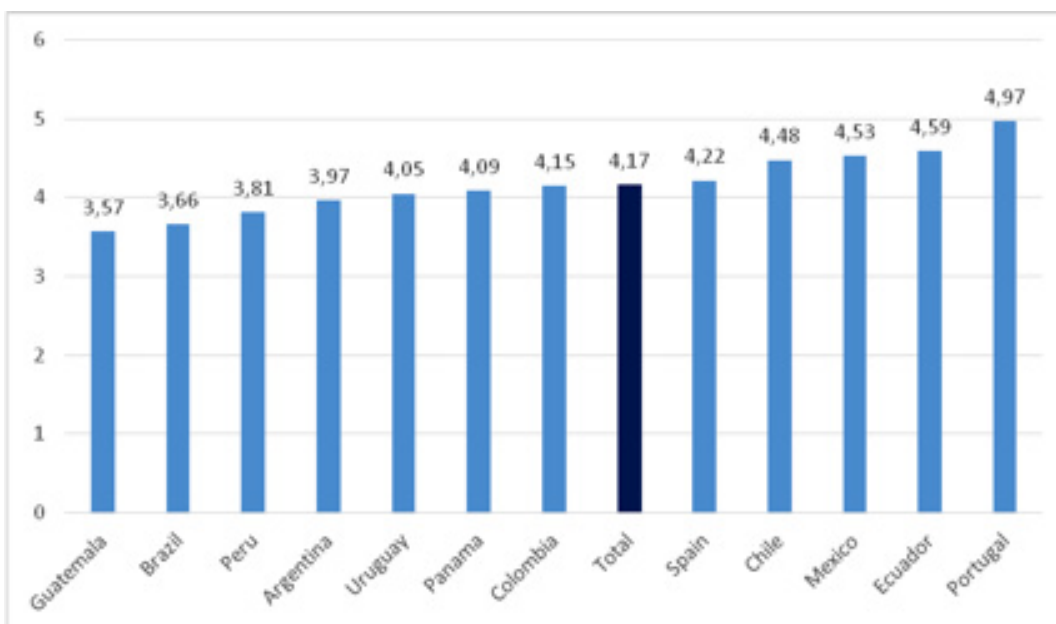


Figura 2.1: Puntuación media en las nueve condiciones marco de la actividad emprendedora, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

CAPÍTULO 2

Los países con los ecosistemas emprendedores más débiles (es decir, con una puntuación media por debajo de cuatro) son Guatemala, Brasil, Puerto Rico, Perú, Barbados y Argentina. El país con el ecosistema emprendedor más propicio es Portugal, mientras que Ecuador, México y Chile también muestran evaluaciones bastante positivas de sus ecosistemas emprendedores.

La actividad emprendedora es el resultado de la interacción de la percepción de un individuo de una oportunidad y la capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre esto y las distintas condiciones del respectivo entorno en el que se encuentra el individuo. Una economía no puede aumentar la cantidad y calidad de emprendedores sin crear un entorno propicio en el que el espíritu emprendedor pueda prosperar. Las decisiones políticas informadas que ayudan a crear un entorno emprendedor floreciente serán beneficiosas para los emprendedores en todas las fases de sus negocios, ya sean jóvenes empresas de nueva creación, consolidadas o repetidas. Un objetivo importante de la NES, 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. Las figuras 2.02 a 2.13 resumen las percepciones de los expertos sobre cada una de las condiciones marco de la actividad emprendedora para los catorce países iberoamericanos. También se indica el promedio para los países como grupo (indicado el "total" en las figuras). 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 la EFC peor clasificada, en general, entre 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 una fuente importante de financiación para las tres cuartas partes de los emprendedores. Portugal y España, los países mejor clasificados en términos de esta EFC, son las economías impulsadas por la innovación en Europa. Estos tipos de economías tienden a tener más fuentes de financiación disponibles para los emprendedores, incluidas las fuentes de financiación más sofisticadas, como capital riesgo y crowdfunding. La política gubernamental (impuestos y burocracia) también se consideró un impedimento para el desarrollo de un sector fuerte de las PYME, siendo once de los catorce países los que ofrecen puntuaciones medias por debajo de 4,0. Portugal, Panamá y Chile, los tres países mejor clasificados en términos de esta EFC, registraron puntuaciones superiores a 5,0 (Figura 2.4). La transferencia de I+D también se ve como una limitación crítica, y sólo Portugal, Uruguay y México han alcanzado las puntuaciones medias superiores a 4,0 (Figura 2.8). La puntuación media de Portugal de 5,28 es considerablemente mayor que para el resto de los países.

La infraestructura física es la EFC que clasificada más positivamente, en general, entre los países iberoamericanos. Con la excepción de Portugal (con una puntuación media de 3,5) y Brasil (4,72), el resto de los países califican la infraestructura física como buena, y la calificación de Panamá, Chile y Ecuador es muy buena (puntuaciones medias por encima de 7,0). La infraestructura comercial y profesional fomenta el espíritu emprendedor en la mayoría de los países, sólo Perú tiene una puntuación inferior a 4,0. Sólo dos países (Panamá y Brasil) tienen puntuaciones inferiores a 4,0 en términos de la educación emprendedora postescolar; Uruguay, Puerto Rico y Brasil muestran también débiles puntuaciones en las normas culturales y sociales. Para estas tres EFC, Ecuador tiene las puntuaciones medias más altas.

CAPÍTULO 2

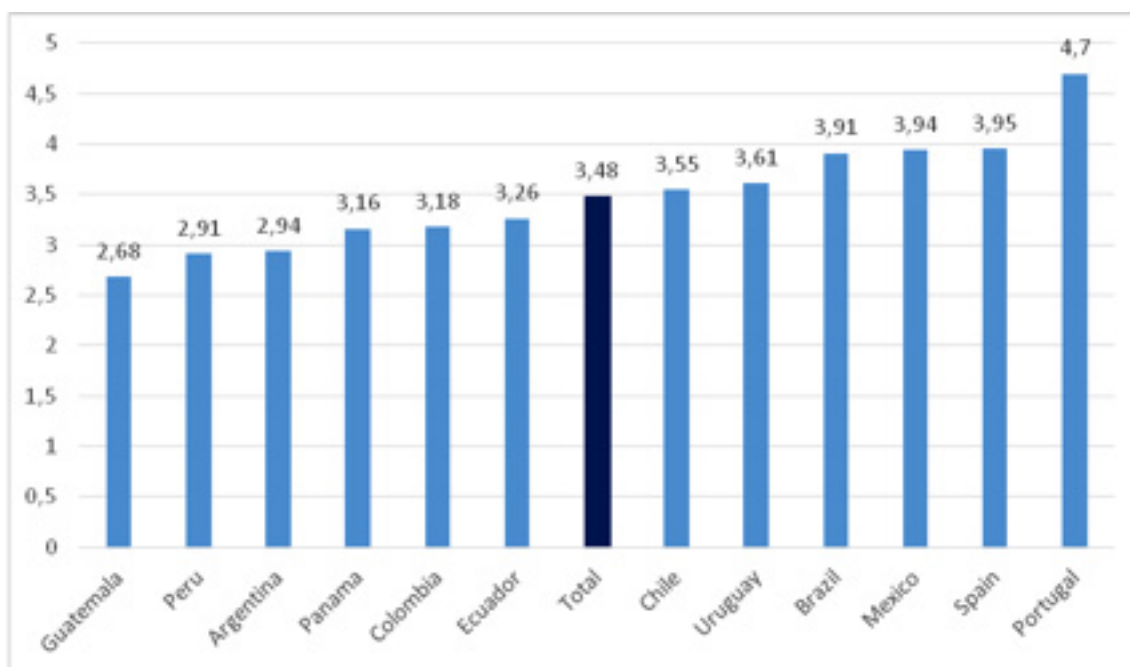


Figura 2.2: Valoración media de los expertos para la financiación del emprendimiento, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente.).

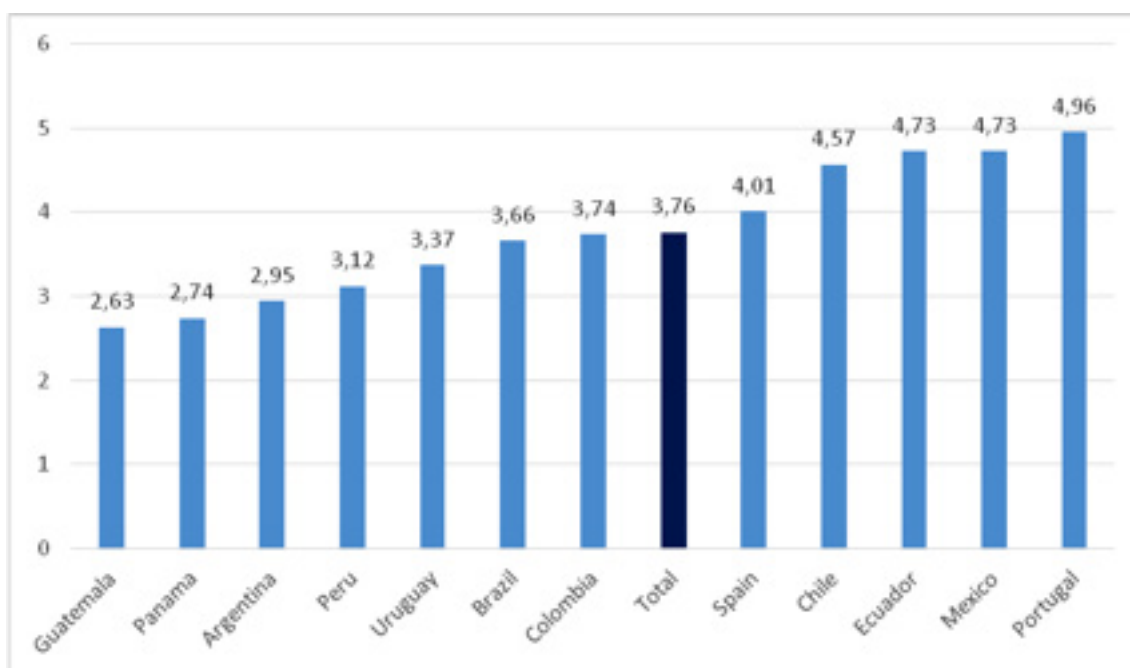


Figura 2.3: Valoración media de los expertos para políticas gubernamentales: apoyo y relevancia, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

CAPÍTULO 2

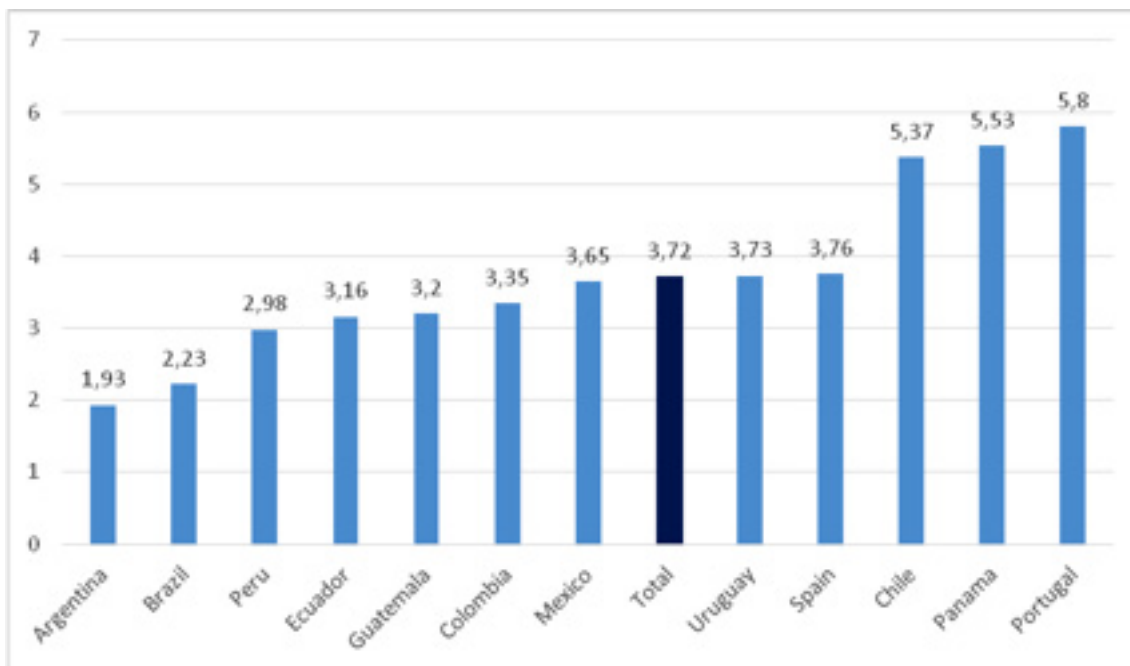


Figura 2.4: Valoración media de los expertos para políticas gubernamentales: impuestos y burocracia, por país, GEM 2015 [media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente].

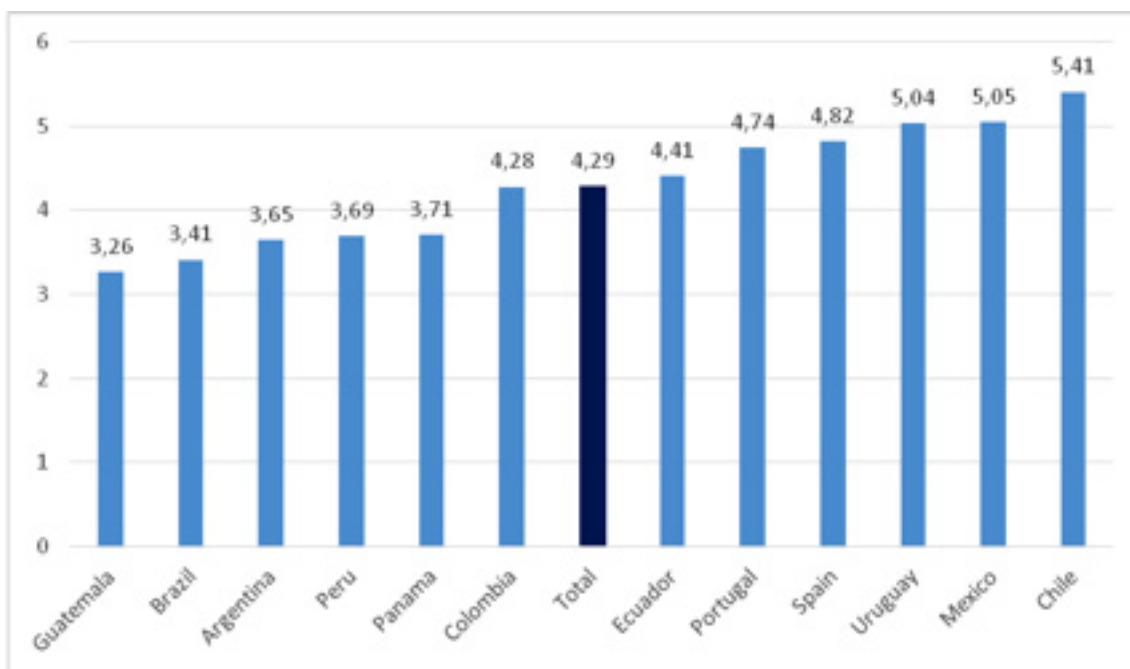


Figura 2.5: Valoración media de los expertos para programas gubernamentales sobre emprendimiento, por país, GEM 2015 [media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente].

CAPÍTULO 2

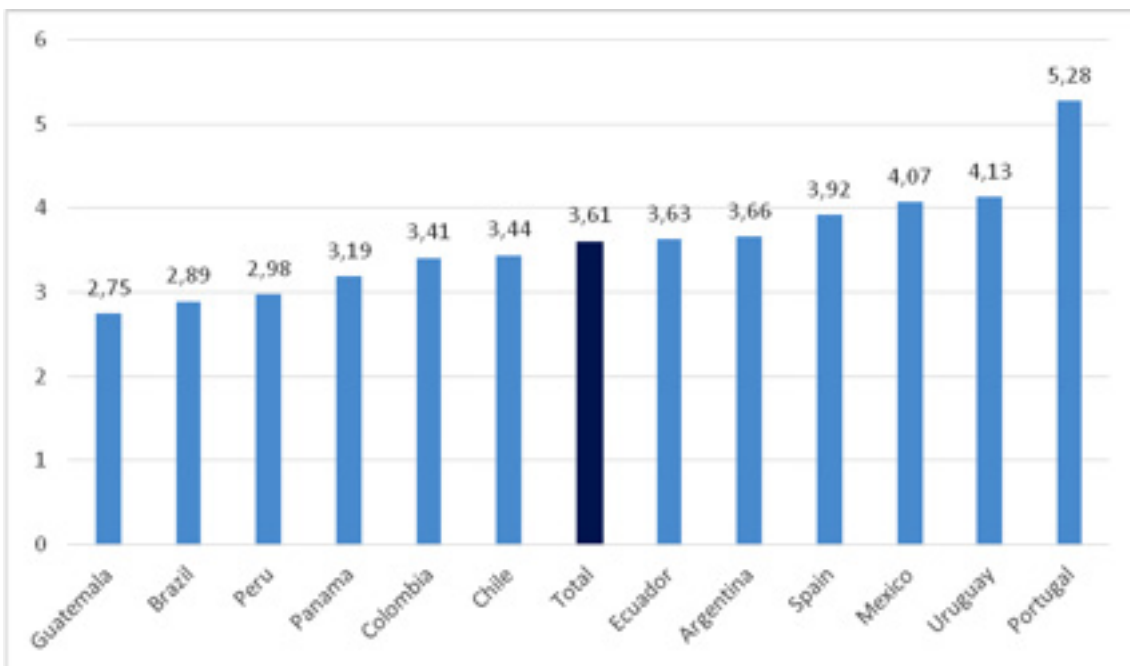


Figura 2.8: Valoración media de los expertos para la transferencia de la investigación y el desarrollo, por país, GEM 2015 [media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente].

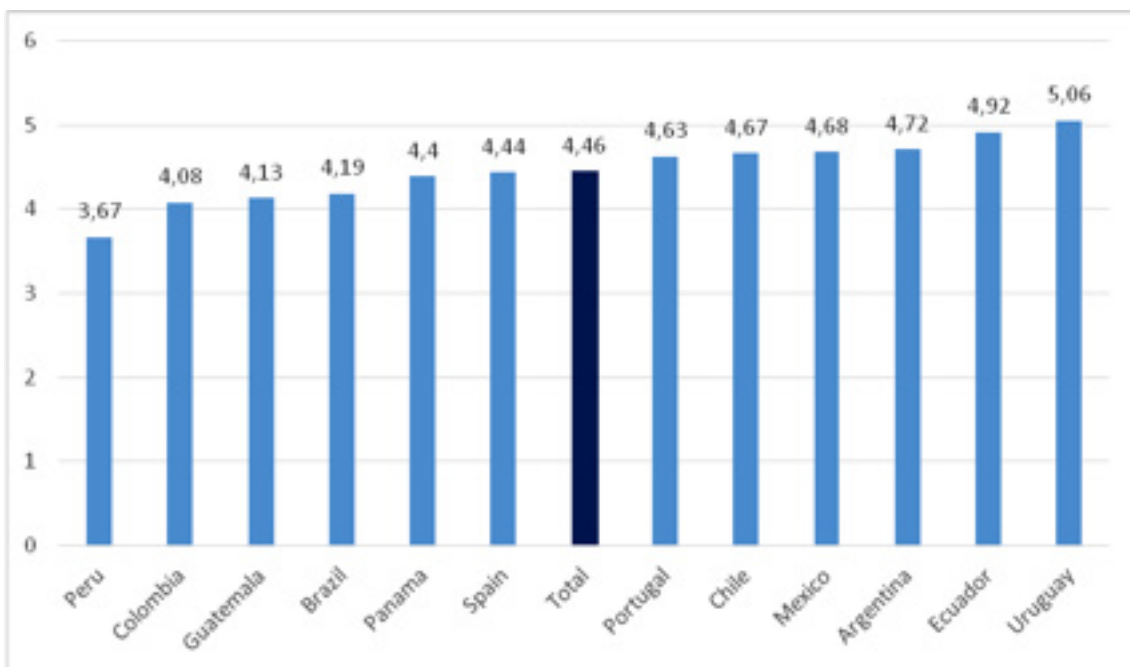


Figura 2.9: Valoración media de los expertos para la infraestructura comercial y profesional, por país, GEM 2015 [media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente].

CAPÍTULO 2

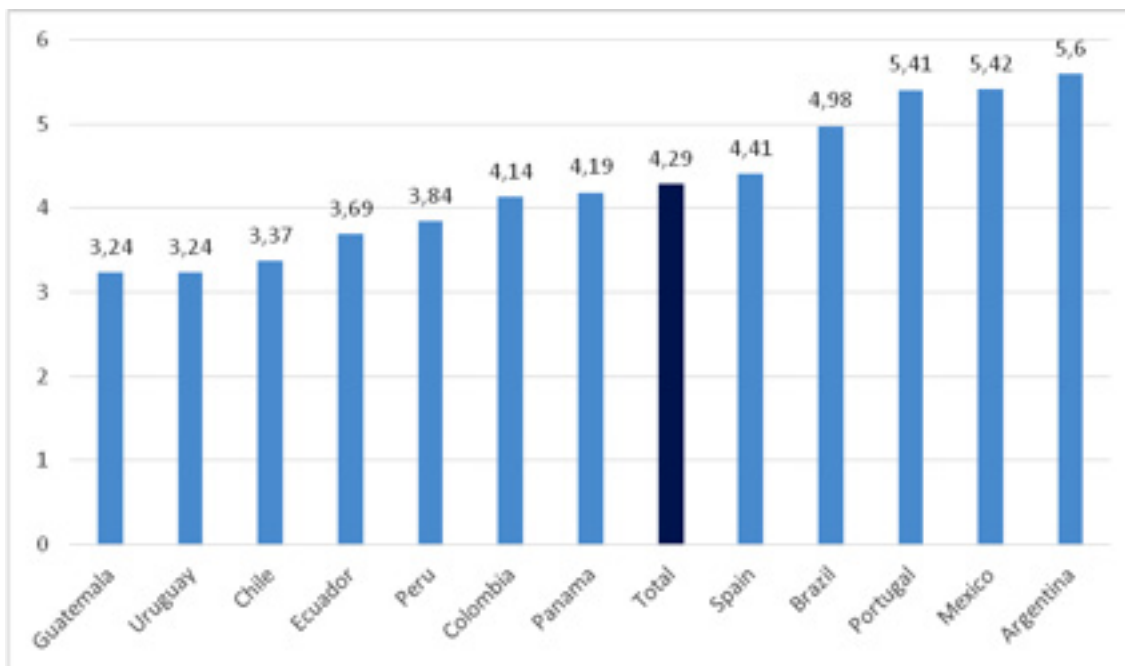


Figura 2.10: Valoración media de los expertos para la dinámica del mercado interno, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

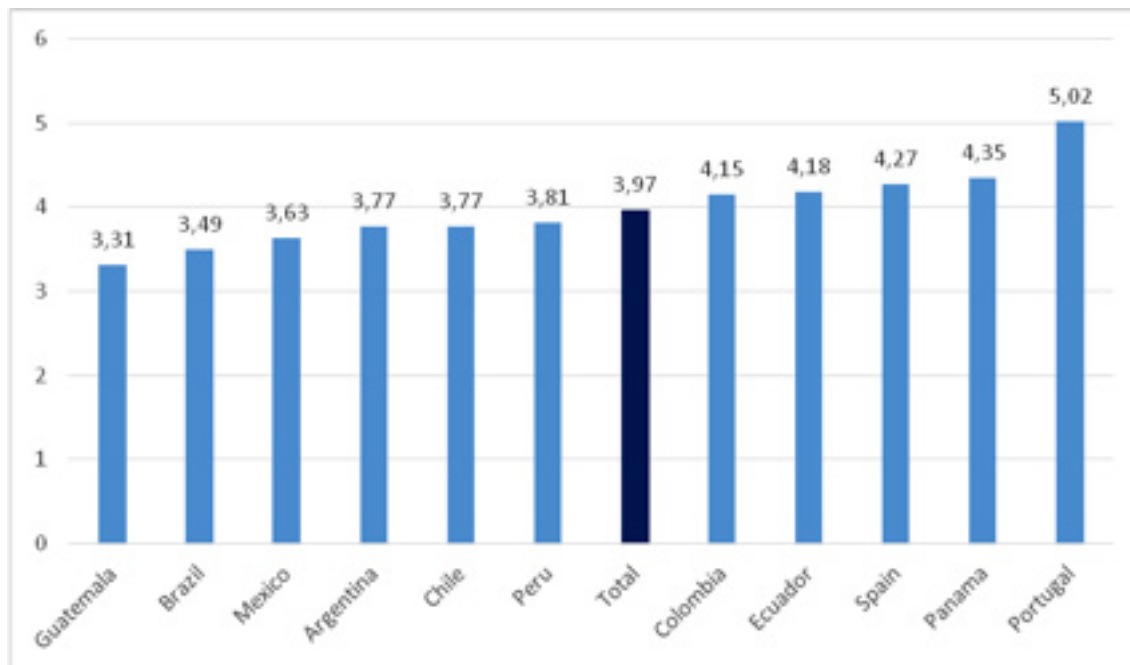


Figura 2.11: Valoración media de los expertos para los obstáculos del mercado interno o regulaciones de entrada, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

CAPÍTULO 2

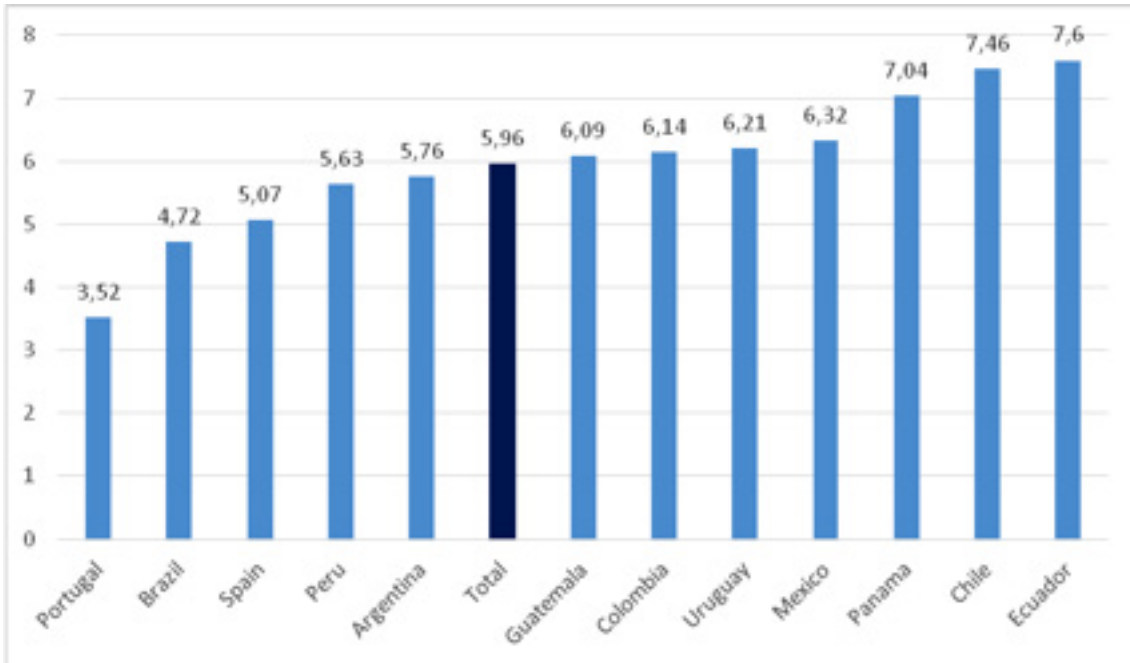


Figura 2.12: Valoración media de los expertos para la infraestructura física, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

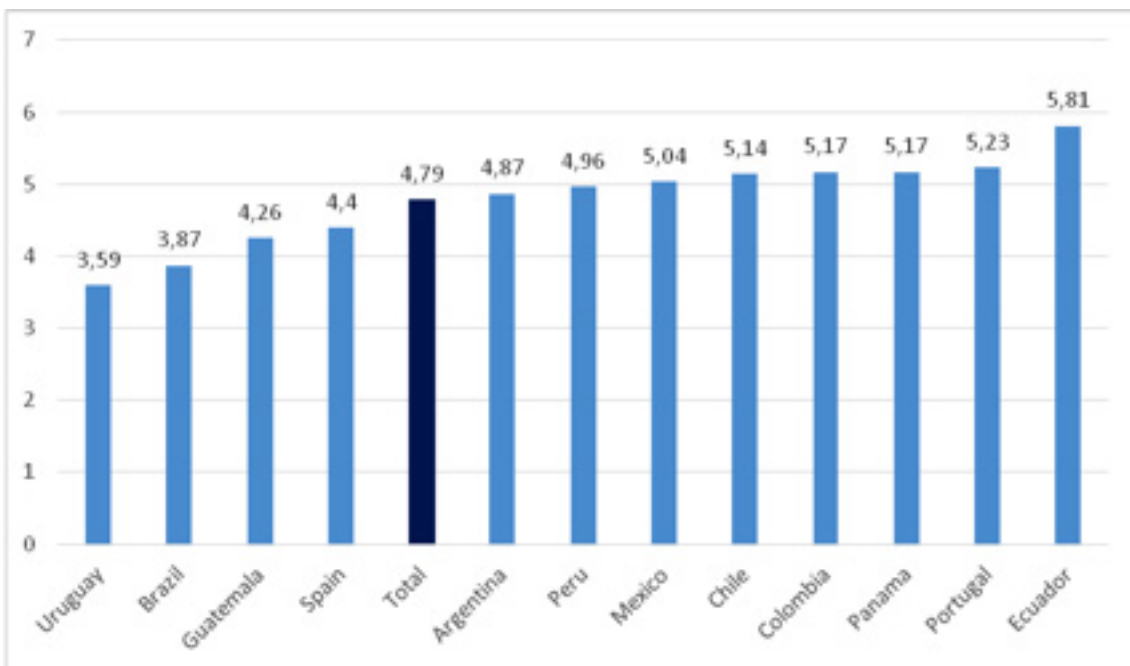


Figura 2.13: Valoración media de los expertos para normas culturales y sociales, por país, GEM 2015 (media ponderada: 1 = muy insuficiente, 9 = muy suficiente).

2.2 Promocionar el emprendimiento juvenil a través del ecosistema nacional de emprendimiento

La juventud es un momento crucial de la vida en el que los jóvenes empiezan a darse cuenta de sus aspiraciones, asumiendo su independencia económica y encuentran su lugar en la sociedad. El empleo es fundamental para la realización de estos ideales. El camino tradicional para la carrera profesional de un trabajo para toda la vida ya no es una opción para muchos jóvenes y el emprendimiento juvenil se ve cada vez más como una forma viable de permitir que los jóvenes se conviertan en participantes activos en el futuro de la actividad económica de sus países.

Numerosos investigadores han identificado varios obstáculos que dificultan el desarrollo juvenil emprendedor, entre ellos, la falta de una cultura emprendedora en muchos países; marcos regulatorios, políticos y legales desfavorables para la iniciativa emprendedora de los jóvenes; la falta de educación emprendedora en los sistemas educativos formales e informales; la falta de acceso a la financiación asequible en forma de puesta en marcha, la inversión o capital circulante; la falta de habilidades de gestión, técnicas y de marketing; y la falta de conocimiento y el acceso a los servicios de desarrollo empresarial pertinentes y esquemas de ayuda a jóvenes que ya estén en empresas o para aquellos interesados en alcanzar una carrera empresarial. Mientras que muchos de estos obstáculos podrían considerarse elementos generales a los que se enfrentan todos los propietarios de empresas, los jóvenes están a menudo (o de forma diferente) en mayor desventaja debido a su falta de acumulación de activos, historial de crédito y experiencia laboral.

Con el fin de facilitar una comprensión más profunda del desarrollo emprendedor de los jóvenes en los países iberoamericanos, se pidió a los Equipos Nacionales de GEM que proporcionaran información sobre los ecosistemas emprendedores en sus países relativos específicamente a la juventud. Concretamente, se les pidió que se centraran en la forma en que la gente joven que quiere ser emprendedora percibía el ecosistema nacional, en cuanto a limitaciones y oportunidades, así como para poner de relieve las mejores prácticas políticas o estrategias que el gobierno, las ONG y sector privado han introducido para fomentar el espíritu emprendedor de los jóvenes. Sus opiniones se resumen a continuación.

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 sólo 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

CAPÍTULO 2

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. 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 co-working para apoyar la creación de empresas están mejorando, pero 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 Emrende y Argentina Emrende. 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 también han iniciado una serie de programas notables. Estos incluyen: FIIS (Festival de Innovación social); Día del Emprendimiento; Semana del Emprendimiento Global; JWEF (Junior World Entrepreneurship Forum). Campus Party: un evento que promueve el emprendimiento y la tecnología y que llegará a Argentina en 2016. Las grandes empresas también están desarrollando diferentes iniciativas como Wayra de Telefónica (que ha invertido en muchas nuevas empresas jóvenes), Eklos de Ablmbev y Banco Galicia.

Entorno social

La sociedad de Argentina es todavía muy conservadora en cuanto a experiencia y juventud, por lo que a los estudiantes jóvenes les resulta difícil convertirse en líderes de empresas, debido a los prejuicios de la sociedad. A menudo les resulta más fácil hablar a inversores acostumbrados a emprendedores jóvenes, pero les resulta más difícil de vender sus productos a los clientes.

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

CAPÍTULO 2

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 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.

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 SERCOTEC), así como espacios de co-working, donde los jóvenes emprendedores pueden fomentar el trabajo colaborativo juntos, crear redes y contactos.

CAPÍTULO 2

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 sólo 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 asesoramiento y apoyo a las nuevas empresas, o no tienen acceso a ellas. Ellos, por lo tanto, a menudo cometen errores debido a la falta de experiencia en los negocios, la falta de información sobre los procedimientos a realizar, la falta de conocimiento sobre la logística de la empresa, la incertidumbre sobre la viabilidad de la empresa o el conocimiento básico de la dinámica del mercado, entre otros.

Principales iniciativas desarrolladas

En Chile hay varias iniciativas estatales y privadas que ayudan a los jóvenes emprendedores a superar los desafíos asociados con el inicio de un nuevo negocio a una edad temprana. Éstas incluyen:

- **Jump Chile:** la competición de emprendimiento nacional más grande a escala universitaria, su misión es motivar a los estudiantes para lanzarse y saltar de una idea a una oportunidad de negocio concreta.
- **UDD Ventures:** su misión es apoyar a los emprendedores en las fases iniciales en la Universidad del Desarrollo y en todo Chile, haciendo que resulte más fácil a los emprendedores llegar a la siguiente fase de desarrollo de sus proyectos.
- **Key Challenge INJUV:** esta iniciativa tiene como objetivo animar a los jóvenes para llegar a ideas innovadoras, que contribuyan a la creación de empleo y ayudar a hacer frente a la pobreza en el país.
- **Start-up Chile:** este programa fue creado por el Gobierno de Chile y busca atraer a emprendedores de la fase inicial, con alto potencial para poner en marcha sus empresas de nueva creación, utilizando Chile como una plataforma emprendedora y de innovación para América Latina. El objetivo final de este programa es posicionar a Chile como el centro de la innovación y emprendimiento de América Latina.
- **Programa Yo Emprendo:** esta iniciativa proporciona fondos para las empresas existentes, para ayudarles a mejorar sus ingresos.
- **Programa Yo Emprendo en Comunidad:** son iniciativas económicas de fortalecimiento de grupos y proporcionan apoyo a la formación, el asesoramiento técnico y financiación.
- **Programa Yo Emprendo Semilla:** este programa ofrece oportunidades para las personas desempleadas que buscan trabajo por primera vez o que están en situación de empleo vulnerable para desarrollar una micro empresa o establecerse por cuenta propia.
- **Programa de Apoyo al Emprendimiento y la Innovación (PAE) de CORFO:** esta iniciativa se centra en fomentar el desarrollo de un entorno y/o cultura que tiene como objetivo mejorar la competitividad de la economía chilena.

CAPÍTULO 2

• **Programa de Emprendimiento Local (PEL) de CORFO:** este programa de apoyo a los emprendedores tiene como objetivo ayudar a los emprendedores en la mejora de sus capacidades de gestión y el desarrollo de habilidades, así como ayudarles a acceder a nuevas oportunidades de negocio.

Entorno social

En términos de los valores sociales hacia el emprendimiento, el 70% de los jóvenes cree que iniciar un nuevo negocio es una opción de carrera profesional deseable en Chile, mientras que el 64% cree que los que han iniciado un nuevo negocio tienen un alto nivel de estatus y respeto.

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 (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 (Start-up 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.

CAPÍTULO 2

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 la conciencia de inversionistas ángeles y capital de riesgo. Sin embargo, estas opciones de financiación van orientadas principalmente a proyectos de alto nivel [en términos de inversiones y potencial].

Otras buenas prácticas de políticas o estrategias que el gobierno, las ONG y el sector privado han introducido para fomentar el emprendimiento juvenil incluyen:

- Algunas mejoras han tenido lugar en cuanto a las cargas administrativas que conllevan el inicio de una nueva empresa, mientras que se han introducido reducciones de impuestos para quitar presión a los nuevos emprendedores en los primeros años de sus iniciativas empresariales.
- Un programa llamado Apps.co proporciona capacitación y orientación a las nuevas iniciativas de tecnología que tienen como objetivo el desarrollo de aplicaciones y contenido digital.
- Bancoldex ofrece recursos para dar préstamos a pequeños emprendedores nuevos y consolidados.
- COLCIENCIAS apoya el desarrollo tecnológico que podría generar escisiones.
- WWBcolombia proporciona recursos, especialmente a las mujeres empresarias.
- La educación sobre el emprendimiento es necesaria en todos los niveles de primaria y secundaria. Una cultura emprendedora se promueve a través de concursos de planes de negocios y programas en los medios de comunicación para mostrar historias de los nuevos emprendedores de éxito.

Entorno social

Los padres de los jóvenes quieren que se conviertan en empleados de una buena empresa o bien del gobierno; sus compañeros insisten en las ventajas de ser empleado, al tiempo que sus familias y, en algunos casos, los profesores consideran que el camino emprendedor es arriesgado.

COSTA RICA

Emprendimiento y juventud

El ecosistema de la juventud de Costa Rica es bastante incipiente, y se basa en las dos políticas públicas de emprendimiento que se introdujeron en 2010 y 2014, así como una política de promoción de las PYMEs y el emprendimiento presentadas en el año 2010. Desde el punto de vista institucional, el punto de partida del ecosistema lo fija el Ministerio de Economía, Comercio e Industria como órgano rector de la política de desarrollo empresarial. Se ha realizado un esfuerzo concertado para promover una cultura de emprendimiento en el país. Esto se refleja en la diversidad de actores que forman parte del ecosistema emprendedor de Costa Rica, donde la base de las organizaciones e instituciones centrados en programas que fomentan y promueven el emprendimiento es bastante amplia.

Logros

Dentro del ecosistema, las incubadoras de empresas desempeñan un papel fundamental. En la actualidad existe una Red Nacional de Incubadoras de Empresas y Aceleradores, que comprende más de 12 entidades que ayudan, apoyan y orientan a las iniciativas de los emprendedores en diferentes sectores de la economía. Varias organizaciones no gubernamentales y universidades han iniciado

CAPÍTULO 2

también programas o proyectos destinados a fortalecer las capacidades y habilidades de los jóvenes emprendedores con el fin de promover el emprendimiento. Desde el año 2010 ha aumentado el número de incubadoras y aceleradores de empresas, así como los programas que los acompañan.

Desafíos

Todavía hay una falta de infraestructura adecuada, así como una falta de estructuras de apoyo financiero y no financiero para ayudar a los emprendedores en el desarrollo de sus iniciativas empresariales. En el sector financiero hay una falta de instrumentos para apoyar al emprendedor naciente. Opciones como el capital semilla o capital de riesgo siguen siendo poco comunes en el ámbito nacional. Además, la provisión de crédito está sesgada hacia empresas ya consolidadas en lugar de empresas nacientes. Del mismo modo, la burocracia estatal no ha adaptado sus procesos para adecuarse a las necesidades de las empresas nacientes.

Principales iniciativas desarrolladas

El gobierno, las ONG y el sector privado han introducido una serie de mejores prácticas políticas o estrategias para fomentar el emprendimiento juvenil en Costa Rica. Las estrategias iniciadas por el gobierno incluyen:

- Desde 2008 el Ministerio de Educación ha promovido concursos en las escuelas técnicas y de formación profesional, así como algunas escuelas de educación secundaria. “ExpoJovem” y “ExpoIngeniería” animan a los estudiantes a trabajar en grupos colaborativos para elaborar un plan de negocio y presentar su proyecto ante un jurado con el fin de progresar en todos los niveles de participación universitarios, regionales y nacionales.
- Como parte del marco de la Política Nacional de Emprendimiento [“Costa Rica Emprende”] presentado en 2010, la metodología “Know About Business” [CODE] desarrollada por la OIT se incorporó en la enseñanza técnica. Los profesores de secundaria han sido acreditados como facilitadores de esta metodología y han formado a los estudiantes, especialmente en las regiones Brunca, del Norte y el Caribe.
- En 2009, el Ministerio de Educación puso en marcha la idea de implementar las incubadoras de empresas en las escuelas técnicas profesionales. La intención era que estas incubadoras tomaran los mejores proyectos identificados a través ExpoJoven y las desarrollaran aún más. Con el apoyo de un experto español en 2012 se desarrolló la metodología en una asociación entre el Ministerio de Economía, Comercio e Industria y el Ministerio de Educación. Esto llevó en 2013 a la apertura de la primera incubadora de empresas. Hay actualmente tres incubadoras en funcionamiento: Región Brunca en la Escuela Técnica de Golfito con 5 iniciativas; Región Huetar Norte en el Colegio Técnico Profesional de San Carlos [Cotai] con 6 proyectos; y la región del Caribe en Huetar Profesional Technical College de Liverpool con 5 iniciativas.

Las iniciativas universitarias y de las ONG incluyen:

- La organización Junior Achievement promueve una cultura emprendedora en colegios y universidades. Esto se logra a través de una variedad de actividades de economía prácticas y participativas, a través de las cuales los estudiantes aprenden conceptos y habilidades económicas y empresariales y cómo la educación tiene un papel importante en el lugar de trabajo. Fundamentalmente, aprenden a descubrir el valor del trabajo y el esfuerzo como medio para el crecimiento del individuo y de la comunidad.
- “Start-upWeekend Costa Rica” facilita el encuentro de los jóvenes emprendedores para promover iniciativas empresariales a través de actividades que abarcan 56 horas consecutivas. El objetivo es

CAPÍTULO 2

fomentar el trabajo interdisciplinario y crear la oportunidad para que los jóvenes generen productos o servicios innovadores que contribuyan a la solución de un problema social.

- Las iniciativas competitivas del plan de negocio son impulsadas por organizaciones tales como “Yo EMPRENDEDOR”, o promovidos por las universidades públicas, por ejemplo, la convocatoria anual realizada por el Centro de Incubación de Empresas del Instituto Tecnológico de Costa Rica (CIETEC).
- En el campo del emprendimiento social, la Universidad Latina de Costa Rica promueve anualmente el premio “I Believe”, que reconoce las iniciativas de la comunidad o impacto nacional promovido principalmente por jóvenes costarricenses.

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 co-working/innovación, como Kruger Labs, Invernadero, Buentrip Hub, i3lab, Impaqtto 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 Start-up Ventures y 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 Start-up 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.

CAPÍTULO 2

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. Éstas incluyen:

- Banco de Ideas: SENESCYT, programa de incubación gubernamental, <http://bancodeideas.gob.ec/>
- Emprende Guayaquil: el concurso del municipio de Guayaquil para capital semilla http://emprendefe.org/wr-resource/ent10i/1/BasesConvocatoriaEmprendefe_OyeGuayaquil2015%20V2%20CORRECCIONES%20FINALES%20VF.pdf
- ConQuito: la agencia del municipio de Quito para el desarrollo económico, <http://www.conquito.org.ec/>
- Buentrip Hub: acelerador privado e inversión ángel, con sede en Quito, <http://buentriphub.com/>
- Ángeles EC: inversión ángel, con sede en Guayaquil, <http://angeles-ec.com/>
- Kruger Labs: organización privada con sede en Quito que respalda el ecosistema emprendedor a través de capital semilla, mentoring, la creación de redes, entre otros, <http://www.krugerlabs.com.ec/>
- Impaqto Quito: laboratorio de la iniciativa empresarial y el espacio de co-working, <http://www.impaqto.net/>
- Invernadero: espacio de co-working, con sede en Guayaquil, <http://www.invernadero.ec/>
- Panal: espacio de co-working, con sede en Guayaquil, <http://www.panalcoworking.com/>
- i3lab: laboratorio de innovación, con sede en Guayaquil, <http://www.i3lab.org/>
- Innobis: iniciativa privada que acoge el emprendimiento y la innovación, con sede en Guayaquil, <http://www.innobis.ec/>
- SEMgroup MediaLab: círculos de innovación, con sede en Guayaquil, <http://www.semgroup.ec/MediaLab>
- Centro de emprendedores de la ESPOL – CEEMP: centro de emprendedores con sede en Guayaquil, <http://ceemp.org/>
- Prendho – UTPL: centro de emprendedores con sede en Loja, <http://prendho.com/>
- Espiral: laboratorio de innovación, con sede en Guayaquil, web no disponible
- Conecta Guayaquil: comunidad emprendedora, con sede en Guayaquil, <http://www.conectagye.com/>
- Start-up Weekend, concurso de Start-ups [nuevas empresas]: con eventos en las ciudades principales <https://startupweekend.org/>
- Girls in Tech: mujeres emprendedoras en la comunidad tecnológica <https://ecuador.girlsintech.org/#about>
- CADE – Club de Emprendimiento USFQ: centro de emprendimiento con sede en Quito, https://www.usfq.edu.ec/programas_academicos/colegios/cad/clubs_estudiantes/club_de_emprendimiento/Paginas/club_de_emprendimiento.aspx
- Club de Emprendedores UPS: club de emprendimiento con sede en Guayaquil <https://www.facebook.com/ClubemprendedoresUPS/>
- Club de Emprendedores de la ESPOL: club de emprendimiento con sede en Guayaquil, web no disponible
- AEI – Asociación para el Emprendimiento y la Innovación: acoge el ecosistema emprendedor a través de actividades, mentoring, capital semilla, aceleración, entre otros, con sede en Quito, <http://aei.ec/>
- AJE – Asociación de Jóvenes Emprendedores: con sede en Guayaquil, web no disponible
- Fundación Emprender: ONG que acoge el ecosistema emprendedor a través de actividades y mentoring, con sede en Manta, web no disponible

Entorno social

La cultura nacional no anima a los jóvenes a “romper el molde” y seguir caminos innovadores y de carrera profesional emprendedora.

CAPÍTULO 2

EL SALVADOR

Emprendimiento y juventud

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 de los jóvenes de los que sospechan que podría tener una 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, el 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, sólo 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 de 2014 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 migrando a los EE.UU. u otro país de la región, una expectativa compartida por los jóvenes de todos los niveles socioeconómicos.

Logros

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, y en el extremo superior donde las tecnologías de la información abren nuevas vías para hacer negocios con el resto de la mundo. La falta de regulación de las empresas informales significa que es relativamente fácil montar un puesto de comida o convertirse en un vendedor ambulante. El capital requerido es pequeño y puede estar disponible, ya sea gracias a los miembros de la familia, la fuente más común de financiación, o prestamistas informales que cobran tasas de interés del 10% al día. El reto sigue siendo ser capaces de funcionar y así evitar ser objeto de violencia a la vez que se limitan los pagos por extorsiones.

Desafíos

Un problema que afecta especialmente a los jóvenes es la violencia relacionada con las bandas, lo que limita el ámbito de la movilidad, tanto para los pandilleros como para los que no lo son. Este fenómeno, más prevalente en los sectores de ingresos bajos y medios de las zonas urbanas, pero que recientemente se están extendiendo a las zonas rurales, significa que los hombres jóvenes y, en menor grado, mujeres jóvenes, corren un alto riesgo de ser asesinados o sometidos a secuestro y violencia. Comenzar un negocio puede ser una estrategia peligrosa para los jóvenes, que no consiguen trabajo y ya no están en la escuela. Aquellos que optan por trabajar o tener un negocio deben respetar territorios de las bandas y pagar sobornos para garantizar su seguridad.

Por otra parte, la falta de capital y habilidades, el clima de delincuencia y la violencia, y la lentitud del crecimiento económico crean un entorno difícil para las nuevas empresas.

Principales iniciativas desarrolladas

Pocas políticas o programas, tanto de los gobiernos y las organizaciones privadas, se centran en promover el emprendimiento joven. Sin embargo, los jóvenes pueden solicitar varios programas destinados a promover el emprendimiento en general. Algunas de estas políticas son:

CAPÍTULO 2

- Concursos y ferias sobre emprendimiento: las universidades privadas, ONGs e instituciones gubernamentales han establecido una serie de ferias y espacios de reunión, así como concursos donde las ideas de negocios pueden atraer fondos u obtener clientes para sus productos. Estos eventos tienden a atraer a los jóvenes y promover la formalización de sus modelos de negocio.
- Cedemypes: los centros para el desarrollo de la mediana y pequeña empresa son financiados por el gobierno y dirigidos por organizaciones privadas, tales como universidades y organizaciones no gubernamentales, con el objetivo de proporcionar servicios de consultoría y asesoramiento técnico a las empresas, e incluyen algunos liderados por hombres y mujeres jóvenes.
- Concursos especializados tales como PIXELS, un concurso de puesta en marcha de animación por ordenador financiado por el Ministerio de Economía, centrado en la captación de propuestas de negocio en ámbitos donde se aplica la tecnología de forma innovadora. Los ganadores reciben fondos para desarrollar sus proyectos.
- En las regiones empobrecidas, las ONGs proporcionan formación y financiación para los jóvenes que desean iniciar un negocio que sirva a la comunidad. Una intervención común es la donación de equipos tales como de panadería y de cocina, máquinas de coser, etc. para empresas de nueva creación.
- Como medio para reducir los indicadores excesivamente elevados de delincuencia y la violencia extremadamente alta en el país, el gobierno y las ONGs financian programas para capacitar a los jóvenes en varios oficios, con el objetivo de promover la creación de pequeñas empresas.

Entorno social

En general, la cultura se muestra favorable a convertirse en emprendedor, y los contactos personales y familiares son muy importantes a la hora de conseguir clientes, contratos y la obtención de crédito.

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 Start-up Portugal que está siendo lanzado por el nuevo gobierno 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 mucho progreso requerido en términos de hacer hincapié en el emprendimiento como algo esencial para el progreso económico del país. Las principales barreras para el em-

CAPÍTULO 2

prendimiento 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/>
- Start-up Buzz - <http://startupbuzz.up.pt/en/>
- Start-up 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;
- Refuerzo de los incentivos existentes para promover el emprendimiento en las diferentes fases del ciclo económico (desde la idea hasta la entrada al mercado);
- Creación de un estatus de visado especial que permita a los empresarios extranjeros que residan en Portugal, la estimulación de la entrada en el país de personas con talento y proporcionar incentivos para proyectos emprendedores con una dimensión internacional y sólidas oportunidades de crecimiento;
- Implementación de la Red Nacional de Mentores, una medida ejecutada bajo el programa + E + I, a través del cual los mentores (emprendedores de éxito y con experiencia) están disponibles para acompañar a los proyectos emprendedores específicos con alto potencial;
- Creación de cursos de formación de emprendimiento de corta duración, disponibles a nivel nacional;
- Integración de las competencias emprendedoras en los programas educativos y de enseñanza, con el objetivo de contribuir a la cualificación de los futuros emprendedores.

Otras prácticas políticas y/o estrategias que crean oportunidades para el emprendimiento juvenil incluyen:

- El emprendimiento juvenil es una prioridad estratégica para el gobierno portugués, así como una prioridad para la UE y otras organizaciones internacionales.
- Se trata de una serie de programas de apoyo pertinentes recientes y/o en marcha para el emprendimiento juvenil en Portugal. Estos programas proporcionan apoyo al desarrollo de habilidades empresariales, acceso a la financiación, así como el mentoring/coaching (pasaporte de Emprendimiento, Programa Ignition, Youth Invest, Emprede Jovem, etc.)
- Lisboa está considerada como el nuevo punto de acceso para la actividad emprendedora, por ejemplo, con la Web Summit (el mayor evento tecnológico) que cambió su ubicación de Dublín a Lisboa en 2016.
- La economía está creciendo lentamente después de la crisis, proporcionando nuevas oportunidades para los jóvenes emprendedores.

La información proporcionada en el estudio IFDEP identifica las siguientes restricciones a jóvenes emprendedores:

- La falta de diversidad: los jóvenes emprendedores son más propensos a entrar en las industrias donde las barreras de acceso son bajas, pero la competencia es muy fuerte.
- Aspectos económicos y financieros: la falta de dinero para empezar (y mantener) la empresa. Aunque exis-

CAPÍTULO 2

ten programas de acceso a la financiación, se hace hincapié en que la mayoría de los programas proporcionan apoyo sólo en el comienzo del desarrollo de la idea y no para las fases posteriores de la empresa.

- La falta de experiencia/conocimiento: los jóvenes son menos propensos a tener conocimiento industrial especializado o de dirección. Los mentores desempeñan un papel crucial para la juventud. Sin embargo, es importante evaluar la calidad de mentores y asegurar que hay diversidad para las diferentes necesidades.
- Los altos niveles de impuestos: los altos niveles de impuestos implementados por el gobierno también se consideran un obstáculo importante para el emprendimiento juvenil.
- Falta de coordinación: la coordinación entre todos los participantes y entidades es crucial y se destaca como una prioridad, pero todavía se considera baja.

Entorno social

Portugal tiene un alto enfoque en el emprendimiento, cada vez más aceptado socialmente con más del 63% de la población adulta que ahora considera el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional [2015].

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, los conocidos como "Ninis". 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 los jóvenes ninis menores de 25 en la Unión Europea (15,6% de España frente al 12% de la UE-27 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.

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

CAPÍTULO 2

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 valores de iniciativa, responsabilidad, innovación y la empresa en la educación y formación de los niños y jóvenes y apoyar iniciativas emprendedoras personales y colectivas y de autoempleo”. Las acciones incluidas en la Estrategia se dirigen a los jóvenes menores de 30 años, especialmente los que están en el paro. En el caso de las personas con una discapacidad reconocida del 33% o más, el tramo de edad sube a 34.

Las 8 medidas de impacto inicial o de emergencia para estimular este objetivo son:

- **Tarifa plana para los jóvenes trabajadores por cuenta propia.** Contribución fija a la Seguridad Social. Los trabajadores autónomos jóvenes que se inscriban por primera vez con el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos (RETA) tienen una reducción del 80% durante los primeros seis meses de la contribución mínima por contingencias comunes. Esto equivale a un aporte de unos 50 euros al mes. Posteriormente y durante los siguientes seis meses, reciben una reducción en la cantidad mínima de la base del 50% y, después del primer año, los hombres de hasta 30 años y mujeres de hasta 35 continúan disfrutando de una reducción y descuento de alrededor del 30% en sus contribuciones para los próximos 18 meses.
- **Compatibilidad de las prestaciones por desempleo con el inicio de la actividad por cuenta propia.** Esto permite la recepción de la prestación por desempleo durante un máximo de nueve meses mientras se desarrolla el ejercicio de la actividad por cuenta propia.
- **Mayores posibilidades de capitalización de la prestación por desempleo.** Ahora es posible para los que reciben la prestación por desempleo capitalizar hasta una suma global del 100% con el fin de hacer una contribución al capital de cualquier tipo de sociedad mercantil, siempre que se establezca una relación abierta con la empresa y sea una empresa recién fundada. Por otra parte, la capitalización de la prestación por desempleo puede utilizarla el nuevo emprendedor para adquirir servicios de asesoramiento, formación e información, y para cubrir los gastos de establecimiento de una nueva empresa.
- **Financiación mejorada para los trabajadores autónomos y los empresarios.** Esto tiene como objetivo promover la financiación, a través de los diferentes departamentos ministeriales que tienen competencias en esta área, en forma de capital semilla, microcréditos, “capital angel” y préstamos participativos para facilitar la creación de empresas y para financiar las actividades clave en los procesos de puesta en marcha e implantación.
- **Mejora de la red de seguridad para los trabajadores autónomos para poder tener una segunda oportunidad.** Esto permite que los trabajadores reciban una vez más las prestaciones por desempleo después de llevar a cabo la actividad por cuenta propia si, después de un máximo de cinco años desde el inicio de la actividad por cuenta propia, abandonan el régimen de autónomos.
- **Creación de oficinas en los Servicios Públicos de Empleo especializadas en el asesoramiento y el apoyo a los nuevos emprendedores.** En colaboración con las Comunidades Autónomas, el objetivo es dar seguimiento y apoyar a los emprendedores que opten por la capitalización de la prestación por desempleo mediante fórmulas de asistencia técnica y formación para contribuir en la medida de lo posible al éxito del proyecto.
- **Contrato “GENERACIONES”.** Incentivos para la contratación de personas con experiencia para trabajar en nuevos proyectos emprendedores jóvenes. Se trata de un incentivo para el empleo abierto que tiene como objetivo animar a los jóvenes trabajadores por cuenta propia a contratar a trabajadores desempleados de larga duración mayores de 45 años que pueden ofrecer la experiencia que necesitan para lograr el éxito del negocio.
- **Promoción de la Economía Social y de la empresa colectiva.** El objetivo es promover 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.

CAPÍTULO 2

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 especiales 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, 20.598 en 2015 y más de 15.000 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 2015, España registró una tasa de desempleo del 48,1% para los jóvenes menores de 25 años, en comparación con 19,5% 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.

Historias de jóvenes emprendedores



**JUAN
IGNACIO
OJEDA**
CHILE

Juan Ignacio Ojeda es estudiante de Ingeniería de la Universidad Técnica Federico Santa María en Viña del Mar, Chile. Es el director ejecutivo y cofundador de VaCuCh, una empresa enfocada en la creación de productos y servicios innovadores y eficientes a través del desarrollo de soluciones tecnológicas relacionadas con las propiedades antibacterianas del cobre y sus beneficios en la industria alimentaria.

La familia de Juan Ignacio cría ganado para el negocio de productos lácteos en el sur de Chile. En 2013, diez vacas murieron a causa de la presencia de agentes bacterianos en los contenedores de agua, lo que se convirtió en el punto de partida que dio lugar a la creación de VaCuCh. “Mientras estaba en la universidad empecé a sentir la necesidad de trabajar en mi propio negocio”, dice Juan. “Empecé a buscar oportunidades en todas partes y a tomar de decisiones de una manera más analítica.” Una noche, mientras habla con su amigo Nicolás sobre la tragedia empresa familiar, nació la idea de crear contenedores de agua impregnados con partículas de cobre bactericidas que limpian el agua en el recipiente.

Hoy en día uno de sus productos principales es Pezanbac, un revestimiento antibacteriano cuya función principal es la disminución de colonias bacterianas en los procesos productivos de la industria láctea. Esta tecnología ha ayudado a ahorrar a la industria láctea más de 30.000 \$MMUDD, y también está siendo utilizada para reducir al mínimo las pérdidas en otros procesos de producción en la agroindustria.

El mayor obstáculo al que se enfrenta Juan Ignacio como joven empresario es la credibilidad. “Tienes que estar demostrando constantemente a quien se tenga delante que se tiene un 100% de compromiso personal con la empresa”, dice. También cree que los jóvenes emprendedores a menudo fracasan porque no son capaces de tomar las decisiones correctas, una situación que él cree que está relacionada con los bajos niveles de educación en la innovación y el emprendimiento en Chile.

Juan Ignacio reconoce que los programas y las políticas del gobierno chileno se centran en fomentar el emprendimiento juvenil con el fin de disminuir la edad media de inicio. “El apoyo del gobierno existe”, señala. “Sólo tenemos que buscarlo.”



**ALFREDO
ATANACIO**
EL
SALVADOR

Alfredo Atanacio se graduó en Economía y Negocios en una prestigiosa escuela de negocios local a la edad de 23 años y comenzó a trabajar, al igual que muchos de sus compañeros de clase, con un salario superior al del mercado en una gran empresa local. Sin embargo, nunca se sintió a gusto al ser un trabajador asalariado. “Viniendo de una familia de emprendedores”, dice, “sentí la necesidad de explorar un camino hacia la independencia personal y generar mayores ingresos.” Mientras conservaba su puesto de trabajo, exploró el sector de servicios y la idea de la externalización.

Aunque las grandes empresas han externalizado sistemáticamente las tareas administrativas, (países como India con una ventaja global en este sector) Alfredo reconoció las barreras culturales y lingüísticas considerables entre los países al otro lado del mundo. Él y dos socios desarrollaron posteriormente el modelo de negocio de uassist. me, una empresa de externalización dirigida a clientes de pequeña escala que podrían requerir los servicios de un asistente personal, pero no serían capaces de pagar por un empleado a tiempo completo en los EE.UU. o tienen requisitos limitados en dicho puesto. Aprovechando la gran población de habla hispana en los EE.UU. y el número de angloparlantes en El Salvador, su nueva empresa creció rápidamente, atrayendo a los clientes que obtenían los servicios de un asistente personal, organizando reuniones y encuentros, búsqueda de información, etc., por una fracción del costo de un asistente local en los EE.UU. El impresionante crecimiento de su empresa llevó Alfredo y su otro socio, Rodolfo Schildknecht, a ser nombrados uno de los destacados emprendedores “30 under 30” en el año 2012.

“En un primer momento, la falta de capital era el principal obstáculo para iniciar el negocio”, señala Alfredo. “Afortunadamente, mi familia tenía unos activos que podrían utilizarse para proporcionar el capital inicial, y el sector de servicios requiere una menor inversión en activo fijo.” Los socios fundadores inicialmente tuvieron dificultades para recaudar los recursos necesarios, pero una vez que los consiguieron aprovecharon un nicho aún sin desarrollar y la magia de las comunicaciones modernas para hacer negocios de una forma completamente nueva en comparación con sus colegas emprendedores y creció a un ritmo rápido. Basado en el éxito de su primera empresa, Alfredo está ahora involucrado en dos nuevas iniciativas: Point, un espacio compartido para los nuevos emprendedores; y un nuevo desarrollo de residencia de estudiantes en el centro de San Salvador, que tiene como objetivo revivir una zona en decadencia de la ciudad.

Historias de jóvenes emprendedores



DOUGLAS THOMPSON PORTUGAL

Douglas Thompson es el fundador de HealthyRoad, una compañía tecnológica. “Desde 2013, cuando iniciamos esta aventura de crear la nueva empresa HealthyRoad, Portugal ha hecho grandes avances en el emprendimiento” dice Douglas. “Hoy en día, a nivel nacional, las ideas para la creación de empresas, aceleradores y los inversores, incluso nuestro gobierno estatal están más evolucionadas, más desarrolladas, pero todavía hay un largo camino por recorrer.”

Desde su punto de vista, Portugal es uno de los mejores lugares del mundo para crear nuevas empresas tecnológicas por tres razones principales. La primera es la calidad del capital humano: las personas están altamente cualificadas y tienen un costo competitivo. Portugal permite una excelente calidad de vida: el clima es maravilloso, la ubicación geográfica es buena y el país es seguro y estable, que permite la contratación de recursos humanos a nivel internacional. “La mayoría de las personas que visitan Portugal se fascinan por el país”, se entusiasma. “Esto hace que sea más fácil motivarles para que vengan a trabajar junto con nosotros en Portugal”. También cree que la creación de redes entre los emprendedores es sólida. “El intercambio de ideas, contactos y oportunidades entre otros emprendedores es muy común. En UPTEC este intercambio es frecuente, lo que hace que nuestra tarea sea menos compleja”, añade.

La presencia de HealthyRoad en Portugal es clave para Douglas. En el futuro, espera invertir en la creación de dos

nuevas oficinas en el extranjero, pero siempre va a usar a Portugal como sede de la compañía para el desarrollo tecnológico.

Douglas siente que todavía hay una serie de áreas de desafío en los ecosistemas de emprendimiento de Portugal. En su opinión, una cuestión fundamental son las bajas políticas fiscales para nuevas empresas en los primeros años. “No soy una panadería que tiene un producto listo para vender de un día para otro, necesito años para desarrollar la tecnología y unos meses para crear el primer producto para generar ingresos”, dice. El acceso a las opciones de inversión, en su opinión, es uno de los factores más importantes que influyen en la creación de nuevas empresas. Está creciendo rápidamente, pero desde su punto de vista, no es fácil obtener financiación nacional para el desarrollo de nuevas empresas, tal vez debido a la naturaleza de la suya (demasiado tecnológica). “Tal vez dentro de seis meses mi opinión podría haber cambiado”, dice, “pero por ahora siento que el acceso a 250.000 € en la fase semilla es bastante bueno para Portugal. En EE.UU., la inversión en la fase semilla oscila de 50.000 € a 2M €, lo que significa que estoy compitiendo con empresas de nueva creación, con mucho más dinero del que tengo acceso”.

Su comentario final: “HealthyRoad y todavía están aprendiendo qué es realmente el emprendimiento, ¡a pesar de que tenemos casi tres años de experiencia!”

CAPÍTULO 3: Dinámica del emprendimiento juvenil en los países iberoamericanos

El enfoque de GEM en la participación a nivel individual permite el examen de una variedad de características demográficas y de otro tipo sobre los emprendedores. Con esta información, es posible evaluar el nivel de integración en una economía, en otras palabras, el grado en que los distintos grupos (por ejemplo, los clasificadas por la edad, el sexo o la educación) se dedican a la actividad emprendedora. Acoger una actividad emprendedora eficaz entre los jóvenes se considera como una estrategia de desarrollo crítico para su integración en el mercado laboral, así como aprovechar su potencial para contribuir de manera significativa al desarrollo económico sostenible en sus regiones. Este capítulo analiza los datos recogidos durante 2015 por los Equipos Nacionales GEM a través de las encuestas anuales estándar, con el fin de contribuir a una comprensión más profunda de la naturaleza, las características y la dinámica de los jóvenes emprendedores y la formación de empresas en los países iberoamericanos. Con respecto al enfoque de este informe, la evaluación de tales características puede mejorar el conocimiento y determinar las deficiencias en la capacidad emprendedora de los jóvenes. Esta información puede ayudar a los responsables políticos a identificar intervenciones efectivas dirigidas a aumentar la productividad y la participación de la juventud en la economía. Para habilitar el uso de datos de GEM, la juventud se define como las personas entre las edades de 18 - 34 años. El informe distingue entre la “juventud joven” (18 - 24 años) y la “juventud mayor” (25 - 34 años).

3.1 Actitudes y percepciones sociales

El modelo GEM reconoce actitudes emprendedoras, la actividad y la aspiración como componentes dinámicos e interactivos de entornos emprendedores nacionales. La actividad de emprendimiento no tiene lugar en el vacío, y las actitudes y percepciones emprendedoras juegan un papel importante en la creación de una cultura emprendedora. Las personas con actitudes positivas pueden llegar a ser futuros emprendedores. Los emprendedores existentes se basan en el estímulo y el apoyo de la gente de sus sociedades que valoran positivamente sus esfuerzos, y contribuirán en que sus actividades sean un éxito.

“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”. [Informe Global 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 emprendedores de éxito tienen un buen estatus?
- ¿Los emprendedores de éxito reciben una significativa atención de los medios?

La Tabla 3.1 resume las respuestas a estas preguntas para los jóvenes en los países iberoamericanos.

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
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

CAPÍTULO 3

Colombia	74,8	66,1	67,5	69,5	64,2	65,4
Ecuador	62,1	66,0	77,0	58,3	67,9	78,7
Guatemala	96,6	80,5	61,3	95,9	77,4	56,3
México	49,1	49,1	38,1	50,6	51,4	40,3
Panamá	-	-	-	-	-	-
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
España	54,3	51,9	40,6	51,2	47,3	42,2
Uruguay	67,9	60,3	52,9	58,2	57,6	59,6
TOTAL (media no ponderada)	69,0	65,4	61	66,5	63,4	61,0

En general, la juventud iberoamericana considera relativamente positivo el emprendimiento. De media, alrededor de dos tercios de las personas de 18 a 24 años consideran el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional y cree que los emprendedores tienen un alto estatus. Esto es ligeramente superior al grupo de edad de 25 a 34 años.

A nivel de cada país, Brasil muestra consistentemente altos niveles de actitudes sociales en las tres medidas. Ecuador destaca en cuanto a su alto nivel de atención de los medios, siendo más de tres cuartas partes de los jóvenes que creen que hay alta visibilidad en los medios para los emprendedores de éxito. España y México muestran las puntuaciones más bajas en cuanto a atención de los medios a los emprendedores de éxito.

3.2 Espíritu emprendedor

La investigación GEM ha confirmado la importancia de la percepción de los individuos sobre su capacidad emprendedora, su reconocimiento de las oportunidades para nuevas empresas y si su nivel de aversión al riesgo puede influir en la creación o no de nuevas empresas. Para obtener una estimación del tamaño del grupo de emprendedores potenciales, la APS 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 los que perciben las oportunidades emprendedoras que 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. El miedo al fracaso puede verse influido por rasgos de personalidad intrínsecos, así como por las normas y reglamentos sociales.

GEM considera emprendedores potenciales en una sociedad a aquellos que perciben buenas oportunidades para iniciar un negocio, así como a los creen que tienen las habilidades requeridas. 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 opciones de preferencias de empleo, en el caso de que éstas estén disponibles. Además, el entorno en que existen los emprendedores potenciales, intencionales y activos debe ser lo suficientemente favorables y de apoyo. GEM define la

CAPÍTULO 3

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 3.2: Atributos emprendedores autopercibidos entre la juventud iberoamericana, GEM 2015

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	35,0
Brasil	40,3	48,7	42,6	28,3	44,4	58,8	50,5	31,9
Chile	62,6	52,0	25,0	52,9	60,7	66,4	26,8	57,2
Colombia	64,0	52,8	35,1	54,6	54,3	60,7	28,6	53,0
Ecuador	54,1	67,8	28,1	46,8	55,3	72,5	29,5	49,8
Guatemala	50,2	56,3	28,3	48,1	48,5	62,0	29,8	35,9
México	41,8	38,9	40,4	13,9	45,4	46,2	35,6	14,0
Panamá	41,0	38,7	16,2	16,5	47,3	49,4	26,3	13,7
Perú	57,8	65,1	23,7	41,3	50,6	67,7	28,8	44,3
Portugal	30,8	30,7	47,0	28,7	36,2	55,4	41,5	22,0
España	30,5	26,7	43,0	9,6	26,8	45,8	45,8	5,5
Uruguay	47,2	45,1	33,2	31,3	40,9	65,5	26,6	30,3
TOTAL (media no ponderada)	47,8	47,5	32,4	33,8	46,5	59,8	33,1	32,7

La Tabla 3.2 indica que en el bloque iberoamericano, hay muy poca diferencia entre los dos grupos de edad en cuanto a la percepción de la oportunidad, el miedo al fracaso y la intención de emprendimiento. Cerca de la mitad de los jóvenes, de media, perciben buenas oportunidades emprendedoras en las áreas en las que viven. Un tercio de los jóvenes que perciben oportunidades declaran que el miedo al fracaso podría afectar su capacidad para aprovechar estas oportunidades. Un tercio de los jóvenes también expresan una 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) es sobre su

CAPÍTULO 3

confianza en su propia capacidad para dirigir un negocio. Menos de la mitad de los de 18 - 24 años de edad creen que tienen la capacidad para seguir con éxito las oportunidades emprendedoras, en comparación con el 60% de los 25 - 34 años de edad. Esto podría estar relacionado con el hecho de que los individuos en el grupo de edad de estos últimos han tenido tiempo y oportunidad para desarrollar sus habilidades y conocimientos a través de la educación, y también la experiencia laboral. La baja confianza de la juventud joven en sus capacidades es comprensible, dada su relativa falta de experiencia laboral. Sin embargo, esto pone de relieve la importancia de la integración de formación emprendedora y empresarial de alta calidad en los programas escolares formales.

A nivel de cada país, los países iberoamericanos muestran resultados divergentes. Chile muestra el más alto nivel de percepción de oportunidades, en más del 60%, mientras que España y Portugal muestran las más bajas (siendo alrededor del 30% de los jóvenes los que perciben buenas oportunidades). La juventud en España y Portugal, economías impulsadas por la innovación, es menos propensa a indicar que percibe oportunidades en las áreas en las que viven. Sin embargo, hay que señalar que los individuos en las economías en diferentes etapas de desarrollo son propensos a tener diferentes tipos de negocios en mente. 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 Informe Global 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.

Ecuador cuenta con las puntuaciones más altas sobre percepción de capacidad: más de dos tercios de la juventud joven y más del 70% de la juventud mayor que expresa la confianza en sus habilidades emprendedoras. En el caso de Portugal, España y Brasil indican el mayor miedo de tasas de fracaso. En el caso de Portugal y España, esta es una menor preocupación, 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.

España es un valor atípico en cuanto a las intenciones emprendedoras. Sus puntuaciones para este indicador son considerablemente inferiores a la media de los países iberoamericanos. Portugal, por su parte, muestra que las sólidas tasas de intención emprendedora que están en línea con la media Iberoamericana y dobla la media de 12,0 para todas las economías impulsadas por la innovación que participaron en GEM 2015. Un factor que contribuye de manera similar a este respecto es que Portugal tiene el ecosistema emprendedor más favorable de todos los países iberoamericanos (como se ha señalado en el Capítulo 2). 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.

CAPÍTULO 3

3.3.1 Actividad emprendedora en la fase inicial

Las actividades emprendedoras se presentan utilizando el enfoque del ciclo de vida de las organizaciones (empresas nacientes y nuevas, las empresas consolidadas y cese de negocios). El indicador central de GEM es el índice de la Actividad Emprendedora total en Fase Inicial (TEA), que mide el porcentaje de la población que están en el proceso de iniciar o que acaban de poner en marcha un negocio. Este indicador mide las personas que están participando en cualquiera de los dos procesos iniciales del proceso emprendedor:

- Los nuevos emprendedores: los 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.

La medición de estos dos tipos de emprendedores es importante, ya que proporciona el nivel de actividad en fase inicial que se espera que se transforme en empresas consolidadas, es decir, empresas maduras consolidadas, en funcionamiento desde hace más de 42 meses.

La figura 3.1 indica que la juventud en su conjunto (es decir, de 18 a 34 años de edad) es significativamente más emprendedora que los adultos (+ de 35 años) en todos los países iberoamericanos. La diferencia es más acentuada en Panamá, donde la juventud tiene doce veces más probabilidades de estar involucrada en la actividad emprendedora en la fase inicial que los adultos, y en Uruguay y Chile [alrededor de nueve veces más probable]. En España y Brasil, por el contrario, la juventud tiene 2,6 veces más probabilidades de implicarse en la actividad emprendedora fase inicial, en comparación con los individuos de 35 años o más.

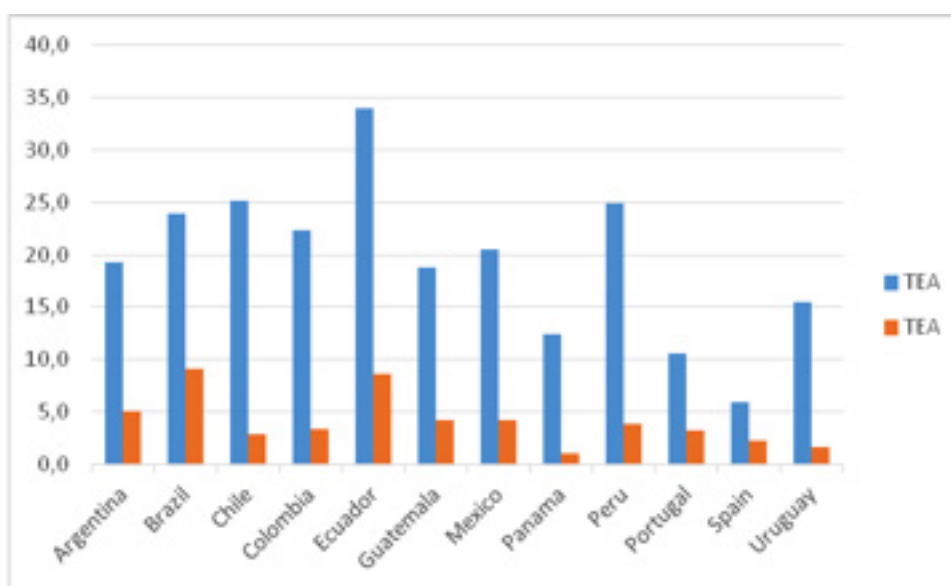


Figura 3.1: Actividad emprendedora total en la fase inicial, jóvenes frente a adultos, para países iberoamericanos, GEM 2015

La Tabla 3.3 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, Chile, México y Panamá, la juventud mayor es notablemente más emprendedora que la juventud joven. En estos países, la juventud mayor tienen más del doble de probabilidades de estar implicada en la actividad emprendedora naciente, en comparación con la juventud joven.

CAPÍTULO 3

En la mayoría de los países, la tasa de nuevo negocio es inferior a la tasa de negocio naciente en ambas categorías de edad. La pobre sostenibilidad de empresas de nueva creación en el bloque iberoamericano, por tanto, pone de relieve la necesidad de intervenciones de políticas destinadas a apoyar y asesorar a emprendedores a través del difícil proceso de nacimiento de una empresa. Brasil y Panamá presentan un comportamiento anómalo en este sentido, donde el porcentaje de los emprendedores nacientes es más bajo que el porcentaje de nuevos. Brasil, de hecho, tiene el índice de más alto de propiedad de nueva empresa, más del doble de la media de los países iberoamericanos.

Tabla 3.3: Actividad emprendedora en la fase inicial (% de población), por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

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
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
Ecuador	23,2	6,3	27,9	31,8	10,6	38,9
Guatemala	11,2	5,8	16,4	12,6	9,3	21,0
México	9,2	3,9	12,7	20,1	6,9	26,8
Panamá	3,0	7,0	9,9	6,7	7,7	14,2
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
España	1,3	2,1	3,4	2,6	4,6	7,1
Uruguay	7,8	3,8	11,6	13,2	5,2	18,4
TOTAL (media no ponderada)	9,9	6,0	15,5	14,7	8,4	22,4

CAPÍTULO 3

3.3.2 Actividad empresarial 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.

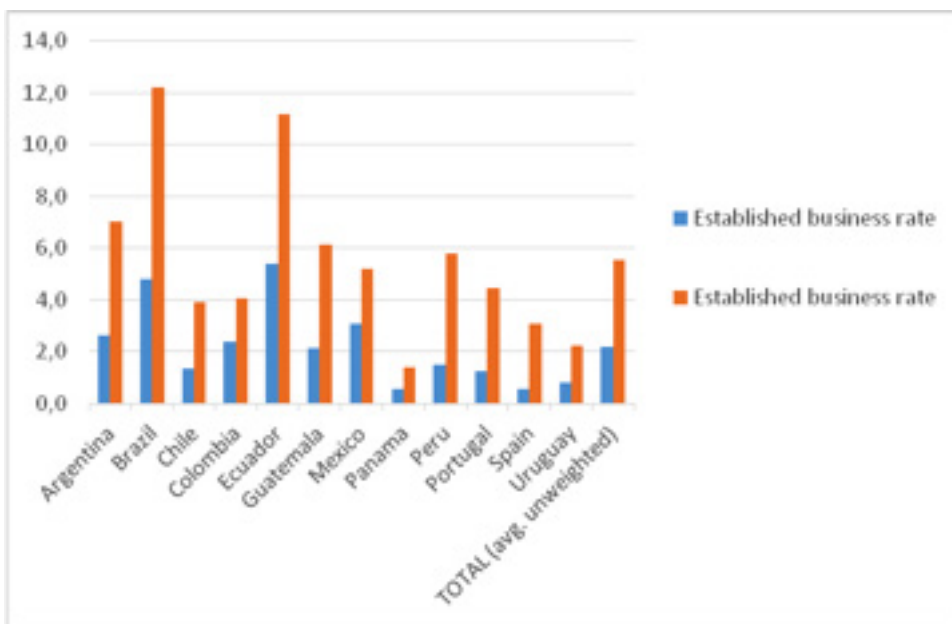


Figura 3.2: Actividad empresarial consolidada (% de población), por grupo de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

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 2,7 veces mayor que para la juventud joven (5,6 frente al 2,1). La juventud joven tiene aproximadamente 7,5 veces más probabilidades y la juventud mayor en torno a cuatro veces más probabilidades, de implicarse en TEA que en la actividad empresarial consolidada. 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 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 tiene los índices más bajos de empresas consolidadas. Argentina muestra sólidos índices de empresas consolidadas entre la juventud mayor.

CAPÍTULO 3

3.3.3 Cese del 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 son incapaces de mantener este tipo de empresas. Además, puede ser que el entorno emprendedor no sea de apoyo suficiente o favorecedor. Sin embargo, se debe recordar que el cierre no equivale necesariamente al fracaso.

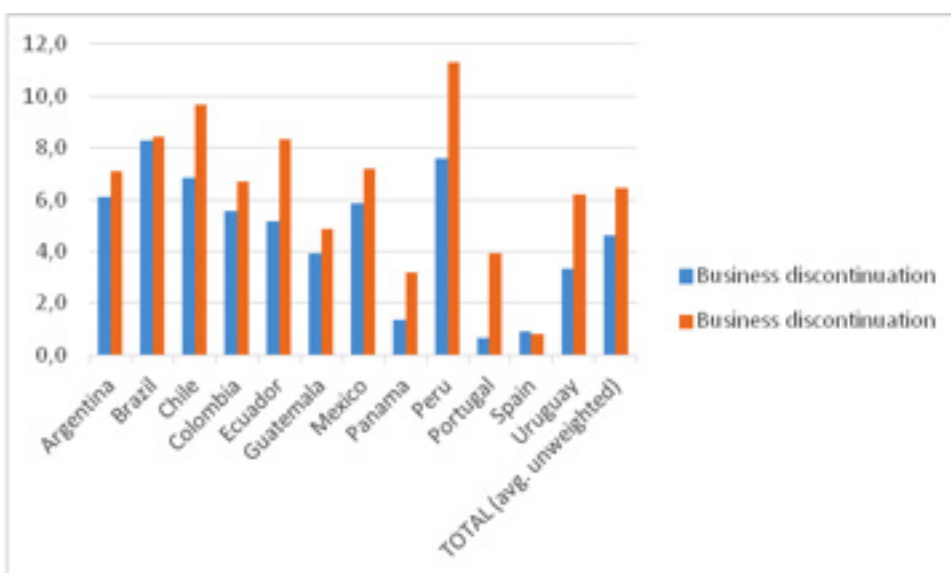


Figura 3.3: Cese del negocio, por categoría de edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

Las empresas iniciadas por la juventud mayor tiene, en general, un índice de cese más alto que las iniciadas por la juventud joven. En gran medida, esto refleja la mayor tasa de puesta en marcha entre la juventud mayor. En Brasil y España, la tasa de cese es muy 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 Perú, Chile y Brasil muestran las mayores tasas de cese del negocio.

Tabla 3.4: Motivos para abandonar la actividad empresarial (18-24 años), en países iberoamericanos, GEM 2015

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
Brasil	2,9	31,2	12,2	27,3	0,0	26,4	0,0	0,0

CAPÍTULO 3

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
Ecuador	4,5	36,5	4,5	13,6	4,5	36,4	0,0	0,0
Guatemala	8,3	16,5	12,5	16,7	0,0	37,8	4,1	4,1
México	21,0	44,7	12,6	13,2	0,0	8,6	0,0	0,0
Panamá	0,0	80,0	0,0	0,0	0,0	20,0	0,0	0,0
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
España	0,0	58,6	9,5	29,3	0,0	0,0	0,0	2,7
Uruguay	12,4	23,5	10,6	10,6	13,4	17,0	12,3	0,0
TOTAL (media no ponderada)	5,6	38,6	9,8	15,5	2,3	0,2	26,2	0,4

Tabla 3.5: Motivos para abandonar la actividad empresarial (25-34 años), en países iberoamericanos, GEM 2015

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
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
Ecuador	2,3	29,5	25,0	6,8	4,5	20,5	9,1	2,3
Guatemala	3,2	28,1	21,9	9,6	3,1	24,7	3,1	6,3
México	27,1	27,9	16,5	8,0	0,0	14,4	0,5	5,6
Panamá	6,3	50,0	6,3	0,0	0,0	37,5	0,0	0,0
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
España	0,0	59,9	8,2	19,1	0,0	5,7	7,2	0,0
Uruguay	0,0	55,8	9,8	0,0	0,0	17,4	17,0	0,0
TOTAL (media no ponderada)	5,4	40,0	12,6	9,9	2,0	0,0	22,9	1,3

CAPÍTULO 3

Las razones de la cesación del negocio son muchas y variadas. Algunas de las razones podrían 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 3.4 y 3.5 resumen las razones del abandono de la actividad empresarial para los países iberoamericanos. Más de un tercio de las empresas en las dos categorías cierran porque no son rentables, mientras que cerca de una quinta parte lo hace por razones 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.

Entre la juventud joven, las cuestiones financieras son un problema particularmente pernicioso en Panamá, representando el 80% del cese del negocio, mientras que casi la mitad de los emprendedores portugueses 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.

Entre los jóvenes de mayor edad, más de dos tercios de los empresarios en Portugal y España 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, la tasa de participación en el emprendimiento todavía varía considerablemente entre países y regiones geográficas. De acuerdo con la OCDE (2004), las mujeres tienden a tener menores tasas de participación en el emprendimiento, ya que se enfrentan a más limitaciones sociales y culturales que los hombres. Muchos estudios sostienen que las mujeres se enfrentan a mayores dificultades a la hora de convertirse en emprendedoras. Estos obstáculos incluyen: niveles más altos de responsabilidad doméstica; niveles más bajos de educación (sobre todo en los países en vías de desarrollo); 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 3.6: Actividad emprendedora, por grupos de género y edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

País	18 – 24 años	25 – 34 años	Problemas para obtener financiación	Otro trabajo/ oportunidad	Cierre planificado	Motivos personales /familiares	Burocracia gubernamental/ impuestos	Otros
	Índice TEA masculino	Índice TEA femenino	Índice de negocios consolidados masculinos	Índice de negocios consolidados femeninos	Índice TEA masculino	Índice TEA femenino	Índice de 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
Brasil	19,4	22,3	4,7	4,9	29,0	23,4	10,8	13,6

CAPÍTULO 3

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
Ecuador	28,6	27,2	4,9	5,9	39,8	38,0	13,9	8,4
Guatemala	19,8	12,9	2,9	1,3	26,8	15,7	7,7	4,7
México	15,4	10,2	4,7	1,5	28,2	25,5	7,1	3,5
Panamá	9,6	10,3	1,1	0,0	15,4	13,0	2,8	0,0
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
España	3,6	3,1	0,8	0,3	8,1	6,2	3,6	2,6
Uruguay	15,6	7,6	1,6	0,0	25,0	12,4	2,7	1,7
TOTAL (media ponderada)	17,5	13,5	2,6	1,8	24,9	20,0	6,6	4,6

Un hallazgo alentador (Tabla 3.6) es que, en general, la paridad de género entre la juventud es relativamente positiva en todos los países iberoamericanos. De media, en ambos grupos de edad, ocho mujeres se dedicaban al emprendimiento en la fase inicial por cada diez emprendedores hombres en 2015. En cuanto a la actividad empresarial consolidada, las proporciones son ligeramente inferiores. Seis mujeres en la categoría de juventud joven y siete en la categoría de juventud mayor se dedican a la actividad empresarial consolidada por cada diez empresarios hombres de edad similar.

Hay una serie de países donde las mujeres de edades de 18 a 24 muestran índices TEA más altos que los hombres: Argentina, Brasil y Panamá. Portugal tiene la mayor brecha en términos de actividad emprendedora en fase inicial en esta categoría de edad: sólo dos mujeres participan en TEA por cada diez emprendedores masculinos. Colombia y Uruguay también muestran grandes diferencias de género (los hombres jóvenes tienen el doble de probabilidades de participar en TEA en estos países, en comparación con las mujeres jóvenes).

Entre la juventud mayor, Perú es el único país donde las mujeres muestran índices TEA más altos que los hombres. En Perú, doce mujeres en este grupo de edad se dedican a la actividad emprendedora en fase inicial por cada diez hombres. Sin embargo, Argentina, Ecuador y México muestran un nivel alentador de paridad de género en términos de actividad emprendedora en fase inicial entre la juventud mayor. La brecha de género de Uruguay sigue siendo amplia, siendo cinco mujeres las que participan en TEA por cada diez emprendedores masculinos. Sin embargo, Colombia y Portugal muestran una mejora considerable en la paridad de género entre la juventud mayor, por cada diez empresarios hombres en sus respectivos países, ocho colombianas y seis mujeres portuguesas están involucradas en TEA.

Brasil muestra la mejor paridad de género en términos de actividad empresarial consolidada, siendo las mujeres jóvenes en ambas categorías de edad las que superan a sus homólogos masculinos en términos de índices de empresas consolidadas. Entre la juventud joven, Ecuador y Perú muestran las mayores tasas de participación femenina en la actividad empresarial consolidada (doce mujeres por cada diez hombres). Sin embargo, la proporción de estos dos países se reduce significativamente entre la juventud mayor: por cada diez emprendedores masculinos en sus respectivos países, cuatro peruanos y seis ecuatorianos están involucrados en la actividad empresarial consolidada.

CAPÍTULO 3

3.4.2 Motivación para iniciar una empresa

La prevalencia relativa de actividad empresarial motivada por la oportunidad frente a la motivada por necesidad proporciona una visión útil de la calidad de la actividad emprendedora en fase inicial en un país determinado. La motivación que impulsa a los emprendedores para poner en marcha empresas es tan importante como el nivel de actividad emprendedora en los países. Es mucho más conveniente que estén motivados por la oportunidad que por la necesidad, ya que los emprendedores motivados por la oportunidad por lo general florecen en un entorno más propicio caracterizado por las condiciones marco favorables de la actividad emprendedora.

Actividad emprendedora en fase inicial basada en la necesidad: Esto se define como el porcentaje de aquéllos que participan en la actividad emprendedora en fase inicial que dicen ser impulsados por la necesidad (que no tienen mejor opción de trabajo), frente a la oportunidad. Esto también se describe como la motivación impulsada por la supervivencia.

Actividad emprendedora en fase inicial basada en la oportunidad: Este es el porcentaje de los que participan en la actividad emprendedora en la fase inicial impulsada exclusiva o parcialmente por la oportunidad, en oposición a no encontrar ninguna otra opción para trabajar. Esto incluye aprovechar una oportunidad de negocio o tener un trabajo pero buscar una mejor oportunidad.

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].

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

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	10,6	3,9	14,6	14,8	8,9	23,3
Argentina	69,4	27,2	2,5	59,7	37,0	1,6
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
Ecuador	79,0	20,2	3,9	72,3	27,2	2,7
Guatemala	53,4	44,6	1,2	60,1	39,9	1,5
México	76,3	21,1	3,6	79,3	18,8	4,2
Panamá	78,4	21,6	3,6	50,0	47,2	1,1

CAPÍTULO 3

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
España	79,5	17,8	4,5	82,5	15,4	5,3
Uruguay	83,0	17,0	4,9	83,3	14,9	5,6
TOTAL (Media no ponderada)	73,8	23,7	3,1	70,1	28,3	2,5

La Tabla 3.7 indica que, en general, los jóvenes de los países iberoamericanos 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, los jóvenes emprendedores de este país 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 y España tienen los índices más altos de TEA impulsados por la oportunidad. Estos resultados son alentadores sobre todo en Ecuador, con sus sólidos niveles de actividad TEA entre la juventud joven.

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 3.8: Motivo para iniciar una empresa (según % de TEA), por grupo de género y edad, para países iberoamericanos, GEM 2015

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
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
Ecuador	84,4	14,1	72,7	27,3	73,6	26,4	71,0	28,0

CAPÍTULO 3

Guatemala	56,5	40,3	48,7	51,3	69,9	30,1	44,4	55,6
México	78,2	20,4	73,4	22,2	83,3	16,6	75,3	21,1
Panamá	66,7	33,3	89,5	10,5	51,3	46,2	48,5	48,5
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
España	74,6	22,1	85,5	12,4	85,9	13,1	78,0	18,4
Uruguay	86,4	13,6	76,3	23,7	87,3	10,0	76,0	24,0
TOTAL (media no ponderada)	76,8	20,4	70,5	28,0	74,5	24,1	64,3	33,9

La Tabla 3.8 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 impulsadas 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 en Uruguay, España y México.

El emprendimiento masculino impulsado por la necesidad es más alto en Guatemala y Panamá en ambos grupos de edad. Más de la mitad de las jóvenes emprendedoras en Brasil y Guatemala se ven empujadas al emprendimiento por necesidad. La tasa es particularmente alta entre las mujeres brasileñas de entre 18 a 24 años al 62%, más del doble de la media de los países iberoamericanos.

3.4.3 Fuentes de financiación

Asegurarse la financiación suficiente es un recurso importante para todas las empresas, especialmente para las de nueva creación y para las empresas en crecimiento. Los nuevos emprendedores en general, dependen de la financiación personal, así como la financiación de familiares y amigos, y buscan financiación bancaria e inversora en las etapas más avanzadas del proceso de puesta en marcha.

Tabla 3.9: Requisitos de financiación de para jóvenes emprendedores, países iberoamericanos, GEM 2015

CAPÍTULO 3

País	18 – 24 años		25 – 34 años	
	Cantidad media de dinero necesario para iniciar un negocio (USD)	% del dinero total necesario proveniente de los fondos propios del emprendedor	Cantidad media de dinero necesario para iniciar un negocio (USD)	% del dinero total necesario proveniente de los fondos propios del emprendedor
Argentina	2751,0	79,7	3301,2	86,9
Brasil	312,2	89,6	624,4	86,9
Chile	1560,0	74,4	4368,0	77,4
Colombia	5662,5	49,4	5662,5	60,4
Ecuador	2000,0	73,0	2000,0	72,9
Guatemala	1305,5	64,1	1958,2	70,3
México	1590,6	68,7	1590,6	75,0
Panamá	500,0	92,1	1000,0	92,9
Perú	1576,7	61,1	1261,3	73,5
Portugal	5551,1	54,0	22204,6	71,0
España	11102,3	77,5	16653,4	65,9
Uruguay	137,4	92,5	329,9	74,9
TOTAL (media no ponderada)	2837,4	73,0	5079,5	75,7

La Tabla 3.9 indica que, 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. Las necesidades de financiación iniciales medias varían considerablemente entre los países, desde cantidades modestas en Uruguay, Brasil y Panamá hasta cantidades sustanciales en las economías impulsadas por la innovación (en particular España y Portugal). Los bajos costes para la puesta en marcha son probablemente un reflejo del tipo de empresas iniciadas por estos jóvenes emprendedores. Es probable que muchos de estos emprendedores estén en los sectores de venta al por menor/al por mayor y de servicios, donde las barreras de entrada, tanto en términos de habilidades y capital requerido, son bajas. Por otra parte, las necesidades de financiación tienden a ser más altas en las economías impulsadas por la innovación donde los emprendedores están creando nuevos productos y servicios.

El hallazgo de que el acceso a la financiación es un problema clave es una característica común de la investigación sobre los problemas que afectan a todos los emprendedores. Esto lo confirman los datos GEM, que indican que los emprendedores dependen en gran medida de sus ahorros personales para financiar sus iniciativas emprendedoras en todas las partes del mundo. La Tabla 3.9 muestra que, de media, los jóvenes emprendedores de los países iberoamericanos dependen en gran medida de sus propios ahorros: las tres cuartas partes del total de dinero necesario para la empresa proceden de sus propios fondos. La cuota de la propia inversión es más alta en Brasil, Panamá y Uruguay y más baja en Colombia.

Tablas 3.10 y 3.11 muestran un patrón similar en general en los dos grupos de edad. Una gran mayoría de los emprendedores jóvenes (más del 90%) utilizan sus propios ahorros para financiar sus iniciativas, mientras que un tercero se basa en la familia para su financiación. Los bancos son una fuente importante de financiación emprendedora, siendo poco menos del 30% los emprendedores en ambos grupos de edad los que obtienen fondos de estas instituciones.

Tabla 3.10: Fuentes de financiación para jóvenes emprendedores (18-24 años) en países iberoamericanos, GEM 2015

CAPÍTULO 3

País	Dinero propio	Familia	Amigos	Empleadores	Bancos	Fuentes de capital riesgo/ Privadas	Gobierno	Crowd-funding
Argentina	94,0	34,6	8,2	11,0	22,0	5,2	19,1	-
Brasil	93,9	24,6	12,9	4,2	7,0	4,8	7,5	0,9
Chile	99,6	30,0	7,1	20,1	30,6	14,1	31,8	8,5
Colombia	100,0	50,4	17,4	40,6	52,9	26,7	33,4	13,3
Ecuador	98,1	36,7	2,8	3,7	43,1	4,6	3,7	0,8
Guatemala	100,0	30,8	7,4	18,1	26,5	8,4	0,0	18,4
México	90,6	48,6	6,4	6,5	27,1	3,6	6,0	-
Panamá	93,3	39,4	8,8	0,0	11,8	0,0	0,0	0,0
Perú	100,0	46,3	4,9	0,9	48,7	1,8	0,9	0,3
Portugal	83,0	25,2	11,5	13,2	20,0	10,1	20,2	2,4
España	81,2	36,7	3,2	4,0	17,2	4,6	10,2	2,4
Uruguay	100,0	33,1	21,6	30,1	38,5	4,4	12,1	11,9
TOTAL (media no ponderada)	94,5	36,4	9,3	12,7	28,8	7,4	12,1	5,9

Tabla 3.11: Fuentes de financiación para jóvenes emprendedores (25-34 años) en países iberoamericanos, GEM 2015

País	Dinero propio	Familia	Amigos	Empleadores	Bancos	Fuentes de capital riesgo/ Privadas	Gobierno	Crowd-funding
Argentina	92,6	31,8	5,6	4,7	15,4	3,5	12,8	-
Brasil	97,7	18,2	2,1	1,1	13,7	0,0	0,0	0,9
Chile	97,4	23,0	7,6	17,6	27,4	11,9	30,7	8,5
Colombia	98,1	36,1	13,3	27,7	44,6	26,8	24,2	13,3
Ecuador	96,2	29,2	4,2	2,6	45,8	4,7	2,1	0,8
Guatemala	99,2	23,8	8,5	8,5	25,5	7,7	0,8	18,4
México	94,1	54,9	10,3	3,6	22,9	4,5	9,2	-
Panamá	100,0	52,2	18,6	1,4	7,1	0,0	0,0	0,0
Perú	100,0	39,4	3,0	2,6	51,2	2,1	0,4	0,3
Portugal	96,8	41,4	16,2	2,5	26,0	15,1	28,2	2,4
España	77,2	28,7	3,3	19,2	29,0	9,0	15,3	2,4
Uruguay	100,0	24,2	6,8	9,1	19,0	5,0	10,5	11,9
TOTAL (media no ponderada)	95,8	33,6	8,3	8,4	27,3	7,5	11,2	5,9

CAPÍTULO 3

Desde el punto de vista de cada país, existe una variación considerable en lo que respecta a las fuentes primarias de financiación. Aunque los colombianos dependen en gran medida de los fondos propios (100%), también hacen un uso sustancial de una variedad de otras opciones de financiación. La mitad accede a fondos de familiares y de los bancos, mientras que los empleadores y el gobierno desempeñan un papel activo en el apoyo financiero a emprendedores (40% y 33%, respectivamente). Los colombianos aprovechan al máximo el uso de opciones de financiación más sofisticadas, un cuarto utiliza fuentes privadas/de capital riesgo y 13% y utiliza el crowdfunding. Los emprendedores guatemaltecos son los más propensos a usar crowdfunding. Los estudiantes de Guatemala con frecuencia completan la educación superior en los EE.UU., Europa y Canadá, donde a muchos se introduciría la idea de crowdfunding y recibirán formación sobre el uso de estas plataformas. México y Perú muestran un alto nivel de apoyo familiar, el gobierno financia a un tercio de los emprendedores chilenos y los bancos ofrecen préstamos importantes en Perú y Ecuador. Aparte de Colombia, sólo Chile y Portugal muestran más del 10% de los jóvenes emprendedores con acceso al capital riesgo.

Entre la juventud mayor (24 - 35 años), los empresarios en España (77%) son menos propensos a usar los fondos propios, más de 90% de los emprendedores en los demás países prefieren el uso de sus propios ahorros. Los emprendedores de Panamá hacen un amplio uso de las redes de amigos y familiares, siendo más de dos tercios de ellos los que acceden al apoyo financiero de estas fuentes. México y Portugal también dependen en gran medida de la financiación de la familia. Al igual que con el grupo de edad más joven, los empleadores y el gobierno de Colombia son proveedores especialmente activos de apoyo financiero a los jóvenes emprendedores. En términos de apoyo financiero institucional, los bancos proporcionaron préstamos importantes a los emprendedores en Perú, Ecuador y Colombia, mientras que Chile y Portugal tienen el nivel más alto de apoyo del gobierno con respecto a la financiación. El uso de capital de riesgo y crowdfunding sigue el mismo patrón que para el grupo de edad más joven.

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 3.12 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.

Tabla 3.12: Participación del sector industrial por jóvenes emprendedores (% de TEA) en países iberoamericanos, GEM 2015

CAPÍTULO 3

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
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
Ecuador	5,9	12,6	5,9	75,6	4,9	13,6	3,9	77,7
Guatemala	3,9	11,9	6,9	74,3	1,5	18,4	5,2	71,3
México	2,0	17,6	4,6	74,6	1,1	15,0	5,6	75,9
Panamá	0,0	13,5	10,8	75,7	1,4	19,4	2,8	75,0
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
España	6,2	4,4	31,8	57,4	2,8	12,9	27,1	57,2
Uruguay	0,0	13,0	20,0	64,0	3,4	27,1	13,2	54,1
TOTAL (media no ponderada)	3,2	14,4	11,8	69,9	2,4	19,4	13,8	63,1

La Tabla 3.12 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 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. Entre la juventud joven, Portugal 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 y Uruguay muestran perfiles especialmente equilibrados, con buenos niveles de participación en todos los sectores de la industria. Todos estos países 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.

El alto nivel de implicación en el sector de los servicios al consumidor, particularmente entre la juventud joven,

CAPÍTULO 3

preocupa en el panorama económico actual. Este sector tiende a ser especialmente vulnerable en períodos de desaceleración económica y el hecho de que una alta proporción de entidades TEA se concentre en un sector tan vulnerable es probable que tenga 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. Por tanto, las autoridades tienen que centrarse 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.

3.5.2 Creación de empleo

Un enfoque clave en las estrategias de desarrollo de Sudáfrica es facilitar un crecimiento que sea sostenible e inclusivo con el fin de generar empleo generalizado y reducir la pobreza. El potencial del sector de las PYME para crear oportunidades de trabajo es un factor crucial.

GEM pregunta a los emprendedores en fase inicial cuántos empleados (que no sean los propietarios) tienen actualmente y cuántos espera tener en los próximos cinco años. La diferencia entre los empleados actuales y esperados indica las expectativas de crecimiento. Es importante tener en cuenta que el potencial de crecimiento expresado, hasta ahora, no se ha probado. Sin embargo, las empresas que no aspiran a crecer son significativamente menos propensas a hacerlo con éxito.

Tabla 3.13: Creación de empleo real 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	29,9	51,1	19,0	37,6	47,1	15,3
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
Ecuador	20,2	69,7	10,1	20,9	68,0	11,2
Guatemala	13,0	73,3	13,8	18,8	70,9	10,3
México	42,2	45,2	12,6	52,5	38,2	9,3
Panamá	54,1	45,9	0,0	45,8	52,8	1,4
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
España	48,2	33,8	18,0	50,2	42,5	7,4
Uruguay	33,2	31,6	35,3	38,9	45,0	16,1
TOTAL (media no ponderada)	33,1	48,0	18,9	35,3	47,5	17,2

CAPÍTULO 3

La Tabla 3.3 indica que, de media, un tercio de los jóvenes emprendedores iberoamericanos sólo crean empleo para el propietario de la empresa y, por lo tanto, no contribuye a la creación de empleo. Sin embargo, mientras que el autoempleo tiene un efecto mínimo en la creación de empleo, su impacto no puede ser pasado por alto en las regiones caracterizadas por altos niveles de pobreza y desempleo crónico. En muchas economías emergentes, por ejemplo, cada empleo cuenta, y no es raro encontrar un trabajador por cuenta propia que mantenga a una gran familia y que permite que los que le rodean tengan una vida mejor. Un poco menos de la mitad de las empresas jóvenes emplean entre una y cinco personas.

Desde el punto de vista de cada país, Brasil [63%] tiene la mayor proporción más alta de emprendedores en fase inicial de entre 18 a 24 años que no contribuyen a la creación de empleo. Chile y Colombia tienen la proporción más baja, alrededor del 90% de los emprendedores en este grupo de edad emplean al menos a una persona que no sea el propietario. Un hallazgo particularmente alentador es que más del 60% de los emprendedores colombianos emplean a seis o más personas. En combinación con el índice TEA de Colombia para este grupo de edad [20%], esto sugiere que los jóvenes emprendedores hacen una contribución sólida para el empleo en este país. Uruguay [35%] y Chile [28%] también tienen un número significativo de jóvenes emprendedores que crean + de 6 puestos de trabajo. Mientras que el porcentaje de jóvenes que participan en la actividad empresarial en Chile es moderado [17%], por lo tanto, el impacto que este tipo de empresas juveniles tendrían sobre el empleo es considerablemente mayor que muchos de los países iberoamericanos encuestados.

Entre la juventud mayor el patrón es bastante similar. Alrededor de la mitad de los emprendedores en fase inicial en Brasil y en España no crean puestos de trabajo, mientras que Colombia y Chile lideran en cuanto a la creación de seis o más puestos de trabajo. La juventud mayor en Portugal hace una contribución más significativa a la creación de empleo, en comparación con la juventud, siendo una cuarta parte la que emplea a + 6 personas.

La Tabla 3.14 indica el porcentaje de emprendedores en fase inicial en los países iberoamericanos que esperan crear algún puesto de trabajo dentro de los próximos 5 años.

Tabla 3.14: 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
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
Ecuador	10,3	78,5	11,2	12,0	75,9	12,0
Guatemala	6,2	75,5	18,2	9,1	77,2	13,7
México	2,4	72,1	25,4	4,2	70,8	25,0
Panamá	18,9	81,1	0,0	22,5	74,6	2,8
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
España	31,3	40,9	27,9	31,4	50,2	18,4
Uruguay	15,8	36,0	48,3	13,2	64,5	22,3
TOTAL (media no ponderada)	12,8	61,1	26,1	15,4	60,2	24,4

CAPÍTULO 3

Las expectativas medias de creación de empleo de jóvenes emprendedores en los países iberoamericanos son alentadoras, siendo más del 80% de los empresarios en ambos grupos de edad los que esperan añadir al menos un puesto de trabajo en los próximos cinco años y una cuarta parte tiene expectativas de crecimiento de medias a altas (+ 6 empleos).

Desde la perspectiva de cada país, Brasil tiene las expectativas de crecimiento más bajas, probablemente una evaluación realista, dado el actual clima de recesión. En España, un tercio de los jóvenes emprendedores a través de ambos grupos de edad no esperan crecer en los próximos cinco años. Un hallazgo interesante del Informe Global GEM 2015 es que las economías impulsadas por la innovación tienen, de media, proporciones más elevadas de emprendedores sin expectativas de contratación futura que las economías de factores y de eficiencia. Este porcentaje es del 40% para las economías impulsadas por factores, el 39% para las impulsadas por la eficiencia y el 45% para las economías impulsadas por la innovación. De acuerdo con el informe, la explicación puede ser que la tecnología sofisticada y de comunicaciones puedan permitir a los empresarios de las economías desarrolladas permanecer pequeñas, tal vez como parte de una red más amplia de valor. En las economías menos desarrolladas, por el contrario, puede ser más fácil contratar a las personas que tienen menos alternativas de empleo.

Colombia cuenta con las expectativas más altas 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. Sus robustas tasas de creación de empleo actuales (Tabla 3.13) 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 (Tablas 3.10 y 3.11) 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 altos y establecer políticas dirigidas específicamente a apoyarlas 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, las finanzas ángel de negocios y las finanzas de 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.

CAPÍTULO 3

GEM evalúa la innovación en los negocios emprendedores examinando dos variables principales con respecto a los productos o servicios del emprendedor: el grado de novedad que representan a los clientes, y el grado en el que los competidores no están ofreciendo los mismos productos o servicios.

Tabla 3.15: Niveles de innovación de empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015

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
Brasil	18,3	17,8
Chile	50,3	58,7
Colombia	39,6	30,1
Ecuador	24,4	27,2
Guatemala	35,6	44,6
México	26,2	17,7
Panamá	32,4	30,6
Perú	11,6	14,5
Portugal	28,7	39,5
España	33,0	27,1
Uruguay	30,7	21,4
TOTAL (media no ponderada)	29,1	29,4

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 3.15 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 emprendedores declaran que tienen productos o servicios innovadores, seguido por Guatemala. Esta característica de los jóvenes emprendedores chilenos, junto con su relativamente alto índice

CAPÍTULO 3

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 3.12] 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.

Tabla 3.16: Uso de tecnología por parte de empresas jóvenes en la fase inicial en países iberoamericanos, GEM 2015

País	18 – 24 años			25 – 34 años		
	Última tecnología	Nueva tecnología	Sin nueva tecnología	Última tecnología	Nueva tecnología	Sin nueva tecnología
Argentina	13,8	16,6	69,6	8,3	9,2	82,5
Brasil	2,6	3,7	93,7	0,0	7,5	92,5
Chile	16,6	33,8	49,7	13,4	29,1	57,5
Colombia	23,5	33,8	42,7	16,5	38,8	44,7
Ecuador	15,1	14,3	70,6	13,6	21,8	64,6
Guatemala	10,9	15,8	73,3	8,7	14,5	76,7
México	4,0	18,5	77,5	0,9	8,2	90,9
Panamá	16,2	18,9	64,9	18,1	26,4	55,6
Perú	7,8	25,6	66,6	8,9	12,1	79,1
Portugal	13,6	20,2	66,2	8,9	25,3	65,7
España	21,2	25,2	53,7	11,4	17,3	71,4
Uruguay	6,6	40,3	53,1	12,8	30,3	56,9
TOTAL (media no ponderada)	12,7	22,2	65,1	10,1	20,0	69,8

CAPÍTULO 3

El acceso a las TIC está reconocido por desempeñar un papel importante a la hora de desarrollar sectores más productivos y con un valor añadido más alto en las economías. Se pidió a los propietarios de negocios nuevos que indicaran si estaban usando o no la tecnología más reciente dentro de sus empresas. Se pidió a los encuestados que identificaran si la tecnología que utilizaban era la última tecnología, es decir, eran las tecnologías o procedimientos disponible desde hacía menos de un año, nueva tecnología [disponible desde hacía de uno a 5 años], o tecnología más antigua [disponible desde hacía más de 5 años].

La Tabla 3.16 indica que el uso de última y nueva tecnología por las empresas de jóvenes en los países iberoamericanos es en general bajo: más de dos tercios de las empresas de jóvenes indican que no estaban utilizando ninguna nueva tecnología. Desde el punto de vista de cada país, Chile y Colombia muestran la captación más positiva de última tecnología. Colombia es líder en este sentido con una cuarta parte de la juventud joven y el 16% de la juventud mayor que utilizan la última tecnología. En España, una quinta parte de la juventud joven utiliza la última tecnología en sus empresas. Brasil y México están en el otro extremo de la escala, menos del 5% de los jóvenes emprendedores que utilizan la última tecnología.

La falta de la tecnología más actual afecta negativamente a la capacidad de los países para desarrollar redes competitivas a nivel mundial de emprendedores, que a su vez limita el acceso a las personas con un conocimiento más amplio de la información clave de mercado, nuevas tecnología, mejores insumos y prácticas de producción.

3.6 Resumen de los perfiles de emprendimiento juvenil, por país

Esta sección se basa en la información presentada en este capítulo, con el fin de proporcionar algunas ideas resumidas sobre las fortalezas y desafíos del emprendimiento de los jóvenes en cada uno de los países iberoamericanos que participaron en la encuesta GEM 2015.

Argentina

Aunque existe un nivel positivo de atención de los medios a los emprendedores de Argentina, la actitudes de la sociedad hacia el emprendimiento están por debajo de la media de los países iberoamericanos. Resulta preocupante que sólo la mitad de los que tienen de 25-34 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

CAPÍTULO 3

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 sólo 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. Sin embargo, 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).

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, sólo 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 propor-

CAPÍTULO 3

ciones más bajas en los países iberoamericanos. La tasa de actividad emprendedora naciente es baja (en concreto entre la juventud mayor, sólo 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 años 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 de paridad de género entre los países iberoamericanos en términos de actividad empresarial consolidada, siendo mujeres jóvenes en las dos categorías de edad las que superan a sus homólogos masculinos en cuanto a de 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 dependen en gran medida de sus propios ahorros para financiar sus proyectos empresariales. La parte del dinero total necesario para la iniciativa empresarial procedentes 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. Brasil tiene la proporción más alta de emprendedores en fase inicial que no contribuye 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.

CAPÍTULO 3

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 confían 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 impulsados 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. Sólo 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

CAPÍTULO 3

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 setenta por ciento 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.

CAPÍTULO 3

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 más sofisticadas opciones de financiación: 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: sólo 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.

Ecuador

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% de 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 juventud mayor participan en la actividad emprendedora en la fase inicial. Estos altos índices TEA está impulsados principalmente por las tasas de negocios nacientes, que son más del doble de la media iberoamericana. La juventud en Ecuador también muestra de una de las tasas más altas de propiedad de empresas consol-

CAPÍTULO 3

idades 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 años a 24 (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. Sin embargo, las expectativas de medio y alto crecimiento son sólo la mitad de la media Iberoamericana. Los niveles de innovación han ido disminuyendo en los últimos años, y sólo 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.

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.

CAPÍTULO 3

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 un motivo 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 sólo 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. Sin embargo, las expectativas de alto y medio crecimiento están por debajo de la media iberoamericana. La juventud muestra altos niveles de innovación, sin embargo, este hecho debe considerarse en el contexto del hecho de 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.

CAPÍTULO 3

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%. Sólo 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 iberoamericana) 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 sólo 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 de 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 cuarenta por ciento de la juventud joven y la mitad de la juventud mayor sólo 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

CAPÍTULO 3

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 que no utilizan las nuevas tecnologías en sus negocios.

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 veces 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 oportunidades entre las mujeres (90%). Sólo 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 sólo 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). Sin embargo, 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 procedentes de los fondos propios de los emprendedores es más del 90% para am-

CAPÍTULO 3

bos 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 sólo 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 + 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, sólo la mitad de los emprendedores no utiliza las nuevas tecnologías en sus negocios, un descubrimiento alentador.

Perú

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 status 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, sólo 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,

CAPÍTULO 3

entre la juventud joven el 80% de los hombres están motivados por la oportunidad en comparación con sólo 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 sólo crean empleo para el propietario. Más del 90% de la juventud joven espera crear al menos un puesto 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 de no 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 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, sólo dos mujeres que participan en TEA por cada diez hombres. Sin embargo,

CAPÍTULO 3

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 grupo 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 estar impulsados por la oportunidad que por 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.

España

Las actitudes de la sociedad hacia el espíritu emprendedor 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 sólo 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 percibe 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. Sin embargo, esto debe verse en el contexto del hecho de que España es una de las dos únicas economías impulsadas por la innovación entre los países iberoamericanos encuestados. 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 sólo el 5,5% de los jóvenes expresan las intenciones de emprender.

CAPÍTULO 3

La juventud, 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 por un margen considerable, en ambos grupos de edad, de los países iberoamericanos. La actividad emprendedora naciente es particularmente baja, las puntuaciones de nuevos negocios hacen la mayor parte de la contribución al índice global TEA. 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. Otro trabajo/oportunidad supone un tercio de los ceses entre la juventud joven y una quinta parte entre la juventud mayor.

La paridad de género en términos de actividad emprendedora en fase inicial es buena. Entre la juventud joven, ocho mujeres están implicadas en TEA por cada diez hombres, mientras que entre la juventud mayor, la proporción es de siete a diez. Entre la juventud joven, la misma relación se aplica a la actividad empresarial consolidada. Sin embargo, entre la juventud joven los hombres son 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 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 sólo 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, sólo la mitad no utiliza ninguna tecnología, mientras que una quinta parte utiliza la última tecnología.

Uruguay

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.

CAPÍTULO 3

La juventud en su conjunto es significativamente más emprendedora que los adultos en Uruguay. Tienen 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 doce por ciento de los emprendedores en ambas categorías de edad utilizan el crowd-funding, 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 sólo 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 no utiliza la tecnología nueva en sus empresas, un hallazgo alentador.

Historias de jóvenes emprendedores



**JORGE
GALINDO
CRUCES**
ESPAÑA

Desde 2010, Jorge ha sido cofundador y CPO de 47 Degrees, una firma global de consultoría enfocada en la programación reactiva [Scala, Akka, Spark & Play Framework]. 47 Degrees cuenta con oficinas en Seattle [EE.UU.], Cádiz [España] y Londres [Reino Unido]. Ha trabajado con clientes internacionales como William Hill, Microsoft, Angie's List, Paramount, Artronix y BBVA.

Nacido en Cádiz en 1982, Jorge comenzó a estudiar ingeniería antes de darse cuenta de que lo que realmente le gustaba era traer ideas a la vida a través de la tecnología. Empezó como desarrollador de software, pero cambió a estrategia y ventas en 2012. Hoy en día, gestiona proyectos internos (en su mayoría Open Source) como Product Officer en 47 Degrees. "Yo ayudo a conceptualizar ideas y conceptos en productos digitales, porque mi formación técnica me ayuda a entender dónde están los límites de la tecnología," afirma.

Jorge también organiza conferencias internacionales centradas en la comunidad de desarrolladores, con el fin de difundir la información sobre la programación funcional como LX Scala [Lisboa] (<http://www.lxscala.com>) o Lambda. World [Cádiz] (<http://www.lambda.world/>). "Podríamos ser considerado como evangelistas, dado nuestro entusiasmo por el paradigma de la programación Scala", sonríe.

Es un apasionado de la formación, la colaboración empresarial y la tecnología Open Source. Mediante la organización de colaboraciones entre los desarrolladores como Google Groups, Cádiz Betabeers y Cádiz Developers, espera construir una comunidad compacta de referencia en el desarrollador de software.

Datos de contacto: <https://twitter.com/jorgegalindo>;
<https://es.linkedin.com/in/jorgegalindocruces/en>;
<http://www.47deg.com/>



**LAURA FABIOLA
SUAREZ
HERNANDEZ**
MÉXICO

Fabiola es Licenciada en Creación y Desarrollo de empresas del ITESM, y es cofundadora de Enaay Tecnologías SA de CV (empresa mexicana que ofrece servicios de I+D), así como de Sunu Inc., que es una nueva empresa centrada en la creación de soluciones portátiles en el área de la movilidad. En un principio no consideraba la posibilidad de emprender, pero cuando se dio cuenta de que quería una carrera que le permitiera aprender y hacer una variedad de cosas diferentes, el emprendimiento encajó. "La idea de la libertad de acción fue una de las cosas que más me gustaba de ello, porque no tenía que seguir un camino predeterminado ni trabajar para nadie," declara. "Sólo tenía que aprender, ponerme en marcha y seguir mi pasión". Afortunadamente tuvo la suerte de que sus padres le dieron todo su apoyo en su decisión. "A pesar de las críticas de algunos de mis familiares, me dejaron crecer en esta área y seguir mi intuición."

El mayor obstáculo al que se enfrentó como joven emprendedora era la inexperiencia. "No importa lo que te enseñaron en la escuela, porque la realidad ahí fuera es muy diferente", dice ella. Ella superó este desafío rodeándose de personas con experiencia, que supieron asesorarla. El segundo obstáculo, pero no menos importante, fue la credibilidad. "La gente piensa que sólo porque eres joven no sabes lo que estás haciendo, que se carece de habilidades."

México cuenta con numerosas organizaciones diferentes que apoyan a los jóvenes emprendedores mediante la concesión de fondos para diferentes propósitos, tales como IP, la tutoría, la materia prima o maquinaria. Fabiola recibió fondos de IP de Coecytjal, de INADEM recibió ayudas para licencias y Reto Zapopan le proporcionó préstamos para licencias, materias primas, la creación de prototipos y marketing, así como mentoring.

Su consejo para los jóvenes emprendedores potenciales: "Sigue tu pasión y conviértelo en tu nueva empresa, ya que es un camino largo y se necesita perseverancia y voluntad. Si tu idea no es lo suficientemente sólida como para seguir adelante, entonces busca otra cosa."

Historias de jóvenes emprendedores



LUIS LOAIZA ECUADOR

Shippify, una de las iniciativas del joven emprendedor ecuatoriano en serie Luis Loaiza (29 años), recibió recientemente una primera ronda de inversión de varios inversores, incluidos los fondos de capital de riesgo 1776, el gigante de la logística ARAMEX y Mena Ventures. Lo que parece ser un éxito inmediato, dada la corta edad de la empresa puesta en marcha en 2013, es para Luis un reflejo del esfuerzo a largo plazo y la perseverancia.

Del dormitorio a una oficina

Mientras estaba terminando su carrera universitaria en 2010, Luis no se molestó en buscar un trabajo. Facebook iba en aumento y él quería convertirse en el próximo Mark Zuckerberg. “En aquella época yo era muy audaz y pretencioso”, dice irónicamente. Su pasión por los juegos multijugador le llevó a estudiarlos por su cuenta, y comenzó a desarrollar aplicaciones para la plataforma de Facebook.

Reunió a un grupo de amigos, con quienes organizó uno de los primeros Facebook Developers Garages en Sudamérica, y llegaron a ser pioneros en el desarrollo de aplicaciones sociales en Ecuador. Fundaron ComeBits y empezaron a vender a Facebook aplicaciones para publicitar empresas, entre ellas “La Polla Mundialista” para la Copa Mundial de Fútbol de 2010, con más de cincuenta mil usuarios; y el juego multijugador online “Club 40” para Facebook y Blackberry OS, con más de 200.000 usuarios (alrededor de 2.500 usuarios activos diarios) antes de que cesara en 2013.

“Hemos crecido muy rápido”, dice Luis. “Pasamos de trabajar en mi habitación a una oficina en el centro de Guayaquil aunque teníamos que compartirla con algunos abogados. Nuestra plantilla llegó a 10-15 personas y en menos de dos años comenzamos a exportar software a Venezuela, Colombia y Panamá “. A pesar de su éxito, Luis siguió soñando con la puesta en marcha de su propio éxito de .COM y sabía que no podría obtener el capital ni el volumen necesario de usuarios en Ecuador.

Buscando aceleradores

Luis y parte de su equipo de ComeBits contactaron y solicitaron a varios aceleradores y programas tecnológicos, incluyendo Y Combinator y 500 Startups. También participaron en la recién fundada Start-Up Chile, un programa del gobierno chileno que buscaba atraer emprendedores en fase inicial con alto potencial a cambio de inversión semilla y asesoramiento por parte de mentores, pero su idea no fue seleccionada. “En retrospectiva, presentamos una solicitud muy pobre”, admite. “Nuestro modelo de negocio era muy débil”. Por casualidad, conoció a otros emprendedores jóvenes de Quito que eran muy buenos en la parte comercial de la empresa, y decidieron trabajar juntos para la segunda ronda de Start-up Chile. Esta vez fueron elegidos, y recibieron 40.000 \$ como capital semilla.

En 2012 Luis decidió dejar ComeBits y se trasladó a Santiago de Chile con dos amigos, uno de ellos Miguel Torres, cofundador de Shippify. Trabajaron en un proyecto llamado “Escapes with You”, un software en el que a través de un algoritmo alimentado por información de usuario de Twitter e Instagram sugiere una experiencia turística personalizada. La idea se transformó entonces a EWY.com, una web que ofrece productos hechos a mano que sirven como recuerdo para las experiencias turísticas.

Un programa del gobierno chileno llevó a Luis al Instituto de Investigación de Stanford, en Silicon Valley, donde además de participar en talleres de modelado de negocios y reunirse con otros emprendedores que ya habían obtenido la financiación privada, recibió asesoramiento por parte de mentores sobre el modelo de negocio de EWY. “El feedback que me dieron fue bastante agresivo”, dice, “y me hizo darme cuenta de que a pesar de que la tecnología detrás de EWY era muy buena, no estábamos creando valor: no estábamos resolviendo ningún problema real. Para mí, eso marcó el final de EWY”.

Historias de jóvenes emprendedores

Del naufragio a Shippify

De vuelta en Chile, con sólo unas pocas ventas y un presupuesto casi vacío, Luis y Miguel comenzaron a analizar alternativas a su modelo de negocio. Varios de sus clientes de EWY tenían problemas en la entrega de sus productos, por ejemplo, un propietario de una microcervecera que no tenía manera de enviar su cerveza. En ese momento, pensaron que alguien más podría resolver estos problemas de logística en América Latina mediante la tecnología dron (de hecho, dos meses después Amazon anunciaría su programa de entrega mediante drones para EE.UU.) y tal vez se podría llegar a una solución hasta que eso sucediera.

Ellos ya estaban familiarizados con los conceptos de economía y el consumo colaborativo porque en los días de EWY ya habían hablado con el equipo de Airbnb. Luis señala, “Empezamos a estrujarnos el cerebro tratando de vincular el consumo colaborativo con este problema logístico y nació Shippify.”

Solicitaron financiación a Wayra, un acelerador para la creación de empresas de América Latina de la empresa española Telefónica. Luis viajó a Bogotá para presentar su proyecto, pero no ganó el concurso. Casi al mismo tiempo, probaron suerte con SEED, un programa gubernamental de Minas Gerais (Brasil) para la creación de empresas y el desarrollo del ecosistema emprendedor, y recibió \$ 15.000 de financiación.

Se dieron cuenta de que el dinero duraría unos seis meses, y de su experiencia previa en Chile sabían que les llevaría

al menos un año para que la empresa alcanzara su punto de equilibrio. De este modo, comenzaron su negocio de la manera más frugal, poniéndose en contacto con sus transportistas a través de WhatsApp y desarrollando aplicaciones muy básicas para Android e IOS. Al mismo tiempo seguían buscando más fondos y consiguieron 50.000 \$ de Start-up Brasil. El negocio comenzó a crecer, su aplicación mejoró y desarrollaron algoritmos para la optimización de rutas, una característica bien recibida por los transportistas (shippers), que podrían hacer más entregas en menos tiempo, así como por sus clientes (principalmente otros emprendedores), cuyos clientes recibían mejor servicio. Se expandieron a otras ciudades brasileñas como São Paulo, Río de Janeiro y Belo Horizonte y comenzaron a operar en Santiago, Chile.

El cielo no es el límite

En 2015, en busca de un crecimiento continuo, entraron en el 1776 Challenge Cup, un concurso organizado por la incubadora mundial y fondo semilla 1776, compitiendo contra miles de proyectos de todo el mundo. Aunque no ganaron, fueron uno de los cuatro finalistas y recibieron un premio de 25.000 \$. Más tarde, 1776 invirtió en ellos y ahora están planeando su expansión a otros territorios.

“Mirando hacia atrás, te equivocas, pero la persistencia es la clave”, concluye Luis. “Nuestra visión siempre ha sido a largo plazo, ya que lleva años crear una empresa de éxito. Un año es mucho tiempo, si lo piensas, pero pasa muy rápido y se aprende mucho. ¡El salto desde donde estabas hasta donde estás ahora es algo extraordinario!”

CAPÍTULO 4: Conclusiones y recomendaciones

El bloque iberoamericano incluye dos países europeos (Portugal y España), y también todos los países de habla hispana y portuguesa en Norteamérica, Centroamérica y Sudamérica. Mientras que la mayoría de las economías de la región de América Latina y el Caribe (ALC) en los últimos años se han beneficiado de un rápido crecimiento económico, la caída de los precios de las materias primas ha tenido un efecto en muchos países de la región. La disminución en el precio de las materias primas y el previsible aumento de la tasa de interés en un tiempo relativamente corto, no son la única mala noticia para la región de ALC. La actitud favorable mundial hacia la globalización ha disminuido y en algunos casos se ha invertido, siendo sustituida por un mayor énfasis en los acuerdos regionales. La región de ALC ya ha aprendido que el mercado local es insuficiente para su desarrollo, haciendo hincapié en la importancia del acceso a los mercados del resto del mundo. La heterogeneidad de ALC plantea un reto en este nuevo escenario.

Al igual que el resto del mundo, la región se enfrenta a desafíos tales como el crecimiento del desempleo persistente, el cambio climático y una dependencia creciente de la tecnología en el entorno empresarial actual. El desempleo y el subempleo es un factor crítico, especialmente entre los jóvenes, que ahora forman una gran parte de la población. De hecho, la proporción de jóvenes a adultos es cada vez mayor y sus altos niveles de desempleo bien podría presentar una crisis en un futuro próximo. Los gobiernos se enfrentan a un desafío con respecto a sus poblaciones de jóvenes en las que existen dos escenarios posibles, según las intervenciones aprobadas. Los jóvenes podrían ser una "mina de oro", si se canaliza correctamente, pero también podrían ser una bomba de relojería potencial si la situación no se aborda.

Otro factor muy importante es el acelerado proceso del desarrollo tecnológico, lo que conducirá en un tiempo relativamente corto a un cambio radical en la estructura de las actividades productivas. Automatización de procesos, robotización, fabricación aditiva, drones, big data, el Internet de las cosas, ingeniería genética y los avances en la generación de energía sostenible (fotovoltaica, eólica, biomasa) - entre otras tecnologías - dará lugar a cambios radicales en los métodos de producción. Estos países que ya han pasado por la transición del subdesarrollo al desarrollo pasaron por una etapa de industrialización que se caracteriza por una alta demanda de mano de obra con poca o ninguna formación. Esa secuencia en el camino hacia el desarrollo experimentará grandes cambios en las próximas décadas, obligando a los países de ALC a enfrentarse al desafío de la desaparición de esa fase intermedia del progreso hacia sociedades cuyos procesos de producción son de conocimiento intensivo.

Está claro que el desafío de la región de ALC es 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. Como ya se ha indicado, los resultados de la innovación en la región de ALC son particularmente bajos en relación con el resto del mundo, lo que sugiere que el trabajo será especialmente duro.

¿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 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, sólo 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 muchos tipos de emprendedores que se encuentran en diferentes etapas de desarrollo y las intervenciones deben orientarse

CAPÍTULO 4: Conclusiones y recomendaciones

en cada país hacia estas categorías específicas de emprendedor. Por ejemplo, las intervenciones para los emprendedores supervivientes o impulsados por la necesidad serán diferentes a las de los pequeños emprendedores impulsados por la oportunidad, que a su vez será diferente de las empresas consolidadas de alta tecnología y de alto crecimiento.

- En casi todos los países iberoamericanos, el marco regulador debe reformarse para facilitar a los jóvenes que empiezan nuevos negocios el registro y funcionamiento mediante la reducción de costes y la eliminando la cantidad de la regulación. Chile ha recorrido un largo camino para conseguir esto y podría ser utilizado como un modelo para otros países de la región. La reducción de la burocracia y el papeleo es fundamental con el fin de que sea más rápido y más fácil poner en marcha una empresa.
- Los países deben revisar sus sistemas educativos, que a menudo no están dirigidos a ayudar a mejorar la economía. 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.
- Una infraestructura de TI eficiente reduce el costo de los negocios, aumenta el alcance del mercado y permite la innovación. El acceso a Internet, así como la capacidad de Internet, aumenta la oportunidad para que las empresas de jóvenes se desarrollen y se expandan más allá de los mercados locales que dependen en gran medida de amigos y familiares. El costo de Internet debe reducirse, así como los problemas que existen en ciertos países que tienen un Internet lento e intermitente, en particular en las zonas alejadas de los grandes centros urbanos. Los responsables políticos deberían fomentar la extensión de las infraestructuras de las TIC, así como la formación de los jóvenes en el uso empresarial de las TIC en general como medio para las ventas, comercialización y la investigación de productos, innovación y la búsqueda de fuentes de financiación. Este informe indica que la mayoría de las empresas jóvenes utiliza la tecnología más antigua, es decir, de hace más de 5 años. Las empresas con un alto crecimiento son más propensas a usar la última tecnología en comparación con las empresas de crecimiento medio y bajo. Como la creación de empleo es de fundamental importancia para los países iberoamericanos, es crucial reconocer el vínculo entre las aspiraciones a las últimas tecnologías y el crecimiento. Por tanto, el acceso a la nueva información y a otras tecnologías necesita ponerse al alcance de las personas más jóvenes. Esto implica la introducción de mecanismos de fijación de precios adaptados a los medios de los jóvenes.
- 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 mediante 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.
- Con demasiada frecuencia, el sistema de educación formal no dota a los jóvenes de las realidades del mercado laboral actual. A fin de fomentar entidades empresariales más complejas, por ejemplo, fabricación o servicios personales, es esencial que un conjunto de destrezas diferentes se inculque en los jóvenes. Por tanto, es de suma importancia abordar la calidad y la pertinencia de los programas académicos.
- El GEM Youth Report [Informe GEM sobre la Juventud] confirmó una relación positiva entre la formación

CAPÍTULO 4: Conclusiones y recomendaciones

para poner en marcha un negocio y el comportamiento emprendedor. Los programas de formación interactivos y prácticos de emprendimiento y empresas en la educación secundaria son, pues, un factor importante en el fomento de la actitud emprendedora efectiva para los jóvenes. Sin embargo, es imperativo que los profesores de estos cursos tengan una buena formación.

- Con el fin de generar una cultura empresarial entre los jóvenes, las escuelas deben promover activamente el emprendimiento como una carrera profesional: invitar a jóvenes emprendedores de éxito a participar en el programa educativo es una manera de presentar a los jóvenes modelos positivos de emprendimiento.
- Retomar los mecanismos de financiación a fin de facilitar a los jóvenes empresarios el acceso a la financiación. Introducir esquemas a través de bancos o agencias gubernamentales que se alejen de los criterios de evaluación basados en activos a otros basada en la calidad de la idea y la calidad del emprendedor.
- Una contribución significativa para la formalización de las pequeñas empresas jóvenes sería proporcionarles espacio asequible donde llevar a cabo sus actividades comerciales, por ejemplo mediante la devolución de las tasas del alquiler.
- 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.
- Proporcionar una sólida infraestructura de apoyo a las empresas que proporcione una formación, asesoramiento y orientación adecuadas por parte de personal con experiencia que han dirigido las empresas de éxito y sean capaces de ayudar desde un punto de vista práctico y no meramente desde una perspectiva académica.
- Para desarrollar nuevas e innovadoras oportunidades de negocio, así como reforzar las habilidades ya obtenidas, hay una necesidad de incubadoras de experiencia que son fácilmente accesibles para los posibles empresarios jóvenes y pueden complementar otras formas de educación y formación. Tales incubadoras se han mostrado para fomentar la innovación y estimular el movimiento en sectores con potencial de beneficio más alto. Estos clústeres/incubadoras/centros de negocios deben incluir emprendedores, así como estructuras de apoyo comercial y profesional para que las empresas de nueva creación pueden recibir ayuda en un entorno más protegido y de apoyo. Esto es particularmente importante en las zonas rurales y semi-rurales, donde la mala infraestructura (física y comercial) es a menudo un obstáculo importante para las pequeñas empresas.
- 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.

Estas son sólo algunas de las recomendaciones, pero los análisis a fondo de los resultados GEM proporcionarán una excelente visión de las intervenciones específicas que se necesitan en cada uno de los países iberoamericanos.

CAPÍTULO 4

REFERENCIAS

- African Economic Outlook, 2013. Who are the working youth in Africa?
- 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
- IFDEP [2014], Empreendedorismo Jovem – Um olhar sobre Portugal, www.ifdep.pt/assets/empreendedorismo-jovem_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.
- Mandakovic, V, Abarca, A. & Amorós, E. [2015]. GEM Reporte Nacional de Chile 2015. Disponible en: www.gemchile.cl
- Schott, T., Kew, P, & Cheraghi, M., 2015, Future potential – a GEM perspective on youth entrepreneurship. Global Entrepreneurship Research Association, 2015. www.gemconsortium.org.
- Simpson, J. and Christensen, J. Youth Entrepreneurship & the ILO
- Naciones Unidas, 2013. Opportunities and constraints to youth entrepreneurship
- Banco Mundial, 2008. Children and the youth, Volume II, Number 6 June 2008
- 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



APÉNDICE 1:

El modelo y la metodología GEM





El mundo académico y responsables políticos están de acuerdo en que los emprendedores y las nuevas empresas que establecen desempeñan un papel crítico en el desarrollo y el bienestar de sus sociedades. Como tal, hay una mayor apreciación y reconocimiento del papel desempeñado por las nuevas y pequeñas empresas en una economía. GEM contribuye a este reconocimiento con los estudios longitudinales y análisis exhaustivos de las actitudes y actividades emprendedoras en todo el mundo. Desde su creación en 1997 por los estudiosos del Babson College y la London Business School, GEM se ha convertido en uno de los consorcios de investigación más importantes del mundo que se ocupa de mejorar nuestra comprensión de las relaciones entre el emprendimiento y el desarrollo nacional.

GEM es un estudio a nivel mundial sobre el emprendimiento que fue conceptualizado por primera vez en 1997 por dos académicos, uno de London Business School (Michael Hay) y otro de Babson College (Bill Bygrave) en Estados Unidos. A finales de 1990 no existía ninguna investigación internacional reconocida centrada en el emprendimiento y la palabra no era un nombre familiar como lo es hoy. Los primeros informes publicados aparecieron en 1999 y analizaban 10 países, ocho de la OCDE, Japón y los Estados Unidos. Desde entonces, el consorcio de países GEM ha crecido sustancialmente, en el que más de 100 economías participantes provienen de todos los niveles de desarrollo económico y en casi todas las regiones geográficas. El estudio GEM ahora representa entre el 70% y el 75% de la población mundial, aproximadamente el 90% del PIB mundial. Ahora se puede afirmar que es verdaderamente global y es el estudio más autorizado e informativo sobre el emprendimiento en el mundo de hoy. Sólo unas pocas zonas del mundo no están representadas como ciertos países de Asia Central y algunos países del Sudeste Asiático y otros de África Occidental y Central.

El marco conceptual de GEM

Desde su creación, la encuesta GEM fue concebida para explorar la interdependencia entre el emprendimiento y el desarrollo económico. Durante los últimos 17 años, este marco conceptual y las definiciones básicas han evolucionado gradualmente sin comprometer la comparabilidad de la información recogida, pero aportando una mayor claridad a las relaciones asumidas. Este proceso estuvo apoyado por el trabajo de un número de investigadores que, a partir de datos del GEM, contribuyeron a la construcción de un paradigma del espíritu empresarial (Álvarez et al., 2014, Bosma, 2013, Levie y Autio, 2008, Reynolds et al, 2015).

La definición de partida para el emprendimiento sigue siendo válida:

“Cualquier intento de creación de nuevo negocio o de nueva empresa, como el trabajo por cuenta propia, una nueva organización empresarial, o la expansión de un negocio existente, por un individuo, un grupo de personas, o una actividad empresarial consolidada” [Reynolds, P. et al, 1999, p. 3].

Las tres preguntas que originalmente abrieron el camino a la encuesta GEM [Reynolds, P. et al, 1999, p 3] se formularon de la manera siguiente:

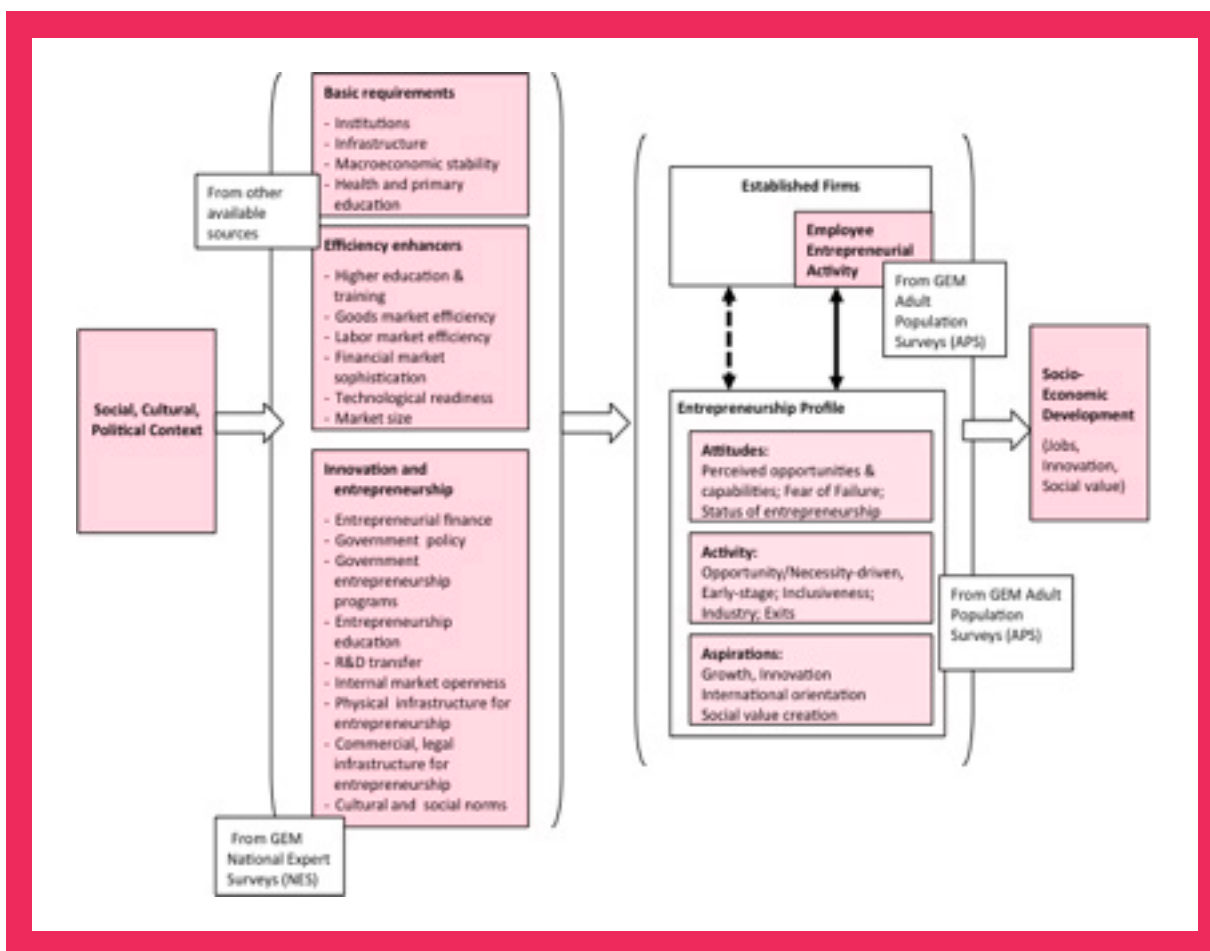
- ¿Varía el nivel de la actividad emprendedora entre países, y en caso afirmativo, en qué medida?
- ¿Afecta el nivel de actividad emprendedora a la tasa de crecimiento económico y la prosperidad de un país?
- ¿Qué hace que un país sea emprendedor y qué factores influyen en la actividad emprendedora?

Con el fin de responder a estas preguntas, GEM tuvo que apartarse del enfoque convencional de pensar en el crecimiento económico nacional. Esto llevó al desarrollo de un nuevo marco conceptual, que ha pasado por una serie de ajustes desde su creación en 1999. El marco conceptual GEM, tal y como se identificó en 1999, en contraste con el modelo convencional de crecimiento económico nacional, mostró el supuesto básico de que el crecimiento económico nacional es el resultado de las capacidades personales de los individuos, independientemente de su localización (sin tener en cuenta el tamaño de las empresas o si son trabajadores por cuenta propia), para identificar y aprovechar las oportunidades, y que este proceso se lleva a cabo en interacción con el entorno (social, cultural y político) en el que se encuentran estas personas.



APÉNDICE 1: El modelo y la metodología GEM

Este marco de partida incorporó posteriormente los hallazgos y las reflexiones derivadas de numerosas encuestas GEM y años de investigación GEM, desarrollándose en el Marco Conceptual GEM como se presenta en la siguiente figura.

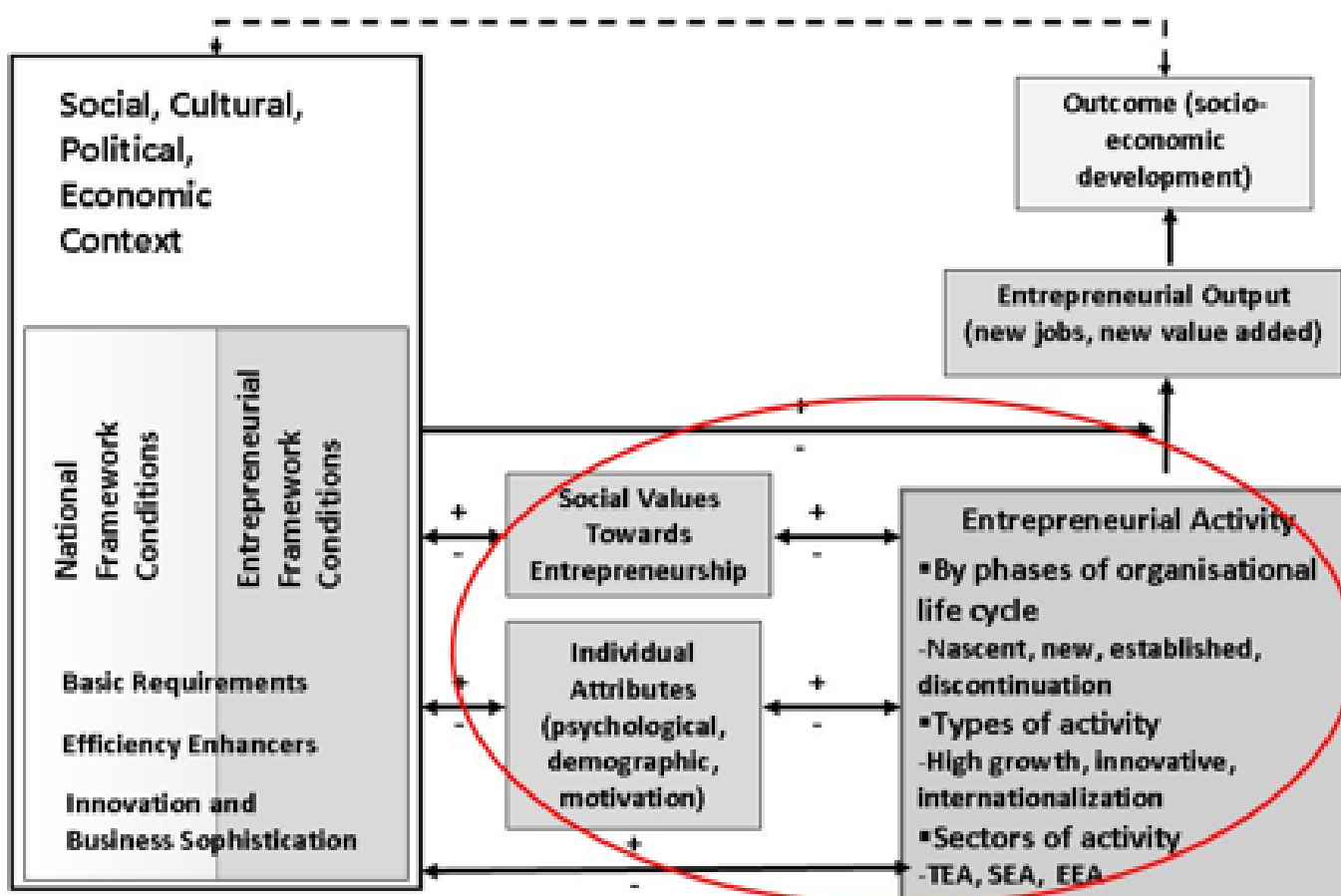


El Marco Conceptual GEM utilizado en las encuestas GEM hasta 2014

La revisión más reciente del marco conceptual GEM implicó la apertura de la “caja negra” titulada “Perfil de Emprendimiento” (tal como se presenta a continuación). Desde el comienzo de la realización de encuestas GEM el supuesto implícito de las relaciones entre actitudes, aspiraciones y actividades se construyó en el marco conceptual, pero sin explicar la naturaleza de estas relaciones. En el marco conceptual GEM revisado esta “caja negra” se ha abierto para permitir la comprobación de las características de las relaciones supuestas entre los valores sociales, los atributos personales y diversas formas de la actividad emprendedora. Este trabajo fue llevado a cabo por los miembros del Comité Asesor de Investigación e Innovación GEM

APÉNDICE 1: El modelo y la metodología GEM

The GEM framework



El Marco Conceptual GEM

Los componentes del Marco Conceptual GEM revisado son:

Contexto social, cultural, político y económico

Al igual que en el modelo GEM anterior, esto se define según los doce pilares de competitividad derivados de Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial, y los nueve componentes de las Condiciones Marco de la Actividad Emprendedora de GEM. Estas afectarán a los países de manera diferente, dependiendo de la fase de desarrollo económico en el que los países se encuentren, es decir, a pesar de que todos los pilares sean importantes para cada economía, los pilares de la competitividad, que son de mayor importancia para una economía impulsada por factores, serán diferentes de los que sean más importantes en una economía impulsada por la eficiencia.

APÉNDICE 1: El modelo y la metodología GEM

Fases del desarrollo económico, social, cultural, político y contexto económico

	De otras fuentes disponibles	De encuestas a expertos nacionales GEM (NES)
Fases del desarrollo económico	Condiciones marco nacionales, basadas en los pilares del Foro Económico Mundial para perfilar las bases del desarrollo económico	Condiciones Marco de la Actividad Emprendedora
Requisitos básicos – clave para las economías impulsadas por los recursos	<ul style="list-style-type: none"> o Instituciones o Infraestructura o Estabilidad macroeconómica o Educación sanitaria y primaria 	
Potenciadores de eficiencia – clave para las economías impulsadas por la eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> o Formación y educación superior o Eficiencia del mercado de mercancías o Eficiencia del mercado laboral o Sofisticación del mercado financiero o Preparación tecnológica o Tamaño de mercado 	
Factores de innovación y sofisticación – clave para las economías impulsadas por la innovación	<ul style="list-style-type: none"> o Sofisticación empresarial o Innovación 	<ul style="list-style-type: none"> o Financiación al emprendimiento o Política gubernamental o Programas gubernamentales para el emprendimiento o Transferencia de I+D o Apertura del mercado interno o Infraestructura física para el emprendimiento o Infraestructura comercial y jurídica para el emprendimiento o Normas sociales y culturales

Es importante observar que todos los componentes del entorno en el que las mujeres y los hombres actúan de forma emprendedora [o no pueden actuar de forma proactiva e innovadora] son mutuamente dependientes. Esta dependencia requiere un enfoque holístico no sólo en la investigación sino también en el diseño de políticas adecuadas para la construcción de un entorno propicio en el que el comportamiento emprendedor pueda prosperar.

Valores sociales hacia el emprendimiento

Esto incluye aspectos como el grado en que la sociedad valora el emprendimiento como una buena elección de carrera profesional; si los emprendedores tienen un alto estatus social, y el grado en que la atención mediática al emprendimiento está contribuyendo al desarrollo de una cultura emprendedora positiva.

Atributos individuales

Esto incluye diferentes factores demográficos [como el género, edad, ubicación geográfica]; factores psicológicos [incluyendo las capacidades percibidas, las oportunidades percibidas, miedo al fracaso]; y los aspectos motivacionales [empresas basadas en la necesidad frente a la oportunidad, o empresas impulsadas por la mejora].

Actividad emprendedora

Esto se define en función de las fases del ciclo de vida de un proyecto emprendedor [naciente, nuevo negocio, actividad empresarial consolidada, interrupción]; según el tipo de actividad [alto crecimiento, innovación, internacionalización]; y sector de actividad [Tasa de Actividad Emprendedora, Total Early-stage Entrepreneurship Activity, TEA, Actividad Emprendedora Social, Social Entrepreneurship Activity,

APÉNDICE 1: El modelo y la metodología GEM

SEA, Actividad Emprendedora de los Empleados, Entrepreneurial Employee Activity , EEA). En todos los marcos conceptuales, el supuesto básico ha permanecido igual, es decir, que la actividad emprendedora es una salida de la interacción de la percepción de un individuo de la oportunidad y la capacidad (motivación y habilidades) para actuar sobre esta oportunidad, Y las condiciones distintas del entorno en el que se encuentra la persona. La encuesta GEM sobre emprendimiento (basándose en individuos) complementa otros importantes estudios de creación de empresas, proporcionando información única sobre los individuos (atributos, valores, actividades) y su interacción con el entorno en la práctica de su comportamiento emprendedor (proactividad, capacidad de innovación y decisiones responsables).

Por tanto, está claro, que GEM sigue centrándose en contribuir al desarrollo económico global a través de los estudios/investigación sobre emprendimiento, lo que ayuda a mejorar la educación basada en la investigación y la formulación basada en la investigación de las políticas públicas en el ámbito del emprendimiento. Para lograr esto, GEM tiene tres objetivos clave:

- Determinar el grado en que la actividad emprendedora influye en el crecimiento económico dentro de las economías individuales;
- Identificar los factores que fomenten y/o dificulten la actividad emprendedora (especialmente las relaciones entre las condiciones nacionales de emprendimiento, valores sociales, atributos personales y la actividad emprendedora); y
- Orientar la formulación de políticas eficaces y específicas destinadas a mejorar la capacidad emprendedora dentro de cada país.

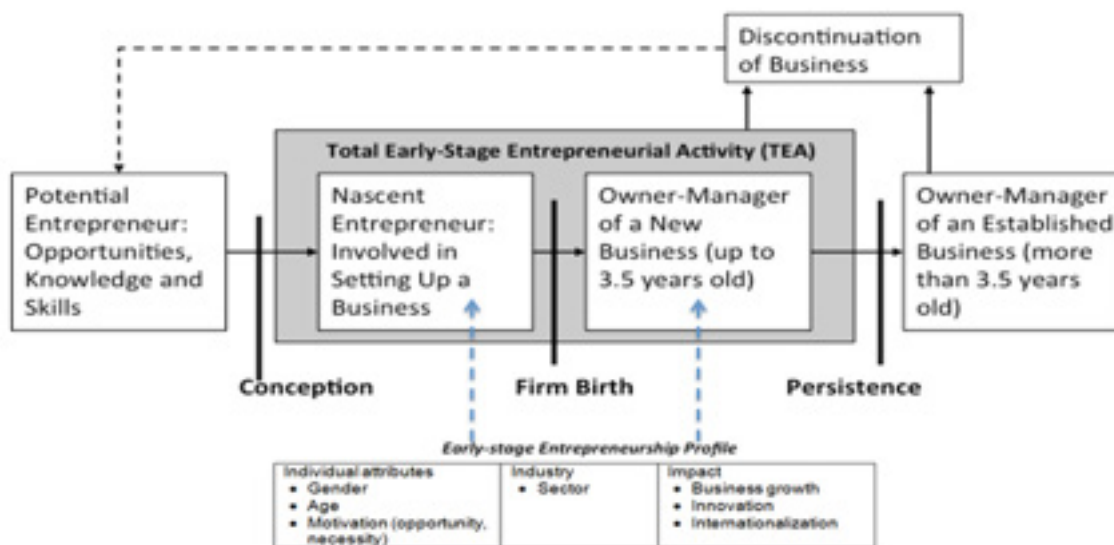
Con los años, el estudio GEM ha confirmado que el nivel de actividad emprendedora varía entre países a un ritmo bastante constante. Un punto crucial confirmado por la investigación GEM es que se necesita tiempo y la coherencia en las intervenciones de política con el fin de mejorar y desarrollar los factores que contribuyan a la actividad emprendedora. Los estudios también confirmaron que la actividad emprendedora, de diferentes formas (naciente, puesta en marcha, emprendimiento por parte de los empleados), se correlaciona positivamente con el crecimiento económico, pero que esta relación es diferente según las fases de desarrollo económico (Acs y Amorós, 2008; Van Stel et al ., 2005; Wennekers et al, 2010).

El papel de GEM como uno de los consorcios de investigación más importantes del mundo preocupado por mejorar la comprensión de las relaciones entre el emprendimiento y el desarrollo nacional queda confirmado por las intervenciones políticas recientes en todo el mundo. Éstas se centran en los componentes del marco conceptual GEM: entorno (condiciones marco de la actividad emprendedora), la capacidad individual para identificar y explotar las oportunidades, y la capacidad de la sociedad para desarrollar una cultura emprendedora. Un informe reciente sobre la ambición emprendedora y la innovación (WEF-GEM, 2015) pone de relieve los casos de Colombia y Chile, economías que han puesto en marcha varias iniciativas públicas y privadas para mejorar sus ecosistemas de emprendimiento (Desleir y Amorós, 2015).

¿Cómo mide GEM la capacidad emprendedora?

GEM mide la participación individual a través de múltiples fases del proceso de emprendimiento, y proporciona información sobre el nivel de participación en cada etapa. Esto es importante porque las sociedades pueden tener diferentes niveles de participación en diferentes momentos de este proceso. Sin embargo, una sociedad emprendedora sana necesita gente activa en todas las fases. Por ejemplo, para poder poner en marcha empresas en una sociedad, debe haber emprendedores potenciales. Más adelante en el proceso, las personas que han iniciado las empresas deben tener la capacidad y el apoyo que les permita mantener sus negocios en la madurez.

APÉNDICE 1: El modelo y la metodología GEM



El proceso del emprendimiento y definiciones operativas GEM

Fuente: GEM Global Report 2014

A continuación se detallan las medidas multifase GEM para el emprendimiento:

Emprendedores potenciales: los que ven oportunidades en su entorno, tienen la capacidad de crear empresas y no les detiene el miedo al fracaso.

Emprendedores intencionales: aquellos que tienen la intención de iniciar un negocio en el futuro (en los próximos tres años).

Emprendedores nacientes: los que han dado los pasos para iniciar un nuevo negocio, pero que aún no han pagado los salarios o sueldos durante más de tres meses.

Nuevos emprendedores: los que estén dirigiendo las nuevas empresas que han estado en funcionamiento entre 3 meses y 42 meses.

Propietarios de negocios consolidados: aquellos que están dirigiendo un negocio maduro, en funcionamiento desde hace más de 42 meses.

Emprendedores que han abandonado: los que, por cualquier razón, han abandonado de la gestión de una empresa en el último año.

El enfoque a nivel individual de GEM permite una visión más amplia de la actividad emprendedora que las medidas a nivel de negocios de empresas registradas formalmente. En otras palabras, GEM captura la actividad informal y la formal. Esto es importante porque en muchas sociedades, la mayoría de los emprendedores funcionan en el ámbito informal. Además, el énfasis de GEM en las personas da una idea sobre quiénes son estos empresarios: por ejemplo, sus características demográficas, sus motivaciones para las empresas que empiezan, y las ambiciones que tienen para sus negocios. GEM también evalúa las actitudes sociales más amplias sobre el emprendimiento, que pueden indicar el grado en que las personas estén involucradas y estén dispuestas a participar en la actividad emprendedora y el nivel de apoyo social a sus esfuerzos. La base de datos GEM permite la exploración de las características individuales o de negocios, así como las causas y consecuencias de la creación de nuevas empresas. Con el fin de proporcionar comparaciones fiables entre los distintos países, los datos GEM se obtienen utilizando un diseño de investigación que está armonizado sobre todos los países participantes. Los datos se recogen en una base anual a partir de dos fuentes principales:

APÉNDICE 1: El modelo y la metodología GEM

1. Encuesta de Población Adulta (APS)

Los indicadores clave de emprendimiento se miden en la Encuesta de Población Adulta (APS). Los equipos académicos en cada economía participante administran y supervisan esta encuesta, que se realiza utilizando una muestra aleatoria representativa de al menos 2.000 adultos entre edades de 18 y 64 años. Las encuestas se realizan de manera simultánea cada año (de mayo a julio), utilizando un cuestionario estandarizado proporcionado por el equipo de datos de GEM Global. El cuestionario se traduce a los idiomas locales, y vuelve a traducirse para una comprobación de validez.

Los países individuales sólo tienen acceso a los datos una vez los datos primarios han sido analizados por expertos para garantizar la calidad, el control y los cálculos estadísticos uniformes. Como el diseño de la investigación GEM armoniza los datos, con el tiempo es posible llevar a cabo comparaciones entre países nacionales e intrapaíses fiables.

2. Encuesta Nacional de Expertos (NES)

La Encuesta Nacional de Expertos (NES) proporciona información sobre el entorno local al que se enfrentan los emprendedores que comienzan. Se recoge información acerca de las nueve Condiciones Marco de la Actividad Emprendedora: financiación para los emprendedores, políticas gubernamentales, programas gubernamentales, educación y la formación emprendedora, transferencia de investigación y desarrollo, infraestructura comercial y profesional, apertura del mercado interno, infraestructura física y de servicios y las normas sociales y culturales.

El conjunto de datos global GEM es de código abierto después de 3 años y puede ser obtenido en www.gemconsortium.org.

Además de las encuestas anuales sobre la base de la recopilación de datos a través de instrumentos de la Encuesta de Población Adulta (APS) y la Encuesta Nacional de Expertos (NES), GEM lleva a cabo estudios en profundidad sobre temas especiales, añadiendo preguntas específicas a cuestionario estándar de la APS. Esta rica veta de datos GEM se ha analizado y presentado en una serie de publicaciones separadas [www.gemconsortium.org]:

- Sobre financiación, en 2004, 2006 y 2016
- Sobre mujeres y el emprendimiento, en 2005, 2006, 2007, 2009, 2010, 2012, 2015
- Sobre el emprendimiento de altas expectativas, sobre el emprendimiento de alto crecimiento, sobre el emprendimiento de alto impacto, en 2005, 2007, 2011
- Sobre el índice de confianza en innovación, proyecto financiado por la Unión Europea, en 2007, 2008, 2009
- Sobre el emprendimiento social, en 2009 y 2016
- Sobre la educación y la formación, en 2010
- Sobre la juventud, en 2013, 2015
- Sobre la actividad emprendedora de los empleados, en 2013
- Sobre el África subsahariana, en 2013, 2014 (sobre la juventud)
- Sobre el emprendimiento, la competitividad y el desarrollo, 2015
- Sobre el Sudeste asiático, 2015



Una perspectiva iberoamericana sobre el
**EMPRENDIMIENTO
JUVENIL 2016**

