

JÓVENES Y EMPRENDIMIENTO

EL OBSERVATORIO

VOL. 8



LR 80/2017

Índice

1. Introducción	4
------------------------------	----------

2. Los datos sobre jóvenes y emprendimiento	5
- Autoempleo joven en la Unión Europea	5
- El emprendimiento entre los jóvenes españoles según la EPA.....	6
- Emprendimiento y autoempleo entre los jóvenes logroñeses	10

3. El emprendimiento en España según el	
Global Entrepreneurship Monitor (GEM).....	13

4. El fenómeno del emprendimiento desde la perspectiva sociológica	16
---	-----------

5. Una aproximación al emprendimiento joven en Logroño	21
- Objetivos de la investigación	21
- Metodología	21
- Recogida y análisis de datos	22
- Resultados	23

6. Conclusiones	34
------------------------------	-----------

1. Introducción

Durante los primeros años de la pasada década, cuando se atravesaban los momentos más duros de la crisis económica, el emprendimiento ocupó un lugar central dentro de la agenda tanto a nivel político como de los medios de comunicación, ya que se consideró que del nivel de desarrollo del mismo dependía, a corto plazo, la recuperación económica de España. En ese sentido, muchas fueron las iniciativas que se tomaron de cara a su impulso¹ y numerosos los estudios y análisis que se dedicaron a indagar distintos aspectos de este fenómeno². Con la llegada de la recuperación económica a partir del año 2014, el emprendimiento fue perdiendo progresivamente relevancia en los discursos políticos y mediáticos y en la actualidad vuelve a ocupar el lugar secundario que tenía en los años previos a la crisis económica de 2008.

Más allá de estos vaivenes, hay que reconocer que el emprendimiento es una vía legítima que pueden utilizar las personas para poner en marcha sus proyectos personales o para, simplemente, ganarse la vida. Junto a ello, los datos indican que, si bien no es ni de lejos una fórmula mayoritaria entre los jóvenes, sí que un porcentaje significativo de ellos recurre al emprendimiento como vía para insertarse en el mercado de trabajo. Es desde estos dos supuestos desde los que cabe entender el presente monográfico y la finalidad que persigue el mismo: conocer más el fenómeno del emprendimiento entre los jóvenes, especialmente, del de aquellos que deciden hacerlo en la ciudad de Logroño.

El presente monográfico se divide en tres grandes bloques. En el primero de ellos se presentan cifras

oficiales sobre emprendimiento entre los jóvenes en Europa, España y Logroño. En los datos referidos a España se realiza, además, un análisis longitudinal para estudiar la evolución que tuvo el fenómeno del emprendimiento entre los años 2004 y 2019. Por otro lado, se muestra la variación de la Tasa de Actividad Emprendedora entre los jóvenes según los datos recabados para España por el Global Entrepreneurship Monitor, una institución especializada en recabar información, a nivel internacional, sobre iniciativa emprendedora. En el segundo bloque se relatan los principales argumentos de tres artículos sociológicos en los que se analiza el emprendimiento entre los jóvenes y que nos sirven para contextualizar los datos que hemos presentado en el apartado anterior. En el tercer bloque se exponen los resultados de una investigación exploratoria, realizada a través de entrevistas en profundidad, con jóvenes que han emprendido en la ciudad de Logroño y con las que se buscaba conocer los factores que influyen en el desarrollo de un proyecto de emprendimiento en esta ciudad. El monográfico se cierra con unas conclusiones realizadas a partir de la información más relevante obtenida en cada una de las tres partes que acabamos de reseñar.

1. Por su rango de ley no podemos de dejar de mencionar como ejemplo de iniciativa en este campo la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

2. Dentro del ámbito de estudios de juventud cabe señalar, por ejemplo, el número 99 de la Revista de Juventud publicado en diciembre de 2012 y que llevó por título Juventud y Emprendimiento.

2. Los datos sobre jóvenes y emprendimiento

Autoempleo joven en la Unión Europea

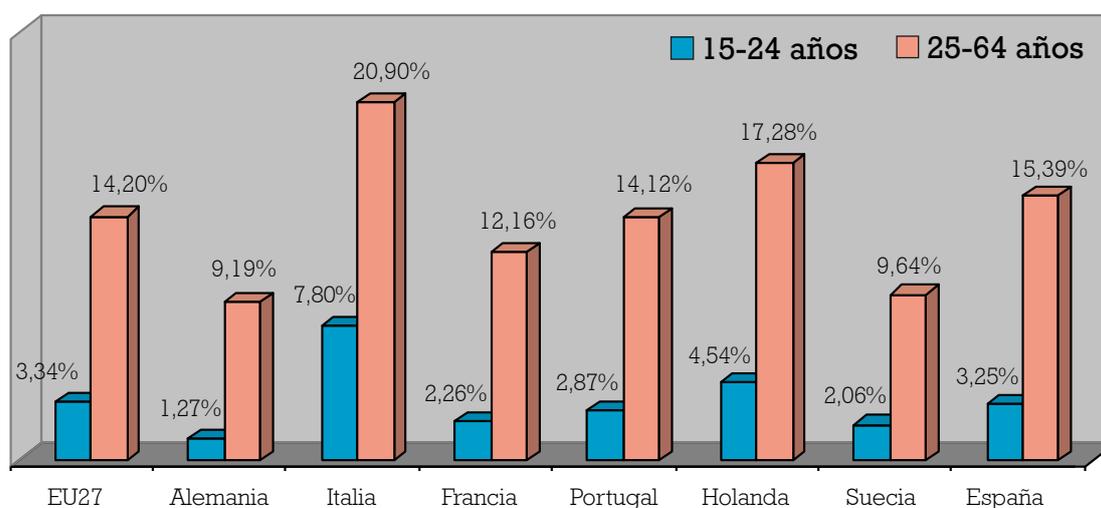
De cara a tener una visión global del emprendimiento en España, comenzaremos analizando la situación del autoempleo en la Unión Europea a partir de los informes que ofrece Eurostat³.

Los datos recogidos en el siguiente gráfico muestran cómo en la Unión Europea el nivel de autoempleo entre la población joven es significativamente más bajo que entre la población adulta. Y esto, se puede ver, que no es solo una cuestión a nivel global sino que está extendida entre países miembros de distinto ámbito. En segundo lugar, de los datos que aparecen en la gráfica parece intuirse que existe una relación entre el autoempleo joven y adulto. Cuanto más alto es entre los jóvenes, más alto también lo es entre los adultos.

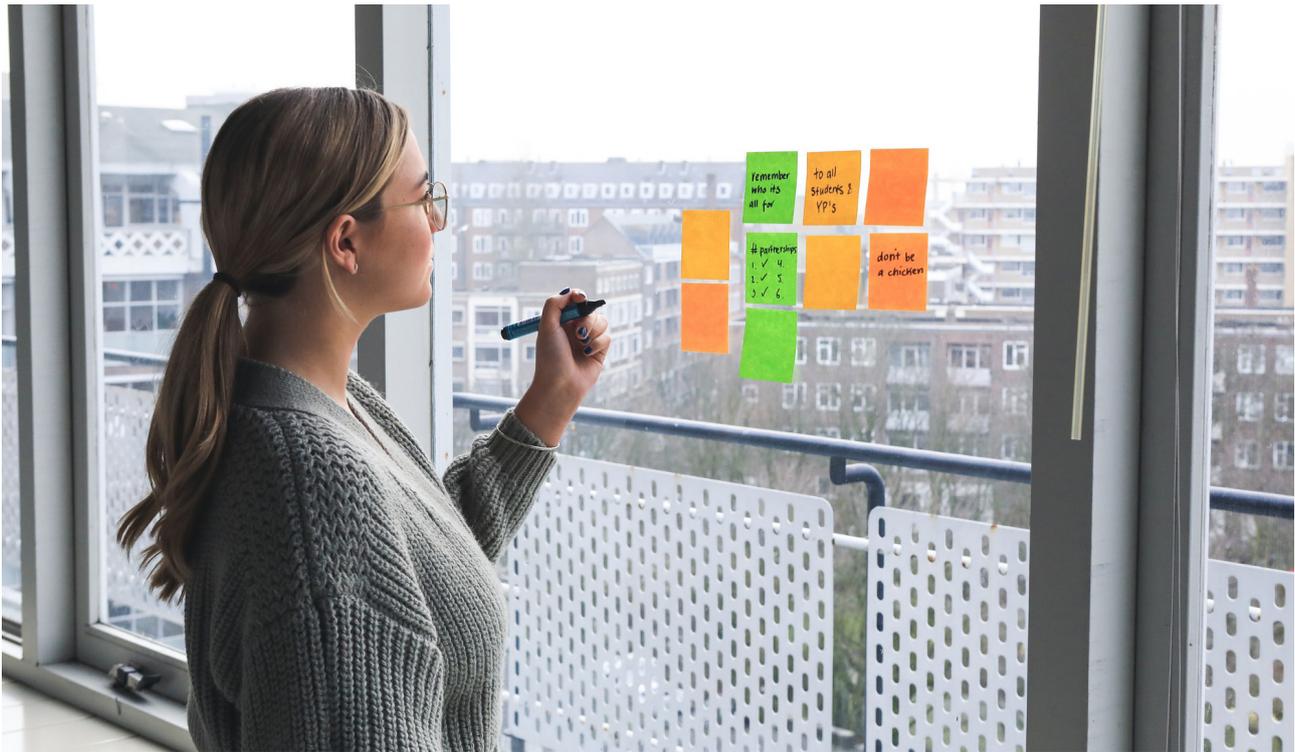
«En la Unión Europea el nivel de autoempleo entre la población joven es significativamente más bajo que entre la población adulta»

Centrándonos en los países representados en la gráfica cabe decir que se constatan diferencias relevantes entre los mismos en el nivel de autoempleo joven. Así, los datos oscilan entre el 7,80% de autoempleo joven en Italia y el 1,27% de Alemania. En el caso de España el nivel de autoempleo joven se sitúa cerca de la media de la Unión Europea y por encima nuestros vecinos Francia y Portugal.

% de autoempleo por países y edad (tercer trimestre 2019)



3. En concreto, los datos que se presentarán en este apartado, están extraídos de la European Union Labour Force Survey (EU LFS) correspondientes al tercer trimestre de 2019, último disponible en el momento de redactar el presente informe.



El emprendimiento entre los jóvenes españoles según los datos de la EPA

Para analizar los datos de emprendimiento entre la población joven española hemos acudido a los datos Encuesta Población Activa (EPA). Siguiendo el criterio utilizado por el Instituto de la Juventud de España (INJUVE) en sus últimos Informes de Juventud hemos considerado como emprendedores a aquellas personas que la EPA cataloga como: trabajador por cuenta propia, empleador, empresario sin asalariados o trabajador independiente, miembro de una cooperativa y ayuda en la empresa o negocio familiar⁴. Aunque comenzaremos haciendo referencia a los datos referidos al último trimestre de 2019, para

tener un visión más amplia del fenómeno del autoempleo entre la población joven presentaremos seguidamente su evolución a lo largo de una serie de años situados entre 2004 y 2019⁵.

Según los datos de la Encuesta de Población Activa correspondientes al último trimestre de 2019, el porcentaje de jóvenes emprendedores era del 13,1%. En congruencia con los datos presentados en el apartado anterior la proporción de emprendedores entre el conjunto de la población era, en ese mismo trimestre, muy superior. De hecho casi uno de cada

4. Entendemos que la inclusión de todas estas categorías laborales dentro del paraguas del emprendimiento amplía la figura del emprendedor mucho más allá de lo que intuitivamente se vincula en términos generales con la misma. Estando de acuerdo con esta apreciación, consideramos válido el criterio utilizado por el INJUVE debido a que la definición jurídica de emprendedor que establece la Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización es tremendamente vaga y abstracta. Así, esta ley establece en su artículo 3 que *se consideran emprendedores aquellas personas, independientemente de su condición de persona física o jurídica, que desarrollen una actividad económica empresarial o profesional, en los términos establecidos en esta Ley*.

5. En toda esa serie de años los datos presentados corresponderán al cuarto trimestre de los mismos. Junto a esto, queremos señalar que la elección del intervalo de 2004 a 2019 se debe a que pretendemos ver si la crisis económica que afectó a la economía española entre 2008 y 2014 alteró el nivel de emprendimiento joven, dado el estímulo que este recibió por parte de las autoridades españolas durante esos años.

tres trabajadores ocupados en España podía ser catalogado como emprendedor.

La desagregación de los datos por sexo nos muestra diferencias relevantes tanto entre los jóvenes como en el conjunto de la población. En ambos casos, tal y como se observa en la siguiente tabla, el porcentaje de mujeres emprendedoras es bastante inferior al de los hombres.

Tasa de emprendimiento (4º trimestre 2019)			
	Hombres	Mujeres	Total
% de jóvenes emprendedores (16-29 años)	16,6%	9,2%	13,1%
% de ocupados emprendedores	37,8%	23,4%	31,2%

El análisis de los datos de emprendimiento por grupos de edad nos muestra unas diferencias relevantes entre los mismos. Así, mientras entre los jóvenes de 16 a 19 años el porcentaje de emprendedores alcanza el 16,4%, entre los de 20 a 24 años se sitúa en el 10,5%. En medio de ambos grupos se encuentran los jóvenes de 25 a 29 años con una tasa de emprendimiento del 14,2%. Este grupo de jóvenes sería el que más cercano estaría a la media global del conjunto de jóvenes. Consideramos que la mayor tasa de emprendimiento entre los más jóvenes se explica por las mayores dificultades que tienen para acceder al mercado de trabajo. Empezar sería, por tanto, una vía para esquivarlas.

Tasa de emprendimiento por grupos de edad (4º trimestre 2019)	
16-19 años	16,4%
20-24 años	10,5%
25-29 años	14,2%
Total	13,1%

Por lo que se refiere a la situación profesional de los jóvenes emprendedores, cabe decir que la gran mayoría de ellos están registrados por la EPA como trabajadores por cuenta propia o como empresarios sin asalariados o trabajadores independientes. Una parte reducida de los jóvenes emprendedores están catalogados como trabajadores que ayudan en la empresa/negocio familiar y empleadores y una minoría son miembros de una cooperativa.

Si comparamos los datos de los jóvenes con los del conjunto de la población, podemos observar que las únicas diferencias se dan en las categorías de empleador y ayuda en la empresa o negocio familiar. Entre el conjunto de la población es claramente superior la proporción de emprendedores que están clasificados como empleadores y muy inferior la de aquellos que se consideran trabajadores que ayudan en la empresa o negocio familiar.

Tipo de emprendimiento entre los jóvenes (16-29 años) (4º trimestre 2019)	
Trabajador por cuenta propia	50,0%
Empleador	7,2%
Empresario sin asalariados o trabajador independiente	33,9%
Miembro de una cooperativa	0,2%
Ayuda en la empresa o negocio familiar	8,7%

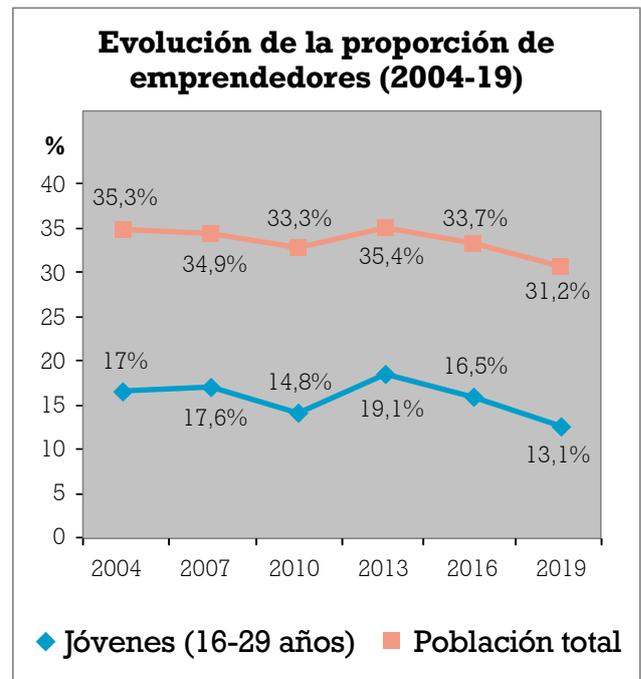
Tipo de emprendimiento entre el total de la población (4º trimestre 2019)	
Trabajador por cuenta propia	50,0%
Empleador	15,4%
Empresario sin asalariados o trabajador independiente	32,9%
Miembro de una cooperativa	0,3%
Ayuda en la empresa o negocio familiar	1,3%



«la crisis económica trajo en un primer momento una ligera reducción del porcentaje de emprendedores y con posterioridad un importante aumento del mismo»

Tal y como se puede observar en la siguiente gráfica⁶, la evolución trienal de la proporción de emprendedores entre 2004 y 2019, observamos que en estos 15 años no ha habido grandes oscilaciones, ya que el porcentaje ha fluctuado entre el 19,1% alcanzado en 2013 y el 13,1% de 2019. En cuanto a los cambios acaecidos durante este periodo se detecta cómo la llegada de la crisis económica trajo en un primer momento una ligera reducción del porcentaje de emprendedores y con posterioridad un importante aumento del mismo. En nuestra opinión, este ascenso se explica por la combinación que se produjo entre, por un lado, el impulso que se dio al emprendimiento desde el ámbito público y, por otro, las dificultades evidentes que presentaba el mercado de trabajo para conseguir un empleo por cuenta ajena. Los datos correspondientes a 2016 y 2019 reflejan un progresivo descenso de la tasa de emprendedores. Pareciera que la mejora que ha experimentado el mercado de trabajo durante estos años hubiera favorecido más al

trabajo por cuenta ajena y esto sea lo ha hecho descender la proporción de emprendedores.



6. Los datos que aparecen reflejados en la gráfica corresponden al porcentaje de emprendedores en el último trimestre del año correspondiente según los datos de la EPA.

Si comparamos los datos de la tasa de emprendimiento joven con los del conjunto de la población durante este periodo podemos observar que la diferencia existente entre ambos no es fenómeno actual sino que es una característica asentada dentro de nuestro mercado de trabajo. De hecho, la brecha que existía a finales de 2019 (18,1%) era prácticamente igual a la que había en 2004 (18,3%). Junto a ello, se observa que la evolución de la tasa de emprendimiento en ambos colectivos es igual: descenso en los primeros años de la crisis económica, posterior aumento con el avance de la misma y progresiva caída con la llegada de la recuperación económica. Debido a esto, cabe concluir que la evolución del emprendimiento joven no ha respondido en estos años a características propias sino que ha seguido las pautas del conjunto de la población.

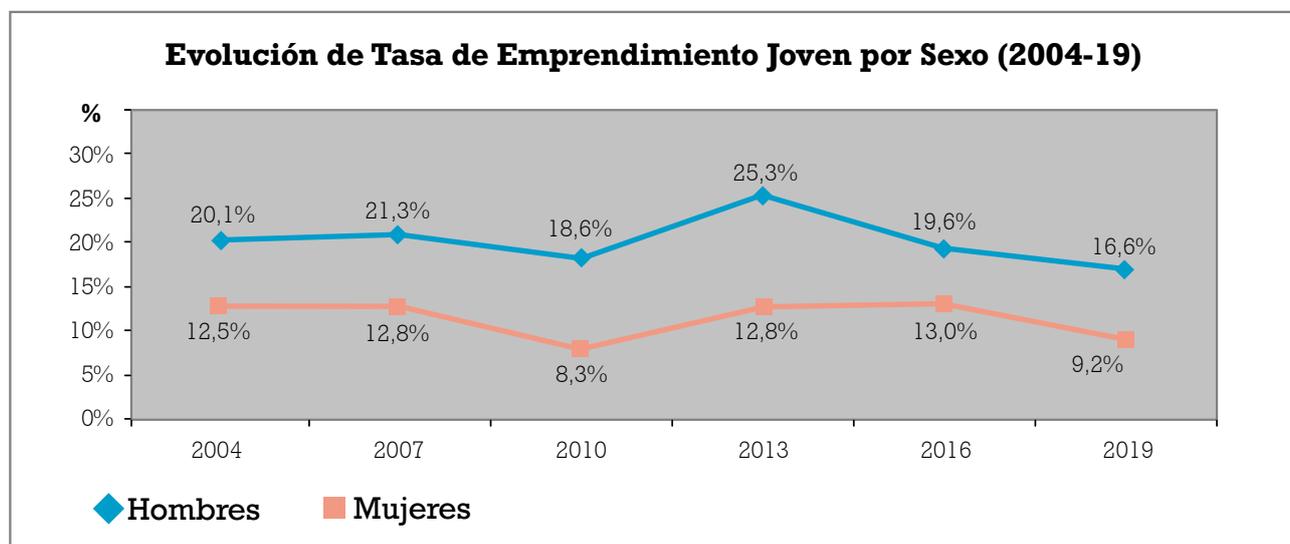
«la evolución del emprendimiento joven no ha respondido en estos años a características propias sino que ha seguido las pautas del conjunto de la población»

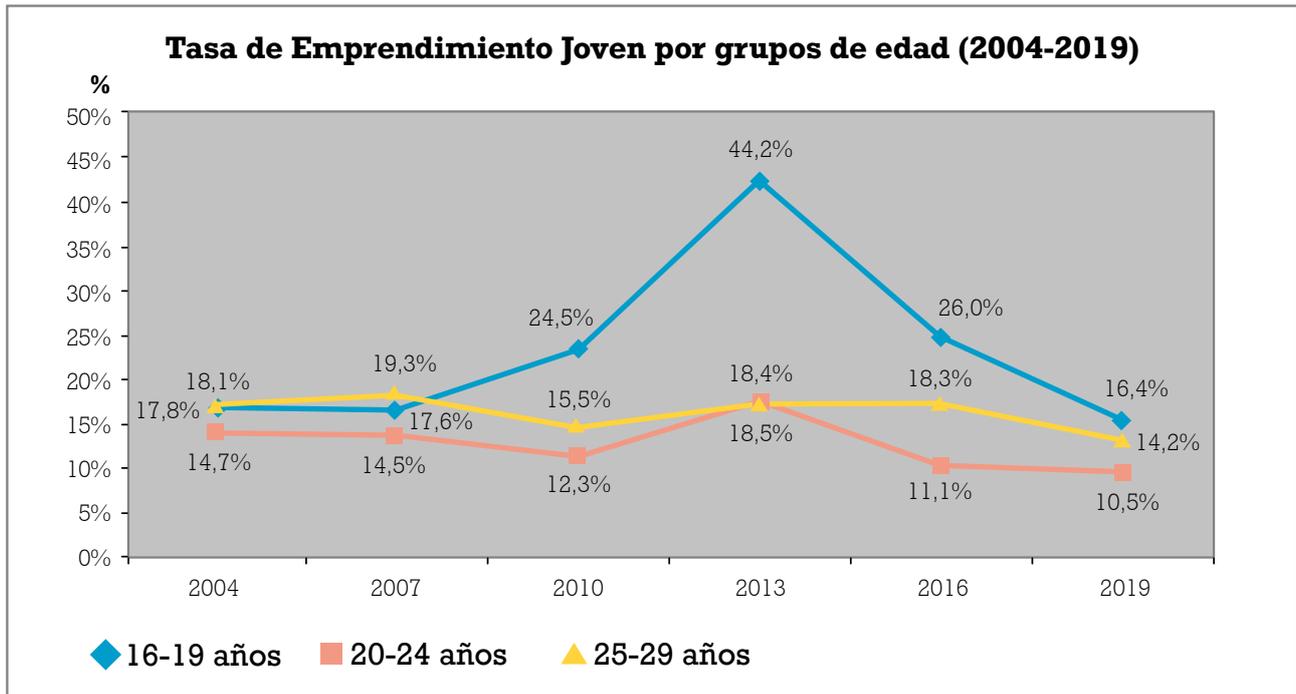
El análisis de la evolución del emprendimiento joven por sexo en estos últimos años muestra que la brecha de género no solo no es nueva sino que, a diferencia de otros indicadores del mercado de trabajo, se mantiene más o menos estable. En este sentido se puede observar que la diferencia porcentual que había en 2004 entre jóvenes

«la evolución del emprendimiento joven por sexo muestra que la brecha de género no solo no es nueva sino que se mantiene más o menos estable»

emprendedores y emprendedoras (7,6%) es muy similar a la que había al final de 2019 (7,4%). Además, puede verse que en los años de la crisis, lejos de reducirse, aún se incrementó más esa brecha. En este sentido en 2013 la brecha de género en el emprendimiento joven alcanzó el 12,5%.

Por lo que se refiere a la evolución de la Tasa de Empeñamiento por grupos de edad, en la gráfica de la página siguiente puede observarse cómo esta no ha sido igual en todos los casos. En este sentido, se puede distinguir entre la evolución mostrada por el grupo de edad de 16 a 19 años y los otros dos. Comenzando por los más jóvenes, se puede ver cómo en los 15 años transcurridos la oscilación de la tasa de emprendimiento ha sido muy grande. Así, mientras en 2019 el porcentaje de emprendedores era del 16,4%, en 2013 era del 44,2%. Junto a ello, cabe resaltar que la evolución de la tasa de emprendimiento de este grupo de edad no siguió la misma pauta que tuvo el conjunto de los jóvenes españoles, ya que en este caso la llegada de la crisis económica no implicó un descenso de la proporción de emprendedores sino un crecimiento de la misma.





Entendemos que las características peculiares del emprendimiento en este grupo de edad se explicarían en base a su situación de mayor debilidad en el mercado de trabajo. En este sentido, el crecimiento de la tasa de emprendimiento durante la crisis económica que afectó a España entre 2008 y 2014 se debería a la búsqueda de una salida laboral por parte de un colectivo con especiales dificultades para poder encontrar un empleo.

A diferencia de los más jóvenes, la tasa de emprendimiento entre los de 20 a 24 años y entre los de 25 a 29 no sufrió grandes variaciones entre 2004 y 2019 y su evolución se ajustó bastante a la que tuvo el conjunto de los jóvenes en estos años. Eso sí, cabe resaltar que la oscilación porcentual en el grupo de 20 a 24 años (7,9%) fue superior a la que se produjo en el grupo de 25 a 29 años (4,3%).

Emprendimiento y autoempleo entre los jóvenes logroñeses

En el marco de la realización del Plan Logroñojoven en

otoño de 2018 se elaboró un estudio de la situación de los jóvenes de 18 a 35 años residentes en la ciudad de Logroño a partir de los datos obtenidos en una encuesta realizada a una muestra representativa de los mismos⁷. El objetivo último de este estudio fue obtener un diagnóstico actualizado de la situación de la juventud logroñesa que ayudara a la elaboración del citado Plan. Entre los aspectos que se abordaron en la encuesta estuvieron la situación profesional de aquellos jóvenes que se encontraban trabajando y las aspiraciones laborales futuras de todos ellos. Dado que ambos temas abordaron el tema del autoempleo/emprendimiento y dado que son los datos más concretos y recientes con los que se cuenta sobre la juventud logroñesa, presentamos a continuación los datos obtenidos en dicha encuesta con el objetivo de reflejar cuál es la situación de la juventud logroñesa en los ámbitos del autoempleo/emprendimiento.

Comenzando con la situación laboral, del total de jóvenes encuestados que se encontraban trabajando, un 3,6% eran profesionales o autónomos sin asalariados, un 2,4% eran empresarios o profesionales con asalariados a su cargo y un 0,6% ayudaba en

7. El número total de encuestas realizadas para este estudio fue 466

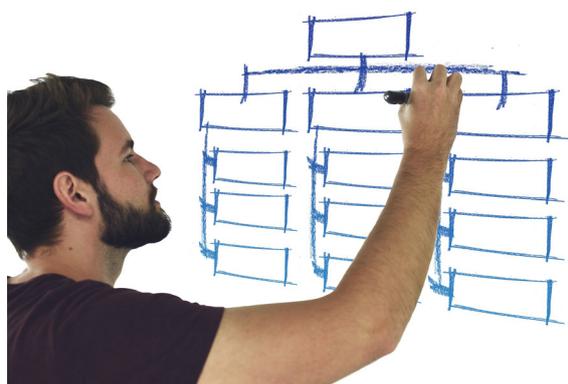


«la tasa de emprendimiento entre los jóvenes logroñeses encuestados de 18 a 35 años era del 6,6%, una cifra que cabría de calificar de baja. Ahora bien, los datos sobre las aspiraciones laborales futuras mostraron un potencial de emprendimiento bastante grande»

la empresa o negocio familiar. Según estos datos y siguiendo el criterio que hemos utilizado en el apartado anterior, cabe decir que la tasa de emprendimiento entre los jóvenes logroñeses encuestados de 18 a 35 años era del 6,6%, una cifra que cabría de calificar de baja.

Ahora bien, y en contraste con los resultados que acabamos de presentar, los datos sobre las aspiraciones laborales futuras mostraron un potencial de emprendimiento bastante grande entre los encuestados, ya que un 25,9% de los mismos manifestó que su idea de futuro en el mundo laboral era hacerse autónomo o crear una empresa con otros.

Ideal de Futuro Laboral		
	N	%
Trabajar por cuenta ajena	122	26,2%
Hacerme autónomo	65	13,9%
Crear una empresa con otros	56	12,0%
Ser funcionario	128	27,5%
Trabajar de lo que sea	38	8,2%
No lo sé	54	11,6%
No Contesta	3	0,6%



Dicho esto, este potencial de emprendimiento no se detectó que fuera homogéneo entre el conjunto de los jóvenes encuestados y así las variables sexo, edad y origen revelaron diferencias porcentuales en las aspiraciones futuras por acabar trabajando como autónomo o crear una empresa con otros. Comenzando por el sexo, se detectó un mayor potencial de emprendimiento entre los hombres que entre las mujeres que participaron en la encuesta.

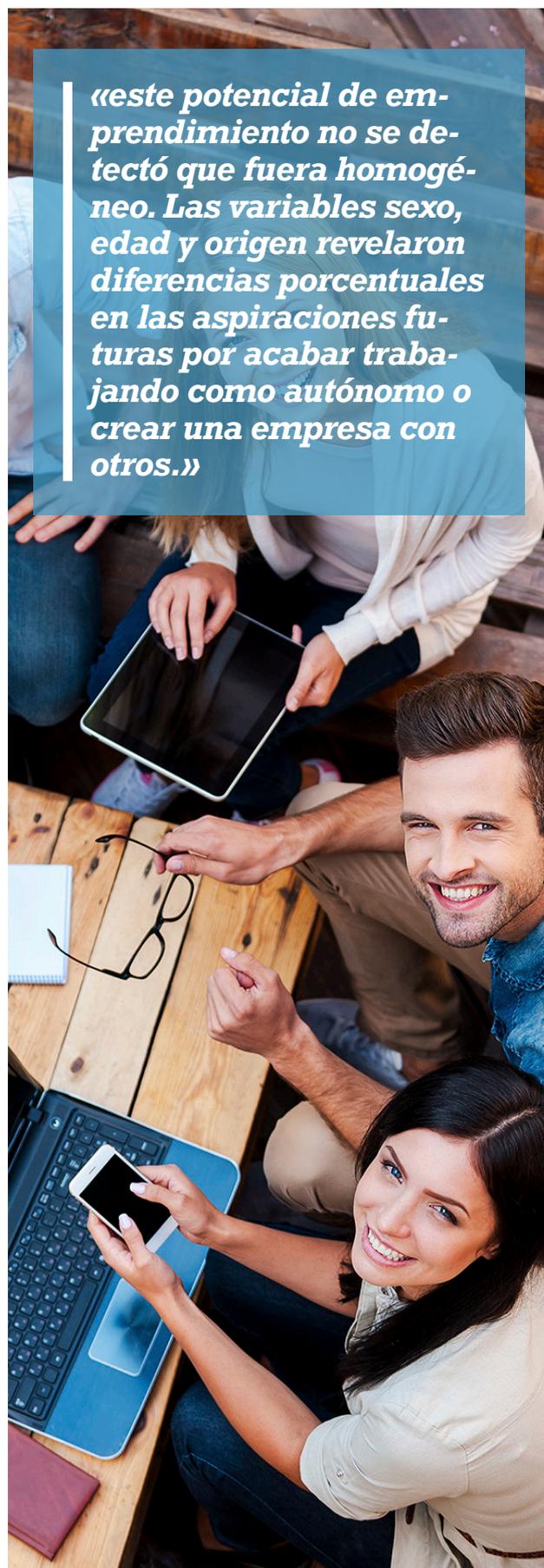
% de jóvenes por sexo que aspiran en el futuro a ser autónomos o a crear una empresa con otros		
	N	%
Hombre	70	31,4%
Mujer	51	21,0%

Por lo que se refiere a la edad, el porcentaje de encuestados entre 30 y 35 años que manifestó aspirar en su futuro laboral a ser autónomos o a crear una empresa con otros fue bastante superior al de los encuestados pertenecientes a los otros dos grupos de edad.

% de jóvenes por edad que aspiran en el futuro a ser autónomos o a crear una empresa con otros		
	N	%
18-24 años	41	22,9%
25-29 años	27	22,5%
30-35 años	53	31,8%

Por último, se constató en la encuesta una aspiración de emprendimiento mayor entre los jóvenes de origen extranjero que entre aquellos de origen autóctono.

% de jóvenes por origen que aspiran en el futuro a ser autónomos o a crear una empresa con otros		
	N	%
Autóctono	93	23,9%
Extranjero	28	36,4%



3. El emprendimiento en España según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

El **Global Entrepreneurship Monitor**⁸ es una institución que nació en el año 1999 como un proyecto de investigación conjunto entre el **Babson College**⁹ y la **London Business School**¹⁰ que tuvo por objetivo obtener información a partir de datos primarios sobre la iniciativa emprendedora. Este proyecto lejos de ser una alianza puntual no solo se consolidó (21 años después sigue funcionando) sino que además ha tenido una gran expansión. En este sentido cabe destacar que si bien el primer informe anual sobre emprendimiento que llevó a cabo este organismo se desarrolló en 10 países, en la actualidad abarca un total de 115 países de todo el mundo.

Esta institución lleva realizando estudios sobre emprendimiento en España casi desde su nacimiento, en concreto, desde el año 2000¹¹. Es más, en el año

2012 empezó a publicar de manera sistemática informes anuales sobre buena parte de las autonomías españolas¹². Debido a todo esto GEM se ha convertido en un referente a la hora de tratar el tema del emprendimiento.

Desde la perspectiva GEM el emprendimiento se entiende como un proceso, cuyo inicio está marcado por la intención de emprender y que va pasando por sucesivas etapas. En concreto, la metodología GEM distingue las siguientes cuatro fases en el emprendimiento:

1. **Emprendimiento potencial:** cuando una persona ha manifestado su intención de emprender en los próximos 3 años.
2. **Emprendimiento naciente:** iniciativa emprendedora que se halla en fase de despegue y en la que no se han pagado salarios durante más de tres meses.
3. **Emprendimiento nuevo:** iniciativas que han estado pagando salarios durante un periodo de entre 3 y 42 meses.
4. **Empresas consolidadas:** empresas que han estado pagando salarios durante más de 42 meses.

Este proceso no es lineal, ya que puede verse interrumpido en cualquier momento si el emprendedor decide abandonar su iniciativa, cierra su negocio o decide traspasarlo.



8. A partir de ahora nos referiremos a esta institución a través de su acrónimo: GEM

9. Babson College es un centro privado norteamericano de educación superior que tiene centrada su formación en el ámbito de los negocios.

10. London Business School es una institución vinculada con la Universidad de Londres que imparte cursos de posgrado en finanzas y gestión empresarial.

11. Todos los informes realizados por GEM sobre el emprendimiento en España están disponibles en la web: <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>

12. En el caso de La Rioja el primer informe corresponde al año 2016. Desde entonces se han realizado otros dos: los relativos a 2017 y a 2018/19. Estos informes, al igual que los del resto de autónomas, están colgados en la web: <https://www.gem-spain.com/informes-regionales/>

Figura 1. El proceso emprendedor según el Proyecto GEM



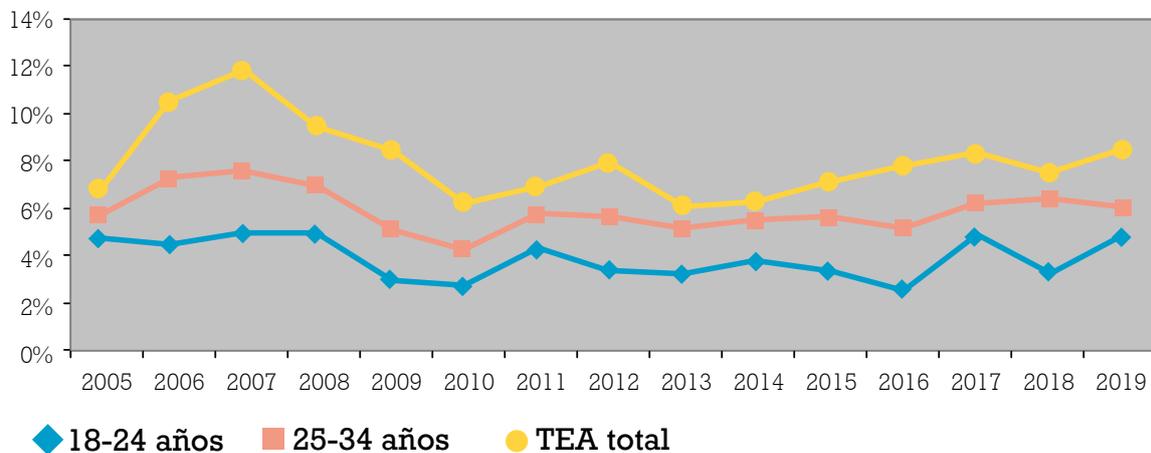
Dentro de la metodología GEM el índice más relevante a la hora de analizar el emprendimiento es la Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) que agrupa a aquellas iniciativas emprendedoras nacentes y nuevas, esto es, que han pagado salarios durante 42 meses, ya que este indicador sirve como instrumento de medida de la creación de nuevas empresas.

Los datos recogidos en el Informe GEM-España 2018-19 muestran que en el periodo comprendido entre 2005 y 2019 el porcentaje de población de 18 a 64 años involucrada en negocios nacentes y nuevos osciló entre el 7,6% y el 4,3%. Junto a ello, se observa que el Índice TEA tuvo un carácter creciente hasta la llegada de la crisis económica, momento en el cual cayó hasta alcanzar su nivel más bajo en el año 2010.

Tras la subida del año 2011, el Índice TEA mantuvo una cierta estabilidad en cifras del 5% hasta que en el año 2017 una nueva subida lo aupó por encima del 6%, cifra sobre la cual se ha mantenido hasta la actualidad.

El análisis de estos datos entre los jóvenes nos revela que, en el caso de la población de 18 a 24 años, este índice ha estado durante todo el periodo analizado por debajo del conjunto de la población, mientras que el de la población de 25 a 34 años ha estado por encima del mismo. Junto a ello, cabe señalar que, aunque en ambos casos no se puede decir que la evolución durante este periodo se haya ajustado a la del conjunto de la población, sí que hay dos elementos coincidentes con la misma: el descenso del

Evolución del Índice TEA (2015-2019)



Índice TEA con la llegada de la crisis económica que afectó a España a partir del año 2008 y su tendencia al alza durante estos últimos 3 años.

Otro aspecto interesante, que quisiéramos destacar de la metodología GEM y que aparece reflejado en sus informes, es la motivación que lleva a un emprendedor a poner en marcha o a seguir manteniendo vivo su proyecto. Hasta el informe de 2018 distinguía únicamente entre emprendimiento por necesidad y por oportunidad¹³ pero, debido a las limitaciones que esta tenía a la hora de explicar las motivaciones para emprender, a partir de 2019 se diferencia entre cuatro posibles categorías no excluyentes entre sí: marcar una diferencia en el mundo; crear riqueza o una renta muy alta; continuar una tradición familiar; y ganarse la vida porque el trabajo escasea.

El Informe GEM 2019 no muestra los resultados desagregados por edad y no podemos, por tanto, conocer las motivaciones de emprendimiento específicas entre los jóvenes. A pesar de ello, mostramos a continuación los resultados globales con el objetivo de tener una idea de las causas que llevan en la actualidad a emprender en la sociedad española¹⁴.

Motivación para emprender GEM 2019	
Crear riqueza o una renta muy alta	59,5%
Marcar una diferencia en el mundo	49,4%
Ganarse la vida porque el trabajo escasea	42,3%
Continuar una tradición familiar	13,3%

Tal y como se puede ver en la anterior tabla, si bien las dos motivaciones más señaladas tienen que ver con un emprendimiento más puro, un 42,3% señaló que detrás del mismo está la búsqueda de una forma

con la que ganarse la vida ante las dificultades que ofrece el mercado de trabajo, esto es, lo que anteriormente la metodología GEM denominaba emprendimiento por necesidad.



13. Para la metodología GEM, el emprendimiento por oportunidad era el que se inicia tras la identificación de una oportunidad de negocio que no se encuentra cubierta en el mercado, mientras que el emprendimiento por necesidad tenía que ver con la búsqueda de una ocupación ante la ausencia de oportunidades en el mercado de trabajo.

14. La suma de los porcentajes es superior a 100, ya que se admite la posibilidad de que una persona pueda tener más de un motivo para emprender.

4. El fenómeno del emprendimiento desde la perspectiva sociológica



El fenómeno del emprendimiento no ha pasado desapercibido al análisis sociológico. En este sentido una búsqueda a través del portal **Dialnet**¹⁵ nos permitió la localización de tres artículos científicos publicados en la última década y que se centraban en el fenómeno del emprendimiento. Presentamos a continuación un resumen de las principales ideas recogidas en estos artículos.

El artículo de Antonio Santos Ortega¹⁶ **La política en manos de los empresarios: el imparable ascenso de la ideología del emprendedor**¹⁷, más que un estudio sobre emprendedores o sobre el emprendimiento, se centra en analizar la ideología que subyace detrás de este fenómeno y de la promoción que han realizado del mismo desde las Administraciones Públicas. En el primer apartado del artículo, este autor toma los

«La glorificación de la figura del emprendedor es una estrategia para legitimar un modelo capitalista: el populismo de mercado»
Antonio Santos Ortega

planteamientos del analista político norteamericano Thomas Frank para el que la glorificación de la figura del emprendedor es una estrategia para legitimar el modelo capitalista que denomina populismo de mercado. Este planteamiento lo considera extrapolable al caso español en el cual este autor constata un aumento durante el periodo de crisis económica de las noticias que incluyen la palabra emprendedor y de cómo estas, en su mayor, parte transmiten una imagen estereotipada basada en tópicos positivos tales como el talento, la creatividad o la innovación. Aunque la consecuencia de esto sea que el fracaso está relacionado con la ausencia de estos signos de éxito, para este autor este discurso esconde otros factores que están, en buena parte, detrás del éxito (formación en escuelas de élite, redes...) tal y como han demostrado las investigaciones realizadas por distintos autores.

El segundo apartado del artículo, lo dedica Antonio Santos Ortega a encuadrar la figura del emprendedor dentro de un marco más amplio del capitalismo como es el surgimiento del nuevo gerencialismo¹⁸

15. Dialnet es un portal de Internet creado por la Universidad de La Rioja en el año 2001 que está dirigido a la difusión/visibilización de la producción científica en español y que está centrado fundamentalmente en las Ciencias Humanas, Jurídicas y Sociales. En la actualidad la base de datos de Dialnet está formada por más de 7 millones de documentos (tesis doctorales, artículos científicos o libros), lo que convierte a este portal en el más importante en lengua española a nivel mundial.

16. Antonio Santos Ortega es profesor del departamento de Sociología y Antropología Social de la Universidad de Valencia.

17. Este artículo fue publicado en el año 2014 en el número 127 de la revista Papeles de relaciones ecosociales y cambio global (págs. 29-43).

18. En términos generales, el gerencialismo es un planteamiento que busca transponer a los organismos públicos los criterios de funcionamiento de las empresas privadas, esto es, que los servicios públicos adopten los mecanismos del mercado, en la consideración de que esta es la forma más efectiva de prestarlos.

tras la crisis económica de 1973. Este enfoque supone una reformulación del concepto de salario que, de ser entendido como el precio por la venta de la fuerza de trabajo, pasa a ser concebido como un ingreso que procede del capital humano del trabajador. Esto, señala este autor, implica la individualización de las relaciones laborales y explica la aparición de la idea de empleabilidad o el surgimiento de la ideología del emprendedor.

El tercer y último de los apartados de este artículo, lo dedica este profesor a realizar un análisis de la Estrategia de emprendimiento y empleo joven 2013/2016 (EEEJ) y la Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización (LE). Antonio Santos Ortega resalta que ambos textos parten de la idea preconcebida de que a través del fomento de los emprendedores se avanzará en la creación de empleo y que ninguno de los dos recoge una estrategia concreta para el desarrollo del emprendimiento, como si este se pudiera desarrollar por sí solo. A continuación expone las cuatro principales medidas que recoge el EEEJ para el fomento del emprendimiento (tarifa plana para autónomos, compatibilización del cobro de la prestación por desempleo con el desarrollo de una actividad emprendedora y la posibilidad de retomar el cobro de la prestación del desempleo si la actividad emprendedora fracasa) así como las críticas que han recibido las mismas.

Concluye el autor del artículo señalando que estas medidas lo que establecen es una vinculación entre paro y

En su artículo *Emprendedores Fracados: individualización neoliberal en los discursos sobre el desempleo*¹⁹, Álvaro Briales²⁰ comienza señalando que la política estatal durante la crisis económica estuvo dirigida al «gobierno del desempleo», esto es, a obligar a competir a los desempleados por el acceso a los escasos trabajos. Esto se hizo a través de un discurso que incidía una serie de categorías psicológicas individuales (responsabilidad, empleabilidad, motivación, activación...). Según este autor, dentro de este discurso gubernamental, el emprendimiento ocupó un lugar central ya que permitió atribuir el desempleo a la poca cultura emprendedora de los ciudadanos. Continúa este sociólogo haciendo un análisis del concepto de emprendedor del que destaca el carácter positivo del mismo, ya que conceptualmente acerca más esta figura al empresario que al autónomo, al hacer ver al emprendedor como un empresario de sí mismo. Junto a ello, destaca el trasfondo ideológico que hay detrás de esta figura en tanto que el emprendedor representa al individuo liberal clásico que se labra su propio camino y de cuya voluntad depende su destino.

El segundo apartado de su capítulo lo dedica Álvaro Briales a describir la cara «oculta» del emprendimiento. En este sentido explica que la posibilidad de abrir un negocio no depende de la posesión de unas actitudes individuales sino de su solvencia y del nivel de endeudamiento que se pueda soportar. En este sentido, destaca que los datos de los informes



«La posibilidad de abrir un negocio no depende de la posesión de unas actitudes individuales sino de su solvencia y del nivel de endeudamiento que se pueda soportar»

Álvaro Briales

19. Este artículo fue publicado en el año 2017 en el número 20 de Rercerca, Revista de Pensament i Anàlisi (págs. 79-104).

20. Álvaro Briales es Doctor en Sociología y profesor de esta materia en la Universidad Autónoma de Madrid.



GEM muestran que la Tasa de Actividad Emprendedora es entre tres y cuatro veces superior en el tercio de la población con más renta y estudios. Esta relación entre emprendimiento y endeudamiento es lo que lleva a este autor a recurrir al término acuñado por el sociólogo Jorge Moruno de emprendedor y negar la existencia del emprendimiento abstracto que se lanza desde los discursos dominantes.

La tercera parte de su artículo la dedica este sociólogo a exponer los resultados de su investigación sobre el emprendimiento. En primer lugar presenta el análisis que realiza del mensaje sobre el empleo lanzado en la edición de 2014 en el Foro de Activación para el Empleo organizado por la Comunidad de Madrid. En relación al mensaje, señala que las categorías utilizadas en el mismo intentan estimular a los parados a emprender a través de la apelación a su yo, esto es, a su individualidad. Además de esto, indica que el emprendimiento se presenta más bien como una obligación objetiva dentro de una situación de desempleo masivo y de escasez de puestos de trabajo.

En segundo lugar, presenta los datos recogidos en entrevistas realizadas a desempleados acerca de sus ideas sobre el emprendimiento. De la información obtenida se desprende que cinco serían los motivos ideales para emprender: 1-la ausencia de jefes; 2-el rechazo a la rutina de un trabajo repetitivo; 3-el deseo de trabajar ara

uno mismo/independencia; 4-la flexibilidad que permite una mejor conciliación de la vida laboral y familiar; y 5-la posibilidad de trabajar desde casa. Ante estos datos Álvaro Briales concluye que, desde esta óptica, *el emprendimiento sería una solución no solo al desempleo sino a las malas condiciones de trabajo*. A continuación este sociólogo pasa a relatar los testimonios que se refieren a experiencias reales de emprendimiento. Estas, lejos de un discurso ideal, relatan la dependencia de aquellos quienes te dan carga de trabajo (jefes de facto), cómo determinados gastos laborales se transfieren a la casa o la ineficacia de las administraciones públicas para ayudar al emprendedor.

El cuarto y último apartado del artículo lo dedica el autor a presentar sus conclusiones. Dos son sus líneas principales. Por un lado, indica que el emprendimiento no es un remedio al desempleo en tanto que es una solución individual a un problema colectivo. Por otro lado, el emprendimiento no genera empleo

«El emprendimiento no es un remedio al desempleo en tanto que es una solución individual a un problema colectivo.»

Álvaro Briales

sino que intensifica la competencia por el escaso trabajo y su puesta en marcha implica un endeudamiento que convierte en más vulnerables a los parados.

El artículo escrito por Elsa Santamaría²¹ y Diego Carbajo²² y que lleva por título ***Emergencias de la crisis: figuras antiheroicas del emprendimiento juvenil en España***²³ se divide, fundamentalmente, en dos partes. En la primera de ellas se realiza una introducción teórica acerca del emprendimiento y en la segunda se presentan los resultados obtenidos de dos grupos de discusión²⁴ realizados con jóvenes que trabajaban por cuenta propia o con la intención de emprender.

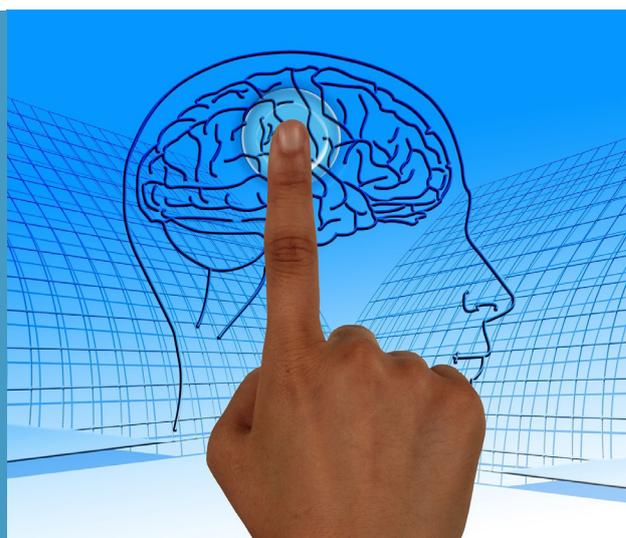
La primera parte la inician los autores haciendo referencia a la situación de los jóvenes en el mercado de trabajo. A este respecto, señalan su alta tasa de desempleo, la precariedad de sus empleos a causa de la temporalidad, la sobrecualificación y los bajos salarios. Continúan Elsa Santamaría y Diego Carbajo relatando cómo las políticas de empleo han puesto el acento en la responsabilidad del individuo a través de conceptos como la empleabilidad o la activación y no tanto sobre el sistema económico o el mercado de trabajo. Es en este contexto de

individualización de las problemáticas laborales en el que estos autores sitúan el emprendimiento como una medida para luchar contra el desempleo. En este punto, estos investigadores pasan a centrarse en el emprendimiento, del que resaltan el empuje que está recibiendo por parte de las autoridades españolas a través, por ejemplo, de la financiación de investigaciones sobre esta materia, de su inclusión en el currículum escolar o de la creación de consorcios públicos-privados dedicados a la formación en el emprendimiento. Concluyen estos autores esta primera parte destacando el papel de los medios de comunicación en la difusión de las narrativas sobre el emprendimiento.

Elsa Santamaría y Diego Carbajo comienzan la segunda parte analizando la figura del emprendedor. Señalan que de la misma se transmite una imagen en términos positivos (ej: éxito, talento, creatividad); una narrativa del mismo cuya moraleja gira en torno al sacrificio, la superación personal y la fe en uno mismo; y cómo se vincula esta figura con los jóvenes, dado que en ambos casos se identifican nociones como la vitalidad, la creatividad, el arrojo y ciertas dosis de excentricidad.

«Las políticas de empleo han puesto el acento en la responsabilidad del individuo a través de conceptos como la empleabilidad o la activación y no tanto sobre el sistema económico o el mercado de trabajo.»

Elsa Santamaría & Diego Carbajo

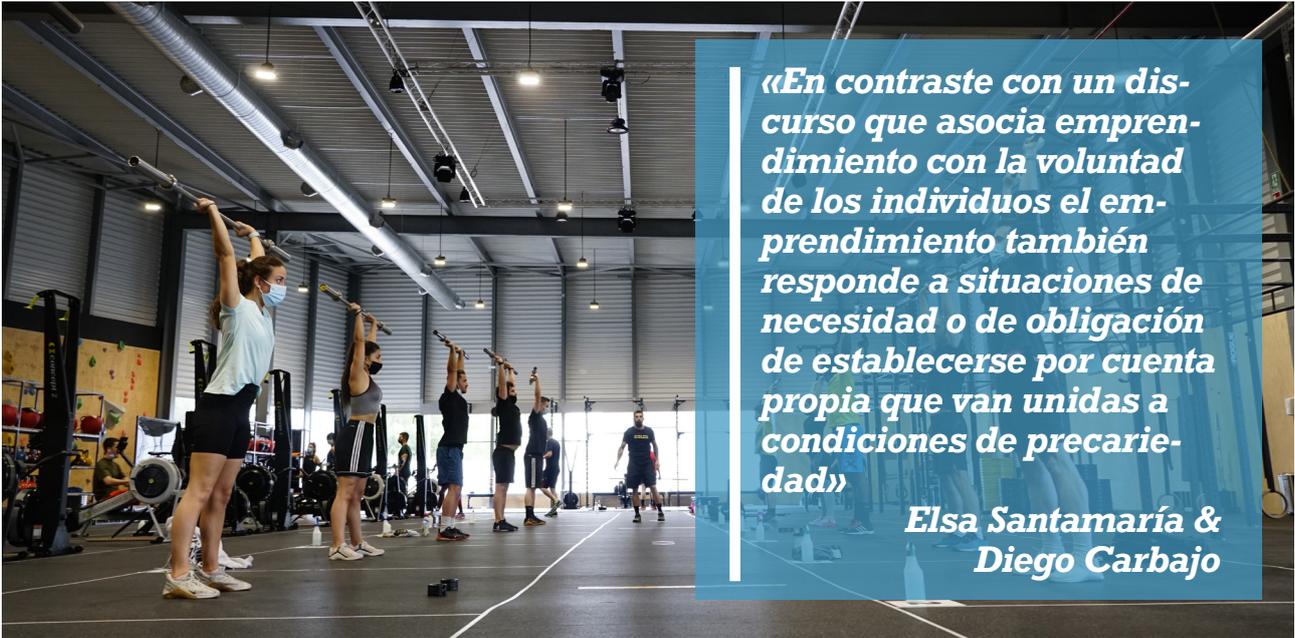


21. Elsa Santamaría es Doctora en Sociología y profesora en la Universitat Oberta de Catalunya.

22. Diego Carbajo es Doctor en Sociología y profesor de esta materia en la Universidad del País Vasco.

23. Este artículo fue publicado en el año 2019 en el Nº 1 del Volumen 56 de la Revista Política y Sociedad (págs. 191-211)

24. El sociólogo Jesús Ibáñez definió el grupo de discusión como una técnica de investigación consistente en reunir a un grupo entre seis y diez personas y suscitar entre ellas una conversación sobre el tema objeto de la investigación, la cual debe estar dirigida por el autor del estudio y sobre la cual se toman notas para no dejar escapar ningún detalle relevante para el desarrollo del trabajo.



«En contraste con un discurso que asocia emprendimiento con la voluntad de los individuos el emprendimiento también responde a situaciones de necesidad o de obligación de establecerse por cuenta propia que van unidas a condiciones de precariedad»

Elsa Santamaría & Diego Carbajo

En contraste con un discurso que asocia emprendimiento con la voluntad de los individuos, estos autores señalan que su investigación muestra que el emprendimiento también responde a situaciones de necesidad o de obligación de establecerse por cuenta propia que van unidas a condiciones de precariedad. Este es el motivo que lleva a estos investigadores a aceptar el término emprecario/a para referirse a estas personas. En esta línea también hacen referencia a la denominación de INEMprendedor, creada por la socióloga Amparo Serrano, para referirse a aquellas personas que pasan de ser parados a empresarios gracias a la capitalización de la prestación de desempleo. El otro resultado de su investigación que destacan Elsa Santamaría y Diego Carbajo es que la financiación es uno de los principales problemas a la hora de emprender. Por este motivo, estos autores señalan que la banca adquiere el papel de dispositivo de selección de emprendedores y que, en último término, se acaba produciendo una confluencia entre emprendimiento y endeudamiento (esto último daría en su opinión sentido al término emprendedor).

Como suele ser habitual, estos dos investigadores cierran su artículo con un apartado de conclusiones. Cuatro son las reflexiones que presentan en las mismas. La primera de ellas es que el emprendimiento es un ejemplo de cómo en

nuestra sociedad los actores tienen que buscar soluciones individuales a problemas sociales. La segunda reflexión es que, si bien el emprendimiento se presenta ante los jóvenes como vía de autorrealización y una solución alternativa al desempleo y la precariedad, en el fondo termina siendo una fórmula para su propia precarización. La tercera

«Si bien el emprendimiento se presenta ante los jóvenes como vía de autorrealización y una solución alternativa al desempleo y la precariedad, en el fondo termina siendo una fórmula para su propia precarización»

Elsa Santamaría & Diego Carbajo

de las reflexiones se refiere al hecho de que, aunque oficialmente el emprendimiento se presenta como una vía para la inserción laboral, muchos jóvenes la identifican como una opción arriesgada en términos vitales y económicos. La cuarta y última alude a que términos como emperdedor, emprendedor o emprecario incorporan matices que el discurso oficial sobre el emprendimiento mantiene ocultos (ej: dependencias que genera o la precarización que implica).

5. Una aproximación al emprendimiento joven en Logroño

Objetivos de la investigación

Con la finalidad de acercarnos al fenómeno del emprendimiento joven en Logroño, nos planteamos la realización de una investigación que nos permitiera, por un lado, conocer el contexto en el que un joven se decide a poner en marcha un proyecto de emprendimiento y, por otro, cómo fue el proceso de puesta en marcha del mismo. En el primero de los casos la idea era intentar averiguar si existen un gran conjunto de circunstancias que llevan a emprender o, por el contrario, hay unos patrones más o menos comunes en las personas jóvenes emprendedoras. En el segundo de los casos, nuestra intención era conocer tanto los problemas como las facilidades que se encontraron los jóvenes a la hora de poner en marcha su proyecto en Logroño. Esta última información entendíamos que podía ser útil para las administraciones públicas y para las entidades que trabajan con jóvenes emprendedores, pues de la misma podrían tomar ideas de cara a las actuaciones que realizan con los mismos.

Metodología

Si bien el primero de los objetivos que nos habíamos planteado (contexto en el que se tomó la idea de emprender) entendíamos que se podía alcanzar tanto a través de técnicas cualitativas como cuantitativas, lo relativo a la puesta en marcha al negocio nos pareció claro que debía abordarse con técnicas cualitativas,

ya que estas permiten captar no solo los pasos que fueron dando los jóvenes en el proceso de emprendimiento sino también cómo fue la vivencia de ese proceso por parte de sus protagonistas. Desde este punto de vista, y dado que nos parecía ilógico realizar dos investigaciones paralelas dirigidas al mismo colectivo, nos decantamos por la utilización de técnicas cualitativas.

Dentro del repertorio de herramientas cualitativas de las que dispone la sociología, decidimos utilizar la entrevista en profundidad, ya que esta técnica de recogida de datos favorece la obtención de una gran riqueza informativa personalizada y contextualizada tanto en palabras como en los enfoques de los entrevistados. De entre los tres tipos de entrevistas en profundidad que existen nos decantamos por usar la de tipo semiestructurado, puesto que, aunque teníamos muy claro la información que queríamos recoger, este formato de entrevista es lo suficientemente flexible para ir acoplando nuevos elementos a la investigación en caso de que estos fueran surgiendo durante el trabajo de campo.

En cuanto al perfil de las personas a entrevistar, dos características básicas de las mismas eran que fueran jóvenes²⁵ y que tuvieran un proyecto de emprendimiento en marcha. Ahora bien, en función del segundo de los objetivos de la investigación no nos resultó imprescindible el que fueran jóvenes logroñeses sino que hubiesen puesto en marcha su proyecto de emprendimiento en Logroño. En base a

25. Según el criterio con el que trabaja la Unidad de Juventud jóvenes son las personas con edades comprendidas entre los 18 y 35 años.

esto, determinamos que nuestra población objeto de estudio estuviera formada por jóvenes emprendedores que hubieran puesto en marcha su idea de negocio en Logroño.

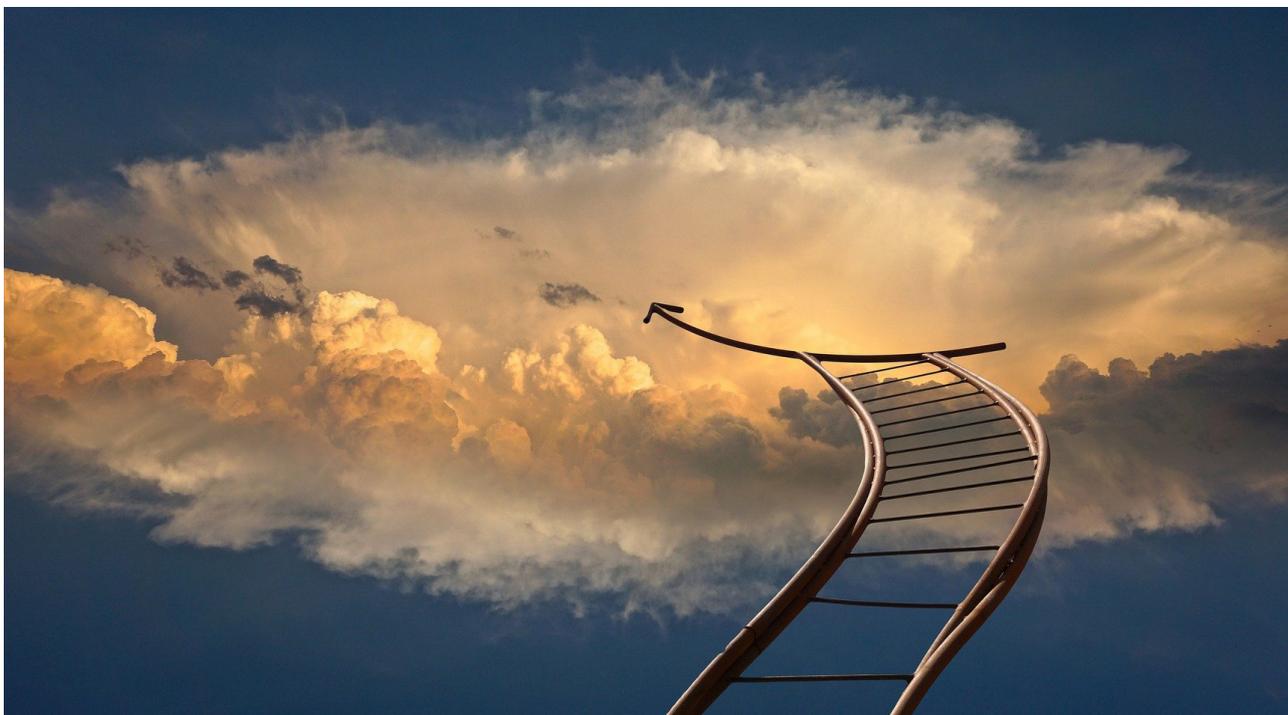
Por lo que se refiere a la técnica de muestreo, el hecho de que no haya ningún tipo de muestra estadística de la población objeto de estudio, nos hizo decantarnos por uno de tipo no probabilístico. En concreto, elegimos el muestreo intencional o de conveniencia debido a la facilidad operativa que tiene este tipo de muestreo, dado que permite seleccionar una muestra en base a la accesibilidad de la misma. En cuanto al número de entrevistas a realizar, consideramos que este vendría determinado por el punto de saturación, esto es, el momento a partir del cual cualquier entrevista que se realice deja de aportar información relevante a lo que ya se conoce. En base a este principio, establecimos que una vez que se alcanzara este punto la recogida de información debería darse por concluida.

Recogida y análisis de datos

El trabajo de campo se inició el 12 de julio de 2020 y se dio por finalizado el 30 de septiembre de ese mismo año, una vez se consideró que no se iban a conseguir realizar más entrevistas de las que hasta ese momento se habían hecho.

Durante ese periodo, de cara a la localización de jóvenes emprendedores que quisieran participar en el estudio, se utilizó una doble táctica: por un lado, nos pusimos en contacto con entidades u organismos que trabajan con emprendedores jóvenes con el objetivo de que nos facilitaran el contacto de posibles candidatos a participar en el estudio²⁶ y por otro, realizamos un rastreo a través de internet, principalmente a través de medios de comunicación y de portales web que tienen que ver con el emprendimiento²⁷.

En relación a las entrevistas, quisiéramos señalar en primer lugar que, a diferencia del planteamiento que



26. En este punto hemos de agradecer la ayuda prestada por la Asociación de Empresarios Jóvenes de La Rioja (FER-Joven) y el Servicio de Información Juvenil del Ayuntamiento de Logroño "Infojoven".

27. Dos de los portales que más utilizamos para buscar jóvenes emprendedores fue el apartado de EmprendeRioja dedicado al Emprendedor del Mes y la sección de la web de la Fundación Riojana para la Innovación en la que se recogen los participantes en las distintas ediciones del PechaKucha Night.

habíamos realizado, no dimos por finalizado el trabajo de campo por haber alcanzado el punto de saturación sino por la falta de respuesta positiva entre los potenciales candidatos a participar en la investigación. Dicho esto, el hecho de que hiciéramos un escaso número de entrevistas, no implica que no obtuviéramos resultados de interés, dado que todos los jóvenes que decidieron colaborar en el estudio coincidieron en una característica: sus proyectos de emprendimiento habían tenido éxito o estaban bien encarrilados. Esta circunstancia también nos abrió una nueva oportunidad y es el hecho de poder analizar las causas de por qué sus ideas de negocio habían cuajado. En este sentido introdujimos preguntas en las entrevistas referidas al proceso de implantación de sus negocios que nos pudieran revelar información sobre este tema.

En cuanto al número de entrevistas, se realizaron un total de nueve, de las cuales una fue descartada por no cumplir con uno de los criterios que habíamos establecido. Dadas las condiciones de pandemia que se estaban atravesando en el momento de realización del trabajo de campo a los jóvenes emprendedores interesados en participar en el estudio se les dieron dos opciones: hacer la entrevista telemáticamente a través de la aplicación zoom o presencialmente en



una sala del edificio municipal La Gota de Leche en la que se cumplían los requisitos de ventilación y de distancia social. Todas las entrevistas fueron realizadas en una única sesión que osciló entre los 14:46 minutos de la más corta y 32:01 minutos de la más larga.

En base al tipo de entrevista seleccionado, el método utilizado durante las mismas fue semidirectivo. Así, en todas ellas se partió de un guion que incluía los objetivos de la investigación pero se fueron incorporando aquellos aspectos de interés que fueron surgiendo durante las entrevistas. En este sentido, ya hemos comentado con anterioridad que, dado el perfil exitoso de los emprendedores entrevistados, se incluyeron preguntas relacionadas con la puesta en marcha y la evolución de su proyecto.

Una vez se dio por finalizado el trabajo de campo, se pasó a clasificar la información recogida en las entrevistas en temas y en subtemas. Una vez hecho esto, se realizó el análisis que ha servido de base para la redacción de los resultados que presentamos a continuación.

Resultados

El emprendedor

Un aspecto sobre el que nos pareció interesante indagar en las entrevistas fue el perfil del emprendedor, esto es, quisimos intentar detectar si existen condicionantes en el entorno cercano de los individuos que favorecen que estos, en un momento determinado, se decanten por la puesta en marcha de una iniciativa emprendedora o si esta es más bien el resultado de aspectos circunstanciales que van surgiendo en la vida de las personas. Para intentar averiguar esta cuestión preguntamos a los entrevistados si en su entorno familiar o de amistades había personas que hubieran puesto en marcha proyectos de emprendimiento que les hubieran servido de referente. Las respuestas de los entrevistados muestran que, si bien en algunos casos contaban con esos referentes en su entorno cercano, en otros casos no fue para nada así.

He tenido una parte de mi familia que sí ha tenido su negocio propio y que lo ha llevado muy bien y que ha ayudado mucho...

...en cierta medida (esa parte de la familia), ¿ fue referencia para ti?. Sí, un poco. Sí, porque se tomaban un poco como, la empresa al ser también de ellos, había muchos socios pero como también era parte de ellos es como es más que un trabajo de ocho horas y te vas a casa. Entonces les he visto siempre trabajar, trabajar mucho, ... es que lo vivo, es mío y quiero que salga adelante (E5)

Todos nuestros amigos y familia son asalariados, funcionarios... Nadie tenía algo por su cuenta (E6)

Independientemente de lo anterior, de la información recogida se desprende la existencia, al menos en varios entrevistados, de un cierto espíritu emprendedor, ya que varios de ellos señalaron que su proyecto actual no era el primero que habían puesto en marcha. Junto a ello, en algunos casos, indicaron que ese proyecto de emprendimiento anterior les había aportado conocimientos útiles para el actual.

Yo emprendí con 18 años otra cosa diferente. Entonces, ya tenía la base y la experiencia, un poco, de haber hecho algo antes de lanzarme a esto... (E6)

Teníamos una tiendita en (cita calle)... ...Claro que tenía xxxxxxxx²⁸ mis obligaciones para que me entiendas, a título personal. Mi renta, el equipo, proveedores. Claro ya te empiezas a meter en un mundo, donde no he aprendido con una formación pero mi formación ha sido económica, porque te has equivocado... (E8)

La idea y su puesta en marcha

En relación a su proyecto, preguntamos a los entrevistados por los motivos que les habían llevado a elegir ese ámbito concreto para emprender y no otro. Las respuestas se centraron en torno a dos causas: era algo que les gustaba y era el ámbito

«Motivos de la elección del ámbito de emprendimiento: era algo que les gustaba y era el ámbito en el que se habían formado y su experiencia laboral les había mostrado que era un campo en el que había carencias»

en el que se habían formado y su experiencia laboral les había mostrado que era un campo en el que había carencias. Dicho esto, cabe resaltar que los entrevistados que señalaron esta última causa para emprender reconocieron de una forma más o menos explícita que era también algo que les gustaba.

Lo que me pasaba es que veía un poco de carencias tanto en lo que es la educación reglada, la educación en cole, por ejemplo, como en extraescolares, como también en el ámbito de atención temprana... (E3)

¿Por qué emprendes en este ámbito y porque no emprendes en otro?

Pues bueno, para empezar, porque me gustaba mucho a mí (E5)

Respecto a las perspectivas que tenían con su proyecto en el momento en el que se decidieron a ponerlo en marcha, si bien en algunos casos reconocieron que su objetivo con el mismo era poderse ganar la vida, en otros casos manifestaron tener ya una hoja de ruta para su expansión a largo plazo.

Sobrevivir yo y poco más. El crecimiento que hemos tenido ya ha sido todo como de regalo, como una pasada. Pero era autoempleo puro y duro. (E5)

Nos lo planteamos como algo a muy largo plazo. En nuestra cabeza, tardábamos más en llegar donde estamos ahora. Y nos lo planteamos como un trampolín para podernos marchar de aquí en algún momento o estar a caballo entre (cita ciudades) (E6)

28. No se entiende lo que dice el entrevistado.

Si bien en algún caso pasó muy poco tiempo desde que surgió la idea del proyecto hasta que este se puso en marcha, del relato de la gran mayoría de los entrevistados se desprende que tardó un tiempo en materializarse. Algunos entrevistados señalaron explícitamente que dedicaron el intervalo transcurrido entre el surgimiento de la idea y su concreción a estudiar la viabilidad de la misma.

O sea, ¿no es algo a lo que le hubierais estado dando vueltas?

No. Llegó en seis meses, cinco meses. Fue muy espontáneo, vimos la oportunidad, vimos el hueco que había y quisimos meter el morro. (E6)

Bueno, es un proyecto que tenía en la cabeza desde hace mucho tiempo pero como estaba trabajando era un poco difícil compatibilizar todo... (E9)

Para conocer un poco más el contexto en el que desarrollaron la puesta en marcha de su idea de negocio, les preguntamos acerca de la acogida que tuvo la misma entre sus familiares y amigos más cercanos una vez que les contaron que la iban a poner en mar-

cha. La mayoría de los entrevistados señalaron que recibieron una respuesta ambivalente por parte de su entorno, ya que si bien este acogió su iniciativa de forma positiva, también mostró hacia la misma escepticismo, miedo acerca de su viabilidad o los inconvenientes que esta implicaba.

A ellos (sus padres) les pareció buena idea pero me dieron a entender todas las consecuencias que había y me pusieron sobre la mesa pues la situación económica en la que estaba España, la situación económica que yo tenía y la dificultad de abrir un negocio y darse a conocer en una ciudad pequeña sin muchos contactos (E7)

Generalmente es como de "¿estás loco?". La pregunta es la pregunta del millón. ¿Estás loco?, y ¿cómo vas a ganar dinero?. Esas son las preguntas del millón... ... Pero sí, les encantó la idea, les gustó... (E9)

En relación al lanzamiento de su proyecto, las respuestas recibidas en las entrevistas muestran un alto grado de maduración del mismo en el sentido de que en casi todos los casos antes de ponerlo en marcha acudieron a un organismo a solicitar bien algún tipo



«En relación al lanzamiento de su proyecto, las respuestas recibidas en las entrevistas muestran un alto grado de maduración del mismo.»

de ayuda o de asesoramiento, hicieron algún tipo de estudio de mercado y realizaron un plan económico de viabilidad. Incluso en alguno de los casos señalaron haber hecho cursos para el emprendimiento.

Por lo que respecta al asesoramiento o ayuda solicitada a los organismos públicos, del relato de los entrevistados se deduce que este fue dirigido fundamentalmente a dos fines: la realización de gestiones para la puesta en marcha del negocio y/o la solicitud de ayudas económicas.

Yo pedí la subvención del Ayuntamiento que son 1500€ por montar negocio que tiene que tener a pie de calle... (E3)

Y luego cuando vi que ya era posible hacerlo (su proyecto) sí que me informé un poco de qué ayudas había en el Ayuntamiento, en la FER y en el ADER, en los organismos que hay. Y bueno un poco para ayudas o para el registro de la marca y demás sí que me informé en ese sentido (E9)

En cuanto a los estudios de mercado y los planes económicos de viabilidad cabe señalar que si bien en algunos de los casos tuvieron un carácter formal, ya que siguieron metodologías estandarizadas, en

otros casos tuvieron un carácter más informal y se hicieron a partir de recursos que están disponibles en internet o de información que fueron recopilando a través de distintas formas. De los testimonios recogidos cabe deducir que el mayor o menor grado de formalidad de los estudios de mercado y planes de viabilidad que realizaron los entrevistados no tuvo tanto que ver con elecciones voluntarias sino con su vinculación con organismos o cursos vinculados al emprendimiento. En este sentido, aquellos entrevistados que los desarrollaron en entornos más institucionales los elaboraron más formalmente mientras que los que los hicieron por ellos mismos optaron por fórmulas más informales. Dicho esto, hemos de señalar que de lo relatado por los entrevistados no da la sensación de que, en la práctica, unos fueran más útiles que otros.

Con (cita programa de emprendimiento) nos enseñaron básicamente casi a ir por la calle a preguntar a la gente, cómo hacer, pues a sondear, quién es mi cliente tipo, en qué me tengo que fijar, si encaja mi producto o no encaja... (E3)

Fue un plan de viabilidad a título personal. Mira, tengo unos ingresos de X, algunos estudios unos gastos estimados por al final, la renta, la inversión en maquinaria



porque, claro, los gastos de obra y de proyecto. Empecé a hacer un plan de negocio con ayuda de unos amigos del sector. Me dijeron: “tienes que valorar de esta manera”, empezaron a cuadrar números. (E8)

En este momento, hemos de señalar que en el transcurso de las entrevistas varios de los emprendedores reconocieron haber acudido a alguna asesoría privada durante la puesta en marcha de su proyecto. De lo señalado por estos entrevistados se desprende que los servicios requeridos de las consultoras fueron muy diversos. Así, mientras en un caso solo se requirieron los servicios de una asesoría para una cuestión puntual, en otro fue la consultora la encargada de guiar al emprendedor en la puesta en marcha de su proyecto.

Ellos tenían su fórmula y no sabían muy bien cómo hacer para expandirse sin que se vaya todo al traste si sale mal. Y entonces pues le pedimos ayuda a un asesor... (E5)

(a una asesoría) Se lo planteé todo lo que quería hacer, cómo lo quería hacer, con quién y ellos se encargaron absolutamente de todo. Me dijeron, tienes que hablar con esta persona, vamos a mandar esto a la Agencia de Desarrollo, vamos a buscarte otras posibilidades. (E7)

El relato de los entrevistados acerca de la puesta en marcha de su proyecto de emprendimiento muestra que este no estuvo exento de obstáculos. Entre los mismos cabe citar la obtención de financiación, los problemas burocráticos, el desconocimiento de cómo desarrollarlo y las dificultades para darse a conocer.

««Obstáculos para la puesta en marcha del proyecto: la obtención de financiación, los problemas burocráticos, el desconocimiento de cómo desarrollarlo y las dificultades para darse a conocer»»

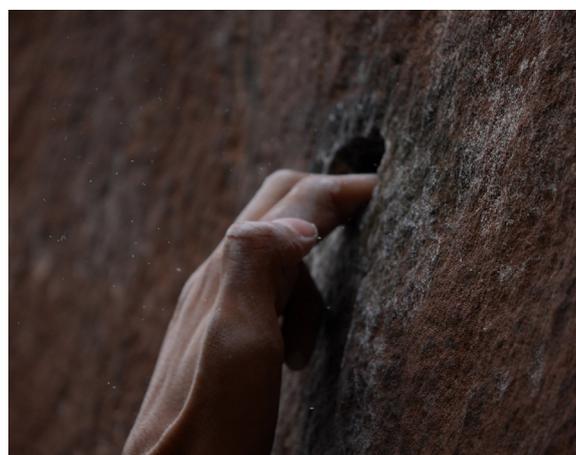
¿Te fue difícil encontrar la financiación que necesitabas?

Muchísimo, muchísimo. Yo decía, tengo que presentar una prueba de ADN para que me den un préstamo (E3)

Pues no se decirte, igual pues aprender de cero, que como si fuera poco. Yo es que estudié (cita titulación) entonces no había trabajado de cara al público pero nunca, nada. (E5)

La mayor dificultad creo que es posicionarse pero posicionarse ya una vez teniendo ya todo encaminado. Posicionarse, sí. (E7)

Aunque, como acabamos de indicar, los aspectos económicos fueron citados en algún caso como una dificultad para la puesta en marcha del proyecto de emprendimiento, no lo fueron tanto como habíamos pensado a tenor de lo señalado por la bibliografía que habíamos consultado acerca de emprendimiento joven. En el caso de nuestros entrevistados entendemos que esto se debe o bien a que sus ideas de negocio requirieron de muy poca inversión o bien a que tenían dinero ahorrado para afrontar los gastos que les iba a conllevar la misma.



...ni idea de lo que hacer y fui a pedir a (cita organismo) pues ayuda para hacer un emprendimiento y había que hacer una inversión inicial, no se si era de 3000 o 4000 Euros y no tenía ni un duro. No tenía nada, cero. O sea, yo empecé con 50 Euros que me compré material en (cita negocio)... (E4)

¿Tuviste problemas de dinero para lanzar tu proyecto?

No, porque sabía que tenía que tirar de lo que tenía ahorrado. Quien vaya a pensar que va a crear algo con ayudas que te den que no lo haga porque no lo va a hacer. O sea, tienes que pensar que tú tienes que tener un dinero ahorrado para montar lo que quieras y sobrevivir un año, dos años. (E9)

Los agentes facilitadores/ el entorno

A la hora de plantear el diseño de nuestra investigación tuvimos claro que el hecho de que una iniciativa emprendedora llegue a buen puerto no solo depende de la idea en sí y de la persona o personas que la impulsan sino también de elementos del entorno institucional que pueden facilitar o dificultar tanto su puesta en marcha como su posterior viabilidad. De esta forma no solo estuvimos atentos a los comentarios que de forma espontánea iban realizando los entrevistados acerca de este tema sino que introdujimos una pregunta explícita a los entrevistados acerca de si solicitaron o buscaron apoyo o ayuda por parte de las administraciones públicas. El motivo para centrarnos específicamente en los organismos públicos se debió a que queríamos comprobar si los discursos favorables al emprendimiento se plasman en la práctica o, al menos, si así lo percibían las personas que se lanzaban a poner su proyecto en marcha.

Dicho esto, hemos de señalar que, aunque en nuestro diseño de investigación no habíamos contemplado a la familia como una agente relevante a la hora de poner en marcha un proyecto de emprendimiento, las citas espontáneas recogidas en varias entre

«Posibles claves del buen funcionamiento de sus proyectos: aprovechamiento de las nuevas tecnologías (página web y redes sociales), formación continua no solo en su ámbito sino también en aspectos generales vinculados con el desarrollo de negocios o con el emprendimiento, el empeño en ser los mejores (al menos, en alguna de las áreas que implica el negocio) o en la mejora continua, saber adaptarse a la demanda y paciencia»

vistas nos hacen ver cómo el familiarismo típico de la sociedad española también alcanza a este ámbito. En el caso de nuestra investigación, la información recogida en nuestras entrevistas muestra cómo las familias pueden convertirse de distintas formas y en diferentes momentos en un activo en el proceso de emprendimiento.

«La información recogida muestra cómo las familias pueden convertirse de distintas formas y en diferentes momentos en un activo en el proceso de emprendimiento»

Es verdad que sin la ayuda de mi padre pues no hubiese sido posible. Es administrativo financiero. Es el que me ayudó con el estudio de mercado y sin su ayuda... (E7)

Hicimos plan de negocio y nada lo superbásico para ver si iba a ser rentable. Que yo no sabía hacerlo, también. Fui a (cita organismo), que tenían ahí una guía de emprendimiento y bueno esa parte de mi familia también me ayudó mucho. ¿Sabes?, un poco de todo. (E5)

Entonces mi madre, en este caso, me ayudó muchísimo. De hecho, yo tuve que pedir un préstamo y mi madre es una de avalistas... (E3)

Volviendo al ámbito más propiamente institucional, como ya hemos señalado con anterioridad, la práctica totalidad de los entrevistados citaron en algún momento haber tratado con algún organismo público, con entidades vinculadas con el emprendimiento o haber participado en programas de formación para emprendedores.

Por lo que se refiere a los organismos públicos y las entidades vinculadas con el emprendimiento, las experiencias de los entrevistados con las mismas fueron, en la gran mayoría de los casos, positivas.

«por lo que se refiere a los organismos públicos y las entidades vinculadas con el emprendimiento, las experiencias de los entrevistados con las mismas fueron, en la gran mayoría de los casos, positivas»

También hay que señalar que, a la hora de hablar de las mismas, no faltaron las referencias a los líos que les supusieron, en ocasiones, las gestiones que tenían que desarrollar en ellas. Dicho esto, hay

que matizar que del discurso de los entrevistados se desprende que quizás ese lío no tuviera tanto que ver con el organismo que visitaban como con el desconocimiento del funcionamiento del mismo

Lo único que sí que en (cita organismo) registré la marca con ellos que me ayudaron, fue muy rápido y muy bien y ahora este año durante el Covid sí me han ayudado, porque les he llamado para consultarles cosas, y me han ayudado bastante (E4)

Lo que pasa es que (cita organismo) funciona fatal, fatal, fatal. Tarda muchísimo en darte la ayuda, te pide muchísima información, te ponen muchas trabas... (E3)

...es verdad, llegas y tienes que esperar doscientas mil horas o te mandan aquí a por un papel y antes de entregar este papel tienes que haber rellenado el 643e. Como en

la casa de la locura de Axterix y Obelix, la casa que enloquece, pues más o menos igual. Al principio, más o menos igual. Luego ya cuando sabes dónde está cada cosa, vas directamente... (E7)

En cuanto a los cursos, solo hubo dos entrevistados que señalaran haber pasado por alguno. Si bien uno de los emprendedores valoró la experiencia como positiva y recomendable, especialmente en el caso de uno de los dos cursillos en los que participó, el otro no quedó muy contento de su paso por el que hizo.



«Cabe señalar la dificultad en las gestiones debido al desconocimiento en su funcionamiento»



Para mí lo que más me ayudó fue (cita programa) y todos los mentores que hay... (E3)

Entonces hubo tres meses como que muy bien y luego todo se desinfló y nos quedamos cuatro y el del bombo. Y acabamos bien pero esto que dices me sabe a poco. O sea, no me han ayudado a lo que yo esperaba que me ayudaran a mantenerme y a crecer. Eso ya me lo he tenido que buscar por mi cuenta. (E6)

Eso sí, llama la atención el hecho de que en ambos casos hablaran en términos positivos del apoyo que recibieron en los mismos por parte de SECOT²⁹.

...sobre todo además, porque te hacen una tutorización de SECOT. Para mí (cita nombre persona) maravilloso porque me metía muchísima caña en el sentido de esto fatal, por aquí no vas a conseguir nada. Y yo que soy muy

de cuanto más caña me metes más me animo pues a mí me ayudaron un montón. (E3)

...son como empresarios que ya están jubilados, ¿SECOT?. SECOT, sí que nos puso las pilas y nos obligó a hacernos un plan de empresa, un DAFO³⁰, un todo, más serio, con ellos y desarrollamos ese plan en los siguientes cinco siguientes meses que estuvimos que había poco trabajo al principio... (E6)

El desarrollo de su proyecto y sus perspectivas de futuro

Como ya hemos señalado anteriormente los jóvenes emprendedores que aceptaron participar en la investigación tenían en común el hecho de que o les había ido bien con sus proyectos o estos tenían

29. SECOT (acrónimo de Seniors Españoles para la Cooperación Técnica), es una asociación sin ánimo de lucro creada en 1989 que tiene entre sus fines acompañar y ayudar a emprendedores a poner en marcha su proyecto empresarial.

30. El método de análisis DAFO o FODA es una herramienta de análisis estratégico que permite conocer el contexto competitivo de una organización desde dos vertientes o entornos: externo e interno. En último término, la aplicación de esta metodología permite conocer la situación en la que se encuentra la organización y planear una estrategia de futuro.

muchos visos de terminar yendo bien, ya que se veía que estaban encarrilados. Esto es, participaron en la investigación jóvenes emprendedores que, en el momento de hacerles la entrevista, se podía decir que habían tenido éxito con la idea de negocio que habían decidido poner en marcha.

Dado que el éxito de los proyectos fue una cosa que nos llamó desde el principio la atención, creímos interesante preguntarles acerca de cuál había sido la evolución de los mismos desde que los habían puesto en marcha con el objetivo de poder indagar acerca de posibles claves que explicaran los motivos por los cuales estos habían llegado a buen puerto (o estaban en camino de hacerlo).

A pesar de que los relatos de los entrevistados sobre este tema fueron muy variados, dadas las distintas áreas en las que habían emprendido y las diferentes vicisitudes a las que habían tenido que hacer frente, una serie de elementos aparecieron repetidos, de forma espontánea, en varias de las entrevistas. Son los siguientes:

- Aprovechamiento de las nuevas tecnologías (página web y redes sociales). En más de algún caso se comentó haber recurrido a una empresa externa para mejorar la web (ej: diseño o posicionamiento) o para la gestión de la marca en redes sociales (branding)

Entonces me monté una web, para no volverme loco básicamente, muy cutrecilla pero bueno. Y allí ya empezó a crecer la cosa bastante bien... ..Y eso empezó a crecer mucho. Cuanto mejor tenía la web puesta, pues más me compraban... (E5)

- Formación continua no solo en su ámbito sino también en aspectos generales vinculados con el desarrollo de negocios o con el emprendimiento.

Sobre todo la lectura me ha ayudado un montón. Que yo antes no leía casi nada... ..y la lectura me ha ayudado muchísimo a aprender sobre el tema del emprendimiento (E4)

- El empeño en ser los mejores (al menos, en alguna de las áreas que implica el negocio) o en la mejora continua

Nosotros no miramos hacia aquí sino miramos lo que se está haciendo en (cita ciudad). Siempre se nota ese querer avanzar, ese querer ser el mejor todo el rato, aunque no lo consigamos. Pero siempre queremos ser los mejores (E6)

- Saber adaptarse a la demanda

Siempre me gusta que cuando estoy en relación con una persona me gusta escuchar que es como más se aprende también y muchas de las necesidades que presentaban muchas personas eran más servicios... ..Entonces claro he conseguido nutrirme o que nos nutramos de esos núcleos familiares y dar solución a esos problemas que se nos presentaban. (E8)

Aunque no apareció específicamente, a la hora de responder a esta pregunta también queremos hacer referencia a una actitud a la que en distintos momentos de las entrevistas hicieron referencia varios entrevistados: la paciencia. En concreto, se señaló que el crecimiento del negocio debería ser lento, poco a poco³¹.

Tienes que ir poco a poco. América no se conquistó en un día. No se debería haber conquistado pero bueno (E7)



30. En relación a esto, queremos llamar la atención acerca de la coincidencia de varios de los entrevistados a la hora de utilizar esta expresión concreta a la hora de referirse al desarrollo del negocio.

...al final todo tiene que ir poquito a poco... ...Porque crecer se puede crecer muy rápido. Pero lo mismo que se sube, se baja igual de rápido. Yo creo que para que una empresa se asiente, tiene que tener muy buenos pilares... (E8)

Junto a ello, indagamos también acerca de las perspectivas a medio plazo que tenían sus negocios. Dos son las palabras que entendemos mejor pueden resumir buena parte de las respuestas que recibimos: planificación y ambición. Planificación en el sentido de que tenían definidos los objetivos que querían conseguir en su negocio y ambición, ya que, en general, hablaron de la expansión de los mismos no solo a otras ciudades españolas sino incluso al extranjero.

De aquí a cuatro años sí que espero haber montado algún centro más. Por lo menos en Logroño otro más y cerca Pamplona, Vitoria... (E3)

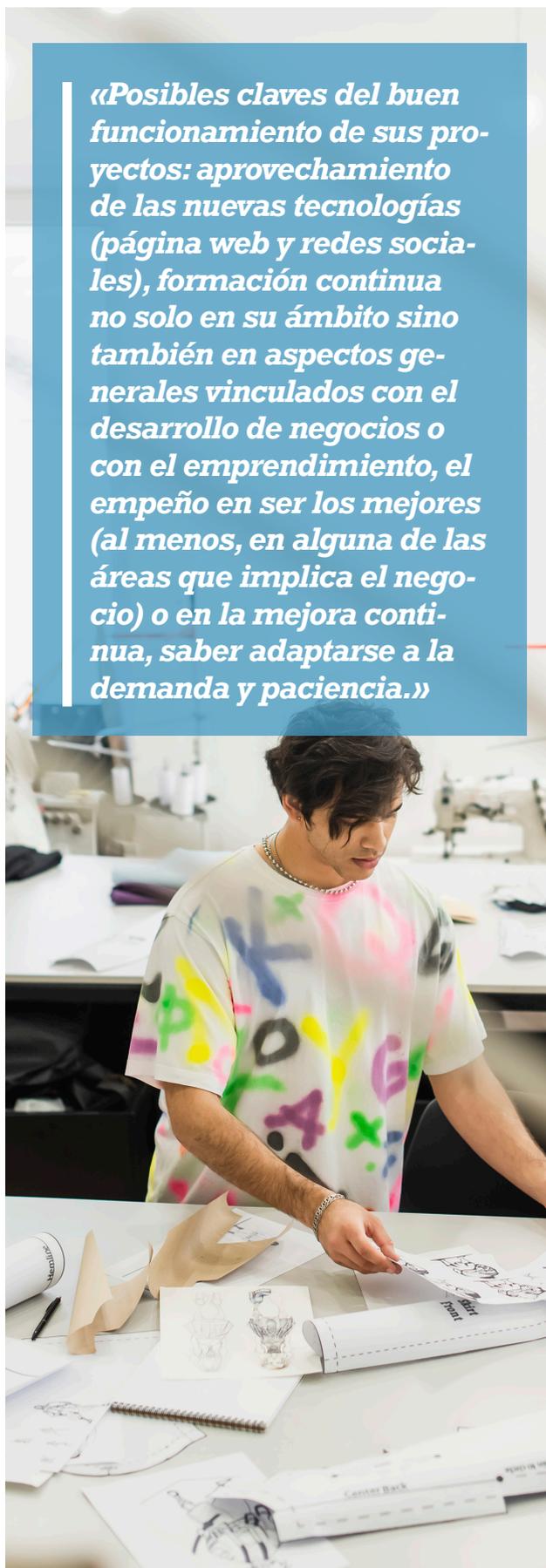
Pues como mínimo seguir así. Pero, no se, me gustaría vender más a otros países, porque la web está preparada, más o menos, y crecer un poquito más y, ¿quién sabe? no se, igual abrir alguna tienda en Madrid o Barcelona, tienda física... (E5)

Un consejo para los nuevos emprendedores

Terminamos las entrevistas pidiendo a los entrevistados que nos dieran un consejo para aquellos jóvenes que se estuvieran planteando poner en marcha un proyecto de emprendimiento. Las respuestas recibidas fueron de muy variado tipo. En algún caso se refirieron al ámbito en el que debían emprender, en otros a acciones a desarrollar antes de iniciar el proyecto y en algunos casos a conductas o buenas prácticas que debían desarrollar una vez que este estuviera puesto en marcha.

Lo primero, que hagas algo que te guste, porque esto, al final, el trabajo es que es prácticamente pues un tercio del día, ocho horas, y cuando eres emprendedor son más. Algo que te apasione, porque si no, no lo vas a hacer bien (E4)

«Posibles claves del buen funcionamiento de sus proyectos: aprovechamiento de las nuevas tecnologías (página web y redes sociales), formación continua no solo en su ámbito sino también en aspectos generales vinculados con el desarrollo de negocios o con el emprendimiento, el empeño en ser los mejores (al menos, en alguna de las áreas que implica el negocio) o en la mejora continua, saber adaptarse a la demanda y paciencia.»



Y que si puede presentar su proyecto a concursos también porque te ayuda mucho a poner los pies en la tierra. Porque igual tienes tú una idea supergenial pero la visión de fuera te dirá “esto no va a nada” o “mira, esto sí, está guay, me gusta”. Y entonces ahí, te vas orientando también. (E3)

E importante, muy, muy, muy importante el tener una buena publicidad online, una buena gestión de redes... (E7)

Cabe llamar la atención que, a pesar del escaso número de entrevistados que participaron en la investigación y de la variedad de las respuestas recogidas, tres fueron citadas por más de un entrevistado: formarse (ya sea de manera formal o informal), tener constancia y buscar/pedir ayuda

Lo primero de todo es buscar cursos... ..buscar cursos, formaciones, cosas así que te ayuden primero a desarrollar bien tu idea... (E3)

...hay que ser constante. Esto es muy importante, esto sí que es fundamental. La mayoría de la gente cuando tiene altibajos lo deja. Si tú sigues luchando estás por encima de la media (E4)

Que no te de vergüenza pedir ayuda allá donde pienses que te van a ayudar (E5)

«Consejo para nuevos emprendedores: formarse (ya sea de manera formal o informal), tener constancia y buscar/pedir ayuda»



6. Conclusiones

Las cifras oficiales muestran que el nivel de autoempleo entre la juventud española se sitúa en los niveles del conjunto de la Unión Europea. De igual forma que sucede en los distintos países comunitarios, en España la proporción de jóvenes que trabajan por cuenta propia es muy inferior a la del conjunto de la población adulta. Ahora bien, de los datos de los distintos estados se desprende una correlación entre la tasa de autoempleo entre la población joven y la población adulta, lo que apuntaría a que el emprendimiento entre los jóvenes está vinculado con el patrón general que existe en la sociedad en la que residen.

Si bien a finales de 2019 los datos de la Encuesta de Población Activa el porcentaje de jóvenes emprendedores se situaba en el 13,1%, el análisis del periodo comprendido entre 2004 y 2019 muestra variaciones en la tasa de emprendimiento vinculadas a la evolución del mercado de trabajo. Así, se observa que la proporción de jóvenes emprendedores aumentó durante los años más duros de la crisis económica y descendió de forma paulatina con el inicio de la recuperación. Esta relación entre emprendimiento y coyuntura económica parece apuntar a que el emprendimiento en España es, en una parte relevante

de los casos, una táctica adaptativa a la situación del mercado de trabajo. Este hecho queda confirmado con los datos del Global Entrepreneurship Monitor, cuyos resultados de 2019 muestran que el 42,9% de las nuevas iniciativas emprendedoras tenían entre sus motivaciones la búsqueda de ganarse la vida ante la escasez de trabajo.

El análisis del emprendimiento desde el punto de vista de género refleja que este es un ámbito en el que también existe desigualdad entre hombres y mujeres. En este sentido los datos de la Encuesta de Población Activa muestran cómo en el periodo comprendido entre 2004 y 2019 el porcentaje de mujeres emprendedoras es claramente inferior al de hombres.

Por lo que se refiere a Logroño, los datos del estudio realizado en otoño de 2018 muestran que, aunque la proporción de jóvenes a los que cabía calificar como emprendedores era bajo (6,6%), había un importante potencial de emprendimiento entre la juventud logroñesa, ya que uno de cada cuatro encuestados en ese estudio manifestaron que aspiraban a convertirse en autónomos o a crear una empresa con otras personas.



«Esta relación entre emprendimiento y coyuntura económica parece apuntar a que el emprendimiento en España es, en una parte relevante de los casos, una táctica adaptativa a la situación del mercado de trabajo.»



Por su parte, como ya hemos comentado, los datos del estudio cualitativo no son los que, en principio, nos habíamos planteado dado el número tan limitado de entrevistas que realizamos y el perfil tan concreto de los jóvenes emprendedores que participaron en el mismo. Esto no quita relevancia a los resultados hallados pues entendemos que nos pueden dar pistas en relación a los ingredientes que debe reunir un proyecto de emprendimiento para poder prosperar. En el caso de nuestros entrevistados se ha observado que, de cara a la puesta en marcha de sus proyectos existe una coincidencia bastante grande en torno a que la temática de los mismos les gustaba; maduraron la idea durante un tiempo, prepararon su puesta en marcha buscando asesoramiento y realizando estudios de mercado y planes económicos de viabilidad; y, por último, el dinero no fue un condicionante de los mismos. Por lo que se refiere a los factores que explican el progreso de sus negocios cinco son los elementos sobre los que hubo una cierta coincidencia: 1-aprovechamiento de las nuevas tecnologías; 2-formación continua; 3-el empeño en ser los mejores o en la mejora continua; 4-saber adaptarse a la demanda; y 5-la paciencia.

«Existe una coincidencia bastante grande entre los entrevistados en torno a que la temática de sus proyectos les gustaba; maduraron la idea durante un tiempo, prepararon su puesta en marcha buscando asesoramiento y realizando estudios de mercado y planes económicos de viabilidad; y, por último, el dinero no fue un condicionante de los mismos.»

Dicho esto, del contenido de las entrevistas se desprende que, si bien los factores individuales explican en alguna medida lo bien que han ido sus proyectos, existen factores contextuales que también han influido en que esto haya sucedido. El primero de ellos es la familia, a la cual no habíamos contemplado en el diseño de nuestra investigación pero que ha quedado

«Si bien los factores individuales explican en alguna medida lo bien que han ido los proyectos de los entrevistados, existen factores contextuales que también han influido en que esto haya sucedido.»

demostrado que, de formas diversas, ha jugado un papel en muchos de los proyectos para que estos hayan ido bien. El segundo de ellos son las administraciones públicas y las entidades vinculadas con el emprendimiento. Aunque en algunos casos se hayan recogido experiencias negativas en relación a las mismas, en general, los entrevistados manifestaron haber sido ayudados de alguna forma y en algún momento por estas.

Por último quisiéramos referirnos al análisis que desde el ámbito sociológico se ha hecho del fenómeno del emprendimiento. A este respecto, nos resulta llamativo que los tres artículos que encontramos a través del portal Dialnet no solo coincidan en la valoración (críti-

ca) que les merece el impulso que el emprendimiento tuvo por parte de las administraciones públicas durante la pasada década sino también en el tipo de argumentos que utilizan para defender esta postura:

- La vinculación del emprendimiento con la individualización que se está produciendo en el mercado de trabajo y que conduce a que las personas tengan que buscar soluciones individuales a un problema colectivo como es el paro.
- El emprendimiento como respuesta, en muchos casos, a una situación de necesidad individual y no tanto como fórmula para dar cauce a una iniciativa individual
- La imagen estereotipadamente positiva con que las autoridades presentan la figura del emprendedor y que no refleja la precarización que implica el emprendimiento (de ahí la utilización de términos como emprendedor o emplecario para referirse a esta figura)
- La existencia de variables socioeconómicas (ej: formación recibida, nivel económico familiar) que

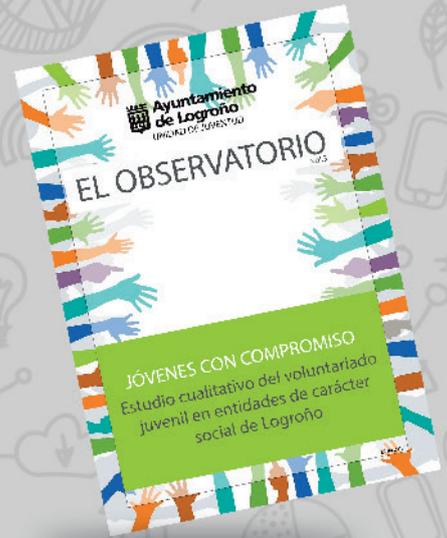
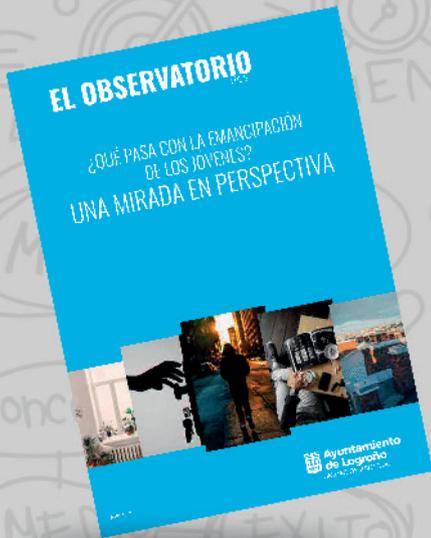


explican los diferentes niveles de emprendimiento entre los jóvenes, a pesar de que este se vincule principalmente con actitudes individuales

La información recogida en este estudio solo nos permite pronunciarnos sobre dos de estas afirmaciones: la segunda y la cuarta. En relación a la primera de ellas, como ya hemos comentado en la primera parte de estas conclusiones, los datos recogidos tanto por fuentes públicas (EPA) como privadas (GEM) vienen a mostrar

de distintas formas que una parte del emprendimiento es una fórmula a la que se acude en bastantes casos por obligación y no tanto por devoción. Por lo que se refiere a la segunda de ellas, los resultados del estudio cualitativo no nos permiten afirmar la existencia de diferencias en las tasas de emprendimiento en función de variables socioeconómicas pero sí que los factores individuales no son los únicos a los que hay que acudir a la hora de explicar la puesta en marcha de proyectos de emprendimiento.





JÓVENES Y EMPRENDIMIENTO
EL OBSERVATORIO
VOL. 8



Ayuntamiento de Logroño

Once de Junio, 2
26071 Logroño. La Rioja

T. 941 201 615
infojoven@logrono.es
