

EL IMPACTO DE FACTORES SOCIO-CULTURALES SOBRE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE LOS JÓVENES EN ESPAÑA

ESTEBAN LAFUENTE

YANCY VAILLANT

EDUARDO GÓMEZ*

RESUMEN

El objetivo principal de este trabajo es determinar el efecto que algunas variables socio-culturales (tales como la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras, los modelos de referencia y el miedo al fracaso) ejercen sobre la actividad emprendedora de los jóvenes en España. Con tal finalidad se realiza un modelo de regresión logística para eventos extraños, utilizando la base de datos GEM-España de 2009 con una muestra de 24.099 personas. Algunos de los resultados más importantes indican que los jóvenes son más emprendedores que las personas mayores y que además el impacto de determinados factores socio-culturales es diferente en el caso de los jóvenes españoles.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, emprendedor naciente, joven emprendedor, autoconfianza, modelos de referencia, miedo al fracaso, factores socio-culturales, regresión logística, GEM, España.

ABSTRACT

The main objective of this study is to determine the effect of certain socio-cultural variables (such as role models, fear of failure and entrepreneurial self-confidence) on the entrepreneurial activity of Spanish youths. This was achieved by applying a rare events logistic regression using the Spanish GEM database for 2009 that includes a sample of 24,099 individuals. Some of the most important results indicate that young people are more entrepreneurial in comparison to older individuals. The results also show that the impact of

* Dirigir correspondencia a: Eduardo Gómez, email: Eduardojose.gomez@uab.cat. Universitat Autònoma de Barcelona, Department of Business Economics, Edifici B, 08193 Bellaterra, Barcelona, Spain.

certain entrepreneurially determinant socio-cultural factors differs in the case of Spanish youths.

KEY WORDS: entrepreneurship, nascent entrepreneur, young entrepreneur, self-confidence, role models, fear of failure, socio-cultural factors, logistic regression, GEM, Spain.

1. INTRODUCCIÓN

La dinámica relacionada con creación de empresas durante las últimas décadas ha sido definida por instancias gubernamentales y académicas a nivel mundial como un fenómeno emprendedor. Ello ha despertado en los académicos el interés por estudiar a los actores principales de la actividad emprendedora, los emprendedores, pero también la diversidad de factores económicos, políticos y socio-culturales que influyen en dicho proceso.

Desde una óptica general, las investigaciones en el campo del emprendimiento se han constituido principalmente en tres grandes ramas: la económica (Audretsch y Keilbach, 2004; Wenekers *et al.*, 2005), la psicológica (McClelland, 1961; Stewarth *et al.*, 1999) y la socio-cultural o institucional (Shapero y Sokol, 1982; Busenitz *et al.*, 2000). Dentro de este último enfoque, que plantea que el emprendedor está influenciado por el entorno socio-cultural, un gran número de estudios vienen demostrando que esta perspectiva es especialmente apropiada para analizar el emprendimiento (North, 1990; Gnyawali y Fogel, 1994; Vaillant y Lafuente, 2007).

De esta forma y con respecto a los factores socio-culturales, autores como Shapero y Sokol (1982) y Krueger (1993) han afirmado que el rol de empresarios exitosos puede influir en la decisión de otros individuos cercanos para convertirse en emprendedores. Busenitz *et al.* (2000) y Vaillant y Lafuente (2007) consideran la tolerancia social al fracaso como otra variable socio-institucional que afecta la decisión de involucrarse en actividades emprendedoras. Krueger y Brazeal (1994), Busenitz *et al.* (2000) y Arenius y Minniti (2004) proponen que la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras llegan a ser un factor crucial para crear una nueva empresa. De la misma manera, los anteriores factores socio-culturales han sido destacados por la Comisión Europea como claves para desarrollar la propensión empresarial en los territorios (European Commission, 2003, 2004).

Si bien estos factores de tipo socio-cultural se han aplicado al análisis de los emprendedores a nivel general y en diferentes contextos demostrando lo determinante que son en el proceso emprendedor. No obstante, diversas investigaciones han comprobado que dichas variables no influyen de forma homogénea sobre todos los segmentos de la población

empresaria. Es decir, el género (Carter *et al.*, 2001; Delmar y Holmquist, 2004), al igual que ser extranjero (Mancilla *et al.*, 2010; Levie, 2007), entre otras situaciones, producen efectos diferentes sobre los emprendedores.

Es por ello que en los últimos años diferentes segmentos de la población emprendedora vienen ganando terreno en el ámbito académico, entre el que se destaca los jóvenes emprendedores y lo demuestra el número creciente de trabajos que abordan dicho tema desde diferentes perspectivas (Scherer *et al.*, 1989; Bonnett y Furnhan, 1991; Blanchflower y Meyer, 1994; Honjo, 2004; Levesque y Minniti, 2006; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009). No obstante, la preocupación académica por este tema también viene dada en parte por el fenómeno emprendedor que vienen generando los jóvenes a nivel mundial. En los últimos años, según algunos autores, el desempleo juvenil que presentan muchos países ha llevado a los jóvenes a ver en el emprendimiento una posibilidad de autoempleo e independencia (Blanchflower y Andrew, 1998). Una muestra del problema la presenta Europa, donde para el 2011 espera contar con una tasa de desempleo juvenil cercana al 20% (OECD, 2010), y en el caso por ejemplo de España del 40% (INE, 2010).

Precisamente España se ha constituido como un caso muy especial en el tema de jóvenes emprendedores. Esto es debido a sus complicados problemas de desempleo, que a la vez se mezcla con su alta tasa de creación de empresas. La economía Española ha destruido alrededor de cuatro millones de empleos durante la reciente crisis económica (2008-2010) (INE, 2010). Por tramos de edad, dicha cantidad, según el INE (2010) ha perjudicado principalmente a los menores de 35 años. De la misma forma, según el *Global Entrepreneurship Monitor (GEM España, 2010)* se estima que España tuvo en el 2009 1.535.000 emprendedores (población entre los 18 a 64 años de edad involucrados en actividades de creación de empresas o con empresas de recién creación), de los cuales el 11,5% son individuos menores de 35 años. Esto convierte a España, dentro del contexto europeo, en uno de los países donde más jóvenes crean empresa.

A partir de lo anterior, este trabajo se plantea como objetivo principal determinar si algunas variables socio-culturales (tales como la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras, los modelos de referencia y el miedo al fracaso) influyen de forma diferenciada el proceso emprendedor de jóvenes en España.

Este estudio se estructura de la siguiente forma: en la sección dos se presenta el marco teórico y la construcción de hipótesis. En la sección tres se expone los datos y la metodología.

Discusión de los principales resultados en la sección cuatro. Finalmente en la sección cinco las conclusiones e implicaciones.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Jóvenes emprendedores

En la actualidad y en muchos países la carencia de oportunidades laborales para jóvenes ha llevado a que éstos conciban la creación de empresa como una vía alterna para suplir sus necesidades de trabajo y desarrollo profesional (Blanchflower y Andrew, 1998). Pero a la vez, el creciente capital humano de los jóvenes les da un mayor espectro de alternativas así como una mejor capacidad de identificación y explotación de oportunidades de negocio (Haynie *et al.*, 2009).

Por otra parte, en la incipiente literatura científica con relación a los jóvenes emprendedores ha sobresalido la discusión que desde diferentes perspectivas han comparado su actividad emprendedora con la del resto de emprendedores. Resultando que existe una tendencia que indica que son los jóvenes los que tienen mayor probabilidad de ser emprendedores (Bonnett y Furnham, 1991; Honjo, 2004; Levesque y Minniti, 2006). Pasando sucintamente a estos estudios, se destaca el trabajo de Honjo (2004) que propone que la capacidad de aprendizaje y de cambio que las personas jóvenes poseen para asumir retos empresariales es mucho mayor que en personas de mayor edad. De igual forma, los individuos entre más se hacen mayores menos deseable se les hace abrir una nueva empresa porque su capacidad de riesgo disminuye con los años (Levesque y Minniti, 2006). Es decir, para Levesque y Minniti (2006) entre más jóvenes más capacidad para tomar riesgos y por ende más probabilidad de ser emprendedores.

De la misma forma, la situación socio-económica desde hace décadas ha llevado a que sean las personas jóvenes (menores de 30 años) las que posean menores costes de oportunidad para crear empresa (Amit *et al.*, 1995). Debido a que los jóvenes suelen tener mucho menos responsabilidades de tipo familiar o personales que las personas mayores de 30 años. Además si un joven fracasara en el intento de ser emprendedor todavía posee edad para buscar trabajo asalariado o reorientar su vida laboral a diferencia de las personas mayores que no les queda fácil encontrar trabajo después de cierta edad (Rojas y Siga, 2009). Esa situación de que los costes de oportunidad para crear empresa son menores en los jóvenes, genera al mismo tiempo que su capacidad de riesgo sea mayor (Levesque y Minniti, 2006) y por ende posean menor miedo al fracaso (Bonnett y Furnham, 1991) que les permita desarrollar sus actitudes

emprendedoras. Por lo tanto, a partir de esta última deducción se formula la siguiente hipótesis:

H1: Los jóvenes tienen mayor probabilidad de ser emprendedores nacientes que el resto de la población.

2.2 Autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras

La autoconfianza es el constructo central de la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977a, 1982). En ésta dicho concepto es definido como la creencia de un individuo en su capacidad personal para organizar y ejecutar un trabajo o una serie específica de tareas, necesarias para alcanzar ciertos objetivos o resultados propuestos (Bandura, 1977a). La autoconfianza se adquiere gradualmente mediante el desarrollo de complejos cognitivos, sociales, lingüísticos y/o habilidades físicas que se obtienen a través de la experiencia (Bandura, 1982).

Es muy importante entender que la autoconfianza en estos términos no se refiere a las habilidades objetivas que una persona tiene, sino a las percepciones que este individuo cree de lo que puede hacer con sus capacidades o una en especial. Markham *et al.* (2002) han observado que las personas están motivadas a lo largo de sus vidas por la autoconfianza percibida más que por la capacidad objetiva y que tales percepciones afectan profundamente a sus estados afectivos y comportamientos.

La autoconfianza ha sido relacionada teórica y empíricamente con el fenómeno del proceso emprendedor. Como un factor que estimula a las personas a ser emprendedoras (Schultz, 1980; Bird, 1988; Krueger y Brazeal, 1994; Chen *et al.*, 1998; Van Praag y Cramer, 2001; McGee *et al.*, 2009) y acciones empresariales en general (De Noble *et al.*, 1999). La evidencia proporcionada por los estudios empíricos ha demostrado que la confianza percibida en la propensión para actuar explica más de la mitad de la varianza en las intenciones emprendedoras (Krueger y Brazeal, 1994). Algunos autores afirman que un individuo toma la decisión de ser empresario dependiendo de la evaluación que él o ella hagan de sus habilidades (Van Praag y Cramer, 2001; Arenius y Minniti, 2004). Conforme a lo expuesto hasta ahora, se puede proponer la siguiente hipótesis:

H2a: La autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras aumentan la probabilidad de que un individuo llegue a ser un emprendedor naciente.

Por otra parte, algunas investigaciones han comprobado que el factor de la autoconfianza, al igual que los otros factores socio-culturales tenidos en cuenta por este estudio, no influye de forma homogénea en todos los individuos. Por ejemplo, se han encontrado diferencias entre desiguales estilos cognitivos o psicológicos de personas (Kickul *et al.*, 2009), de edades (De Noble *et. al.*, 1999) de género (Wilson *et al.*, 2007; Driga *et al.*, 2009), entre otros. Con relación a la edad, no es un secreto que en las últimas décadas la nueva generación de jóvenes se ha venido formando profesionalmente más que las personas de generaciones pasadas, lo que le ha permitido a la juventud mayor confianza para asumir y crear sus propias empresas (Honjo, 2004).

De igual forma, con respecto a las características psicológicas, algunos autores han planteado que los individuos que poseen un mayor locus de control interno¹ poseen mayor percepción de la autoconfianza y por ende aumenta la probabilidad de iniciar una empresa (Evans y Leighton, 1989; Wilson *et al.*, 2007). Según Bonnett y Furnham, (1991) las personas que tienen un mayor locus control interno son los jóvenes, que les permite tener menor miedo y tolerar mejor el fracaso. De lo que se puede deducir lo siguiente:

H2b: El efecto positivo de la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor naciente es mayor en los jóvenes.

2.3 Modelos de referencia

En la década de 1930 Freud descubrió que dentro del proceso de formación de la personalidad de un individuo un factor fundamental es la identificación con otras personas como modelos de referencia (Freud, 1933). Otras explicaciones, como la teoría del aprendizaje social (Bandura, 1977) propone que dentro de los diferentes mecanismos psicológicos de la persona, el observar a otros e identificarse con sus acciones contribuye a que el individuo aprenda y por ende asuma estas acciones para sí mismo y su comportamiento.

Relacionando lo anterior con el proceso que lleva a una persona a ser un emprendedor, se puede indicar a través de varios estudios que los modelos de referencia de igual forma se han convertido en un factor influyente en dicho proceso (Shapiro *et al.*, 1978; Speizer, 1981;

¹ Con locus de control Bonnett y Furnham (1991) hacen referencia al grado en que un individuo percibe el éxito y/o fracaso de su conducta como dependiente de sí mismo (locus de control interno) o del entorno (locus de control externo). Por lo tanto, según estos autores, un mayor locus de control interno permite desarrollar actitudes emprendedoras.

Scherer *et al.*, 1989; Gnyawali y Fogel, 1994; Krueger y Brazeal, 1994; Walstad y Kourilsky, 1998; Gibson, 2004; Lafuente *et al.*, 2007; Vaillant y Lafuente, 2007; Lucas *et al.*, 2009). De la misma manera, la importancia de los modelos de referencia en el proceso emprendedor ha sido destacada en los últimos años por importantes organismos mundiales de tipo económico y político. Así pues, la OECD (2009) y la Comisión Europea (European Commission, 2003) en sus proyectos de estimular el espíritu emprendedor en los jóvenes, reconocen que para ello uno de los pilares de acción que se debe trabajar fuertemente en los países es precisamente promover los modelos de referencia exitosos.

Tal como se refleja la importancia de los modelos de referencia para el emprendimiento en el área económica y política, de la misma forma sucede en la académica. Según Gnyawali y Fogel (1994) los modelos de referencia deben clasificarse como un factor de tipo socio-económico que influye el proceso emprendedor. Uno de los trabajos que mejor clarifica desde la óptica teórica la forma de entender los modelos de referencia aplicados al emprendimiento es el estudio de Gibson (2004). Según este autor, un modelo de referencia es mucho más que un simple comportamiento a seguir, implica también las construcciones cognitivas ideadas por las personas que construyen su “ideal” posiblemente sobre la base de sus propias necesidades de desarrollo y metas (Gibson, 2004).

Así pues, Scherer *et al.* (1989) en su estudio aceptan la hipótesis que los individuos con un padre percibido con alto rendimiento tendrán una preferencia significativamente mayor para emprender una carrera empresarial que los individuos con un modelo de referencia percibido con bajo rendimiento o sin ningún modelo a seguir. Vaillant y Lafuente (2007) en otro estudio sustentan a partir de varias hipótesis que existe una relación positiva entre modelos de referencias empresariales y la actividad emprendedora. De acuerdo con la literatura expuesta hasta aquí sobre la influencia de los modelos de referencia en el proceso de ser emprendedor, para el caso de esta investigación se formula la siguiente hipótesis:

H3a: Los individuos que conocen personalmente a un emprendedor tienen una mayor probabilidad de ser emprendedores nacientes.

Por otra parte, algunos investigadores afirman que los modelos de referencia influyen más a los individuos jóvenes para ser emprendedores (Murrell, 2003; Lafuente y Vaillant, 2008). No es casualidad estos planteamientos, ya que las teorías psicológicas clásicas sobre los modelos de referencia han propuesto que los jóvenes son más susceptibles de ser influenciados por el ejemplo de otras personas (Freud, 1933; Erikson, 1985). Por lo tanto:

H3b: El efecto positivo de la presencia de modelos de referencia emprendedores sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor naciente es mayor en los jóvenes.

2.4 Miedo al fracaso.

El miedo al fracaso ha sido identificado por numerosos estudios como otro factor significativo que impacta la actividad emprendedora (Brockhaus, 1980; Herron y Sapienza, 1992; Sitkin y Pablo, 1992; Busenitz *et al.*, 2000; Vaillant y Lafuente, 2007). Busenitz *et al.* (2000) y Vaillant y Lafuente (2007) lo caracterizan más concretamente como un factor de tipo socio-cultural capaz de disuadir a las personas a crear empresas. De la misma forma la Comisión Europea (European Commission, 2003) advierte que el estigma social del fracaso que deben asumir los emprendedores europeos aumenta los riesgos asociados con el ejercicio de sus actividades empresariales. Dicha entidad ha considerado tan importante la influencia negativa que ejerce tal estigma sobre los emprendedores que es por ello que lo han incluido como unos de los problemas a solucionar dentro del Plan de Acción de la Agenda Europea para el Emprendimiento (European Commission, 2004).

Desde el ámbito académico, Landier (2004) indica que en los territorios con altos niveles de estigma social hacia el fracaso, los individuos tienen menor probabilidad de convertirse en empresarios. A diferencia de las culturas donde existe una mayor tolerancia y aceptación del fracaso empresarial, donde la probabilidad de personas de convertirse en emprendedor es mucho mayor (Landier, 2004). Desde la óptica de este autor, el miedo al fracaso para los emprendedores es por un lado un estigma o castigo social por no lograr éxito empresarial. Por otra parte, una sensación de incertidumbre por arriesgarse a crear una empresa o tomar una decisión en términos económicos para su negocio (Brockhaus, 1980; Herron y Sapienza, 1992, Sitkin y Pablo, 1992; Van Praag y Cramer, 2001).

Así pues, dependiendo del grado de miedo al fracaso del emprendedor lo llevará a tomar la decisión de crear o no la empresa o de generar un cambio o no en su negocio. A partir de lo cual se puede indicar la siguiente hipótesis:

H4a: El miedo al fracaso disminuye la probabilidad que un individuo se convierta en emprendedor naciente.

Ahora bien, se ha demostrado que el miedo al fracaso no sólo es diferente entre países y territorios (Saxenian, 1994; Vaillant y Lafuente, 2007) sino en la forma en que impacta a los emprendedores de un mismo lugar (Wagner, 2007; Driga *et al.*, 2009). O sea, la influencia de este estigma sobre las personas depende de diferentes factores. Uno de los que se destaca es la

edad, investigaciones han encontrado que los individuos también tienen diferentes propensiones de asumir el miedo al fracaso en relación con su ciclo de vida (Levesque y Minniti, 2006). Dentro del grupo de personas emprendedoras, estos autores indican que son los jóvenes los que tienden a tener menos miedo al fracaso y mayor probabilidad de crear empresa. Una razón por la que el miedo al fracaso es menor en los jóvenes, está relacionada con los costes de oportunidad de ser emprendedor. Como ya se hizo referencia los jóvenes tienen menores costes de oportunidad para crear empresa (Amit *et al.*, 1995), tienen menos que perder que las personas mayores cuando intentan abrir una empresa. A razón de esto, este estudio propone también la siguiente hipótesis:

H4b: El impacto negativo del miedo al fracaso sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor naciente es menor en los jóvenes.

3. Método

La base de datos que se utilizará para realizar esta investigación es la encuesta a la población adulta (APS) del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) de España para el año 2009. GEM es un grupo de investigación centrado en la actividad emprendedora de los países, el cual fue creado y está dirigido por la *Babson College* (EE.UU.) y *London Business School* (Reino Unido) desde 1999. El objetivo principal del GEM es analizar como el emprendimiento impacta el crecimiento económico y para ello realiza mediciones que permiten comparar la actividad emprendedora entre diferentes países (Reynolds *et al.*, 2005). En la actualidad, GEM se ha realizado en 59 países (GEM, 2010). Si se desea profundizar más sobre la metodología GEM se recomienda consultar a Reynolds *et al.* (2005).

La información generada por el GEM ha sido empleada por un gran número de investigadores en todo el mundo desde 1999 (Sternberg y Wennekers, 2005), entre los que se destacan autores que han estudiado algunos factores determinantes del emprendimiento (Thurik, 2003; Wagner, 2004; Wennekers *et al.*, 2005; Lafuente *et al.*, 2007; Vaillant y Lafuente, 2007; Driga *et al.*, 2009).

De igual forma, resaltar que para el caso de España el GEM posee una muestra aleatoria y representativa de la población de 28.888 entre los 18 y 64 años de edad para el año 2009. Con el fin de asegurar la rigurosidad de este estudio, se eliminaron de la muestra final todas las observaciones de aquellos individuos que no brindaron una respuesta a las preguntas de interés o cuyas respuestas no son válidas (respuestas 'no sabe'), quedando así una muestra total de 24.099 personas de los cuales 4.079 son jóvenes menores de 30 años.

Con respecto a la definición de las personas jóvenes, el criterio utilizado en esta investigación se basa en la edad. Según varios organismos internacionales tales como la Organización de Naciones Unidas (UN, 2010), la OECD (2010), la Organización Internacional del Trabajo (ILO, 2010) y el Banco Mundial (2010), existe un consenso a la hora de considerar como jóvenes a todas aquellas personas que están entre los 15 y 24 años. Por otro lado, la Unión Europea (European Commission, 2009) y concretamente el Gobierno de España (INJUVE, 2010) comparten el criterio de que las personas jóvenes son aquellas cuya edad se encuentra entre los 15 y 29 años.

En relación a la creación de empresas, muchos académicos han caracterizado precisamente a los jóvenes emprendedores como aquellos individuos que han creado o quieren crear empresas y están en el rango de edad que oscila entre los 18 y 29 años (Scherer *et al.*, 1989; Bonnett y Furnhan, 1991; Blanchflower y Meyer, 1994; Schiller y Crewson, 1997; Walstad y Kourilsk, 1998; Honjo, 2004; Levesque y Minniti, 2006; Rojas y Siga, 2009; Thomas, 2009). De esta forma, y para asegurar el rigor científico, esta investigación adopta dicho criterio para catalogar una persona como joven.

La Tabla 1 presenta los estadísticos descriptivos de las variables seleccionadas para llevar a cabo esta investigación. La Tabla presenta los valores medios haciendo la distinción entre emprendedores nacies e individuos no involucrados en actividades emprendedoras, presentando además el resultado del test de Kruskal-Wallis². En el modelo de este estudio, y siguiendo autores como Katz (1994), Levesque y Minniti (2006), Vaillant y Lafuente (2007), la edad de los individuos se expresa en términos de edad, y esta variable toma valores entre 18 y 64 años. En esta muestra, el promedio de edad entre los emprendedores nacies españoles (39 años) es significativamente diferente al resto de adultos en la muestra (42 años).

La variable dependiente utilizada en esta investigación es la que GEM denomina como *nascent* (emprendedor nacies) (Reynolds *et al.*, 2005). Esta variable, emprendedor nacies, es una variable dicotómica que toma el valor de uno si la persona en los 12 últimos meses estaba activamente involucrado en el proceso de establecer su propia empresa, o es dueña en la actualidad de una empresa de no más de tres meses de actividad en el momento en que se aplicó la encuesta. Cuando no se cumple con estos requisitos, esta variable toma el

² Test no paramétrico que permite determinar si los grupos que tiene una variable poseen una característica significativamente diferente. A diferencia de la prueba ANOVA no requiere que los grupos presenten una distribución normal ni homocedasticidad. Es decir, Kruskal-Wallis se utiliza para determinar la significación estadística de la varianza de las medias de una sub-muestra (Green, 2003).

valor de cero (Reynolds *et al.*, 2005). La variable emprendedor naciente ya ha sido utilizada en varios trabajos, entre los que se destaca Uusitalo (2001), Douglas y Shepard (2002), Wennekens *et al.* (2005) Lafuente *et al.* (2007), Vaillant y Lafuente (2007), Driga *et al.* (2009, 2010). Con respecto a los estadísticos descriptivos presentados en la Tabla 1, se observa que los emprendedores nacientes representan el 2,13% de toda la muestra.

Para contrastar las hipótesis de este trabajo se han seleccionado una serie de variables independientes, también dicotómicas y, como se ha comentado, relacionadas con factores de tipo socio-cultural. La autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras ha sido planteada por varios estudios como un factor determinante a la hora de explicar la creación de empresas (Schultz, 1980; Bird, 1988; Krueger y Brazeal, 1994; Herron y Sapienza, 1992; Van Praag y Cramer, 2001; McGee *et al.*, 2009).

Esta variable, autoconfianza, toma el valor de uno cuando la persona ha declarado que en el momento de crear la empresa percibió autoconfianza para hacerlo, y se le asigna el valor de cero cuando una persona declaró lo contrario. La Tabla 1 muestra que la proporción de emprendedores nacientes Españoles que perciben autoconfianza en sus habilidades emprendedoras es significativamente mayor (93.57%), comparado con la proporción mostrada por las personas que no están involucradas en actividades emprendedoras (50.20%).

De la misma forma, los modelos de referencia han sido utilizados por muchos académicos como una de las variables que explica la creación de empresas (Shapiro *et al.*, 1978; Speizer, 1981; Scherer *et al.*, 1989; Gnyawali y Fogel, 1994; Krueger y Brazeal, 1994; Walstad y Kourilsky, 1998; Gibson, 2004; Lafuente *et al.*, 2007; Vaillant y Lafuente, 2007; Lucas *et al.*, 2009). La variable asociada a este factor socio-cultural, modelos de referencia, toma el valor de uno para aquellas personas que han afirmado conocer personalmente a un emprendedor que ha creado una empresa en los dos últimos años. Para la muestra empleada en este estudio, se observa como la proporción de emprendedores nacientes españoles que conocen un emprendedor (60.11%) es significativamente mayor que la proporción mostrada por los individuos que no involucrados en actividades emprendedoras (31.19%) (Tabla 1).

Tabla 1. Estadísticos descriptivos para las variables seleccionadas

Desviación estándar aparece en paréntesis. *, **, *** indica significancia al 10%, 5% y 1%, respectivamente (Test de Kruskal-Wallis).

El miedo al fracaso ha sido otro factor propuesto por varios estudios como uno de los determinantes para ser emprendedor (Brockhaus, 1980; Herron y Sapienza, 1992; Sitkin y Pablo, 1992; Busenitz *et al.*, 2000; Van Praag y Cramer, 2001; Landier, 2004; Vaillant y

	Emprendedor naciente	No-emprendedor naciente	Total	K-Wallis (chi-square)
Género (1 para hombre)	0.6147 (0.4871)	0.5024 (0.5000)	0.5048 (0.4999)	25.3796 ***
Edad (años)	39.5933 (10.4112)	42.6129 (12.2195)	42.5484 (12.1913)	38.5001 ***
Estudios primarios	0.2217 (0.4158)	0.3481 (0.4763)	0.3454 (0.4755)	35.4954 ***
Estudios secundarios	0.1789 (0.3837)	0.1771 (0.3817)	0.1771 (0.3817)	0.0122
Estudios Post- secundarios	0.5992 (0.4905)	0.4747 (0.4993)	0.4774 (0.4995)	31.2151 ***
Autoconfianza	0.9357 (0.2453)	0.5020 (0.5000)	0.5112 (0.4998)	378.7990 ***
Modelos de referencia	0.6011 (0.4901)	0.3119 (0.4633)	0.3181 (0.4657)	193.9227 ***
Miedo al fracaso	0.2762 (0.4475)	0.5179 (0.4996)	0.5127 (0.4998)	117.5698 ***
Observaciones	514	23,585	24,099	24,099

Lafuente; 2007; Wagner, 2007). Para efectos del estudio, esta variable dicotómica

toma el valor de uno si la persona afirma que el miedo al fracaso es un impedimento para crear una empresa. La Tabla 1 muestra que la proporción de emprendedores nacientes españoles (27.62%) que valoran el miedo al fracaso como un impedimento al emprendimiento es significativamente menor que la proporción observada en el grupo de Españoles que no están involucrados en actividades emprendedoras (51.79%).

Además de las variables antes mencionadas, se han considerado dos variables de control para el análisis empírico. Estas variables han sido empleadas y reconocidas como factores que ayudan a explicar parte de la varianza de la creación de empresas. Trabajos como Lafuente *et al.* (2007) y Driga *et al.* (2009) han utilizado la variable género, la cual toma el

valor de uno para hombre y cero para mujer. Los estadísticos descriptivos indican que hombres Españoles (61.47%) son significativamente más emprendedores que las mujeres Españolas (Tabla 1).

Krueger (1993), entre otros, señalan la importancia que tiene la educación entre los emprendedores. Para crear la variable educación se han considerado tres categorías (variables dicotómicas): 1) estudios primarios, 2) estudios secundarios (bachillerato) y 3) estudios de post-secundaria que incluye las personas que han hecho cursos específicos sin diplomas, diplomaturas, carreras universitarias y estudios de postgrado. Para cada individuo, estas variables toman el valor de uno para indicar el correspondiente nivel de estudios. Entre estos tres niveles de educación se destaca en la muestra de esta investigación los resultados obtenidos por el nivel de post-secundaria.

En la Tabla 1 se puede indicar que la proporción de individuos con educación postsecundaria es significativamente mayor entre los emprendedores nacientes (59.92%), respecto al grupo de individuos que no están involucrados en actividades emprendedoras (47.47%).

En lo concerniente al método estadístico empleado en este trabajo para contrastar las hipótesis se debe tener en cuenta que un individuo se convertirá en emprendedor si el total de los factores (variables) que consideramos en la presente investigación resulta en una decisión positiva (emprendedor). De esta manera, el llegar a ser un emprendedor naciente puede ser entendido en un modelo de elección binaria. Así, para determinar e identificar las características que afectan a la probabilidad que una persona sea emprendedora, podemos hacer uso de un modelo de regresión Logit estimado. En nuestro caso, la probabilidad de emprendimiento ($\Pr(Y_i = 1) = \hat{p}_i$) se entiende como una función del grupo de variables independientes antes presentado (X_i), donde \hat{p}_i se expresa como $\hat{p}_i = \frac{e^{X_i \hat{b}_j}}{1 + e^{X_i \hat{b}_j}}$, y los parámetros (\hat{b}_j) se estiman por el método de máximo verosimilitud (Greene, 2003).

Sin embargo, como ya se indicó en la Tabla 1 (columna 1), dentro de la muestra total los emprendedores nacientes representan tan sólo el 2,13%. Es decir, es posible considerar a un emprendedor naciente como un evento extraño.

La aplicación de un modelo Logit en muestras donde la proporción de eventos de interés en la variable dependiente es muy reducida (casos positivos), como es el caso de la muestra de este estudio, puede conducir a resultados sesgados dado a la subestimación de los parámetros estimados (King and Zeng 1999a, 1999b). Estos autores desarrollaron un método que permite estimar modelos Logit ajustados a la presencia de eventos extraños. El procedimiento que se denomina *rare events logit model* (modelo logit ajustado para eventos extraños), se basa en el modelo Logit tradicional, pero usa un estimador que genera un término de corrección en los coeficientes (King y Zeng 1999a, pág. 149). La evidencia empírica en el ámbito empresarial que han aplicado esta metodología se puede encontrar en Wagner (2004), Lafuente *et al.* (2007), Vaillant y Lafuente (2007), y Driga *et al.* (2009).

Los parámetros estimados desde el modelo Logit para eventos extraños, sólo indican la dirección de los efectos de cada variable independiente sobre la probabilidad de respuesta. Si queremos un mejor entendimiento de los resultados, es necesario calcular la primera diferencia, la cual es el cambio en la probabilidad del evento de interés como resultado de un cambio específico en una variable independiente manteniendo el resto de las variables constantes en sus medias muestrales, esto es, $\hat{g}_x = \Pr(Y = 1|X = 1) - \Pr(Y = 1|X = 0)$, para el caso de variables dicotómicas.

A diferencia de los modelos lineales, la primera diferencia para el efecto de efectos de interacción en modelos no lineales no es igual al efecto marginal derivado del cambio en el término de interacción, sino que éste resulta del cambio en ambas variables independientes. Además, en el caso de la interacción de dos variables ficticias en los modelos no lineales, el efecto de la interacción puede tener signos diferentes para diferentes valores de las covariables. Así, en este caso la estimación de parámetros del término de interacción no necesariamente indica el signo del efecto de la interacción.

Teniendo en cuenta que en este trabajo se reflexiona sobre la influencia de factores socio-culturales en la decisión de los jóvenes en ser emprendedores, una estimación del efecto directo marginal del término de interacción proporcionará resultados engañosos. Por lo tanto, para corroborar este marco y para identificar las características que hacen que los individuos sean más propensos a convertirse en nuevos empresarios, se hace uso del enfoque metodológico propuesto por Ai y Norton (2003). A través de este procedimiento se obtienen efectos de interacción robustos para las variables de interés, donde para el caso de dos

variables dicotómicas (x_1, x_2) , el cambio en la probabilidad predicha de convertirse en emprendedor naciente resulta de la doble diferencia discreta con respecto a x_1 y x_2 , i.e.,

$$\hat{g}_{x_1, x_2} = \frac{D^2 F(X, \hat{b})}{Dx_1 Dx_2}, \text{ donde } X = x_1, x_2.$$

Para comprobar si las variables independientes seleccionadas tienen una influencia diferenciada en los emprendedores nacientes jóvenes se empleará el siguiente modelo (ecuación [1]):

Emprendedor

$$\begin{aligned} \text{naciente}_i = & \hat{b}_0 + \hat{b}_1 \text{Variables de control}_i + \hat{b}_2 \text{Edad}_i \\ & + \hat{b}_3 \text{Autoconfianza}_i + \hat{b}_{23} \text{Edad}_i \cdot \text{Autoconfianza}_i \\ & + \hat{b}_4 \text{Modelos de referencia}_i + \hat{b}_{24} \text{Edad}_i \cdot \text{Modelos de referencia}_i \\ & + \hat{b}_5 \text{Miedo al fracaso}_i + \hat{b}_{25} \text{Edad}_i \cdot \text{Miedo al fracaso}_i + e_i \end{aligned}$$

[1]

En la ecuación [1] las variables de control corresponden con el perfil del emprendedor, es decir, género y la educación. En términos de las hipótesis, se espera que $\hat{b}_2 < 0$, indicando que a más edad menor es la probabilidad de convertirse en emprendedor (**H1**). De acuerdo con la ecuación [1], tenemos en cuenta los términos de interacción para detectar el efecto diferenciado de la edad sobre las variables socio-culturales seleccionadas. Como se señalaba en el marco teórico, se espera que la autoconfianza ejerce un efecto positivo sobre el emprendedor naciente (**H2a**: $\hat{b}_3 > 0$), siendo este efecto más fuerte para los jóvenes que los no jóvenes (**H2b**: $\hat{b}_{23} < 0$).

Del mismo modo, se espera que $\hat{b}_4 + \hat{b}_{24} < \hat{b}_4$ y $\hat{b}_4 > 0$, indicando que la presencia de modelos de referencia tiene un impacto positivo sobre el emprendedor naciente (**H3a**), pero sin embargo, esta relación es más fuerte para los jóvenes emprendedores (**H3b**). Por último, se cree que el miedo al fracaso empresarial es un obstáculo importante para el emprendedor naciente (**H4a**: $\hat{b}_5 < 0$), especialmente para los jóvenes (**H4b**: $\hat{b}_{15} < \hat{b}_5$).

Por último, también se calcula la proporción de observaciones clasificadas correctamente (previstas) como una medida adicional de bondad de ajuste. Esto se hace para la muestra completa, tanto para las observaciones de los emprendedores nacientes (adoptantes) como los que no lo son (no adoptantes).

4. Resultados.

La Tabla 2 muestra los resultados del modelo Logit para eventos extraños aplicado a la muestra GEM-España 2009 empleada en esta investigación. Dicha Tabla permite observar las primeras diferencias de la probabilidad de llegar a ser emprendedor en las cuatro estimaciones definidas por este estudio.

La primera estimación (Tabla 2, columna 1) representa el modelo básico de este trabajo, el cual permite observar si los jóvenes tienen una mayor probabilidad de ser emprendedores nacientes (hipótesis **H1**). Los resultados se ajustan a los trabajos de Katz (1994), Lafuente *et al.* (2007), Vaillant y Lafuente (2007) y Driga *et al.* (2009), y permiten confirmar esta hipótesis, ya que se observa como la probabilidad de emprendimiento decrece conforme el individuo cuenta con mayor edad. Así, si comparamos dos individuos con idénticas características pero uno tiene 18 años y el otro 29 años, la probabilidad de que el primer individuo (18 años) sea emprendedor naciente es 0.24% mayor que la probabilidad del individuo con 29 años de edad (Tabla 2). Tal y como se muestra en la Tabla 2, este resultado es consistente para diferentes tramos de edad.

Siguiendo con la misma columna de la Tabla 2, se observa que los resultados muestran que la probabilidad de ser emprendedor naciente es 2.54% mayor entre aquellos individuos que tienen autoconfianza en sus habilidades empresariales, respecto a la probabilidad de emprendimiento de los individuos que no cuentan con esta autoconfianza. Este resultado es similar al obtenido y van acorde con otras investigaciones Kruger y Brazeal (1994), Arenius y Minniti (2004), Vaillant y Lafuente (2007), y Driga *et al.* (2009), lo que permite confirmar la hipótesis **H2a** que postula que la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras aumentan la probabilidad de que un individuo llegue a ser emprendedor.

La segunda estimación (Tabla 2, columna 2) hace referencia al modelo que introduce la interacción entre las variables autoconfianza y edad. El resultado para el efecto de interacción nos indica que la probabilidad de ser emprendedor naciente entre aquellos

individuos con autoconfianza decrece con la edad del individuo ($\hat{g}_{23} = -0.00052$). Esto confirma la hipótesis **H2b** que indica que el efecto positivo de la autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor es mayor en los jóvenes.

Tabla 2. Modelo Logit para eventos extraños: Primeras diferencias en la probabilidad de ser emprendedor naciente en las diferentes etapas del ciclo de vida del individuo.

	(1)	(2)	(3)	(4)
Género (hombre)	0.00	0.00	0.00	0.00
	145	138	135	139
Edad – Joven (entre 18 y 29 años)	– 0.00238 †	– 0.00238	– 0.00407 †	– 0.00260 †
Edad – No-Joven (entre 30 y 49 años)	– 0.00316 †	– 0.00316	– 0.00476 †	– 0.00342 †
Edad (entre 18 y 24 años)	– 0.00136 †	– 0.00109	– 0.00231 †	– 0.00143 †
Edad (entre 25 y 29 años)	– 0.00080 †	– 0.00067	– 0.00137 †	– 0.00087 †
Edad (entre 30 y 34 años)	– 0.00075 †	– 0.00067	– 0.00121 †	– 0.00080 †
Edad (entre 35 y 39 años)	– 0.00070 †	– 0.00061	– 0.00104 †	– 0.00073 †
Edad (entre 40 y 44 años)	– 0.00063 †	– 0.00053	– 0.00093 †	– 0.00067 †
Edad (entre 45 y 49 años)	– 0.00058 †	– 0.00053	– 0.00081 †	– 0.00061 †
Estudios primarios	– 0.00224 †	– 0.00223 †	– 0.00214 †	– 0.00219 †
Estudios secundarios	– 0.00055	– 0.00055	– 0.00048	– 0.00050
Autoconfianza	0.02 539 †	0.02 776 †	0.02 513 †	0.02 554 †
Autoconfianza x Edad		–		

		0.00052 †		
Modelo de referencia	0.00 764 †	0.00 778 †	0.00 146	0.00 775 †
Modelo de referencia x Edad			0.00 005	
Miedo al fracaso	– 0.00752 †	– 0.00768 †	– 0.00747 †	– 0.00909 †
Miedo al fracaso x Edad				0.00 030 †
Pseudo R2	0.12 98	0.12 98	0.13 04	0.12 98
Log likelihood	– 2,163.5273	– 2,163.5084	– 2,161.9130	– 2,163.4473
LR (chi2)	392. 76 ***	397. 69 ***	381. 86 ***	399. 67 ***
Predicción correcta (Emprendedor)	0.84 63	0.84 82	0.84 05	0.84 44
Predicción correcta (No-emprendedor)	0.63 58	0.63 60	0.63 49	0.63 99
Predicción correcta (Muestra completa)	0.64 03	0.64 05	0.63 93	0.64 43
Observaciones	24,0 99	24,0 99	24,0 99	24,0 99

La primera diferencia representa el cambio en la probabilidad como resultado de un cambio discreto de cero a uno en la variable independiente, ejemplo: $\hat{g}_x = \Pr(Y = 1|X = 1) - \Pr(Y = 1|X = 0)$. La primera diferencia del término de interacción se estima como el cambio en las dos variables dummy (x_1, x_2) y se obtiene a partir de

$$\hat{g}_{x_1, x_2} = \frac{D^2 F(X, \hat{b})}{Dx_1 Dx_2}, \text{ donde } X = x_1, x_2. \dagger \text{ indica que la primera diferencia es significativa al}$$

5%.

En lo concerniente a los modelos de referencia, por una parte los resultados indican que la presencia de modelos de referencia incrementa la probabilidad de involucrarse en actividades emprendedoras nacientes. Así, al comparar dos individuos con las mismas características únicamente diferenciados por el conocimiento de un modelo de referencia, se observa como la probabilidad de ser emprendedor naciente del individuo que conoce el modelo de referencia es 0.76% superior, respecto de la probabilidad del individuo sin dicho modelo de referencia (Tabla 2, columna 1). Este resultados es similar al obtenido por Lafuente *et al.* (2007) y Vaillant y Lafuente (2007) para España, y nos permite confirmar nuestra hipótesis **H3a** que postula que los individuos que conocen personalmente a un emprendedor tienen una mayor probabilidad de ser emprendedores nacientes.

Autores como Scherer *et al.* (1989) y Lafuente y Vaillant (2008) indican que la influencia positiva que los modelos de referencia emprendedores tienen sobre la probabilidad de ser emprendedor es mayor en grupos de personas jóvenes. Sin embargo, la tercera columna en la Tabla 2 muestra que no existe un componente diferenciador en el efecto que los modelos de referencia tienen sobre la probabilidad de ser emprendedor naciente, lo cual nos lleva a rechazar nuestra hipótesis **H3b** que indica que el efecto positivo de la presencia de modelos de referencia emprendedores sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor es mayor en los jóvenes.

Finalmente, la cuarta aplicación de nuestro modelo tiene en consideración el efecto conjunto que el miedo al fracaso y la edad tienen sobre la probabilidad de ser emprendedor naciente. Los resultados indican que el miedo al fracaso es una importante barrera que limita la actividad emprendedora naciente entre los individuos que forman nuestra muestra (Tabla 2, columna 1). Mas en concreto, si se comparan dos individuos con las mismas características diferenciados únicamente por el hecho que uno de ellos considera que el miedo al fracaso puede frenar sus aspiraciones empresariales, se observa como la probabilidad de ser emprendedor naciente del individuo que percibe miedo al fracaso es 0.75% menor que la probabilidad del individuo que no percibe miedo al fracaso (Tabla 2, columna 1).

Este resultado es consistente con nuestra hipótesis **H4a** que indica que el miedo al fracaso disminuye la probabilidad que un individuo se convierta en emprendedor naciente. Al analizar el impacto que tanto el miedo al fracaso como la edad tienen sobre la probabilidad de ser emprendedor naciente, se observa como el efecto de interacción es positivo y significativo ($\hat{g}_{25} = 0.00030$)(Tabla 2, columna 4). Este resultado implica que el efecto negativo del miedo al fracaso sobre la probabilidad de crear una empresa aumenta conforme el individuo

envejece. Estos resultados permiten confirmar nuestra última hipótesis (**H4b**) que postula que el impacto negativo del miedo al fracaso sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor naciente es menor entre los jóvenes.

5. CONCLUSIONES E IMPLICACIONES

La creación de empresas se ha convertido en una vía alterna para que los jóvenes suplan sus necesidades de trabajo y desarrollo profesional (Blanchflower y Andrew, 1998). Al mismo tiempo, autores como Bonnett y Furnham (1991), Honjo (2004), Levesque y Minniti (2006), entre otros, indican que son los adultos jóvenes los que tienen mayor probabilidad de ser emprendedores. Es decir, la probabilidad de emprendimiento para personas entre los 18 y 64 años decrece conforme la edad del individuo aumenta (Katz, 1994; Lafuente *et al.*, 2007; Vaillant y Lafuente, 2007; Driga *et al.*, 2009).

De acuerdo a lo anterior, este estudio ha intentado identificar si los jóvenes en España poseen mayor probabilidad de crear empresas que el resto de la población. Analizando al mismo tiempo algunas variables socio-culturales (tales como autoconfianza en los conocimientos y habilidades emprendedoras, los modelos de referencia y el miedo al fracaso) que han sido identificadas por repetidas investigaciones como determinantes de la creación de empresas, influyen de forma diferenciada este proceso emprendedor de jóvenes en España.

Los resultados de esta investigación se obtuvieron a partir de una muestra tomada de APS-GEM España-2009. Después de haber filtrado todas aquellas observaciones con datos perdidos o incompletos, quedó una muestra total de 24.099 personas de los cuales 4.079 son jóvenes menores de 30 años. Y a la cual se le aplicó un modelo logit ajustado para eventos extraños.

Para el caso de los jóvenes españoles se puede concluir que efectivamente su probabilidad de ser emprendedores es significativamente mayor que en el resto de la población española. Lo anterior se puede explicar en parte con el análisis de las variables socio-culturales aplicadas a este estudio. Por un lado, se puede indicar que el efecto positivo de la autoconfianza sobre la probabilidad de convertirse en emprendedor es mayor en los jóvenes españoles. Por otra parte, el efecto negativo del miedo al fracaso sobre la probabilidad de crear una empresa es menor en estos individuos jóvenes. Con relación a los modelos de referencia y a diferencia de los autores que indican que el efecto positivo de esta variable sobre la probabilidad de ser emprendedor es mayor en la gente joven, para el caso de la muestra utilizada por esta investigación se encontró que afecta significativamente a toda la

muestra, pero no se halló un efecto diferenciado de los modelos de referencia sobre los jóvenes.

Estos resultados suponen dos implicaciones. La primera, que la creación de empresas se ha constituido en España como una alternativa laboral y de desarrollo profesional para los jóvenes. Y la segunda, en el proceso que lleva a los jóvenes españoles a convertirse en emprendedores ciertas variables socio-culturales juegan un papel fundamental. Dichas conclusiones generan implicaciones, igualmente, en los ámbitos académicos y políticos. Con respecto al primero, si bien ya se ha comprobado que ciertos factores del entorno influyen sobre el proceso emprendedor, esta investigación demuestra que algunos de estos factores, tales como la autoconfianza y miedo al fracaso, influyen de manera diferenciada según el ciclo de vida de las personas. En el caso concreto de este estudio, como ya se ha comentado, repercuten de forma diferente sobre los jóvenes. Por lo tanto, se propone a los académicos que en la futura elaboración de estudios sobre emprendimiento y factores del entorno se tengan en cuenta estos resultados.

Ahora con relación a los generadores de políticas públicas o aquellos que organizan proyectos y programas públicos relacionados con estimular el emprendimiento. Las implicaciones que resultan de esta investigación, es que si bien se debe seguir creando y apoyando programas para la educación primaria, secundaria y universitaria que desarrolle el espíritu emprendedor. También, generar ayudas económicas y asesoramiento a la creación de empresas con énfasis en los individuos jóvenes. No obstante, en dichos programas educativos para estimular el emprendimiento, las autoridades deben ser conscientes de generar actividades que en los jóvenes desarrollen y estimulen la autoconfianza y que el miedo al fracaso no se convierta como en la población no joven en un obstáculo para crear empresas.

Por último, esta investigación abre nuevas líneas de investigación. Por un lado, estudios que introduzcan un mayor número de factores socio-culturales en el análisis. Trabajos que opten un enfoque longitudinal. O también estudios en otros contextos, tanto en países de economías desarrolladas como en vías de desarrollo, al mismo tiempo análisis comparativos entre contextos de economías semejantes.

BIBLIOGRAFIA.

- Ai, Ch. and Norton, E. (2003). Interaction terms in logit and probit models. *Economics Letters*, 80, 123-129.
- Amit, R., Muller, E. and Cockburn, I. (1995). Opportunity costs and entrepreneurial activity. *Journal of Business Venturing*, 10, 95-106.
- Arenius P. and Minniti M. (2004). A cross-country study of gender differences in self employment. Artículo presentado en la Primera Conferencia de Investigaciones del GEM, 1-3 Abril 2004, Berlín, Alemania.
- Audretsch, D. and Keilbach, M. (2004). Does Entrepreneurship Capital Matter? *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 28(5), 419-429.
- Banco Mundial (2010). <http://www.bancomundial.org/temas/juventud/index.htm>
Fecha de consulta: 10/10/2010.
- Bandura, A., (1977). Social learning theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1977a). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442-453.
- Blanchflower, D. and Andrew, O. (1998). Entrepreneurship and the Youth Labour Market. A report for the OECD. Paris: OECD.
- Blanchflower, D. and Meyer, B. (1994). A Longitudinal Analysis of Young Self-employed in Australia and the United States. *Small Business Economics*, 6 (1), 1-20.
- Bonnett, C. and Furnham, A. (1991). Who Wants to Be an Entrepreneur? A Study of Adolescents Interested in a Young Enterprise Scheme. *Journal of Economic Psychology*, 12(3), 465.
- Brockhaus, R. (1980). Risk taking propensity of entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Busenitz, L., Gómez, C. and Spencer, J. (2000). Country profiles: Unlocking entrepreneurial phenomena. *Academy of Management Journal*, 43(5), 994-1003.

- Carter S., Anderson, S. and Shaw, E. (2001). Women's Business Ownership: A Review of the Academic, Popular and Internet Literature. Report to the Small Business Service No. RR 002/01. Online.
<http://business.king.ac.uk/research/kbssbs/womsbus.pdf>
- Chamley, Ch. (1983). Entrepreneurial abilities and liabilities in a model of self-selection. *The Bell Journal of Economics*, 4(1) 70-80.
- Chen, C., Greene, P., and Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
- De Noble, A., Jung, D., & Ehrlich, S. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. In: R.D. Reynolds, W.D. Bygrave, S. Manigart, C.M. Mason, G.D. Meyer, H.J. Sapienze, & K.G. Shaver (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research*. Waltham, MA.: P&R Publication Inc.
- Delmar, F. and Holmquist, C. (2004). Women's entrepreneurship: issues and policies. In: 2nd Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) Conference of Ministers Responsible for SMEs, Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Global Economy, 3-5 June 2004, Istanbul, Turkey.
- Douglas, E. and Shepard, D. (2002). Self – Employment as a career choice: Attitudes, entrepreneurial intentions, and utility maximization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 26, No. 3, pp. 81-90.
- Driga, O., Lafuente, E. and Vaillant, Y. (2009). Reasons behind the relatively lower entrepreneurial activity levels of rural women: looking into rural Spain. *Sociologia Ruralis*, Vol. 49, No.1, pp. 70-96.
- Erikson, E. (1985). *Childhood and society* (35th Anniversary Ed.). New York: Norton.
- European Commission (2003). Green Paper: Entrepreneurship in Europe. Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM (03) 27, Brussels: EC.
- European Commission (2004). Action Plan: The European Agenda for Entrepreneurship, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, COM (04) 70, Brussels: EC.

- European Commission (2009). Youth-Investing and Empowering. EU Youth Report, SEC (2009), Brussels: EC.
- Evans, D. and Leighton, L. (1989). Why do smaller firms pay less? *The Journal of Human Resources*, 24(2), 299-318.
- Freud, S. (1933). New introductory lectures on psychoanalysis (J. Strachey, Trans.). New York: Norton.
- GEM -Global Entrepreneurship Monitor-(2010). <http://www.gemconsortium.org/>
Fecha de consulta: 11/12/2010.
- GEM.-Global Entrepreneurship Monitor- (2010). Informe Ejecutivo GEM España 2009. Madrid: GEM España.
- Gibson, D. (2004). Role models in career development: New directions for theory and research. *Journal of Vocational Behavior*, 65(1), 134-156.
- Gnyawali, D. and Fogel, D. (1994). Environments for entrepreneurship development: Key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 43-62.
- Greene, W. (2003). *Econometric Analysis*. Fifth edition. New Jersey: Upper Saddle River.
- Haynie, J. M., Shepherd, D. A. and McMullen, J. S. (2009). An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions, *Journal of Management studies*, 46:337-361.
- Herron, L. and Sapienza, H. (1992). The entrepreneur and the initiation of new venture launch activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(1), 49-55.
- Honjo, Y. (2004). Growth of new start-up firms: evidence from the Japanese manufacturing industry. *Applied Economics*, 11(1), 21-32.
- ILO-Organización Internacional del Trabajo- (2010). http://www.ilo.org/global/About_the_ILO/Media_and_public_information/Press_releases/lang--es/WCMS_143360/index.htm Fecha de consulta: 10/10/2010.
- INE. Instituto Nacional de Estadística- (2010). Instituto Nacional de Estadística de España. <http://www.ine.es/>. Fecha de consulta: 31/01/2010.
- INJUVE-Instituto de la juventud <http://www.injuve.migualdad.es/injuve/portal.portal.action>

- Katz, J. (1994). Modelling entrepreneurial career progressions: concepts and considerations. *Entrepreneurship Theory and Practice* 19, 23–36.
- Kickul, J., Gundry, L. K., Saulo, D. B. and Whitcanak, L. (2009). Intuition versus Analysis? Testing Differential models of cognitive style on Entrepreneurial selfefficacy and the new venture creation process, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33, 439-453.
- King, G., Zeng, L. (1999a). Logistic Regression in Rare Events Data. Department of Government, Harvard University. Available from <http://GKing.Harvard.Edu>.
- King, G., Zeng, L. (1999b). Estimating Absolute, Relative, and Attributable Risks in Case-Control Studies, Department of Government, Harvard University. Available from <http://GKing.Harvard.Edu>.
- Krueger, N., (1993). The impact of prior entrepreneurial exposure on perceptions of new venture feasibility and desirability. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (1), 5 – 21.
- Krueger, N. and Brazeal, D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18 (3), 91 – 104.
- Krueger, N., Jr. Reilly, M. and Carsrud, A. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behavior. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5, 315–330.
- Lafuente, E. and Vaillant, Y. (2008). Generationally driven influence of role-models on entrepreneurship: Institutional memory in a transition economy. CEBR Working paper series 03-2008.
- Lafuente, E., Vaillant, Y. and Rialp, J. (2007). Regional Differences in the Influence of Role Models: Comparing the Entrepreneurial Process of Rural Catalonia. *Regional Studies*, 44, 779-795.
- Landier, A. (2004). Entrepreneurship and the stigma of failure. Paper presented at the MIT finance, development and macro workshops, US.
- Levesque, M. and Minniti, M. (2006). The effect of aging on entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194.
- Levie, J. (2007). Immigration, in-migration, ethnicity and entrepreneurship in the United Kingdom. *Small Business Economics*, 28:143-169.

- Lucas, W., Cooper, S., Ward, T. and Cave, F. (2009). Industry placement, authentic experience and the development of venturing and technology self-efficacy. *Technovation*, 29(11), 738-752.
- Mancilla, C., Viladomiu, L. y Guallarte, C. (2010). Emprendimiento, inmigrantes y municipios rurales: el caso de España. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 10 (2), 123-144.
- Markham, G., Balkin, D., & Baron, R. (2002). Inventors and new venture formation: The effects of general self-efficacy and regretful thinking. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), 149–165.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand (Ed.).
- Mcgee, J., Peterson, M., Mueller, M. and Sequeira, J. (2009). Self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(4), 965-988.
- Murrell, P. (2003). Firms facing new institutions: transactional governance in Romania. *Journal of Comparative Economics*, 31, 695-714.
- North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- OECD (2009). *Measuring Entrepreneurship, A Collection of Indicators 2009 Edition*. OECD-Eurostat Entrepreneurship Indicators Programme, Paris: OECD.
- OECD-Organización para la Cooperación y el Desarrollo- (2010). <http://www.oecd.org>. Fecha de consulta: 14/07/2010.
- Reynolds, P., Bosma, N., Autio, E., Hunt, S., De Bono, N., Servais, I., López-García, P. and Chin, N. (2005). Global Entrepreneurship Monitor: Data Collection Design and Implementation 1998–2003. *Small Business Economics* 24, 205–231.
- Rojas, G. and Siga, L. (2009). On the nature of micro-entrepreneurship: evidence from Argentina. *Applied Economics*, 41(21), 2667-2680.
- Saxenian, A. (1994). *Regional Advantage*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Scherer, R., Adams, J., Carley, S. and Wiebe, F. (1989). Role Model Performance Effects on Development of Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 13(3), 53-71.
- Schiller, B. and Crewson, P. (1997). Entrepreneurial origins: A longitudinal inquiry. *Economic inquiry*, 35(3), 523-529.

- Schultz, T. (1980). Investment in entrepreneurial ability. *Scandinavian Journal of Economics*, 438 – 448.
- Shapero, A. and Sokol, L. (1982). The Social dimensions of entrepreneurship. In Kent, C.A., Sexton, D.L., and Vesper, K.H. *Encyclopedia of Entrepreneurship*, 72-90, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- Shapiro, E., Haseltine, F. and Rowe, M. (1978). Moving up: Role-Models, mentors, and the “patron-system”. *Sloan Management Review*, 19, 51-58.
- Singh, G. and Verma, A. (2001). Is there life after career employment? Labour market experience of early retirees. Editores Marshall, V., Heinz, W., Kruegar, H., Verma, A.
- Sitkin, S. and Pablo, A. (1992). Reconceptualizing the determinants of risk behavior. *Academy of Management Review*, 17(1), 9-38.
- Speizer, J. (1981). Role models, mentors, and sponsors: The elusive concepts. *Signs Journal of Women in Culture and Society*, 6, 692 – 712.
- Sternberg, R and Wennekers, A. R. M. (2005). Determinants and effect of new business creation: Investigations using Global Entrepreneurship Monitor, *Small Business Economics*, 24:193-203.
- Stewart, WH., Watson, WE., Carland, JC. and Carland, JW. (1999). A proclivity for entrepreneurship: A comparison of entrepreneurs, small business owners, and corporate managers. *Journal of Business Venturing* 14 (2), 189-214.
- Thomas, M. (2009). The impact of education histories on the decision to become self-employed: a study of young, aspiring, minority business owners. *Small Business Economics*, 33(4), 455-466.
- Thurik, R. (2003). Entrepreneurship and Unemployment in the UK. *Scottish Journal of*
- UN -Organización de Naciones Unidas- (2010). www.un.org Fecha de consulta: 10/10/2010.
- Uusitalo, R. (2001). Homo entrepreneurs. *Applied Economics*, Vol. 33, No. 13, 1631-1638.
- Vaillant, Y. and Lafuente, E. (2007). Do different institutional frameworks condition the influence of local fear of failure and entrepreneurial examples over entrepreneurial activity? *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(4), 313-337.

- Van Praag, C. and Cramer, J. (2001). The roots of entrepreneurship and labor demand: Individual ability and low risk. *Economica*, 45-62.
- Wagner, J. (2004). Are young and small firms hothouses for nascent entrepreneurs? Evidence from German micro data. *Applied Economics Quarterly*, 50, 379–391.
- Wagner, J. (2007). What a Difference a Y makes-Female and Male Nascent Entrepreneurs in Germany. *Small Business Economics*, 28(1), 1-21.
- Walstad, W. and Kourilsky, M. (1998). Entrepreneurial attitudes and knowledge of black youth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(2), 5-18.
- Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R. and Reynolds, P. (2005). Nascent Entrepreneurship and the Level of Economic Development. *Small Business Economics*, 24(3), 293-309.
- Wilson, F., Kickul, J., and Marlino, D. (2007). Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 31(3), 387–406.