

VALORES, ACTITUDES Y MOTIVACIONES EN LA JUVENTUD ANTE EL EMPRENDIMIENTO INDIVIDUAL Y COLECTIVO

POR

Alfonso Carlos MORALES GUTIÉRREZ¹ y

José Antonio ARIZA MONTES²

RESUMEN

En el presente trabajo se recopilan una serie de datos recientes –extraídos de diversas fuentes estadísticas acerca de la situación de la juventud y sus expectativas laborales en España y en Andalucía– para contrastar en qué medida las formas de emprendimiento individual y colectivo se presentan como una alternativa cada vez más asequible para este colectivo. En primer lugar se contextualiza hasta qué punto crear una empresa es una opción de inserción laboral en la juventud española. Seguidamente se profundiza en la vocación emprendedora, el asociacionismo y en el conocimiento de la economía social –en este caso de la juventud andaluza–. Por último se proponen algunas ideas conclusivas, a raíz de los datos expuestos, ya que las actitudes manifestadas pueden ser un indicador de las oportunidades u obstáculos que existen para el desarrollo de este tipo de fórmulas empresariales para el futuro.

Palabras clave: Iniciativa emprendedora, microempresa, economía social, vocación emprendedora.

Claves Econlit: L260, L530, M130, J540

¹ Facultad de CC. EE. (ETEA), Universidad de Córdoba, Grupo de Investigación SEJ-148: Estudios Cooperativos-ETEA, acmorales@etea.com.

² Facultad de CC. EE. (ETEA), Universidad de Córdoba, Grupo de Investigación SEJ-148: Estudios Cooperativos-ETEA, ariza@etea.com.

VALUES IN YOUTH AND INDIVIDUAL AND COLLECTIVE ENTREPRENEURSHIP

ABSTRACT

In this paper we collect a series of recent data culled from various statistical sources on the situation of young people and their employment prospects in Spain and Andalusia to contrast the extent to which forms of individual and collective entrepreneurship as an alternative increasingly more affordable for this group. First contextualize how to start a business is an investment choice in the Spanish youth. Then we addressed about young entrepreneurs vocation and knowledge of the social economy in Andalusia this case. Finally, we will propose some ideas conclusive because the data presented that the attitudes expressed may be an indicator of the opportunities or obstacles to the development of these forms of enterprise in the future.

Keywords: Entrepreneurship, microenterprise, social economy, entrepreneurial spirit.

1. EL EMPLEO Y LA JUVENTUD UNA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Más de la mitad de los jóvenes de entre 16 y 29 años en España –a pesar de su paulatina disminución porcentual en el conjunto de la población³– no encuentra trabajo en 2012 según la Encuesta de Población Activa: la cifra más alta dentro de la Unión Europea, duplicando la media de esta. Los jóvenes con empleo tampoco se libran en muchos casos de la situación de precariedad: cerca del 40% tiene un trabajo temporal que con los años no termina por convertirse en empleo estable, a la vez que otro 40% acepta ocupaciones por debajo de su nivel de formación (INE, 2012). Mientras tanto, los datos que maneja el Consejo de la Juventud en España sobre las personas de 16 a 34 años que ni estudian ni trabajan rondan el 5%, una cifra que incluye a los jóvenes que se encargan del cuidado de ancianos, niños o discapacitados en su hogar –sin remuneración ni reconocimiento alguno–, a las personas jóvenes con discapacidad y, por supuesto, a todos aquellos que se han cansado de buscar empleo sin éxito o que trabajan en la economía sumergida.

³ La juventud es un colectivo que va disminuyendo en el conjunto de la población española. Para hacerse una idea de esta disminución basta con algunos datos (Moreno, 2008): en el año 2000, la población comprendida entre los 15 y los 29 años representaba el 22,7%, en 2004 suponía el 21,3% y en 2007 se redujo hasta el 19,7%. Por tanto, en ese período se ha producido una pérdida significativa de población joven, tendencia que según las proyecciones demográficas seguirá descendiendo durante los próximos diez años.

Esta problemática no afecta exclusivamente a España. En el resto de la Unión Europea y el mundo los jóvenes son uno de los colectivos que más sufren la crisis y las desavenencias del sistema económico (UPV, 2011). La Organización Internacional del Trabajo (OIT) advertía ya en un informe de agosto de 2010 acerca de la “emergencia” de una “generación sacrificada” a nivel mundial: “*De 620 millones de jóvenes económicamente activos, 81 millones estaban sin empleo a finales de 2009, un nivel jamás visto*”. El informe incide específicamente en la degradación del empleo juvenil dentro de la Unión Europea, donde hay cerca de cinco millones de jóvenes sin trabajo.

Este contexto preocupante justifica el que los gobiernos reunidos en Naciones Unidas decidieran que el año 2011 fuera el *Año Internacional de la Juventud*. Y por eso, el Comité para la Promoción de las Cooperativas (COPAC) y la Alianza Cooperativa Internacional (ACI) anunciaron igualmente el tema para el Día Internacional de las Cooperativas del 2011: *La juventud, el futuro de la empresa cooperativa*.

Con demasiada frecuencia los jóvenes no son conscientes del modelo empresarial cooperativo; no aprenden sobre las cooperativas ni acerca de las empresas de economía social en la escuela, ya que las cooperativas, a menudo, no figuran en los programas educativos. Los jóvenes tampoco se dan cuenta de que muchos de los productos y servicios que utilizan a diario son proporcionados por organizaciones cooperativas. Sin embargo las cooperativas y las empresas de economía social ofrecen oportunidades a los jóvenes que responden a sus necesidades prácticas y estratégicas, poniendo a su disposición un modelo de empresa para crear sus propios negocios desde unos valores más próximos a la mentalidad propia de la edad: gestión democrática, responsable y ética. En un momento en el que los medios sociales conectan con los jóvenes en un grado nunca antes visto, las cooperativas están viendo oportunidades sin precedentes sobre todo en países en vías de desarrollo (Hartley, 2011).

La cooperativa es un modelo institucional que incorpora una serie de valores (Ben-Ner y Putterman, 1999) y una forma de acción que resulta necesariamente atractiva para esta generación emergente. Las cooperativas brindan oportunidades a los jóvenes para adquirir experiencia profesional en su trabajo, para continuar su educación y reforzar sus capacidades, para fomentar la participación en la toma de decisiones o para crear sus propias cooperativas (Puga, Smith y McPherson, 2006).

En el presente trabajo se recopilan una serie de datos obtenidos de diversas fuentes estadísticas sobre la situación laboral de la juventud y sus expectativas profesionales en España y Andalucía. En primer lugar, se comentan los principales resultados de tres estudios acerca de la inserción laboral de los jóvenes y el emprendimiento juvenil en España (Moreno, 2008; González-Anleo y González Blasco, 2010; Global Entrepreneurship Monitor –GEM–, 2009). En segundo lugar, se recurre a la Encuesta sobre Vocación Emprendedora en Andalucía que realiza la revista Andalucía Económica y ESIC en colaboración con la Confederación de Empresarios de Andalucía. Por último, algunos datos se han entresacado de dos informes que proporcionan información estadística específica sobre la relación entre la juventud y la economía social (Instantáneas de la Juventud Andaluza-IJA, 2007 y 2010). En estas investigaciones, elaboradas por Nexo para CEPES-ANDALUCÍA, se realizaron 1.300 entrevistas telefónicas entre la población andaluza de ambos sexos con edades comprendidas entre los 18 y 29 años.

A pesar de las limitaciones que supone el uso de fuentes heterogéneas, con este trabajo se pretende contrastar en qué medida las formas de emprendimiento individual y colectivo se presentan como una alternativa cada vez más asequible para la juventud española. Considerando este objetivo, en primer lugar se contextualiza hasta qué punto crear una empresa es una opción de inserción laboral en la juventud española. Seguidamente se profundiza en la vocación emprendedora, el asociacionismo y en el conocimiento de la economía social –en este caso a partir de opiniones de la juventud andaluza–. Por último se proponen algunas ideas conclusivas a raíz de los datos expuestos.

2. LA INSERCIÓN LABORAL DE LA JUVENTUD EN ESPAÑA

2.1. Consideraciones previas: jerarquía de valores e independencia económica

Los jóvenes consideran «muy importante», ante todo, su familia, la salud y los amigos y conocidos, los tres únicos aspectos que consiguen superar la barrera simbólica del 50% (González-Anleo y González Blasco, 2010). Justo por detrás emergen aspectos económicos, así en el cuarto lugar en el ranking de prioridades de la juventud española se sitúan la pareja, ganar dinero, el tiempo libre y ocio, el trabajo y llevar una vida moral y digna; a los que siguen, ya con casi diez puntos porcentuales de diferencia, los estudios, la formación y competencia profesional, y tener una vida sexual satisfactoria. Por último, a la cola de los

intereses juveniles, se encuentra, como ya venía sucediendo en estudios anteriores, la política y la religión, separados de los anteriores aspectos por más de 25 puntos.

A nivel andaluz y según el estudio titulado Instantáneas de la Juventud Andaluza (IJA, 2007) por orden de importancia se encuentra la familia (93,1%) y seguidamente, a bastante distancia, la salud (56%), el trabajo (47%), los amigos (34,1%), las relaciones afectivas (24,6%), el ocio/tiempo libre (11%) y el dinero (10,3%). La religión, la política y las ONGs apenas tienen importancia para los jóvenes andaluces, no superando en ningún caso el 0,5%. Desde esta jerarquía de valores, el 55,6% de los encuestados piensa que los jóvenes son consumistas, el 41,3% los considera trabajadores y el 34,4% los tilda de rebeldes. En el IJA (2010) la juventud andaluza se describe principalmente como consumista, valorando con una media de 7,6 sobre 10 la presencia de esta cualidad. Le sigue el adjetivo de trabajadora (6,1) e igualados en valoración rebelde, cívica y egoísta (6 puntos).

De esta forma el nivel de independencia económica de la juventud española es reducido en comparación con el contexto europeo (Moreno, 2008). Según el Eurobarómetro de Juventud de 2006 (15-24 años), mientras que tan solo el 5% de jóvenes daneses, el 6% de suecos o el 17% de finlandeses obtiene sus recursos económicos de algún familiar, el porcentaje correspondiente a países del sur de Europa es muy superior: el 49% de los jóvenes griegos, el 50% de los italianos y el 34% de los españoles obtienen parte de los ingresos de sus familias (Injuve, 2008). En 2008, se produjo un retroceso en la proporción de jóvenes que dispone de una economía independiente plena, pasando del 24% en 2004 al 21% en dicho año. Sin embargo, se produjo un incremento con respecto al año 2004 en el porcentaje de jóvenes que tienen autonomía semicompleta, ya que ha pasado del 21% al 29%. Por otra parte también ha descendido el número de jóvenes totalmente dependientes de la economía familiar, desde el 38,5% en 2004 al 34,6% en el año 2008.

2.2. La creación de empresas y las redes formales e informales como opción de inserción laboral en los jóvenes

A) La importancia de las redes informales

Crear una empresa es una opción minoritaria como medio de inserción laboral, más aún entre la población joven (ver tabla 1). Los jóvenes acceden al mercado de trabajo principalmente como asalariados por cuenta ajena y, en este sentido, la estrategia más

relevante de inserción es aquella fundamentada en la explotación de las redes informales de contactos. Según el Informe de la juventud (2008), el 58,8% de los jóvenes españoles han conseguido empleo a través de las redes personales (porcentaje algo superior al de 2004: 50,0%) frente a un 40,9% que lo ha logrado a través de los mecanismos formales. Por lo tanto se consolida la tendencia de que en España, al menos para los jóvenes, la mejor estrategia para encontrar empleo es a través del grupo de familiares, amigos y conocidos. Un 29,7% de los jóvenes ha encontrado trabajo en el año 2007 a través de amigos y conocidos. Después le siguen los familiares (19,3%) y en tercer lugar la vía formal de buscar trabajo enviando currículum vitae (17,7%). Los padres son un canal habitual también de encontrar empleo, ya que el 9,8% de los jóvenes lo encontraron a través de sus progenitores⁴. Destaca también el hecho de que es prácticamente insignificante el porcentaje de jóvenes que se decanta por crear su propia empresa (0,1%), lo cual debería hacer reflexionar a los dirigentes públicos acerca de las pocas ayudas con las que cuentan los jóvenes para iniciar este tipo de proyectos empresariales. La principal conclusión que se extrae del análisis de estos datos es que las “redes informales” siguen siendo más eficaces para acceder al empleo en España en comparación con las “redes formales”.

B) Diferencias por género

En referencia a las diferencias por género habría que indicar que las mujeres utilizan en mayor medida que los hombres las redes formales para encontrar trabajo (un 40,3% frente al 37,8%), a excepción de los Servicios Públicos de Empleo (o similares) y de las empresas temporales. Por el contrario, los hombres recurren más a menudo que las mujeres a las “redes informales”, ya que se decantan por esta opción el 60,6% de los varones frente al 56,8% de las mujeres. Este escoramiento hacia las redes informales se debe fundamentalmente a que consiguen el primer empleo a través de los padres en mayor medida que las mujeres (12,1% frente al 7,3%). Esta es una tendencia que se mantiene con respecto al informe del 2004.

C) Diferencias por edad

A medida que la edad del joven se incrementa los “mecanismos formales” van ganando protagonismo frente a las “redes personales”. El 66,3% de los jóvenes con edades

⁴ La vía más inusual para encontrar un empleo son los Servicios Públicos de Empleo (o similares); tan solo el 1,9% de los jóvenes encontraron trabajo acudiendo a estas oficinas, lo cual pone de relieve el papel aún pendiente de estas instituciones para facilitar empleo a los jóvenes. También resulta poco habitual encontrar un puesto de trabajo recurriendo a las empresas de trabajo temporal (2,5%) ni a través de las bolsas de trabajo (1%).

entre los 15 y los 19 años encontraron su primer empleo a través de las “redes formales”, frente al 55,5% de los jóvenes entre 25 y 29 años. Aunque en este último grupo se mantiene la importancia de los amigos y conocidos, disminuye sustantivamente el papel de los padres y los familiares (ver tabla 1).

Tabla 1. Estrategias de inserción laboral por edades

	Grupos de edad			Total
	15-19	20-24	25-29	
Te llamó la empresa	4,4%	5,7%	6,6%	5,9%
Ofreciste tu trabajo y lo aceptaron	15,5%	17,7%	18,6%	17,7%
Te presentaste a un anuncio	7,5%	10,5%	10,9%	10,1%
Ingreso por oposición	0,1%	0,3%	1,4%	0,7%
Te lo proporcionaron/buscaron tus padres	17,2%	8,7%	7,6%	9,8%
Te lo proporcionaron/buscaron otros familiares	22,6%	19,0%	18,1%	19,3%
Te lo proporcionaron/buscaron amigos o conocidos	26,5%	31,3%	29,8%	29,7%
Por la oferta de empleo (los Servicios Públicos de Empleo -o similares-)	1,6%	1,7%	2,2%	1,9%
A través de empresas de trabajo temporal	2,8%	2,8%	2,0%	2,5%
A través de la bolsa de trabajo del centro de estudios	0,9%	0,8%	1,2%	1,0%
Creé mi propia empresa	0,0%	0,0%	0,2%	0,1%
De otra forma ¿cuál?	0,1%	0,3%	0,3%	0,3%
No contesta	0,7%	1,1%	1,0%	1,0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente: elaboración propia a partir del Instituto de la Juventud 2008.

D) Diferencias según nivel formativo

Cuanto mayor es el nivel de estudios mayor es el protagonismo de las redes formales para conseguir el primer empleo, tales como ofrecerse a la empresa o responder a una oferta de empleo en prensa (ver tabla 2).

Tabla 2. Estrategias de inserción laboral por nivel de estudios

	Nivel de estudios					Total
	Primaria	Secundaria 1ª etapa	Secundaria 2ª etapa	Educación superior	NC	
Te llamó la empresa	4,7%	4,3%	6,4%	8,6%		5,9%

Ofreciste tu trabajo y lo aceptaron	12,5%	17,1%	17,8%	20,7%	26,9%	17,7%
Te presentaste a un anuncio	5,1%	9,2%	11,6%	11,6%	3,8%	10,2%
Ingreso por oposición		0,4%	0,1%	3,0%	0,0%	0,7%
Te lo proporcionaron/ buscaron tus padres	14,5%	12,0%	9,1%	4,6%	11,5%	9,8%
Te lo proporcionaron/ buscaron otros familiares	26,3%	22,1%	18,6%	12,4%	11,5%	19,3%
Te lo proporcionaron / buscaron amigos o conocidos	32,0%	28,8%	29,7%	30,4%	38,5%	29,7%
Por la oferta de empleo	2,7%	1,8%	1,6%	2,3%		1,9%
A través de empresas de trabajo temporal	0,7%	2,3%	3,0%	2,6%	0,0%	2,5%
A través de la bolsa de trabajo del centro de estudios	0,3%	0,4%	1,0%	2,3%	3,8%	1,0%
Creé mi propia empresa		0,1%	0,0%	0,1%		0,1%
De otra forma ¿cuál?	0,3%	0,1%	0,2%	0,8%		0,3%
No contesta	1,0%	1,4%	0,9%	0,5%	3,8%	1,0%

Fuente: elaboración propia a partir del IJE 2008

E) Estrategia de inserción, red y calidad del empleo

Dependiendo de la red utilizada para encontrar el primer empleo se observa que el trabajo puede estar más o menos relacionado con los estudios cursados. Cuando los jóvenes eligen realizar una oposición para acceder a su primer empleo, el trabajo conseguido está bastante o muy relacionado con sus estudios: el 69% de los jóvenes que han encontrado empleo por oposición dicen que su trabajo está relacionado o bastante relacionado con los estudios. Por el contrario cuando el trabajo se consigue a través de los padres, familiares o amigos el trabajo está poco relacionado con los estudios: el 88,8% de los jóvenes que consiguieron el empleo a través de sus familiares dice que su trabajo esta poco o nada relacionado con sus estudios.

Al igual que en el informe del 2004 también se puede apreciar en el año 2007 que las redes tienen una incidencia desigual en el tipo y la calidad del empleo que consiguen los jóvenes. El 50,5% de los jóvenes que tienen un trabajo temporal lo consiguieron a través de sus padres, otros familiares, amigos y conocidos, mientras que tan solo tienen trabajo temporal el 22,2% de los jóvenes que consiguieron empleo ofreciéndose a la empresa. Destaca el hecho de que el 47,9% de los jóvenes que tienen empleo fijo es porque lo consiguieron a través de sus padres, amigos o familiares. Por otro lado es significativo que el 45,6% de los jóvenes que no tenían contrato habían conseguido su primer empleo a través de los amigos y conocidos. Este dato indica que si bien los amigos y conocidos pueden ser una vía de obtener trabajo, no lo son tanto para garantizar la calidad del empleo.

En cuanto a la incidencia del origen social (medido a través de la ocupación del padre) en el tipo de redes que utilizan los jóvenes en la búsqueda de empleo se puede indicar que aquellos jóvenes cuyos padres son profesionales, técnicos, propietarios y con cargos ejecutivos se decantan más por las redes formales para conseguir el primer empleo y además tienen un apoyo destacado de los amigos y conocidos para encontrarlo. En lo que se refiere a los trabajadores semicualificados o descualificados, los familiares y los padres adquieren mayor protagonismo para encontrar ese primer empleo. El origen social también ejerce una influencia clara en la edad a la que se accede por primera vez al mercado laboral. Como era de esperar a mayor estatus del padre mayor es la edad a la que se incorpora el joven al primer empleo, posiblemente porque alargue la etapa formativa y, por consiguiente, siga formando parte del colectivo de población inactiva estudiantil. Así del total de jóvenes que se incorporan al mercado laboral antes de los 16 años, el 41,7% tienen padres que son trabajadores semicualificados, mientras que tan sólo el 4,7% de los jóvenes son hijos de profesionales, técnicos y similares. Por otra parte destaca el hecho de que el 26,3% de los jóvenes cuyos padres tienen un estatus ocupacional de técnicos se incorporan después de los 25 años frente a tan sólo el 10,5% de los jóvenes cuyos padres son trabajadores no cualificados.

3. LA VOCACIÓN EMPRENDEDORA

En primer lugar se contextualiza esta vocación emprendedora con las preocupaciones, la necesidad de trabajar y la creación de empresas como una de las opciones laborales posibles. Seguidamente se analizan los factores que los jóvenes consideran importantes para

el desarrollo profesional, la presencia de la juventud en las iniciativas de economía social y el nivel de emprendimiento social.

3.1. Confianza, preocupaciones, necesidad de trabajar y opciones laborales

A) Confianza y preocupaciones de la juventud

En el estudio de González-Anleo y González Blasco (2010) el 46,3% de los jóvenes españoles declara su falta de confianza en un futuro prometedor y más de uno de cada tres considera que “por muchos esfuerzos que uno haga en la vida nunca se consigue lo que se desea”. Por otra parte, el 62,2% de los jóvenes se declara de acuerdo con la frase “la crisis económica actual tendrá un impacto muy negativo en mi futuro profesional y personal”.

Según el estudio IJA (2010), en este caso referido a la juventud andaluza, el orden de prioridad de los problemas que perciben los jóvenes en Andalucía ha cambiado respecto a 2007. El paro sigue en primer lugar pero aumenta en 22 puntos porcentuales la preocupación de la juventud andaluza respecto al 2007. La vivienda pasa del segundo (49%) al quinto (7,2%). La inmigración que estaba en tercer lugar (31%) pasa al décimo (3,8%). El coste de la vida del cuarto lugar (29%) se traslada al noveno (4,8%). La educación se traslada del décimo lugar (10%) al tercero (23,1%). Además, desaparecen del ranking el mal empleo del dinero público, la inseguridad ciudadana, la violencia doméstica, el tráfico y el consumo de drogas y la contaminación y medio ambiente. Se incluyen en el ranking la crisis económica (en segundo lugar con el 24,4%; anteriormente se situaba en el puesto décimo noveno), las infraestructuras y los servicios públicos (en cuarto lugar con el 10,8% frente a puesto décimo octavo que ocupaba anteriormente). Al mismo tiempo surgen nuevas preocupaciones como la clase política (en sexto lugar con el 6,7%), la calidad del empleo (séptimo lugar, 6,5%) y las prestaciones sociales (octavo lugar, 5%).

B) La necesidad de trabajar

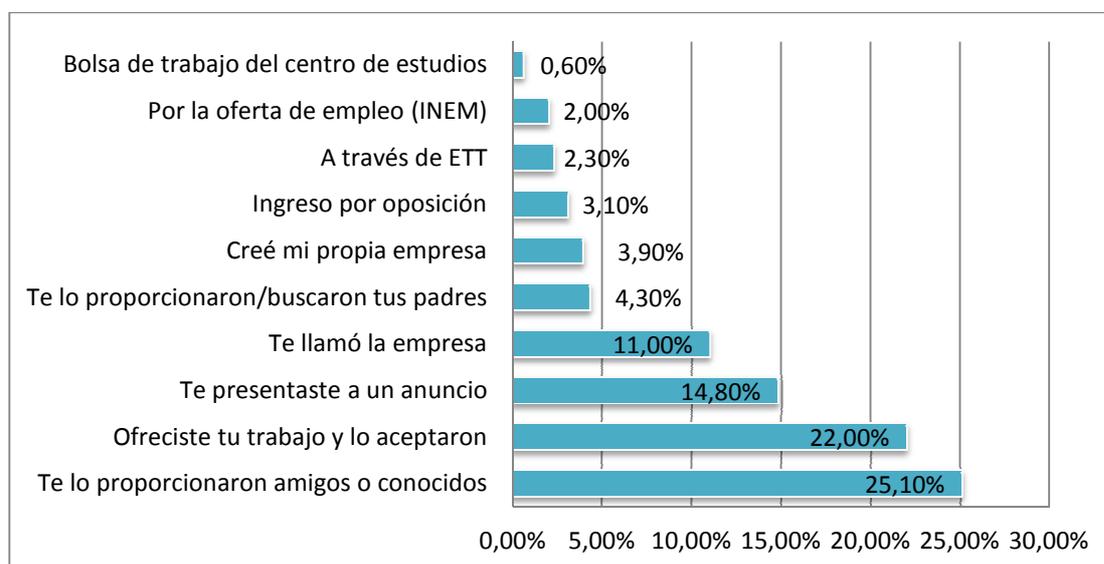
Según estos mismos datos, casi tres de cada cuatro jóvenes se ha planteado en algún momento la posibilidad de ponerse a trabajar para contribuir a los ingresos familiares: concretamente un 72% frente al 28% que no lo ha hecho. Según la edad, los jóvenes de 24 a 26 años son los que se han planteado esta cuestión en mayor medida (el 80,6% lo ha tenido en cuenta) y los que menos los jóvenes entre 18 y 20 años, donde sólo el 65,7% lo ha considerado. Por nivel de estudios el porcentaje más alto de la juventud que considera la

necesidad de trabajar son los que tienen estudio primarios (89,7%), y los que menos, los que han cursado estudios de bachillerato (67,1%). Por provincias, la juventud sevillana es la que más se plantean el empezar a trabajar (el 80,2% considera esta posibilidad) en oposición a los jóvenes cordobeses: sólo el 46% asegura habérselo planteado.

C) Opciones para acceder al mundo laboral

Según el estudio de la Juventud (Moreno, 2008) referidos a los empleos actuales de los jóvenes, la incidencia de las redes personales para conseguir un empleo es algo menor. Tal y como se puede apreciar en el gráfico siguiente, las redes personales pierden importancia a favor de las redes formales de búsqueda de empleo. En cualquier caso crear una empresa propia ocupa el séptimo lugar en cuanto a las vías de acceso al mercado laboral de los jóvenes. En concreto, un 3,9% dieron este paso frente al 55% que encontraron trabajo por cuenta ajena mediante redes formales, o al 40% que utilizaron las redes personales de contactos (ver tablas 3 y 4).

Tabla 3. Diversas formas de inserción laboral en España.



Fuente: elaboración propia a partir de Moreno (2008).

Tabla 4. Formas de inserción laboral y redes de los jóvenes españoles.

Fuente: elaboración propia a partir de Moreno (2008)

Con datos más actuales y según la Encuesta de Población Activa elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, en el segundo trimestre de 2011 sólo el 15,4% de los ocupados españoles son empleadores o empresarios sin asalariados. La gran masa de ocupados españoles se distribuye entre el 66,0% de asalariados del sector privado y el 17,6% de asalariados del sector público. Frente a estos datos, los socios cooperativistas representan tan solo un 0,2% del total de ocupación.

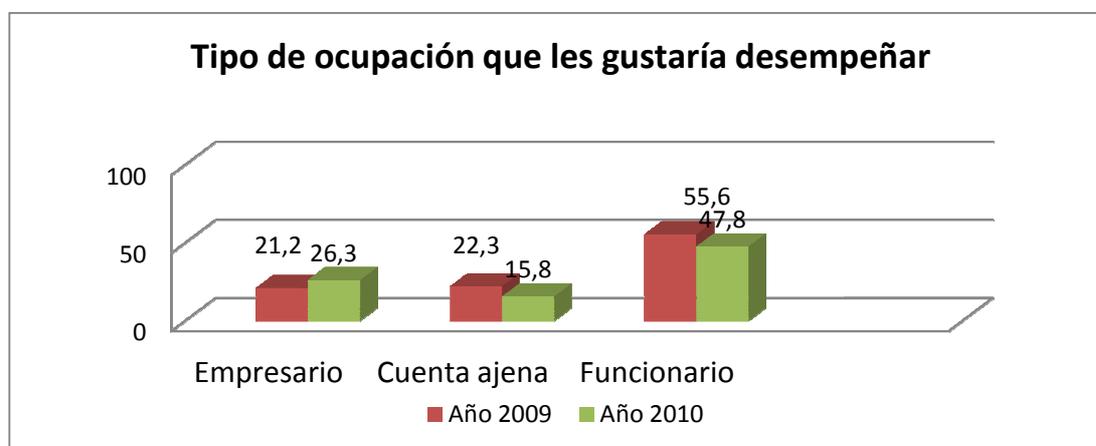
Los datos anteriores contrastan con la opinión manifestada en diversos estudios. Para nueva de cada diez estudiantes universitarios la opción de llegar a ser empresario se sitúa en último lugar de sus objetivos, por detrás de trabajar por cuenta ajena o de hacerlo para el Estado (Pérez Camarero *et al.*, 2009). Y las cosas no parece que hayan mejorado en los últimos años: el informe *Flash Eurobarometer* de la UE (EC, 2007), pone de manifiesto que sólo en España y en Luxemburgo, por este orden, se ha producido un incremento de la proporción de personas que prefieren el trabajo estable por cuenta ajena a la opción emprendedora (desde un 34% en 2004, al 52% en el 2007).

En este sentido lo manifestado en este caso para el colectivo andaluz (IJA, 2010) es que el 42% de la juventud andaluza ve como mejor alternativa para acceder al mundo laboral ser personal funcionario, el 33% crear su propia empresa y el 23% trabajar como asalariado. El porcentaje de jóvenes que quiere crear su propia empresa ha crecido en cuatro puntos desde 2007. Esta opción es preferida por el 39,2% de la muestra encuestada entre 18-20 años, mientras que acceder a la función pública es preferida por el 46,3% del grupo de entre 27-29 años. En los municipios con entre 50.000 y 100.000 habitantes la juventud es más emprendedora, ya que el 35,8% prefiere crear su propia empresa. Las provincias con mayor vocación emprendedora son Málaga (37,1%) y Sevilla (36,7%).

Estos resultados son similares a los arrojados por la Encuesta sobre Vocación Emprendedora en Andalucía (2008), que elabora Andalucía Económica y ESIC en colaboración con la Confederación de Empresarios de Andalucía. En este estudio se pone de manifiesto que sólo uno de cada tres estudiantes encuestados (28,9%) reconoce que le gustaría tener un negocio propio. Asimismo, es muy similar el porcentaje de universitarios con vocación emprendedora que ya han concretado su proyecto empresarial: 39%, frente al 40,7% del año 2007.

La comparación de los resultados de esta encuesta referida a los años 2009 y 2010 evidencia que el 26,3% de los encuestados manifiesta que le gustaría trabajar por cuenta propia, superando por primera vez la proporción de sujetos que prefieren trabajar como asalariados del sector privado por cuenta ajena (ver tabla 5).

Tabla 5. Tipos de ocupación que les gustaría desempeñar a los jóvenes en Andalucía.



Fuente: Encuesta sobre Vocación Emprendedora en Andalucía.

Los datos de esta misma encuesta destacan a la necesidad de trabajar y a la independencia como las principales motivaciones para decidirse por el autoempleo como fórmula de desarrollo profesional (ver tabla 6). Este dato confirma que en nuestro país, a diferencia de lo que sucede en otras culturas, se valora la independencia y la autonomía por encima de la idea de ganar dinero (Coduras, 2006).

Tabla 6. Motivaciones para emprender en Andalucía.



Fuente: Encuesta sobre Vocación Emprendedora en Andalucía.

A pesar de la motivación, existe la sensación de que iniciar un proyecto empresarial no es fácil. En una escala de 0 a 10, donde 0 es extremadamente difícil y 10 extremadamente fácil, el promedio general es de 3,4. Entre 1 y 5 se encuentran los porcentajes más altos. El factor económico (8,3 en la escala) y la falta de información (7,8) son las principales barreras de entrada al emprendimiento para la juventud andaluza, en menor medida el miedo al fracaso (6,7) y la falta de una idea original (6,1).

3.3. Relación entre el nivel de estudios y el grado de desarrollo de iniciativas emprendedoras

La valoración media de la juventud andaluza sobre la importancia de la formación para su desarrollo profesional es del 7,4. El 82% da una valoración superior entre 6 y 10. En 2007, el 33,1% de la juventud andaluza opinaba que el nivel académico más adecuado para desarrollar su carrera profesional es el universitario, esa misma opinión la tienen en 2010 el 53,9%, por lo que ha aumentado en 20 puntos porcentuales este indicador. En 2007 el 15,1% pensaba que cualquier estudio era válido y en 2010 tan solo lo cree el 1,8%.

De igual forma la preparación académica (69,5%) y la experiencia (34,2%) se perfilan como los factores más determinantes, seguidos de las recomendaciones (11,4%) y en menor medida, el azar (6,4%). Es importante destacar que el porcentaje de tener buena preparación académica ha subido de un 35,6% en 2007 al 69,5% en 2010 (33,9 puntos más).

Según el informe GEM-2009 el nivel de estudios también ha evolucionado favorablemente en los últimos años. Hay una mayor proporción de universitarios en las fases de creación de empresas (en las etapas naciente y nueva) en comparación con las fases de consolidación y abandono. En la fase potencial resulta interesante observar cómo se está produciendo la incorporación de mayores proporciones de diplomados y jóvenes estudiantes de formación profesional de grado superior (ver tabla 7).

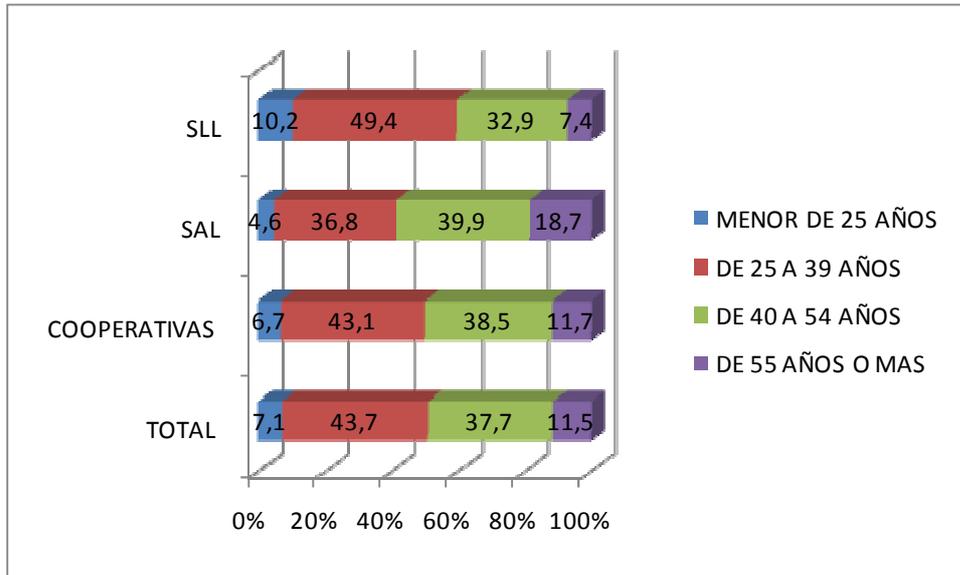
Tabla 7. Nivel de estudios del emprendedor y etapa de desarrollo de la iniciativa emprendedora en España

Tipo de emprendedor	Naciente	Nuevo	General	Consolidado	Abandono	Potencial
Sin estudios	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	0,0%
Primarios	27,5%	34,9%	29,8%	42,6%	36,1%	26,2%
Secundarios	17,9%	12,1%	14,6%	15,5%	15,2%	18,2%
FP superior	22,4%	17,4%	19,6%	15,0%	18,1%	20,4%
Diplomado	16,0%	17,3%	16,6%	13,6%	14,5%	18,5%
Licenciado	17,4%	15,1%	16,1%	11,4%	12,3%	13,8%
Post grado	2,5%	2,8%	2,6%	1,3%	2,3%	1,8%
Otros	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,8%	0,4%
No contesta	0,8%	0,5%	0,6%	0,3%	0,2%	0,8%

Fuente: GEM, 2009

3.4. La juventud en las empresas de economía social

El 7,1 % de los trabajadores en las empresas de economía social tienen menos de 25 años. Esta media oscila entre el 10,2 en sociedades limitadas laborales y el 6,7% en las cooperativas (ver tabla 8).

Tabla 8. Edad de los trabajadores en las empresas de economía social en España

Fuente: BASE DE DATOS DE LA ECONOMÍA SOCIAL. Características de los Trabajadores en situación de alta en la Seguridad Social (31/12/2010).

En el caso de las cooperativas, el tipo de empresa con mayor porcentaje de trabajadores jóvenes (menores de 25 años) son: las cooperativas de viviendas (16,1%), sanitarias (14,4%), de consumidores y usuarios (12,3%) y de explotación comunitaria de la tierra 10,5% (ver tabla 9)

Tabla 9. Distribución porcentual de los trabajadores de la economía social según edad por clase de cooperativas (31/12/10)

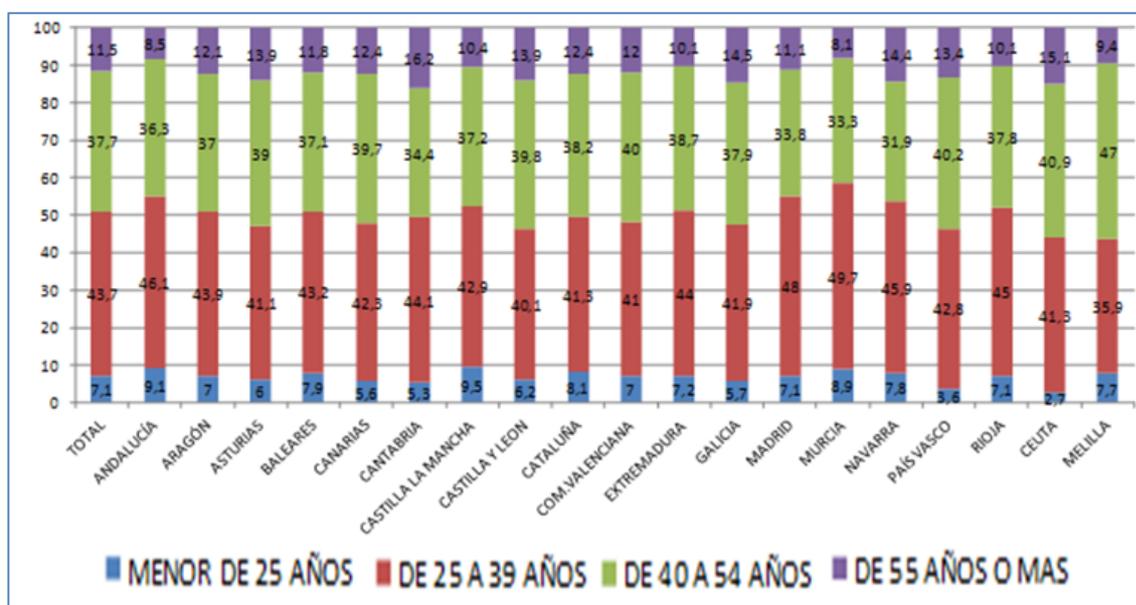
CLASES DE COOPERATIVAS	TOTAL	<25 años	25-39 años	40-54 años	55 o más
Trabajo asociado	100	8,0	42,1	37,6	12,4
Consumidores y usuarios	100	12,3	51,7	30,9	5,1
Viviendas	100	16,1	35,2	31,7	17,0
Agrarias	100	8,6	39,9	39,5	12,0
Explotación comunitaria de la tierra	100	10,5	40,3	38,1	11,2
Servicios	100	7,2	44,9	36,8	11,1
Mar	100	0,9	36,2	44,0	19,0

Transportistas	100	6,5	45,2	35,4	12,9
Seguros	100	6,7	63,3	26,7	3,3
Sanitarias	100	14,4	32,4	40,4	12,8
Enseñanza	100	6,9	43,4	37,0	12,7
Educacionales	100		66,7		33,3
Crédito	100	1,8	52,5	34,4	11,3
Otras	100	8,9	47,6	35,0	8,5
TOTAL	100	8,0	43,3	37,3	11,5

Fuente: BASE DE DATOS DE LA ECONOMÍA SOCIAL. Características de los Trabajadores en situación de alta en la Seguridad Social (31/12/2010)

La distribución por edad y comunidad autónoma pone de manifiesto que Castilla La Mancha (9,5%), Andalucía (9,1%) y Murcia (8,9%) son las regiones con mayor presencia de empleados jóvenes en la economía social (ver tabla 10).

Tabla 10. Distribución porcentual de los trabajadores de la economía social según edad por comunidades autónomas (31/12/10)



Fuente: BASE DE DATOS DE LA ECONOMÍA SOCIAL. Características de los Trabajadores en situación de alta en la Seguridad Social (31/12/2010).

3.5. El emprendimiento social

Dado que las empresas cooperativas y de economía social participan de valores comunes con las denominadas empresas sociales puede ser interesante conocer cuál es el nivel de iniciativas de este tipo. Según el Proyecto GEM (Global Entrepreneurship Monitor), en España solo un 0,5% de la población activa trabaja en proyectos de emprendimiento social, frente al 2% que se registra en países como Estados Unidos, Finlandia o Reino Unido. El 64% de los que trabajan en este sector son hombres frente a un 36% de mujeres. El rango de edad más habitual se sitúa entre los 25 y 34 años, mientras que la mayoría de los emprendedores – un 65%– posee estudios medios o de formación profesional, en contraposición con otros países en los que es el segmento de población con estudios superiores el que copa este tipo de iniciativas. Según el estudio GEM se observa que en España hay una “gran natalidad” de empresas sociales que, sin embargo, rara vez sobreviven más allá de los tres primeros meses de vida. La situación de crisis económica crea, pues, una situación de difícil salida: el agotamiento de los modelos tradicionales de negocio impulsa a los emprendedores sociales que, sin embargo, sucumben a esa misma situación de fatiga económica y crisis global.

4. NIVEL DE ASOCIACIONISMO Y CONOCIMIENTO DE LA ECONOMÍA SOCIAL EN LA JUVENTUD.

Las empresas cooperativas y de economía social son organizaciones fundadas en valores de cooperación, solidaridad, transparencia, y equidad. En este apartado se muestra el grado de asociacionismo y el nivel de conocimiento de la economía social –como factor potencial para el desarrollo de iniciativas cooperativas– que tiene la juventud respecto a este tipo peculiar de empresas.

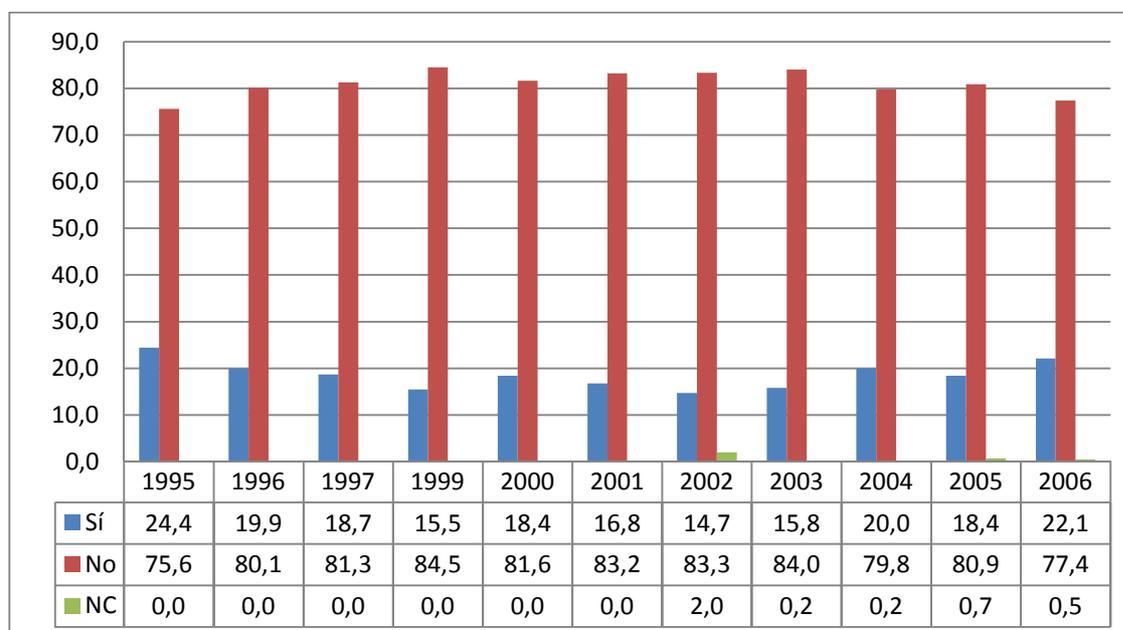
4.1. Asociacionismo en la juventud

Respecto al nivel de asociacionismo⁵ se debe indicar que este es muy bajo entre los jóvenes (GETS, 2008), dato que no difiere en demasía con lo ocurrido entre la población de más edad. Tal y como representa la tabla 11, la proporción de aquellos que a la pregunta: “pertenece a alguna asociación” contestaban afirmativamente se mantiene en porcentajes

⁵ Dentro del término asociación englobamos las asociaciones culturales, deportivas, partidos políticos, sindicatos, etc.... Es decir, se encontraban todas aquellas instancias a través de las cuales defender sus derechos o encontrar redes instituidas desde los cuales reivindicarlos o espacios para relacionarse con personas interesadas en lo mismo que ellos. La ausencia de implicación en dicho asociacionismo es lo que debe llevar a reflexionar.

inferiores al 25% (siendo el año 1995 en el que se alcanza el dato más elevado con el 24,4%). En el estudio de González-Anleo y Blasco (2010) la participación social juvenil se hunde: el 81% no pertenece absolutamente a ningún tipo de asociación u organización, ya sea juvenil, cultural o deportiva. Deberían convertirse estos datos en hecho preocupante, ya que manifiesta tendencia sostenida a lo largo de más de una década. Todo ello supone un reflejo de la creencia manifestada respecto a la integración social; ya que existe un alto grado de acuerdo con la frase “por lo general, es mejor no confiar demasiado en la gente”, afirmación que, total o parcialmente, más de la mitad de los jóvenes hacen suya. Además, el 63,9% muestra su acuerdo con la frase “a la mayoría de la gente le preocupa poco lo que le pasa a los que están a su alrededor” (González-Anleo y Blasco (2010)).

Tabla 11. Nivel de asociacionismo de la juventud



Fuente: Estudio IJA (2007) e IJA (2010).

Según el estudio IJA (2010), referido en este caso a la comunidad autónoma de Andalucía, el 61,2% de los jóvenes andaluces no han estado asociados ni han participado activamente nunca en una asociación, el 11,8% no está actualmente pero sí ha estado, el 24,7% está asociada y el 2,3% participa pero no como socia. Los hombres tienen un índice de asociación y participación mayor que las mujeres (el 30,8% frente al 18,2%). La juventud de Jaén es la que más participa en las asociaciones, ya que el 29,8% del total se encuentra

asociada. Huelva es la provincia en la que su juventud participa menos en las asociaciones (19,8% de jóvenes asociados).

De los que están o han estado asociados, o participan o han participado, con alguna asociación, el 30% lo hace en una asociación de carácter deportivo, el 21,9% de índole social, el 10,5% cultural, el 7,7% de cooperación y el 6,7% religiosa. De los que están o han estado asociados o participan o han participado con alguna asociación, el 51% está totalmente satisfecho y el 40% bastante. Tan sólo el 2% dice no estar nada satisfecho. El 48,9% de la juventud andaluza dice no estar asociada ni participar en una asociación porque no le interesan las actividades que realizan, el 23,4% alude al poco tiempo libre y el 7,3% a la cercanía de casa.

Las formas de asociacionismo y movilización de los jóvenes que tienden a producirse en la actualidad reflejan la demanda y la necesidad que tienen de nuevas fórmulas de participación. Una parte de los jóvenes del siglo XXI se están apartando de las formas de participación tradicionales, a través de los partidos políticos y los sindicatos clásicos, optando por modelos y vías más transnacionales. Los jóvenes buscan nuevas vías de movilización, nuevas formas de exigir respuestas a sus problemas. La era de la comunicación y la informática lleva a una mayor diferenciación de las demandas. No es indispensable buscar un partido político para analizar las reivindicaciones y presentarlas a la arena pública siguiendo la lógica política tradicional. Se puede reclamar en microgrupos conectados a una audiencia mundial por Internet, teléfonos, correos electrónicos o cualquier otro medio que vaya de lo local a lo global sin censuras.

4.2. Conocimiento de la economía social en los jóvenes andaluces

En el año 2007, el 26% de los jóvenes andaluces reconocieron a la Economía Social como un sector económico diferenciado. No obstante, el 29,8% no lo hicieron y el 44,2% no supieron o no contestaron. Sin embargo en el año 2010, el 42% de la juventud andaluza identificó la Economía Social como un sector económicamente diferenciado, 16 puntos más respecto a la encuesta del año 2007. El 34% no lo hicieron y el 24% no supieron o no contestaron (este porcentaje ha bajado 20 puntos respecto a la encuesta anterior, por lo que puede concluirse que la juventud conoce más la economía social).

El estrato de personas entre 27 y 29 años es el que más identificó a la Economía Social con un sector económicamente diferenciado (46,8%). A mayor nivel de estudios mayor es el grado de conocimiento de la Economía Social como sector económico diferenciado (Formación Profesional de Grado Superior, 48,5%; cursando estudios universitarios, 49% y titulados universitarios, 46,2%). Las provincias donde mayor diferenciación hizo la juventud de la Economía Social fueron Jaén (47,6%), Huelva (44%) y Córdoba (42,6%).

En el año 2007, uno de cada tres jóvenes andaluces mantuvo vínculos familiares con el sector de la Economía Social. Almería y Huelva fueron las provincias con mayores porcentajes. En el año 2010 una de cada cuatro personas consultadas mantuvo vínculos familiares con el sector de la Economía Social. En poblaciones de menos de 5.000 habitantes, el porcentaje subió hasta el 38%. Almería (48,6%), Huelva (38,5%) y Jaén (37,1%) fueron las provincias con mayor porcentaje.

5. CONCLUSIONES

Al realizar una primera valoración de las fuentes estadísticas y los datos aportados en este trabajo se reflejan ciertos indicios que se han agrupado en cuatro conclusiones básicas: (1) la negatividad que existe respecto al emprendimiento y la juventud; (2) las tendencias que “empujan” a la juventud a emprender por necesidad; (3) algunas tendencias positivas; y, por último, (4) ciertas percepciones de la juventud respecto a la economía social y el emprendimiento colectivo.

A continuación se recoge esta valoración:

- 1) Lo negativo respecto al emprendimiento individual y colectivo por parte de la juventud puede sintetizarse en cuatro aspectos. En primer lugar *la falta de iniciativa emprendedora*: es prácticamente insignificante el porcentaje de jóvenes que se decanta por crear su propia empresa (0,1%) como salida profesional (IJE, 2008). En segundo lugar esta *vocación emprendedora no se concreta*. Los datos anteriores contrastan con la opinión manifestada a nivel de opciones en este caso para el colectivo andaluz. Así el 42% de la juventud andaluza ve como mejor alternativa para acceder al mundo laboral ser personal funcionario, el 33% crear su propia empresa y el 23% trabajar como asalariado. No obstante, el porcentaje de jóvenes que quiere crear su propia empresa ha crecido en cuatro puntos desde 2007 (EVEA, 2010). En tercer lugar la

percepción de dificultad como obstáculo: iniciar un proyecto empresarial no es fácil. En una escala de 0 a 10, donde 0 es extremadamente difícil y 10 extremadamente fácil, el promedio general es de 3,4 (IIA, 2010). Por último cabría destacar el *bajo nivel de asociacionismo*. Como se ha indicado la proporción de aquellos jóvenes que a la pregunta: “pertenece a alguna asociación” contestaban afirmativamente se mantiene en porcentajes inferiores al 25%.

- 2) Las tendencias que empujan al emprendimiento por necesidad son fundamentalmente tres: la *necesidad de buscar empleo* (la mitad de los jóvenes de entre 16 y 29 años en España no encuentra trabajo en 2011), el *nivel de temporalidad* del empleo conseguido (cerca del 40% de los jóvenes tiene un trabajo temporal que con los años no termina por convertirse en empleo estable) y la *búsqueda de independencia*.
- 3) En cuanto a las tendencias positivas respecto al emprendimiento pueden destacarse fundamentalmente dos aspectos. Por un lado, el *aumento de la prioridad de crear empresa*. Como ya se indicaba en párrafos anteriores, el porcentaje de jóvenes que desea crear su propia empresa en Andalucía ha crecido en cuatro puntos desde 2007. Esta opción es preferida por el 39,2% de la muestra encuestada entre 18-20 años. Por otra parte, la *preferencia por la autonomía*. En el año 2010 el 26,3% de los encuestados andaluces manifiesta que le gustaría trabajar por cuenta propia, superando por primera vez la proporción de sujetos que prefieren trabajar como asalariados del sector privado por cuenta ajena.
- 4) Respecto a la percepción del emprendimiento colectivo y la economía social –en este caso específicamente referido a la juventud andaluza– también destacan dos indicios. En primer lugar el aumento de la diferenciación de la economía social. En el año 2010 el 42% de la juventud andaluza identificó la Economía Social como un sector económicamente diferenciado, 16 puntos por encima de los obtenidos en la encuesta del año 2007. En segundo lugar la conciencia de que la economía social está presente en la realidad. En el año 2010 una de cada cuatro personas consultadas mantuvo vínculos familiares con el sector de la Economía Social. En poblaciones de menos de 5.000 habitantes este porcentaje sube hasta el 38%.

Pese a todo, el emprendimiento es un concepto amplio que va más allá que la idea de generar empresas, es una postura frente a la vida y, muy posiblemente, de por vida. A pesar de que en España existen políticas públicas que apoyan y promueven el emprendimiento, no

obstante se aprecia una ausencia de articulación entre los actores privados y públicos. El tema comienza a estar presente en las políticas educativas y en el mundo empresarial. En cualquier caso existe una creciente demanda de capacidades emprendedoras, mirado desde una perspectiva amplia y no sólo como la posibilidad de crear empresa, sino también de instituciones que contribuyan a la innovación económica y social.

En términos de líneas estratégicas básicas está la necesidad de generar una capacidad emprendedora, para lo cual es fundamental alcanzar una sociedad más participativa y más democrática, partiendo por provocar un cambio cultural profundo en el ámbito educativo, que posibilite la conformación de un capital social importante, que favorezca una distribución más equitativa del conocimiento, aminorando las brechas actualmente existentes, lo que potenciará una mayor equidad e igualdad de oportunidades. El capital social (Moyano, 2001) y las redes son importantes, pues los emprendedores captan estas redes y las difunden: esto ocurre cuando el marco regulatorio facilita la actividad emprendedora. En esta perspectiva se necesita de un Estado activo, con voluntad política, que regule y proporcione marcos orientadores adecuados. Pero recordemos que la vocación y capacidad emprendedora se forja desde la educación, es decir, a través de una estrategia proactiva que siembre la semilla desde el sistema educativo.

BIBLIOGRAFÍA

- BEN-NER, A. PUTTERMAN, L., Valores e instituciones en el análisis económico. *CIRIEC-ESPAÑA, Revista de Economía Pública Social y Cooperativa*, 33, 99, p.43-77
- CODURAS. A. “La motivación para emprender en España”, *Ekonomiaz*, nº 62. 2006, pp.12-39.
- DIRECCIÓN GENERAL DE LA ECONOMÍA SOCIAL DEL TRABAJO AUTÓNOMO Y DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LAS EMPRESAS, *Base de de datos de la Economía Social. Características de los Trabajadores en situación de alta en la Seguridad Social.* (2011) [14 de noviembre de 2011]. Disponible en Internet www.mtin.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-oc/EconomiaSocial/estadisticas/CaracteristicasTrabajadores/2010/4TRIM/GRAFICOS_4TRIMESTRE_CCLASE.pdf.

- EUROPEAN COMMISSION, *Entrepreneurship Survey in the 25 Member States, United States, Iceland and Norway*. Directorate General for Enterprise and Industry E/1: Entrepreneurship Flash Eurobarometer. 2007.
- ESIC, *VII Encuesta sobre Vocación Emprendedora en Andalucía (EVEA, 2010)*, Sevilla: Revista *Andalucía Económica* y Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA), 2011.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR, *Informe Ejecutivo 2009 España*. Madrid: Instituto de Empresa. 2010. 188 pp. [14 de noviembre de 2011]. Disponible en Internet: www.ie.edu/gem/WF_Informes.aspx?anno=2011. ISSN: 1695-9302.
- GONZÁLEZ-ANLEO, J, y GONZÁLEZ BLASCO, P. (dir.), *Jóvenes españoles 2010*, Madrid: Fundación SM, 2011, [14 de noviembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://prensa.grupo-sm.com/2010/11/casi-la-mitad-de-los-j%C3%B3venes-espa%C3%B1oles-declara-su-falta-de-confianza-en-un-futuro-prometedor-para-el.html>. ISBN: 978-84-675-4474-9.
- GRUPO DE ESTUDIO SOBRE TENDENCIAS SOCIALES (GETS). *Tendencias de cambio de las identidades y valores de la juventud en España 1995-2007*. Madrid: Fundación Sistema, 2008. 102 pp. [14 de noviembre de 2011]. Disponible en Internet: www.injuve.es/contenidos.item.action?id=1116725579&menuId=2104203924. NIPO: 208-08-008-9.
- HARTLEY, S.: *A New Space for a New Generation: The Rise of Co-operatives amongst Young People in Africa*. Co-operative College. pp 78. ISBN 978-0-85195-321-2, Co-operative College 2011. Printed by RAP Spiderweb, Clowes Street, Hollinwood, Oldham OL9 7LY, [14 de noviembre de 2011]. Disponible en Internet: <http://www.co-op.ac.uk/wp-content/uploads/2011/07/Youth-and-Co-operatives-S-Hartley.pdf>.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Encuesta de Población Activa*. 1^{er} trimestre, 2012.
- INJUVE. *Informe de la juventud en España*. Noviembre, 2008.
- LÓPEZ BLASCO, A. y GIL, G., “Jóvenes en una sociedad cambiante: demografía y transiciones a la vida adulta”, *Informe 2008. Juventud en España*. Instituto de la Juventud. Madrid. 2008 [14 de noviembre de 2011]. Disponible en Internet: www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=916511531. NIPO: 802-08-003-8.

- MORENO, A. “Economía, empleo y consumo: las transiciones juveniles en el contexto de la globalización”, *Informe 2008. Juventud en España*. Madrid: Instituto de la Juventud. [14 de noviembre de 2011]. [14 de noviembre de 2011]. Disponible en Internet: www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=916511531. NIPO: 802-08-003-8.
- MOYANO, E. “El concepto de capital social y su utilidad para el análisis de las dinámicas de desarrollo”, *Revista Fomento Social*, nº 56, 2001, pp. 35-63.
- NEXO S.C.A. *Instantáneas de la Juventud Andaluza (IJA, 2007)*. CEPES-ANDALUCÍA. Sevilla 2007 [14 de noviembre de 2011]. 45 pp. [14 de noviembre de 2011]. Disponible en Internet: http://www.cepes-andalucia.es/fileadmin/media/noticias/Tripticos/Resumen_Informe_Estudio_de_Juventudes.pdf.
- NEXO S.C.A. *Instantáneas de la Juventud Andaluza (IJA, 2010)*. CEPES-ANDALUCÍA. Sevilla. 2010. [14 de noviembre de 2011]. 55 pp. Disponible en Internet <http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/resources/files/2011/3/4/1299242513706Juventud.pdf>.
- PÉREZ CAMARERO, S., HIDALGO VEGA, A., BALAGUER GARCÍA, S., PÉREZ CAÑELLAS, E. *Emprendimiento económico y social en España. Guía de recursos para jóvenes emprendedores/as*. Madrid. Instituto de la Juventud. 2009. NIPO 802-09-011-3.
- PUGA, R., SMITH, J., MCPHERSON, I. *Los jóvenes reinventan las cooperativas*. Buenos Aires; Prometeo Libros. 2006. ISBN: 987-574-095-0.
- UNIVERSIDAD DEL PAIS VASCO. *Youth Employment in Europe: a Southern approach, a European solution*. [29 de mayo de 2012] Disponible en Internet <http://www.cje.org/en/our-work/europa/actividades-y-campanas-del-cje/youth-employment-in-europe-a-southern-approach-a-european-solution/>