



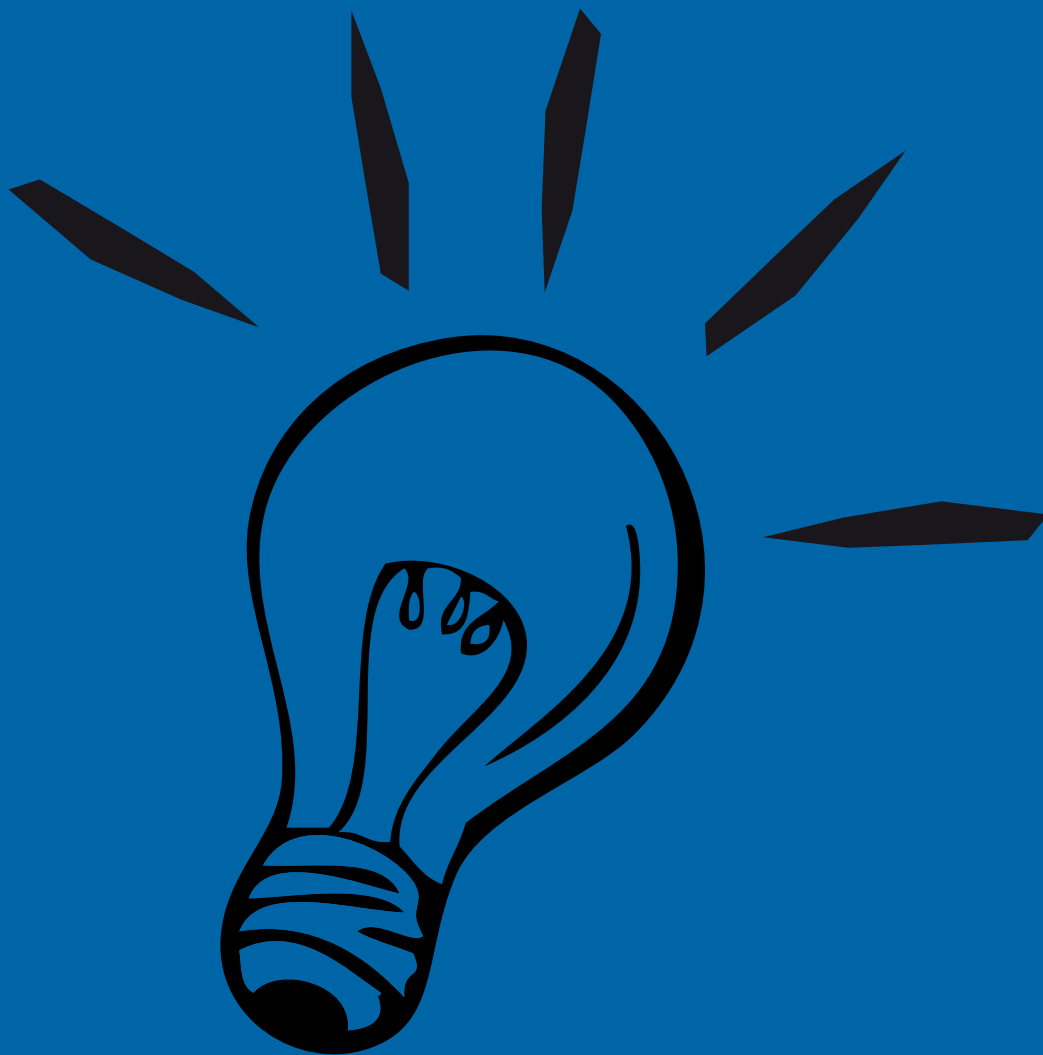
Universidad
Politécnica
de Cartagena

Aptitudes emprendedoras de los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato en la Región de Murcia





Aptitudes emprendedoras de los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato en la Región de Murcia

**Dirección:**

Domingo García Pérez de Lema
Inmaculada Moreno Candell

Coordinación:

Mario Rosique Blasco
Antonia Madrid Guijarro

Equipo de trabajo:

Concepción Armenteros Lizana
Antonio Juan Briones Peñalver
Juan Sánchez Sánchez
Francisco García Alfaro
Francisco García-Valenzuela López
M^a Francisca López Noguera
Almudena Ríos Menchón
Rosa M^a Sala Hernández

Edita:

Universidad Politécnica de Cartagena
Servicio de Documentación
Plaza del Hospital, 1
30202, Cartagena
Tel. 968 325 908
servicio.documentacion@bib.upct.es

Primera Edición 2012

© Domingo García Pérez de Lema
© Inmaculada Moreno Candell
© Mario Rosique Blasco

Diseño gráfico y maquetación:
Creativa Publicidad & Mkt

Imprime:
Selegráfica

ISBN: 978-84-96997-91-2
Depósito Legal: MU-789-2012





/0 Índice

1. INTRODUCCIÓN	06
2. ESPÍRITU EMPRENDEDOR Y SU APRENDIZAJE	07
2.1. Marco Institucional	07
2.2. Espíritu Emprendedor en etapas formativas tempranas	07
2.3. Modelo de Aprendizaje Social	09
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	10
3.1. Muestra	10
3.2. Variables de competencias Emprendedoras	10
3.2.1. Autoconocimiento	10
3.2.2. Visión de Futuro	11
3.2.3. Energía	11
3.2.4. Planificación	11
3.2.5. Comunicación	12
3.2.6. Propensión al Riesgo	12
3.2.7. Creatividad	12
3.2.8. Proactividad	13
3.2.9. Imagen del Empresario	13
3.3. Estructura del cuestionario	13
4. RESULTADOS	15
4.1. Características Generales de la Muestra	15
4.2. Grado de Emprendimiento de los padres	15
4.3. Elección del Role Model	16
4.4. Preferencia Emprendedora	17
4.5. Competencias Emprendedoras	18
4.5.1. Competencias Emprendedoras y factores socio-demográficos: Comarcas, Género y Nacionalidad	21
4.5.2. Relación entre Competencia y el factor Emprendimiento	23
4.6. Concepto y Visión del Empresario	26
4.7. Modelos de Influencia en el Espíritu Emprendedor: Role Model	30
4.7.1. Desarrollo Profesional y Role Model	32
4.7.2. Comunicación y Role Model	32
4.7.3. Persuasión y Role Model	32
4.7.4. Observación y Role Model	32
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	34
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46



/01

Introducción

Potenciar el espíritu emprendedor en etapas formativas tempranas resulta imprescindible de cara a motivar en un futuro el desarrollo de nuevas empresas orientadas hacia una cultura que potencie la innovación y la creatividad. La educación y la formación son uno de los principales factores que diferencian a los emprendedores de los no emprendedores (Lee et al, 2005). En este sentido, la Comisión Europea (2008) señala en su informe sobre “Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies” que en Europa es necesario promover un mayor espíritu emprendedor entre sus jóvenes, apoyar la creación de nuevas empresas innovadoras, y fortalecer una cultura que sea más cercana al emprendimiento y al crecimiento de la PYME.

En la actualidad, en la mayoría de los países desarrollados y en vía de desarrollo, la educación y la formación emprendedora está empezando a ser una de las piezas fundamentales en los planes de estudios (Li y Matlay, 2005). Esta formación es útil y facilita la incorporación de la creciente población estudiantil al mundo del trabajo a través de la creación de nuevas empresas, y al desarrollo personal del individuo fomentando que la juventud sea más creativa y más segura de sí misma en cualquier tema que quiera desarrollar. Sin embargo, el proceso emprendedor aglutina disciplinas con distinto grado de dificultad a la hora de transmitir o enseñarlas. Por una parte, se encuentran las habilidades empresariales y las funciones de dirección, que son relativamente fáciles de transmitir, y por otro lado se encuentran elementos tales como los aspectos creativos del emprendimiento que son mucho más difíciles de enseñar (Rae y Carswell, 2001).

En este sentido resulta necesario analizar con detalle el estado de las competencias emprendedoras que tienen los estudiantes de la Región de Murcia, con el fin de programar actuaciones que redunden en fomentar y favorecer una cultura emprendedora en nuestra Región. En este trabajo, se realiza un estudio sobre las aptitudes emprendedoras de los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y Bachillerato en Centros de Educación Secundaria, tanto públicos como privados concertados pertenecientes a las distintas comarcas que integran la Región de Murcia.

Los objetivos son:

- (1) Describir y analizar competencias básicas de los estudiantes que están relacionadas con su potencial emprendedor.
- (2) Establecer las preferencias profesionales de los estudiantes en términos de creación de empresas.
- (3) Determinar cuál es la imagen que el estudiante tiene sobre el papel del empresario dentro de la sociedad.
- (4) Identificar al agente que el estudiante considera como referencia a la hora de tomar sus decisiones. La evidencia empírica previa ha demostrado que actividades de formación y experimentales de aprendizaje y el trabajo con los “Role Models” (modelos de conducta) incrementan el interés del estudiante en llegar a ser un emprendedor. El estudiante puede aprender valiosas lecciones de su modelo de conducta, el cual también puede apoyarlo activamente para que opte por una opción de carrera emprendedora.

La información utilizada para la realización de este trabajo proviene de una encuesta realizada a 1.263 estudiantes de la Región de Murcia. Posteriormente, se realizó un Panel de Expertos para recopilar la opinión de tipo cualitativo de los principales agentes implicados en fomentar el espíritu emprendedor, con la finalidad de elaborar propuestas de actuación. El panel estuvo compuesto por 15 expertos.

El trabajo se ha estructurado de la siguiente forma: en primer lugar, desarrollamos el marco de referencia sobre emprendimiento y aprendizaje y se realiza una revisión de la literatura previa; en segundo lugar, exponemos la metodología, las características de la muestra y la justificación de las variables utilizadas; en tercer lugar, llevamos a cabo el análisis de los resultados, y finalmente, desarrollamos las principales conclusiones y propuestas de actuación.



/02

Emprendimiento y Aprendizaje

2.1. Marco Institucional

Las instituciones afectan al desempeño económico ya que el marco institucional existente condiciona mediante la estructura de incentivos y oportunidades las acciones de los diferentes agentes que actúan dentro de la sociedad. Esta influencia puede venir de manera formal (leyes, normas, reglamentos, etc.) o informal (ideas, creencias, actitudes, etc.) (North, 1990, 2005).

Autores como Lee et al. (2005) destacan el papel que desempeñan la escuela y el sistema educativo en la generación de actitudes que apoyan el espíritu emprendedor. Las instituciones no deben funcionar de manera ajena al fomento de la creatividad en sus estudiantes sino que hay que formar personas con una gran capacidad de generación de ideas y de resolución de problemas (Esteve, 2008). Para ello no es suficiente con introducir metodologías docentes innovadoras si éstas no consiguen fomentar el espíritu innovador del estudiante. De ahí la importancia que tiene incluir en los programas de estudios de primaria objetivos como el desarrollo de aptitudes como la autonomía, la independencia, la innovación, la creatividad y la asunción de riesgos.

Por esta razón la Comisión Europea presta especial atención al aprendizaje del espíritu empresarial desde la escuela primaria hasta la universidad. Se trata de alentar a los jóvenes europeos a convertirse en los empresarios del futuro. En este contexto, el informe “Nueva Agenda Para Europa” elaborado por la Fundación FAES recoge que “En Europa, durante demasiado tiempo las políticas se han centrado en los instrumentos jurídicos para el desarrollo de la capacidad de emprender, de generar conocimiento, pero no se ha centrado en el desarrollo de los recursos humanos que han de llevar a cabo estas medidas.”

Es por ello que el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio recoge una relación de buenas prácticas en el informe “El Fomento de la Iniciativa Emprendedora en el Sistema Educativo Español” (2010) y afirma que España está trabajando en la dirección de fomentar aquellas competencias que propulsen el espíritu emprendedor. En España la legislación nacional básica sobre la educación (la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, LOE) recoge entre sus fines conseguir que el alumnado desarrolle el espíritu emprendedor. La LOE, que entró en vigor en 2009, abre la puerta a los avances en esta materia, que se introduce ya de manera oficial en los Reales Decretos sobre Enseñanzas Mínimas.

En este orden de cosas, la educación puede contribuir enormemente a la creación de una cultura emprendedora, empezando por los más jóvenes y en la escuela. Porque impulsando las actitudes y capacidades emprendedoras, se beneficia a la sociedad, incluso más allá de la aplicación de éstas a nuevas iniciativas empresariales. En un sentido amplio, el espíritu emprendedor se debería considerar como una actitud general que puede resultar útil en todas las actividades laborales y en la vida cotidiana. Cualquiera puede necesitar, y de hecho va a necesitar en algún momento de su vida, convertirse en empresario o adoptar un comportamiento empresarial. Por consiguiente encontramos un panorama en el que tanto la Unión Europea como sus países miembros están trabajando con el objeto de fomentar una sociedad más dinámica, donde el alumno no sea un mero receptor de información. El objetivo es fomentar entre el alumnado aquellas competencias que permitan un mayor impulso del espíritu emprendedor desde edades tempranas.

2.2. Espíritu emprendedor en etapas formativas tempranas

Si se toma como referencia el trabajo realizado por el grupo europeo de expertos del proyecto Best, de noviembre de 2002, sobre “Educación y formación en el espíritu empresarial”, es necesario considerar dos alternativas sobre el espíritu emprendedor o conceptos del mismo:

- Un concepto amplio de educación en actitudes y capacidades empresariales y comprensión de los conceptos económicos básicos, que incluye el desarrollo de ciertas cualidades personales y no se centra directamente en la creación de nuevas empresas.
- Un concepto específico de formación dirigida a la creación de una empresa.



En el trabajo “Fomentar el espíritu empresarial en las escuelas y universidades” (2006), la Comisión Europea define por Espíritu empresarial: “aptitud de un individuo para materializar ideas, innovar, tomar iniciativas y riesgos, organizarse y gestionar proyectos con vistas a alcanzar objetivos.”

Hablar de espíritu emprendedor significa hacer referencia a dos tipos de capacidades, unas genéricas y válidas para todo el conjunto de la sociedad o del colectivo estudiantil, en nuestro caso, y otras más específicas, vinculadas al desarrollo profesional como empresario o empresaria y que se apoyan en las primeras.

La enseñanza debería, pues, sensibilizar sobre el espíritu emprendedor a una edad muy temprana. La iniciación de los jóvenes al espíritu emprendedor contribuye a desarrollar su creatividad, su espíritu de iniciativa, la confianza en sí mismos cuando emprendan una actividad, y les alienta a comportarse de una forma socialmente responsable.

España asumió el compromiso político de promover la noción del espíritu emprendedor en su sistema educativo. Para ello, el Ministerio de Economía y el de Educación, Cultura y Deporte llevan tiempo trabajando de forma conjunta. El primer resultado de este trabajo en común fue el de introducir el espíritu emprendedor, de forma secuencial, en los objetivos y contenidos de los diferentes niveles educativos, desde la Educación Primaria al Bachillerato y también en la Formación Profesional. Esto quedó plasmado en la Ley Orgánica 10/2002, de 23 de diciembre de 2002, de Calidad de la Educación.

Según la Exposición de Motivos de dicha Ley, el espíritu emprendedor es necesario para hacer frente a la evolución de las demandas de empleo en el futuro. El espíritu emprendedor también se recoge como uno de los principios de calidad del sistema educativo:

“La capacidad de los alumnos para confiar en sus propias aptitudes y conocimientos, desarrollando los valores y principios básicos de creatividad, iniciativa personal y espíritu emprendedor (artículo 1.i de la Ley)”.

En la Educación Secundaria se introdujo el concepto de espíritu emprendedor como un objetivo a alcanzar. En esta etapa se afianzan las capacidades adquiridas en la Educación Primaria y se enriquecen dichas aptitudes con nuevos elementos como la iniciativa, el sentido crítico y el espíritu innovador. “Consolidar el espíritu emprendedor, desarrollando actitudes de confianza en uno mismo, el sentido crítico, la iniciativa personal y la capacidad para planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades (artículo 22.2.i) de la Ley”.

En el Bachillerato se plasma también el espíritu emprendedor en el mismo sentido que en los cursos anteriores con el fin de culminar todo un proceso de aprendizaje que capacite a los jóvenes para enfrentarse a los desafíos de la nueva realidad socioeconómica. “Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, confianza en uno mismo, sentido crítico, trabajo en equipo y espíritu innovador (artículo 34.2.i) de la Ley”.

El desarrollo del espíritu emprendedor se ha ido afianzando con el paso del tiempo y así lo manifiesta la actual LOE. Esta ley recoge como uno de sus fines: “El desarrollo de la capacidad de los alumnos para regular su propio aprendizaje, confiar en sus aptitudes y conocimientos, así como para desarrollar la creatividad, la iniciativa personal y el espíritu emprendedor. (Artículo 2.1.f)”

Esta LOE sigue fortaleciendo el fomento del espíritu emprendedor en las distintas etapas educativas del estudiante. Entre los objetivos de la Educación Secundaria encontramos que se debe “Desarrollar el espíritu emprendedor y la confianza en sí mismo, la participación, el sentido crítico, la iniciativa personal y la capacidad para aprender a aprender, planificar, tomar decisiones y asumir responsabilidades.(artículo 23.g). Mientras que en la etapa de Bachillerato, la LOE recoge entre los objetivos el de “Afianzar el espíritu emprendedor con actitudes de creatividad, flexibilidad, iniciativa, trabajo en equipo, confianza en uno mismo y sentido crítico (artículo 33.k)”.

El espíritu emprendedor, por otra parte, puede constituirse en un instrumento fundamental para favorecer la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. No podemos olvidar, al respecto, que España –pese a que las mujeres superan ya en número a los varones entre los licenciados universitarios y son mayoría en prácticamente todos los estamentos educativos–, cuenta con una de las tasas de empleo femenino más bajas de toda la UE. Lo cual denota que uno de los retos más importantes para lograr el pleno aprovechamiento económico de nuestros recursos humanos y para propiciar un mayor equilibrio social consiste en integrar a las mujeres en el empleo. (Fomento del Espíritu Emprendedor en la Escuela).

Entre los objetivos de la educación tiene que estar siempre presente el fomento de las cualidades personales que constituyen la base del espíritu emprendedor, a saber: la creatividad, la iniciativa, la responsabilidad, la capacidad de afrontar riesgos y la independencia o autonomía en el trabajo.





Queda claro, que el interés de la formación orientada a fomentar el espíritu empresarial no se limita al aumento del número de nuevas empresas. El espíritu empresarial es una aptitud que resulta igualmente útil en la vida cotidiana, tanto a nivel personal como social. Por tanto, tal y como reflejan multitud de trabajos, para avanzar en el empleo, la igualdad, el crecimiento, la competitividad y la innovación, resulta indispensable fomentar el espíritu emprendedor en la juventud e incluso en la infancia. A este respecto, la educación puede y debe contribuir a la creación de una cultura más empresarial en nuestro país.

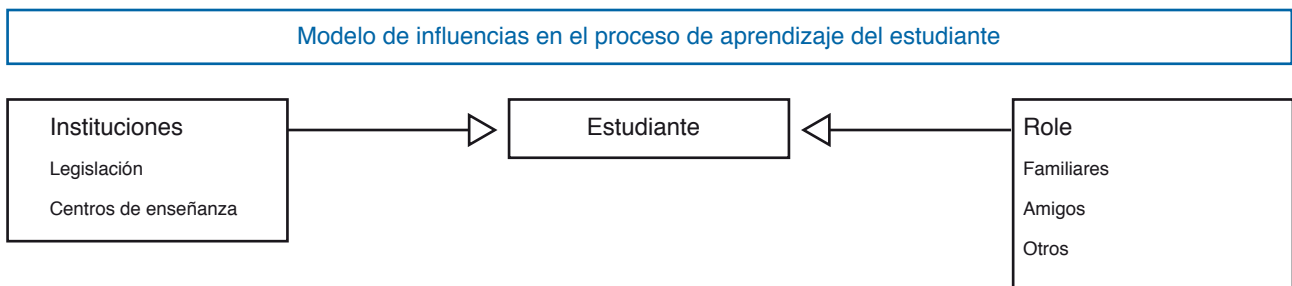
2.3. Modelo de aprendizaje social

Una vez establecido el marco institucional, referenciando el estado de las diferentes recomendaciones y políticas tanto españolas como europeas para favorecer el desarrollo del espíritu emprendedor en las distintas etapas educativas del estudiante, debemos considerar el aprendizaje social. Para este trabajo nos centraremos en analizar la influencia que ejerce en el estudiante tener un modelo de emprendimiento en su ámbito más cercano.

Diferentes estadísticas apuntan a que España es una de las regiones menos emprendedoras del mundo. Concretamente en España, únicamente el 7.3% de la población activa comprendida entre 18 y 65 años participa de una actividad empresarial nueva (De la Vega, et al., 2006). Además, la creación de una empresa propia es una alternativa laboral muy poco valorada por las nuevas generaciones de población activa, de modo que el porcentaje de jóvenes emprendedores menores de 25 años no supera el 10%, y la mayor parte de iniciativas emprendedoras corresponden a adultos mayores de 35 años (De la Vega et al., 2006).

Uno de los mecanismos básicos por el que la actividad emprendedora se autogenera a sí misma, se basa en los procesos de aprendizaje social (Bygrave&Minniti, 2000; Minniti&Bygrave, 1999). Según la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura (1977), la mayor parte del comportamiento humano es aprendido mediante la observación de modelos que ejecutan el comportamiento en cuestión, siendo éste uno de los medios más poderosos para transmitir valores, actitudes y patrones de pensamiento y comportamiento (Sánchez, 2006). La socialización emprendedora es un conjunto de experiencias relacionadas con la realización exitosa de las tareas emprendedoras que pueden ser fácilmente establecidas a partir de la interacción con personas que poseen características emprendedoras que sirven como modelos de rol. Siguiendo la teoría de Bandura (1986) tales modelos dirigen la atención del individuo hacia el fenómeno empresarial, le inculcan los conocimientos y habilidades necesarios para crear una nueva empresa y activan, facilitan y proporcionan apoyo al surgimiento de comportamientos emprendedores.

En concreto, se ha visto que la existencia de modelos positivos del rol emprendedor en el entorno del individuo influyen sobre la decisión de emprender y se asocian con la probabilidad de crear una empresa propia en el futuro (e.g., Brockhaus&Horwitz, 1986; Dyer, 1994; Kolvereid, 1996; Scherer, Adams, Carley&Wiebe, 1989; Scott & Twomey, 1988). Es decir, los individuos con más posibilidades de observar directamente a emprendedores serán más propensos a convertirse en emprendedores ellos mismos, puesto que experimentarán una mayor interiorización de los conocimientos y destrezas necesarios para crear una empresa y tendrán una percepción más positiva sobre la deseabilidad de convertirse en empresarios (Bygrave&Minniti, 2000; Minnity&Bygrave, 1999).





/03

Metodología de la Investigación

3.1. Muestra

La muestra utilizada, formada por 1.263 alumnos que están cursando Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, en la Región de Murcia. Tiene un error muestral de 2.7% con un intervalo de confianza del 95%. Participaron treinta y cinco Centros de Enseñanza. Los tamaños poblacionales se obtuvieron de la Consejería de Educación, Formación y Empleo de la Región de Murcia. La recogida de información se realizó a través de internet, utilizando como soporte un cuestionario dirigido a todos los estudiantes de las citadas etapas educativas. El procedimiento consistía en que los tutores de cada curso acompañaban a los estudiantes al aula de informática y en ella explicaban las condiciones metodológicas para realizar el cuestionario en óptimas condiciones: ninguna respuesta es incorrecta, contestar con sinceridad o generar un clima de silencio, entre otras consideraciones. Con este método de recogida de información nos aseguramos, por un lado, conseguir un mayor número de respuestas y por otro lado, tener la ventaja de explicar con detenimiento el cuestionario y reducir el número de errores.

Dado que la población objetivo está formada por estudiantes en etapas de formación preuniversitaria, para solventar el problema de falta de respuesta, se envió, por parte de la Consejería de Educación, Formación y Empleo, un escrito dirigido a los Directores de los Centros Educativos informándoles del estudio que se iba a realizar y solicitando su colaboración para poder llevar a cabo la recogida de datos. Una vez fijada la población objetivo y la composición de la muestra, se procedió a la realización de los cuestionarios por parte del alumnado. Los encargados de actuar como facilitadores de la información fueron los profesores de cada uno de los centros participantes, con cuya colaboración, realizada de forma altruista, conseguimos resolver las dudas que los estudiantes plantearon sobre el cuestionario y su cumplimentación. El objetivo era reducir el número de errores, tal y como explicamos con anterioridad. El tiempo utilizado por los estudiantes en la realización del cuestionario oscilaba entre los 15 y 25 minutos.

El trabajo de campo se realizó durante el último trimestre (abril, mayo y junio) del curso académico 2010/2011.

3.2. Variables de competencias emprendedoras

Algunos autores consideran que son muchos los aspectos a tener en cuenta a la hora de analizar el espíritu emprendedor de una persona (p.e. Collins et al., 1964; Miner, 1990; Camisón, 1999). No obstante, el espacio personal se centrará dentro de este trabajo en las competencias emprendedoras que posee el estudiante de secundaria (McClelland, 1961[1968]; Miner, 1980; Veciana, 1980, 1989; Steiner, Miner & Gray, 1986; Begley & Boyd, 1986; Szyperski & Klandt, 1988; Timmons, 1990b; Sexton & Bowman-Upton, 1991; Ripollés, 1994, 1995; Sánchez, 2003).

El cuestionario recoge la percepción que tiene el estudiante sobre la frecuencia con la que utiliza sus competencias, usando una escala likert de 1: nunca a 5 siempre:

Autoconocimiento:

Vidal et al (2006) recogen el autoconocimiento entre aquellas competencias consideradas emprendedoras. El Autoconocimiento se refiere a conocer los propios estados internos, preferencias, recursos e intuiciones, para utilizarlos, en base a la experiencia, para alcanzar nuestros objetivos. El autoconocimiento de los estudiantes se ha evaluado a partir de los siguientes ítems:



Autoconocimiento
Uso mis habilidades, lo que se me da bien hacer
Tengo iniciativa para hacer cosas
Tengo en cuenta posibles riesgos
Asumo mi parte de responsabilidad

Visión de futuro:

El emprendedor orienta su pensamiento hacia el futuro, ya que es capaz de imaginar si una determinada oportunidad o idea se convertirá en un negocio de éxito. La necesidad de control surge de esta misma orientación hacia el futuro, ya que requiere el control de los recursos, tanto materiales como humanos, para convertir su visión o sueño en realidad (Sánchez, 2003). La visión de futuro de los estudiantes se ha evaluado a partir de los siguientes ítems:

Visión de futuro
Propongo nuevas formas de hacer cosas
Tengo en cuenta posibles resultados
Doy soluciones
Busco oportunidades

Energía:

Las personas se motivarán para comprometerse en aquellas tareas sobre las que valoran el resultado esperado y estarán menos predispuestas para realizar las tareas cuyos resultados no valoran. El valor de la esperanza se basa en los propios juicios de la competencia para la acción y un rol interactivo con los resultados estimados; determinado, de esta manera, las tareas en que los individuos se comprometen a hacer; lo que Bandura (1986) señaló como: "las expectativas del resultado influyen en la motivación y predicen la conducta". La energía de los estudiantes se ha evaluado a partir de los siguientes ítems:

Energía
Busco superarme
Mantengo el ánimo
Cumplo lo prometido
Me exijo hacer bien las cosas

Planificación:

Existen diversos trabajos que analizan la competencia de planificación como factor característico de los emprendedores (De Pablo, 2004). Estos trabajos ponen de manifiesto que el emprendedor desarrolla la capacidad organizativa para llevar a cabo su proyecto empresarial. La Planificación de los estudiantes se ha evaluado a partir de los siguientes ítems:

Planificación
Me fijo metas
Busco información cuando no se algo
Utilizo poco a poco mis recursos
Evalúo lo que hago en cada momento

**Comunicación:**

Constantemente estamos involucrados de lleno en un proceso de comunicación. Como emprendedores, (emisor de la comunicación), intentaremos transmitir un contenido (nuestra idea y producto) al resto de la población (clientes, administración, trabajadores, etc.), utilizando para ello explicaciones, reuniones de trabajo, etc. (canal). La Comunicación de los estudiantes se ha evaluado a partir de los siguientes ítems:

Comunicación
Escucho y atiendo al otro
Trabajo en equipo
Influyo en los demás
Busco nuevas amistades

La percepción de riesgos:

Palmer (1971) considera que el emprendedor es consciente de la aventura que conlleva el crear una empresa, pues debe considerar la situación inicial y la probabilidad de poder ponerla en funcionamiento. La percepción de riesgos de los estudiantes se ha evaluado a partir de los siguientes ítems:

Percepción de riesgos
No me asusta la idea de lo desconocido
Considero que el riesgo es a veces estimulante
Creo en el dicho: "Quien no arriega no gana"
Creo que en la vida hay que afrontar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas

La creatividad:

Como sinónimo de innovación e iniciativa (Veciana, 1989; Saleme, 1992; Hernández, 1993; Beyoda & Rivera, 1997). Hernández (1993) define la creatividad como:

Una facultad que posee el ser humano al igual que el pensamiento o el sentimiento. Esta facultad le posibilita ejercer la habilidad y tener la facilidad para producir o expresar algo que, al menos en parte, se origina en él mismo (Hernández, 1993, p. 122). Frese (1995) reafirma que la iniciativa es un aspecto de la persona emprendedora. Los emprendedores demuestran una gran curiosidad por los nuevos productos, nuevos procedimientos. Están pendientes de las ocasiones y procuran responder a las necesidades o cómo conservar las ventajas que ofrecían cuando pusieron en marcha su negocio. Tienen un espíritu creativo con afán de descubrimiento continuado para poner en marcha sus innovaciones. La percepción de creatividad de los estudiantes se ha evaluado a partir de los siguientes ítems:

Creatividad
Suelo tener ideas originales y las pongo en práctica.
No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.
Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago.
Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.
Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.



**Personalidad proactiva:**

La personalidad proactiva se refiere a la tendencia a iniciar y mantener acciones que directamente alteran el ambiente circundante (Bateman y Crant, 1993). Las personalidades proactivas identifican oportunidades y actúan sobre ellas, muestran iniciativa, realizan acciones directas y perseveran hasta que consiguen un cambio significativo. En contraste, las no proactivas fracasan en identificar y actuar sobre las oportunidades para cambiar cosas. (Sánchez, 2005). La proactividad de los estudiantes se ha evaluado a partir de los siguientes ítems:

Proactividad
Si veo algo que no me gusta, puedo cambiarlo.
No importan las probabilidades de éxito, si creo en algo lo haré
Me gusta defender mis ideas, incluso en contra de la oposición de los demás.
Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas.

Imagen del Empresario:

La tercera parte del cuestionario hace referencia a la imagen que tienen los estudiantes sobre el empresario. Para explicar la preferencia profesional futura que tiene el estudiante de educación secundaria, es importante conocer cuál es la imagen que éstos tienen del empresario. Para ello hemos usado la escala de ítem de Veciana (1998; 2003) usando una escala likert 1: totalmente desacuerdo – 5: totalmente de acuerdo.

Los Empresarios:
Son personas dinámicas
Tienen capacidad de organización
Tienen mentalidad innovadora
Son personas muy preparadas profesionalmente
Son capaces de asumir riesgos en su empresa
Tienen gran visión de futuro
Invierten dinero
Crean dinero
Ayudan al desarrollo del país
Ganan mucho dinero
Son capaces de dialogar con los trabajadores
Son personas honradas
Son personas de claro criterio de justicia social

3.3. Estructura del Cuestionario

Una vez establecidos los elementos considerados como relevantes para fomentar el espíritu emprendedor en la etapa de Educación Secundaria diseñamos un cuestionario dirigido al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y Bachillerato. La elaboración del mismo, parte de un proyecto previo de colaboración entre los equipos de trabajo de la Agencia de Desarrollo Local y Empleo del Ayuntamiento de Cartagena y de la Universidad Politécnica de Cartagena. El objetivo de este cuestionario era recoger el estado de los estudiantes de la Región de Murcia en cuanto a sus propias competencias emprendedoras, la percepción que tienen sobre los emprendedores, la influencia que ejerce su entorno y por último, la percepción que tienen para ser, ellos mismos, empresarios en un futuro.

En primer lugar, se le preguntó a los estudiantes, datos de tipo socio-demográfico: edad, género, nivel educativo y si alguno de sus padres es o no empresario. La segunda parte del cuestionario hacía referencia a las competencias empre-



dedoras de Autoconocimiento, Visión de Futuro, Energía, Planificación y Comunicación. La tercera parte del cuestionario es clave, en ella solicitamos a los estudiantes que eligieran entre las opciones de trabajar para una Pyme, para una gran empresa, para la Administración Pública o crear su propia Empresa. En la cuarta parte del cuestionario volvemos a evaluar el estado del estudiante respecto a las competencias emprendedoras de: Propensión de Riesgos, Creatividad y Proactividad. La quinta parte del cuestionario mide la imagen que los estudiantes tienen sobre la figura del empresario. La sexta y última parte, preguntamos sobre el modelo que tiene como referencia el estudiante para la toma de decisiones personales. Le solicitamos que lo identifique y posteriormente le preguntamos sobre la frecuencia con la que realizan determinadas tareas de forma conjunta.

Edad	Factores socioculturales
Género	
Nivel Educativo	
Padres Empresarios	
Trabajar para..	Deseabilidad
Pyme	
Para una gran empresa,	
Para la Administración Pública	
Crear su propia Empresa	Competencias Emprendedoras
Autoconocimiento	
Visión de Futuro	
Energía,	
Planificación	
Comunicación	
Propensión de Riesgos	
Creatividad	
Proactividad	Aprendizaje Social
Imagen del Empresario	
Identificar el Role Model	
Identificar si éste es emprendedor	
Frecuencia de actividades que realizan conjuntamente	





/04

Resultados

4.1. Características generales de la muestra

La muestra está formada por **1.263** alumnos de los cursos de tercero y cuarto de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y primer curso de Bachillerato de Centros de Educación Secundaria tanto públicos como privados concertados de la Región de Murcia. Los estudiantes encuestados tienen una edad media en torno a los 17 años. La composición de la muestra en términos de género es: 47% género masculino y 53% género femenino. Además, aproximadamente el 8.3% de los encuestados son alumnos de procedencia extranjera.

Gráfico 1 /
Género

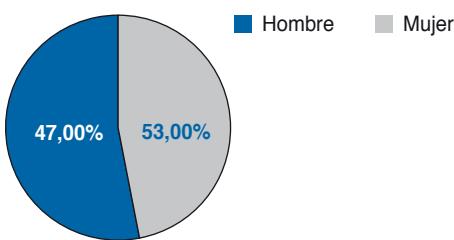
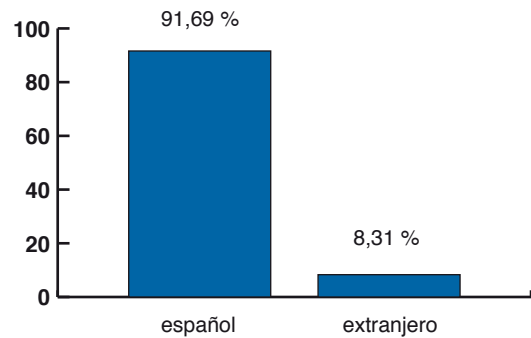


Gráfico 2 /
Nacionalidad



4.2. Grado de emprendimiento de los padres

En cuanto al carácter emprendedor de los padres destaca que el 23% de la muestra tiene padre empresario, el 4.60% tiene madre empresaria y el 9.77% de la muestra se caracteriza por tener padre y madre empresarios. Por tanto, es importante señalar que el 37,5% de la muestra de estudiantes tiene como modelo cercano de emprendedor a ambos o alguno de sus progenitores.

Desagregados estos resultados por comarcas, encontramos que el Campo de Cartagena y el Mar menor es la Comarca con más alumnos que tienen padres empresarios (41%), siendo la comarca de Murcia la que presenta un menor porcentaje de padres emprendedores con un 33%.

Gráfico 3 /
Padres empresarios

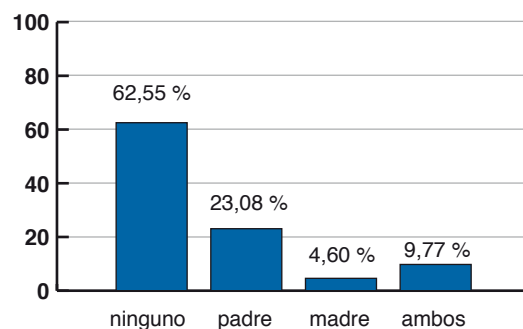
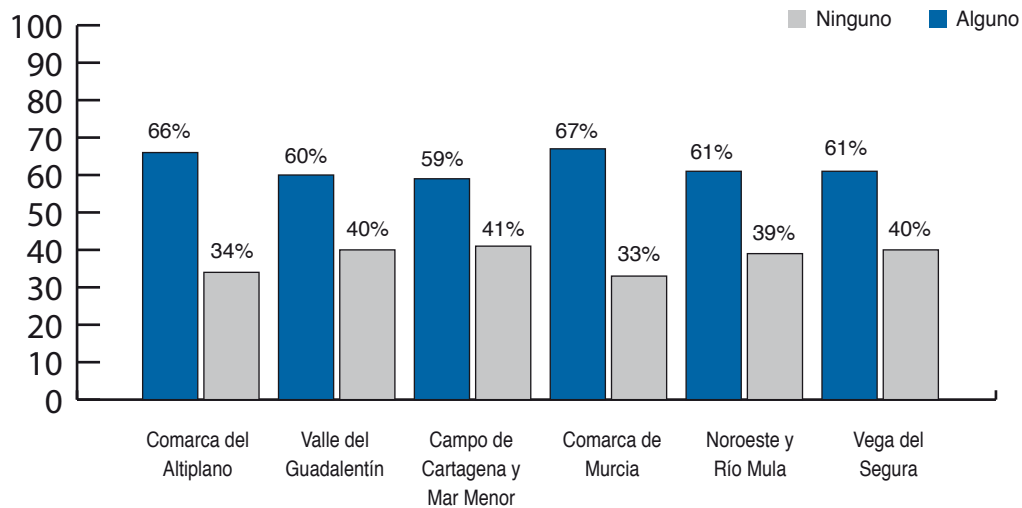




Gráfico 4 /
Distribución de padres empresarios según la comarca



4.3. Elección del role model

Asimismo, se pidió a los alumnos que señalaran quién es la persona que, dentro de su entorno más cercano, ejerce mayor influencia sobre la toma de decisiones del estudiante. Llama la atención que los estudiantes identifiquen la figura de la “madre” como el modelo de conducta a seguir. En concreto el 46.10% de los alumnos eligen a la madre como su Role Model, mientras que este porcentaje es del 28.80% para el caso de la figura del padre. El análisis de esta elección, según el género del alumno, arroja una preferencia de las alumnas por la opción materna. De hecho el 55,9% de las alumnas eligen a la madre y tan sólo el 20,5% eligen al padre. Mientras que los alumnos distribuyen su elección de forma similar entre las figuras de la madre y del padre, en particular, el 35% de los alumnos escoge a la madre, mientras que el 38% muestra preferencias por la madre como modelo a imitar. Con la intención de averiguar si la persona elegida por el estudiante es emprendedora o no, le preguntamos al alumno si este role model escogido posee su propio negocio. Los resultados muestran que el 25% de las personas elegidas como referentes por los estudiantes sí son emprendedoras. Consideramos especialmente relevante este dato, puesto que es muy importante que el alumno se identifique con una persona emprendedora.

Gráfico 5 /
Elección del Role Model

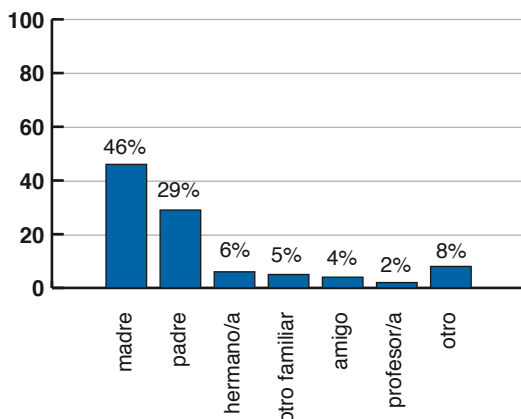
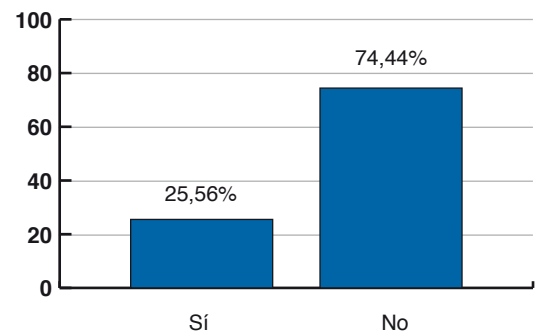


Gráfico 6 /
Carácter emprendedor Role Model

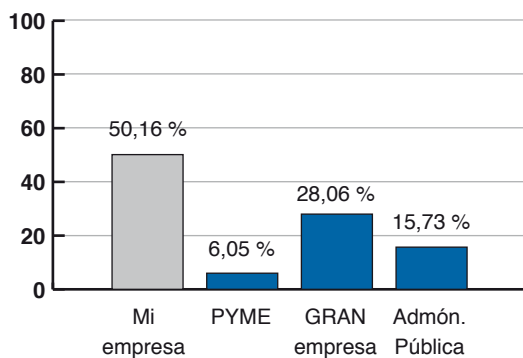




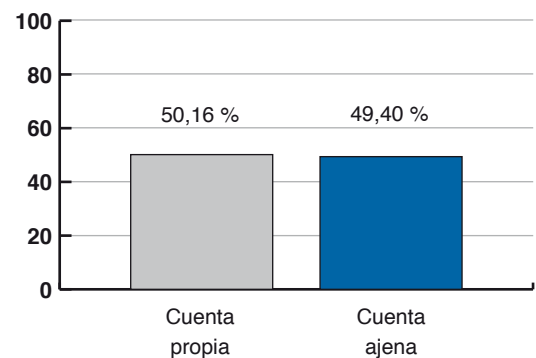
4.4. Preferencia emprendedora

En cuanto a las preferencias profesionales de los alumnos, destaca en el gráfico 9 que el 50.16% de la muestra contempla la posibilidad de ser propietario-gestor del negocio como un futuro viable en su vida profesional. Si realizamos un análisis más concreto de las preferencias profesionales de los estudiantes, encontramos que los alumnos muestran en mayor medida una preferencia hacia el mundo de la empresa, siendo solamente un 15,73% de alumnos los que manifiestan una predisposición para orientar su futura vida laboral hacia un trabajo en la Administración Pública.

**Gráfico 7 /
Preferencias Profesionales**

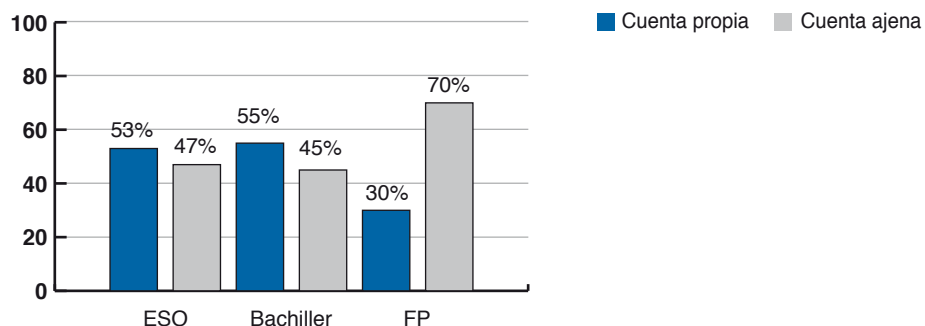


**Gráfico 8 /
Ser Emprendedor**



Si analizamos estas preferencias según el nivel de enseñanza que están cursando, nos encontramos que curiosamente es en los cursos de Formación Profesional donde menos se manifiesta la intención de crear una empresa en el futuro, reflejando una marcada intención para trabajar por cuenta ajena (69,6%).

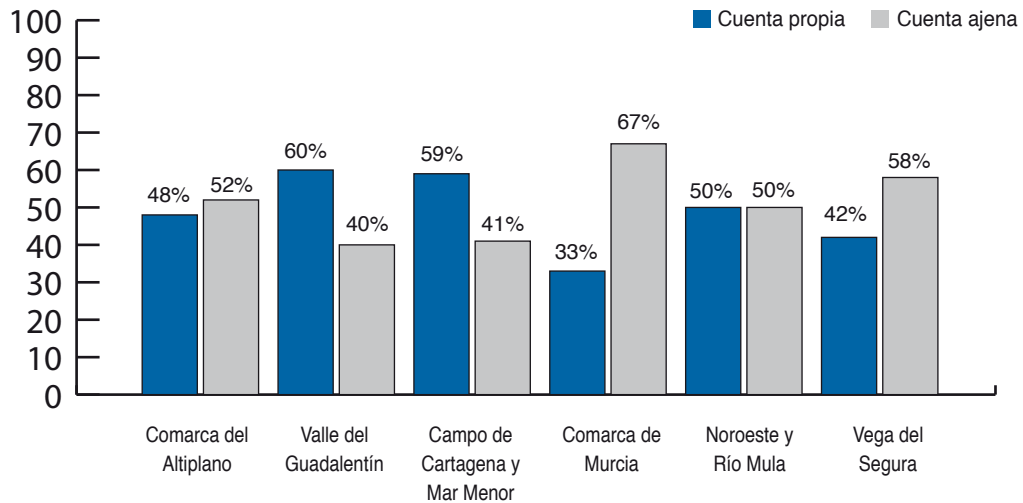
**Gráfico 9 /
Preferencias Profesionales y Nivel Escolar**



Si pormenorizamos el análisis a nivel comarcal, encontramos que la comarca donde los estudiantes muestran mayores preferencias por poner en marcha su propio negocio en un futuro es la Comarca del Valle del Guadalentín, donde el 60% de los estudiantes encuestados pusieron de manifiesto su preferencia por trabajar en su propia empresa en un futuro. Por el contrario, en la Comarca de Murcia encontramos a los estudiantes con menos frecuencia emprendedora, siendo el 67% de los estudiantes los que manifestaron preferir trabajar por cuenta ajena en un futuro.



Gráfico 10 /
Preferencias profesionales por Comarcas

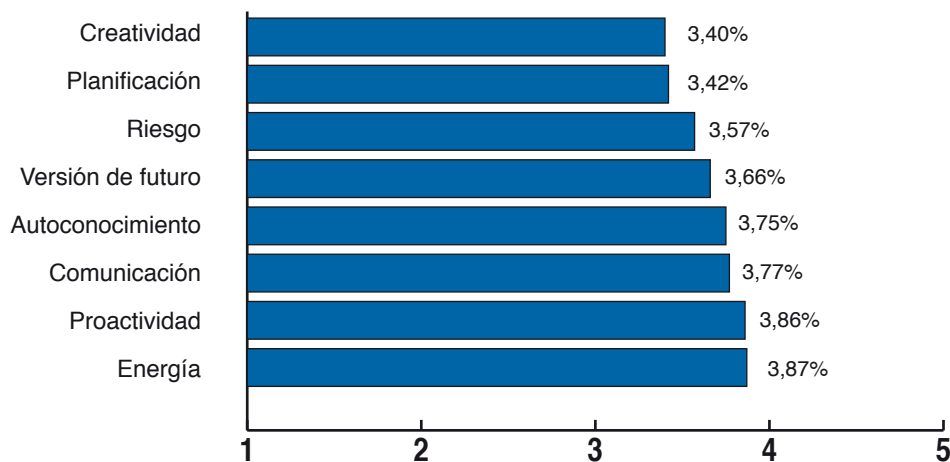


4.5. Competencias emprendedoras

Existen multitud de trabajos científicos que analizan las distintas capacidades, competencias y condiciones que ha de tener un potencial emprendedor. Es por ello que desde la Unión Europea se está haciendo especial hincapié en fomentar estas competencias a lo largo del proceso de aprendizaje de los estudiantes.

Por bloque de competencias, el bloque mejor valorado es el referente a la “energía” (3.87), y el menor valorado es el asociado a actitudes que tienen que ver con la competencia de “creatividad” (3.40) (Gráfico 11).

Gráfico 11 /
Ranking de competencias



McClelland en 1961 empieza a definir los rasgos psicológicos del emprendedor. Anteriormente Schumpeter (1934) ya hablaba sobre la importancia del papel innovador que debía tener el empresario.

Desde el consejo de Lisboa (2000) donde la Unión Europea incluye al “Espíritu Emprendedor” entre una de las nuevas competencias a fomentar.





Cuando analizamos las distintas competencias según la procedencia de los estudiantes (Gráfico 12), encontramos que los alumnos de la Comarca de Murcia son los que perciben tener mayor competencia en cuanto a “Autoconocimiento” (3,83) y “Planificación” (3,54). Cuando analizamos el constructo de “Visión de Futuro”, observamos cómo su valoración se distribuye de forma homogénea por todos los estudiantes de la región, otorgándole valores muy similares, en torno al 3,66, estando la comarca del Valle del Guadalentín una décima por debajo del resto. Además, los estudiantes de la Vega del Segura son los que mayores valores han otorgado a las capacidades de “Energía” (3,93), “Comunicación” (3,87) y “Proactividad” (3,95). Sin embargo, son los estudiantes del Valle del Guadalentín los que tienen más en cuenta factores de “Riesgo” (3,62) y a la vez, puntúan con valores más altos a la “Creatividad” (3,49).

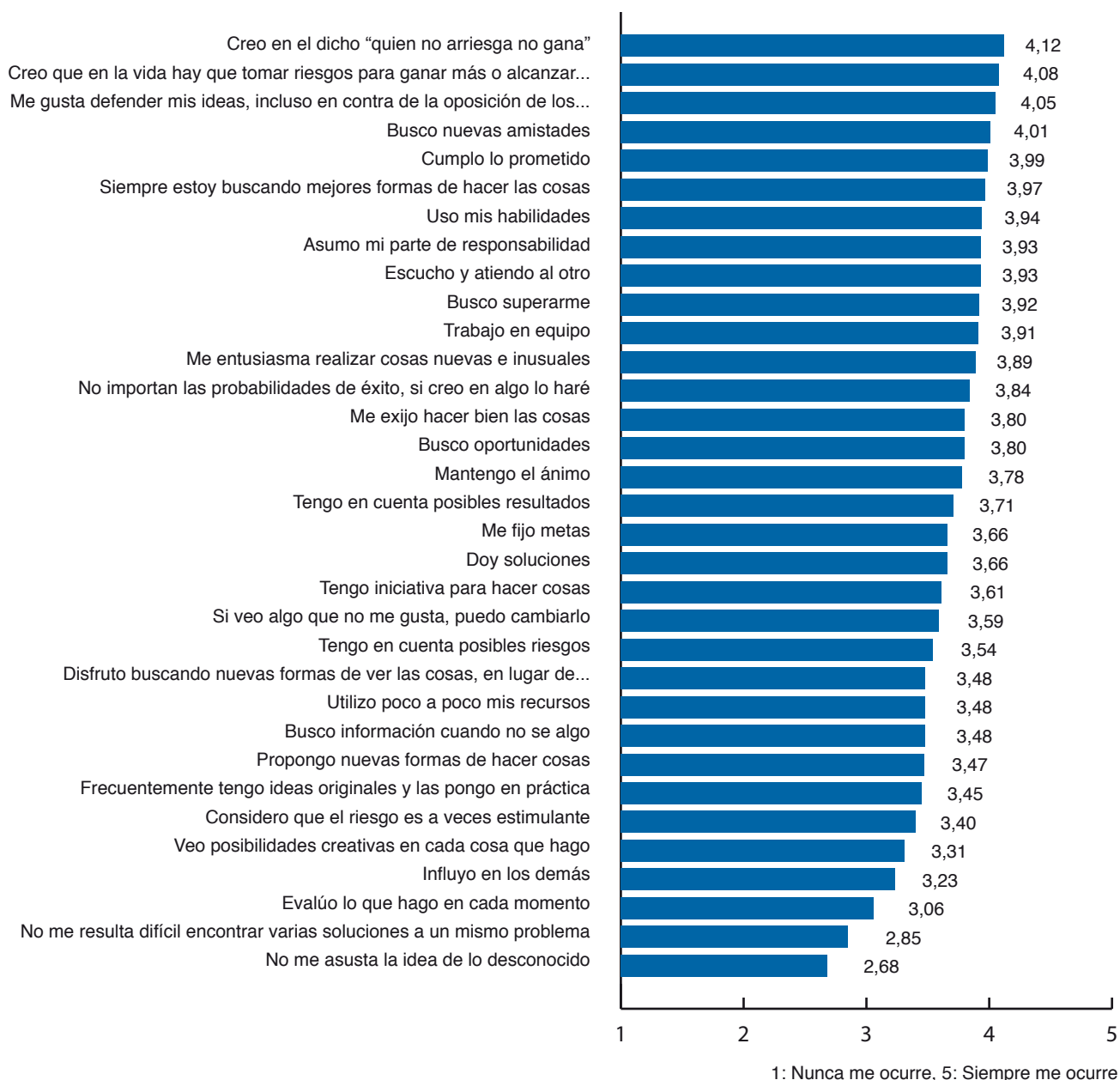
Tabla 1 /
Capacidades según la comarca

	COMARCAS						
	Media	Altiplano	V.Guadalentín	Cartagena	Murcia	Noroeste	V. Segura
AUTOCONOCIMIENTO	3,75	3,70	3,75	3,76	3,83	3,75	3,79
VISIÓN DE FUTURO	3,66	3,65	3,56	3,66	3,68	3,68	3,64
ENERGÍA	3,87	3,80	3,90	3,89	3,91	3,86	3,93
PLANIFICACIÓN	3,42	3,32	3,35	3,37	3,54	3,44	3,47
COMUNICACIÓN	3,77	3,72	3,84	3,74	3,75	3,76	3,87
RIESGO	3,57	3,47	3,62	3,56	3,52	3,57	3,62
CREATIVIDAD	3,40	3,35	3,49	3,39	3,24	3,42	3,40
PROACTIVIDAD	3,86	3,83	3,80	3,86	3,80	3,86	3,95



Los alumnos puntúan con mayores valores su capacidad para asumir riesgos “Creo en el dicho: Quien no arriesga no gana” (4,12), y “Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas” (4,08) así como actitudes proactivas como “Me gusta defender mis ideas, incluso en contra de la oposición de los demás”. (3,91). Por otra parte, los ítems menos valorados son la capacidad para evaluar lo que hacen en cada momento (3,05), “No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema”. (2,85), y “No me asusta la idea de lo desconocido”. (2,67) (Gráfico 12).

**Gráfico 12 /
Ítems de Competencias**





4.5.1. Competencias emprendedoras y factores socio-demográficos: comarca, género y nacionalidad

Si además analizamos las diferencias de género que existen dentro de cada una de las competencias seleccionadas, encontramos que los estudiantes de género masculino valoran estas competencias de distinta forma a como lo hacen las estudiantes de género femenino.

De forma concreta, las alumnas otorgan mayores puntuaciones que los alumnos a las competencias de Autoconocimiento (3,71 vs 3,79), Planificación (3,41 vs 3,42), Comunicación (3,71 vs 3,82), Riesgo (3,48 vs 3,64) y Proactividad (3,82 vs 3,90). Por el contrario, los estudiantes de género masculino señalan con mayor frecuencia aspectos relacionados con la visión de futuro (3,67 vs 3,65) y con la Creatividad (3,41 vs 3,39). Mientras que el constructo relacionado con la Energía está valorado en la misma medida por alumnos y alumnas (3,87 vs 3,87).

Cuando realizamos la prueba estadística de Anova de un factor, encontramos que las diferencias por género presentadas en los constructos de Comunicación (3,71 vs 3,82) y Riesgo (3,48 vs 3,64) son estadísticamente significativas al 1% según la prueba t student. Además, las diferencias presentadas para las competencias de Autoconocimiento (3,71 vs 3,79) y Proactividad (3,82 vs 3,90) también presentan diferencias, estadísticamente significativas, a un nivel del 5%. Estos resultados implican, que en los constructos anteriormente señalados está existiendo un comportamiento estadísticamente diferente entre alumnos y alumnas y siempre a favor del lado femenino.

Un análisis más minucioso de estos constructos puede explicar el por qué de estas diferencias. En concreto, para el constructo de "Autoconocimiento" encontramos que las alumnas han otorgado mayores puntuaciones que los alumnos en los ítems de "Asumo mi parte de responsabilidad" (3,74 vs 4,10), "Tengo en cuenta posibles riesgos" (3,48 vs 3,60), sin embargo este constructo también revela que existen diferencias significativas a favor de los alumnos de género masculino en cuanto al ítem de "Uso mis habilidades" (4,03 vs 3,87).

Donde más diferencias encontramos, en cuanto a competencias, es en los constructos de "Comunicación" y "Riesgo". En el bloque de "Comunicación" encontramos que ítems como "Escucho y atiendo al otro" (3,69 vs 4,14) o "Trabajo en equipo" (3,82 vs 3,98) están mayor valoradas por el género femenino. Sin embargo el ítem de "Influyo en los demás" (3,34 vs 3,13) está más valorado por los alumnos masculinos.

Por su parte, encontramos que son las alumnas las que muestran mayor tolerancia al riesgo. Esto se pone de manifiesto en casi todos los ítems del constructo. De hecho se observan claras diferencias en ítems como "No me asusta la idea de lo desconocido" (2,51 vs 2,83), "Creo en el dicho: "Quien no arriesga no gana" (4,00 vs 4,22), "Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas" (4,00 vs 4,15).

En el apartado de "Proactividad" ocurre el mismo caso, casi todos los ítems obtienen mayores puntuaciones por parte de las alumnas. "No importan las probabilidades de éxito, si creo en algo lo haré" (3,77 vs 3,89), "Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas" (3,92 vs 4,03).

Si atendemos a la nacionalidad del estudiante (Español o No Español), en principio no aparece ninguna diferencia en cuanto a competencias y apenas han mostrado diferencias al valorar los distintos ítems. Las pocas diferencias significativas que hemos encontrado han sido en ítems mayor valorados por los estudiantes no españoles.



Tabla 2 /
Capacidades: diferencias factor socio-demográfico

CAPACIDADES	TOTAL (media)	Género		Nacionalidad	
		Masculino	Femenino	Español	Ext.
AUTOCONOCIMIENTO	3,75	3,71**	3,79**	3,76	3,73
Uso mis habilidades	3,94	4,03***	3,87***	3,95	3,87
Tengo Iniciativa para hacer cosas	3,61	3,59	3,62	3,61	3,52
Tengo en cuenta posibles riesgos	3,54	3,48**	3,60**	3,53	3,61
Asumo mi parte de responsabilidad	3,93	3,74***	4,10***	3,93	3,91
VISIÓN DE FUTURO	3,66	3,67	3,65	3,67	3,59
Propongo nuevas formas de hacer cosas	3,47	3,52**	3,42**	3,48	3,39
Tengo en cuenta posibles resultados	3,71	3,71	3,72	3,71	3,76
Doy Soluciones	3,66	3,66	3,65	3,68	3,41
Busco oportunidades	3,80	3,77	3,82	3,80	3,81
ENERGÍA	3,87	3,87	3,87	3,87	3,87
Busco superarme	3,92	3,94	3,91	3,93	3,86
Mantengo el ánimo	3,78	3,89***	3,69***	3,79	3,77
Cumplo lo prometido	3,99	3,94*	4,03*	3,98	4,03
Me exijo hacer bien las cosas	3,80	3,73**	3,86**	3,80	3,81
PLANIFICACIÓN	3,42	3,41	3,42	3,41	3,51
Me fijo metas	3,66	3,67	3,67	3,67	3,62
Busco información cuando no sé algo	3,48	3,46	3,50	3,46	3,66
Utilizo poco a poco mis recursos	3,48	3,44	3,51	3,48	3,43
Evalúo lo que hago en cada momento	3,06	3,08	3,03	3,03***	3,34***
COMUNICACIÓN	3,77	3,71***	3,82***	3,77	3,77
Escucho y atiendo al otro	3,93	3,69***	4,14***	3,93	3,96
Trabajo en equipo	3,91	3,82***	3,98***	3,92	3,81
Influyo en los demás	3,23	3,34***	3,13***	3,22	3,26
Busco nuevas amistades	4,01	3,98	4,04	4,01	4,05
RIESGO	3,57	3,48***	3,64***	3,57	3,61
No me asusta la idea de lo desconocido	2,68	2,51***	2,83***	2,67	2,81
Considero que el riesgo es a veces estimulante	3,40	3,42	3,38	3,39	3,50
Creo en el dicho "quien no arriega no gana"	4,12	4,00***	4,22***	4,13	4,06
Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas	4,08	4,00***	4,15***	4,08	4,09

(*,**,***: Diferencias estadísticas significativas al 10, 5 y 1% de acuerdo con la prueba t student).



Tabla 2 /
Capacidades: diferencias factor socio-demográfico (continuación)

CAPACIDADES	TOTAL (media)	Género		Nacionalidad	
		Masculino	Femenino	Español	Ext.
CREATIVIDAD	3,40	3,41	3,39	3,39	3,44
Frecuentemente tengo ideas originales y las pongo en práctica	3,45	3,53***	3,37***	3,46	3,34
No me resulta difícil encontrar soluciones a un mismo problema	2,85	2,84	2,87	2,83***	3,13***
Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago	3,31	3,39***	3,25***	3,30	3,40
Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas	3,48	3,47	3,50	3,48	3,51
Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales	3,89	3,79***	3,97***	3,89	3,83
PROACTIVIDAD	3,86	3,82**	3,90**	3,86	3,91
Si veo algo que no me gusta puedo cambiarlo	3,59	3,54*	3,63*	3,57**	3,80**
No importan las probabilidades de éxito, si creo en algo lo haré	3,84	3,77**	3,89**	3,84	3,83
Me gusta defender mis ideas, incluso en contra de la oposición de los demás	4,05	4,05	4,06	4,06	3,98
Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas	3,97	3,92**	4,03**	3,97	4,04

(*,**,***: Diferencias estadísticas significativas al 10, 5 y 1% de acuerdo con la prueba t student).

4.5.2. Relación entre competencias y factor emprendimiento

El Ministerio de Educación y Ciencia puso de manifiesto que aquellos países en los que las competencias empresariales van aumentando tienden a reducir sus índices de desempleo[□]. Para delimitar el efecto que ejerce el factor emprendimiento en los estudiantes hemos tenido en cuenta dos indicadores básicos:

- La percepción del propio estudiante sobre sus preferencias profesionales: Trabajar por cuenta propia o trabajar por cuenta ajena.
- Que la figura elegida por el estudiante como modelo de referencia (Role Model) sea emprendedor o no.

De forma general, apreciamos que aquellos estudiantes que manifestaron su preferencia para ser emprendedores en su futuro profesional manifiestan mayores puntuaciones en cuanto a la percepción de sus competencias, tal y como observamos en los constructos de Autoconocimiento (3,76 vs 3,75), Visión de Futuro (3,68 vs 3,64), Comunicación (3,78 vs 3,76), Riesgo (3,58 vs 3,56) y Proactividad (3,88 vs 3,84). Debemos resaltar que encontramos diferencias estadísticamente

[□]Las competencias profesionales relacionadas con las TIC y el Espíritu Emprendedor” (2007).



significativas en las puntuaciones de Energía (3,90 vs 3,84) y Creatividad (3,46 vs 3,33). Podemos afirmar que los estudiantes que optan por el emprendimiento como opción de futuro se muestran más creativos que aquellos estudiantes que prefieren un trabajo por cuenta ajena.

Es especialmente importante resaltar que se encuentran claras diferencias estadísticamente significativas en el constructo de “Creatividad” y siempre a favor de los alumnos que muestran su preferencia por trabajar por cuenta propia. De hecho, los ítems que reflejan estas diferencias con mayor evidencia son “Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago” (3,41 vs 3,21) y “Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas” (3,58 vs 3,38). De forma similar, los ítems del constructo de “Energía”, muestra también diferencias significativas a favor de los estudiantes que prefieren trabajar por cuenta propia: “Busco superarme” (3,98 vs 3,86).

Si consideramos la naturaleza emprendedora de las personas que los estudiantes han escogido como modelos de referencia, de nuevo volvemos a encontrar que de forma general, aquellos estudiantes que tienen un modelo de referencia emprendedor, presentan mayores valoraciones en cuanto a sus competencias. De forma específica, encontramos que en los constructos de Autoconocimiento (3,81 vs 3,84), Energía (3,93 vs 3,85), Planificación (3,51 vs 3,39), Comunicación (3,84 vs 3,74) y Creatividad (3,45 vs 3,38) existen diferentes comportamientos estadísticamente significativos siempre a favor de los estudiantes con Role emprendedor. Estas diferencias las encontramos más marcadas en el caso del constructo referente a la visión de futuro (3,77 vs 3,62). Los estudiantes que tienen un modelo de referencia emprendedor tienen una mayor capacidad de visión de futuro. En particular, todos los ítems de este constructo reflejan evidentes diferencias significativas a favor de los estudiantes con un role emprendedor. Por ejemplo: “Propongo nuevas formas de hacer cosas” (3,60 vs 3,42), “Tengo en cuenta posibles resultados” (3,84 vs 3,67). De forma muy similar ocurre con el constructo de “Planificación” donde los ítems que lo componen reflejan diferencias significativas a favor de los estudiantes con modelo de referencia emprendedor.

Tabla 3 /
Capacidades: diferencias según factor emprendedor

CAPACIDADES	TOTAL (media)	Preferencia Profesional		Role Model	
		Cta. Propia	Cta. Ajena	Emprendedor	No Emprendedor
AUTOCONOCIMIENTO	3,75	3,76	3,75	3,81*	3,74*
Uso mis habilidades	3,94	3,94	3,94	4,00	3,93
Tengo Iniciativa para hacer cosas	3,61	3,70***	3,51***	3,75***	3,56***
Tengo en cuenta posibles riesgos	3,54	3,48*	3,59*	3,49	3,55
Asumo mi parte de responsabilidad	3,93	3,91	3,95	3,99	3,91
VISIÓN DE FUTURO	3,66	3,68	3,64	3,77***	3,62***
Propongo nuevas formas de hacer cosas	3,47	3,52*	3,42*	3,60***	3,42***
Tengo en cuenta posibles resultados	3,71	3,68	3,74	3,84***	3,67***
Doy Soluciones	3,66	3,67	3,65	3,74**	3,63**
Busco oportunidades	3,80	3,84*	3,75*	3,89**	3,76**
ENERGÍA	3,87	3,90*	3,84*	3,93*	3,85*
Busco superarme	3,92	3,98**	3,86**	4,04***	3,88***
Mantengo el ánimo	3,78	3,83	3,74	3,90**	3,74**
Cumplo lo prometido	3,99	3,97	4,00	3,93	4,01
Me exijo hacer bien las cosas	3,80	3,83	3,76	3,84	3,78
PLANIFICACIÓN	3,42	3,41	3,42	3,51**	3,39**
Me fijo metas	3,66	3,70	3,63	3,74*	3,63*
Busco información cuando no sé algo	3,48	3,42*	3,53*	3,57*	3,44*



Tabla 3 /
Capacidades: diferencias según factor emprendedor (continuación)

CAPACIDADES	TOTAL (media)	Preferencia Profesional		Role Model	
		Cta. Propia	Cta. Ajena	Emprendedor	No Emprendedor
Utilizo poco a poco mis recursos	3,48	3,47	3,48	3,52	3,46
Evalúo lo que hago en cada momento	3,06	3,05	3,06	3,20***	3,01***
COMUNICACIÓN	3,77	3,78	3,76	3,84**	3,74**
Escucho y atiendo al otro	3,93	3,88**	3,98**	3,92	3,93
Trabajo en equipo	3,91	3,92	3,89	3,91	3,91
Influyo en los demás	3,23	3,26	3,20	3,43***	3,16***
Busco nuevas amistades	4,01	4,04	3,98	4,10**	3,98**
RIESGO	3,57	3,58	3,56	3,61	3,56
No me asusta la idea de lo desconocido.	2,68	2,63	2,73	2,65	2,69
Considero que el riesgo es a veces estimulante.	3,40	3,39	3,40	3,47	3,37
Creo en el dicho: " Quien no arriesga no gana".	4,12	4,17*	4,07*	4,19	4,10
Creo que en la vida hay que tomar riesgos para ganar más o alcanzar metas más altas.	4,08	4,13*	4,04*	4,12	4,07
CREATIVIDAD	3,40	3,46***	3,33***	3,45**	3,38**
Frecuentemente tengo ideas originales y las pongo en práctica.	3,45	3,51**	3,38**	3,56**	3,41**
No me resulta difícil encontrar varias soluciones a un mismo problema.	2,85	2,86	2,84	2,86	2,85
Veo posibilidades creativas en cada cosa que hago.	3,31	3,41***	3,21***	3,38	3,29
Disfruto buscando nuevas formas de ver las cosas, en lugar de guiarme por las ideas ya conocidas.	3,48	3,58***	3,38***	3,56*	3,46*
Me entusiasma realizar cosas nuevas e inusuales.	3,89	3,93*	3,84*	3,90	3,88
PROACTIVIDAD	3,86	3,88	3,84	3,88	3,86
Si veo algo que no me gusta, puedo cambiarlo.	3,59	3,60	3,58	3,57	3,60
No importan las probabilidades de éxito, si creo en algo lo haré	3,84	3,85	3,81	3,83	3,84
Me gusta defender mis ideas, incluso en contra de la oposición de los demás.	4,05	4,08	4,02	4,08	4,04
Siempre estoy buscando mejores formas de hacer las cosas.	3,97	4,00	3,94	4,03	3,95

(* , ** , ***: Diferencias estadísticas significativas al 10, 5 y 1% de acuerdo con la prueba t student).



4.6. Concepto y visión del empresario

Durante bastante tiempo, la imagen del empresario ha sido más bien negativa, aunque este concepto va evolucionando con el paso del tiempo. Es importante tener en cuenta la relación entre la imagen que los estudiantes tienen sobre la figura del empresario y la preferencia por querer ser emprendedor en un futuro (Veciana y Urbano, 2004).

Por tanto, en el presente apartado se presentan los resultados que hacen referencia al concepto del empresario en cuanto a los atributos relacionados con la figura que representa en la sociedad por parte del alumnado de educación secundaria en la Región de Murcia.

Los ítems mejor valorados por los estudiantes (Gráfico 13) son: “Tienen capacidad de organización” (3,94), “Invierten dinero” (3,87) y “Tienen gran visión de futuro” (3,78). Por el contrario, los peores valorados son “Son personas de claro criterio de justicia social” (2,89), “Son personas honradas” (3,00) y “Son capaces de dialogar con los trabajadores” (3,35).

**Gráfico 13 /
Imagen del empresario por el Total de la Muestra**



1: Totalmente desacuerdo, 5: Totalmente de acuerdo





**Tabla 4 /
Imagen del Empresario: diferencias según Comarca**

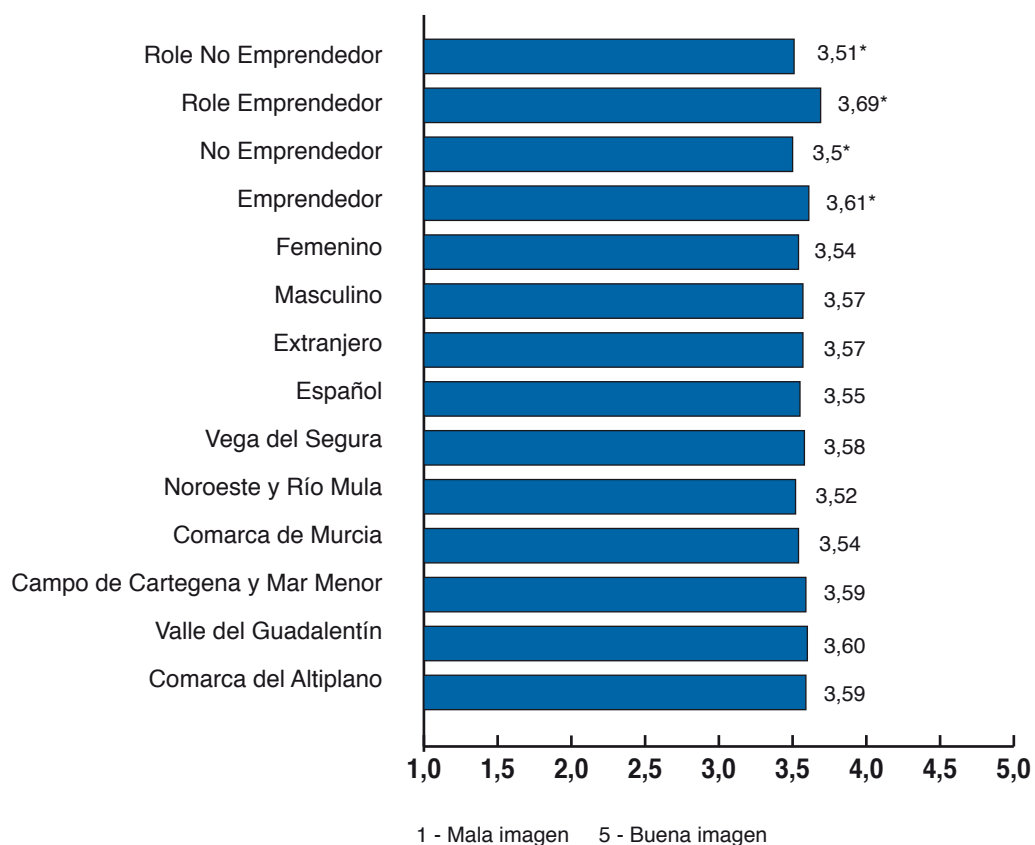
	media	COMARCAS					
		Altiplano	V.Guadalentín	Cartagena	Murcia	Noroeste	V. Segura
IMAGEN EMPRESARIO	3,56	3,59	3,60	3,59	3,54	3,52	3,58
Son personas dinámicas	3,49	3,48	3,61	3,60	3,30	3,42	3,56
Tienen capacidad de organización	3,94	3,91	3,91	4,03	3,96	3,90	3,96
Tienen mentalidad innovadora	3,77	3,75	3,70	3,83	3,75	3,76	3,78
Son personas muy preparadas profesionalmente	3,61	3,82	3,83	3,69	3,51	3,52	3,57
Son capaces de asumir riesgos en su empresa	3,71	3,82	3,71	3,73	3,64	3,67	3,76
Tienen gran visión de futuro	3,78	3,88	3,76	3,80	3,75	3,76	3,79
Invierten dinero	3,87	3,68	3,96	3,90	4,02	3,88	3,81
Crean dinero	3,51	3,60	3,43	3,47	3,68	3,51	3,46
Ayudan al desarrollo del país	3,57	3,60	3,74	3,55	3,69	3,52	3,63
Ganan mucho dinero	3,74	3,76	3,75	3,67	3,73	3,66	4,01
Son capaces de dialogar con los trabajadores	3,35	3,36	3,24	3,43	3,30	3,32	3,39
Son personas honradas	3,00	3,02	3,09	3,04	2,97	2,98	2,97
Son personas de claro criterio de justicia social	2,89	2,93	3,04	2,89	2,78	2,91	2,81

Un análisis más pormenorizado de los diferentes ítems revela que los estudiantes, de forma general, otorgan al empresario similares puntuaciones con independencia de la comarca de la que procedan. Se observan mayores dispersiones de la imagen del empresario en los ítem de “son personas muy preparadas profesionalmente” estando peor valorado en las comarcas de Murcia y de Río Mula (3,51 y 3,52), y con mejores puntuaciones en las comarcas del Altiplano y Valle del Guadalentín (3,82 y 3,83 respectivamente). Para el ítem de “ganan mucho dinero”, destaca que los estudiantes de la Vega del Segura le otorgan una puntuación de 4,01 mientras que los estudiantes del resto de comarcas lo puntúan con valores en torno al 3,7.

Si agregamos todos los ítems referentes a los atributos del empresario en un constructo, obtenemos una valoración general del empresario de (3,56) compuesta por todos los alumnos de la Región. Cuando analizamos estos resultados según la comarca donde estudian los alumnos encontramos resultados muy similares en todas las comarcas, otorgándoles las peores puntuaciones en la comarca de Murcia (3,54) y Noroeste y Río Mula (3,52). Sin embargo encontramos que son los alumnos de procedencia extranjera los que tienen mejor imagen de empresario (3,57 vs 3,55). Al analizar estos resultados por género encontramos que los estudiantes de género masculino puntúan más alta la imagen del empresario que las alumnas (3,54 vs 3,57). Encontramos diferencias estadísticamente significativas*14 entre el grupo de alumnos que manifiesta querer ser emprendedor y los que no, en concreto el grupo de estudiantes que prefiere la opción del emprendimiento tiene bastante mejor imagen del empresario que los que prefieren el trabajo por cuenta ajena. Las mismas diferencias (*) las encontramos entre el grupo de estudiantes que su modelo de referencia es emprendedor, estos estudiantes tienen una visión más positiva del empresario que los estudiantes que su modelo de referencia no es emprendedor.



**Gráfico 14 /
Imagen del empresario por diferentes criterios**



Al igual que hicimos en el apartado de las competencias, vamos a analizar con mayor profundidad el constructo de “Imagen del empresario”. Este primer análisis realizado en función de los factores socio-demográficos considerados (Género y Nacionalidad) revela que no existen diferencias especialmente significativas entre estos grupos de alumnos. En concreto, los alumnos masculinos piensan en mayor medida que los empresarios son capaces de crear dinero (3,58 vs 3,44). Pero a nivel general se aprecia una percepción muy similar entre alumnos y alumnas.

Cuando analizamos la imagen del empresario según la nacionalidad del estudiante encontramos una situación bastante parecida. La percepción de la imagen del empresario entre el grupo de estudiantes y foráneos es prácticamente la misma (3,55 vs 3,57). Los estudiantes extranjeros opinan en que los empresarios son personas profesionalmente muy preparadas (3,59 vs 3,80) y que por lo general ganan mucho dinero (3,71 vs 3,98).





**Tabla 5 /
Imagen del Empresario: diferencias según factor socio-demográfico**

	TOTAL (media)	Género		Nacionalidad	
		Masculino	Femenino	Español	Ext.
VISION	3,56	3,57	3,54	3,55	3,57
Son personas dinámicas	3,49	3,48	3,49	3,48	3,53
Tienen capacidad de organización	3,94	3,92	3,95	3,95	3,84
Tienen mentalidad innovadora	3,77	3,76	3,78	3,78	3,66
Son personas muy preparadas profesionalmente	3,61	3,64	3,58	3,59*	3,80*
Son capaces de asumir riesgos en su empresa	3,71	3,71	3,70	3,70	3,80
Tienen gran visión de futuro	3,78	3,81	3,76	3,77	3,92
Invierten dinero	3,87	3,89	3,85	3,87	3,83
Crean dinero	3,51	3,58**	3,44**	3,51	3,50
Ayudan al desarrollo del país	3,57	3,59	3,56	3,57	3,57
Ganan mucho dinero	3,74	3,74	3,73	3,71**	3,98**
Son capaces de dialogar con los trabajadores	3,35	3,32	3,38	3,35	3,33
Son personas honradas	3,00	3,05	2,96	3,01	2,89
Son personas de claro criterio de justicia social	2,89	2,91	2,88	2,91	2,75

(* , ** , ***: Diferencias estadísticas significativas al 10, 5 y 1% de acuerdo con la prueba t student).

Por último hacemos el análisis de la Imagen que tienen los alumnos sobre el empresario considerando la deseabilidad de ser emprendedor por parte del estudiante y el tener un modelo de referencia que es empresario. En este caso observamos como los grupos de estudiantes tienen opiniones estadísticamente diferentes.

De hecho, se puede apreciar de forma bastante clara que los alumnos que eligen trabajar por cuenta propia tienen mucho mejor concepto de la figura del empresario que los que prefieren hacerlo por cuenta ajena (3,61 vs 3,50). Este resultado puede explicarse porque en siete de los trece ítems empleados hemos encontrado diferencias estadísticamente significativas. Siendo los alumnos que prefieren la opción de emprender los que siempre muestran mejor concepto del empresario.

Esta diferencia ya de por sí evidente, se ve aumentada cuando hacemos el análisis entre estudiantes que tienen un modelo de referencia emprendedor y entre los que su modelo de referencia no lo es. En este caso, los alumnos con rol emprendedor manifiestan tener mejor imagen del empresario que los alumnos con rol modelo no emprendedor (3,69 vs 3,51). En este caso, los alumnos con modelo de referencia emprendedor valoran con mayores puntuaciones a los empresarios en diez de los trece ítems.



Tabla 6 /
Imagen del Empresario: diferencias según factor emprendedor

	TOTAL (media)	Preferencia Profesional		Role Model	
		Cta. Propia	Cta. Ajena	Emprendedor	No Emprendedor
VISION	3,56	3,61***	3,50***	3,69***	3,51***
Son personas dinámicas	3,49	3,53	3,45	3,69***	3,42***
Tienen capacidad de organización	3,94	3,98	3,91	4,01	3,92
Tienen mentalidad innovadora	3,77	3,81	3,73	3,89**	3,73**
Son personas muy preparadas profesionalmente	3,61	3,65	3,57	3,70*	3,57*
Son capaces de asumir riesgos en su empresa	3,71	3,77**	3,64**	3,83**	3,66**
Tienen gran visión de futuro	3,78	3,81	3,75	3,86	3,76
Invierten dinero	3,87	3,88	3,86	4,04***	3,81***
Crean dinero	3,51	3,58**	3,43**	3,62**	3,47**
Ayudan al desarrollo del país	3,57	3,63**	3,50**	3,62	3,55
Ganan mucho dinero	3,74	3,79*	3,67*	3,61**	3,78**
Son capaces de dialogar con los trabajadores	3,35	3,43**	3,28**	3,51***	3,29***
Son personas honradas	3,00	3,08**	2,92**	3,38***	2,87***
Son personas de claro criterio de justicia social	2,89	2,96**	2,82**	3,22***	2,78***

(*,**,***: Diferencias estadísticas significativas al 10, 5 y 1% de acuerdo con la prueba t student).

4.7. Modelos de influencia en el espíritu emprendedor: role model

Según la Teoría del Aprendizaje Social de Bandura (1977), el comportamiento humano se aprende mayoritariamente mediante la influencia de modelos que ejecutan el comportamiento en cuestión, por tanto siguiendo esta teoría, en el proceso de socialización del individuo, su entorno social le transmite normas, lenguaje, aspiraciones educativas y preferencias de carrera a través del aprendizaje social (Sánchez, 2009).

Esta teoría está avalada por multitud de trabajos científicos y de difusión sobre la decisión de crear un nuevo negocio, que incluyen los antecedentes como factores claves en la toma de esa decisión. Por tanto, los individuos que pueden observar, mediante la experiencia, a emprendedores, serán más propensos a convertirse en emprendedores ellos mismos, puesto que experimentarán una mayor interiorización de los conocimientos y destrezas necesarios para crear una empresa y tendrán una percepción más positiva sobre el deseo de convertirse en empresarios (Bygrave&Minniti, 2000; Minnity&Bygrave, 1999; Sánchez, 2009).





Tabla 7 /
Modelos de influencia en el espíritu emprendedor: role model

	media	COMARCAS					
		Altiplano	V.Guadalentín	Cartagena	Murcia	Noroeste	V. Segura
DESARROLLO PROFESIONAL	2,65	2,56	2,78	2,54	2,52	2,78	2,56
Me anima para que lea sobre su carrera o negocio	2,69	2,59	2,78	2,49	2,53	2,85	2,66
Me anima a que conozca a sus colegas de trabajo	2,61	2,52	2,78	2,58	2,51	2,71	2,47
COMUNICACIÓN	3,33	3,03	3,44	3,21	3,29	3,40	3,47
Comenta su trabajo en casa con la familia	3,49	3,10	3,64	3,46	3,52	3,49	3,66
Tiene conversaciones significativas sobre su carrera o negocio	3,17	2,95	3,24	2,97	3,06	3,30	3,27
PERSUASIÓN	2,71	2,52	2,88	2,56	2,60	2,86	2,66
Me anima a que seleccione un área de estudio compatible con su propia carrera	2,56	2,44	2,60	2,46	2,47	2,67	2,54
Discute las ventajas / desventajas de unirse al mismo negocio u organización en la que trabaja	2,86	2,59	3,17	2,65	2,73	3,05	2,78
OBSERVACIÓN	3,02	2,75	3,00	2,98	2,98	3,11	3,01
Trabajaba largas horas	3,73	3,41	3,80	3,71	3,83	3,72	3,87
Tiene un estilo de vida confortable como resultado de su carrera o negocio	3,44	3,25	3,38	3,44	3,29	3,55	3,40
Está o estaba fuera de casa a menudo por trabajo	2,73	2,34	2,61	2,69	2,85	2,89	2,62
Trae trabajo a casa por la noche para trabajar	2,16	2,01	2,20	2,09	1,94	2,27	2,16

El análisis de la muestra global expone un nivel de conversación bastante elevado entre el estudiante y su modelo de conducta más significativo, siendo la Comunicación la actividad más realizada entre el Role Model y el estudiante. Cuando analizamos la frecuencia que los role model interactúan con los estudiantes, encontramos que en las comarcas del Valle del Guadalentín y en el Noroeste y Río Mula es donde más actividades mentoras se están realizando, situándose en todos los casos por encima de la media regional. Sin embargo, es en la comarca del Altiplano donde los estudiantes realizan menos acciones con sus modelos de referencia, estando situando sus valores en términos inferiores a la media.

Cuando realizamos el análisis considerando si el Role Model escogido es emprendedor o no lo es, encontramos que para todos los casos se produce un comportamiento estadísticamente diferente. Siendo estas diferencias siempre a favor de aquellos estudiantes que tienen un role model emprendedor.



4.7.1. Desarrollo profesional y role model

En este apartado, estamos interesados en las actividades que el Role realiza para familiarizar al estudiante con actividades relacionadas con su desarrollo profesional. Así, le preguntamos al estudiante sobre la frecuencia con que realiza las siguientes actividades con su Role más influyente (1: nunca ocurrió, 5: muy frecuente):

- Te animaba a que conocieras a sus colegas de trabajo.
- Te animaba para que leyeras sobre su carrera o negocio.

Estas actividades se analizan para la muestra total en primer lugar, y en segundo lugar, se realizan dos análisis separados dependiendo del carácter emprendedor del Role.

Encontramos que las personas escogidas por los estudiantes, como modelo de referencia de emprendedores, realizan con bastante más frecuencia actividades relacionadas con el desarrollo profesional del alumno. Concretamente, todas las diferencias encontradas son significativas.

4.7.2. Comunicación y role model

En esta sección, le preguntamos al estudiante sobre la frecuencia de determinadas actividades relacionadas con la comunicación verbal. Por lo tanto, le preguntamos al estudiante sobre la frecuencia con que realiza las siguientes actividades con su Role más influyente (1: nunca ocurrió, 5: muy frecuente):

- Comentaba su trabajo en casa con la familia.
- Tenía conversaciones significativas sobre su carrera o negocio.

En el caso de la comunicación, a nivel general volvemos a observar una mayor implicación por parte de los mentores que son emprendedores frente a los que no lo son (3,61 vs 3,23). Aunque la persona escogida como referente en términos generales, realiza frecuentes acciones de comunicación, volvemos a comprobar que existe un gap entre aquellos Roles que son emprendedores y los que no lo son, volviendo a encontrar diferencias estadísticamente significativas entre la frecuencia con la que actúan ambos grupos.

4.7.3. Persuasión y role model

Las actividades de persuasión realizadas por el modelo de conducta que hemos analizado son (1: nunca ocurrió, 5: muy frecuente):

- Discutió las ventajas/desventajas de unirse al mismo negocio u organización en la que trabajaba.
- Te animó a que seleccionaras un área de estudio en la Universidad compatible con su propia carrera.

Tal y como ocurre en los casos anteriores, para las actividades de persuasión, volvemos a encontrar que aquellos role model realizan con más frecuencias tareas para persuadir al estudiante en la determinación de su futuro profesional. Destaca la mayor frecuencia con la que el role emprendedor discute con el estudiante las ventajas e inconvenientes de unirse en el mismo negocio para el que trabaja el role (3,19 vs 2,75).

4.7.4. Observación y role model

Finalmente, le preguntamos al estudiante sobre la frecuencia con que observaba determinados aspectos en la vida de su modelo de conducta más influyente:

- Estaba fuera de casa a menudo por cuestiones de trabajo
- Trajo trabajo a casa por la noche para trabajar
- Tenía un estilo de vida confortable como resultado de su carrera o negocio
- Trabajó largas horas





Los resultados muestran que los estudiantes perciben que los roles con carácter emprendedor trabajan muchas horas (4,03 vs 3,36), incluso llevaban trabajo a casa (2,56 vs 2,02) y que pasan a menudo tiempo fuera de casa por motivos de trabajo (3,12 vs 2,60). Sin embargo

Tabla 8 /
Modelos de influencia en el espíritu emprendedor: role model

ACTIVIDAD MENTORA DEL ROLE MODEL	Role Model		
	Media	Emprendedor	No Emprendedor
DESARROLLO PROFESIONAL	2,65	2,97***	2,54***
Me anima para que lea sobre su carrera o negocio	2,69	3,05***	2,57***
Me anima a que conozca a sus colegas de trabajo	2,61	2,89***	2,52***
COMUNICACIÓN	3,33	3,61***	3,23***
Comenta su trabajo en casa con la familia	3,49	3,70***	3,41***
Tiene conversaciones significativas sobre su carrera o negocio	3,17	3,52***	3,05***
PERSUASIÓN	2,71	2,96***	2,63***
Me anima a que seleccione un área de estudio compatible con su propia carrera	2,56	2,73**	2,51**
Discute las ventajas / desventajas de unirse al mismo negocio u organización en la que trabaja	2,86	3,19***	2,75***
OBSERVACIÓN	3,02	3,34***	2,91***
Trabajaba largas horas	3,73	4,03***	3,63***
Tiene un estilo de vida confortable como resultado de su carrera o negocio	3,44	3,67***	3,36***
Está o estaba fuera de casa a menudo por trabajo	2,73	3,12***	2,60***
Trae trabajo a casa por la noche para trabajar	2,16	2,73***	2,56***

*,**,***: Diferencias estadísticas significativas al 10, 5 y 1% de acuerdo con la prueba t student.



/05

Conclusiones y Recomendaciones

En este apartado expondremos las principales conclusiones que se derivan del estudio empírico realizado y presentaremos las principales recomendaciones para favorecer un entorno que estimule en mayor medida las aptitudes emprendedoras en etapas tempranas del aprendizaje. Para establecer estas recomendaciones el día uno de febrero de 2012 se celebró una reunión en la Sala de Juntas de la Facultad Ciencias de la Empresa de la Universidad Politécnica de Cartagena con el objeto de elaborar un Panel de Expertos sobre la difusión del espíritu emprendedor entre los estudiantes de la Región de Murcia. Durante la reunión se discutieron los principales resultados cuantitativos que se habían obtenido en el estudio previo “Aptitudes emprendedoras de los alumnos de Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y Bachillerato en la Región de Murcia”.

Los factores que indican que existen diferencias significativas entre los estudiantes que señalan una preferencia emprendedora están directamente relacionados con la creatividad, con tener un buen concepto de empresario y con tener un modelo de referencia emprendedor. Observamos como la influencia que ejerce el modelo de referencia sobre el estudiante es absolutamente determinante. En este sentido, los estudiantes que tienen un role model emprendedor muestran mayores competencias de forma general que los alumnos que su role es no emprendedor, estas diferencias se pueden explicar porque los roles emprendedores realizan más acciones mentoras con los estudiantes que los roles no emprendedores. En este sentido, los alumnos y alumnas han escogido a la madre como su modelo de referencia. Conocer este dato es clave para trabajar en pro de incentivar una cultura emprendedora desde etapas formativas tempranas.

Metodología del panel de expertos

Para la convocatoria y diseño del panel de expertos, se han tenido en cuenta las consideraciones que realiza la Unión Europea en su apartado de Herramientas y Metodología. La reunión estaba estructurada de la siguiente forma: En primer lugar el director del estudio dio la bienvenida a los asistentes, explicó el funcionamiento del panel de expertos, solicitando sinceridad en las opiniones y estableció los tiempos de intervención. A continuación, el coordinador expuso los principales resultados analíticos obtenidos del cuestionario que habían cumplimentado los estudiantes y tema central del panel. En último lugar, cada uno de los expertos debía presentarse y exponer su opinión sobre posibles problemas y soluciones para la correcta difusión del espíritu emprendedor en el sistema educativo, de esta forma se generó debate.

El objeto principal que tiene el panel de expertos es determinar las principales debilidades y fortalezas que tiene el desarrollo de las actitudes emprendedoras en etapas tempranas de formación con la finalidad de paliar los problemas y afianzar las fortalezas. De forma concreta se establecieron como objetivos específicos:

- Hacer un análisis DAFO de la situación del desarrollo del Espíritu Emprendedor en Centros de Enseñanza de Secundaria.
- Identificar los principales problemas para la correcta difusión del espíritu emprendedor.
- Proponer soluciones para mejorar la difusión del espíritu emprendedor en centros de enseñanza de la Región de Murcia.
- Establecer una discusión que pudiera resaltar otros factores determinantes para la difusión de una cultura más emprendedora entre los estudiantes de la Región de Murcia.

La composición del panel estaba integrada por trece miembros, entre los que encontramos representantes de la Consejería de Educación, Formación y Empleo, representantes de organismos implicados en la creación de empresas, representantes de asociaciones de padres y docentes. En concreto, los participantes en el panel fueron: Consejería de Educación, Formación y Empleo, Agencia de Desarrollo Local y Empleo (ADLE) del Ayuntamiento de Cartagena, Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO), Centro Europeo de Empresas de Innovación de Cartagena (CEEIC), Centro Europeo de Empresas de Innovación de Murcia (CEEIM), Colegio de Economistas, Instituto de Educación Secundaria Sierra Minera, Federación de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnos/as de Cartagena (FAPA Cartagena) y la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT).

⁴ Unión Europea, Herramientas, Metodología. http://ec.europa.eu/europeaid/evaluation/methodology/tools/too_pan_som_es.htm

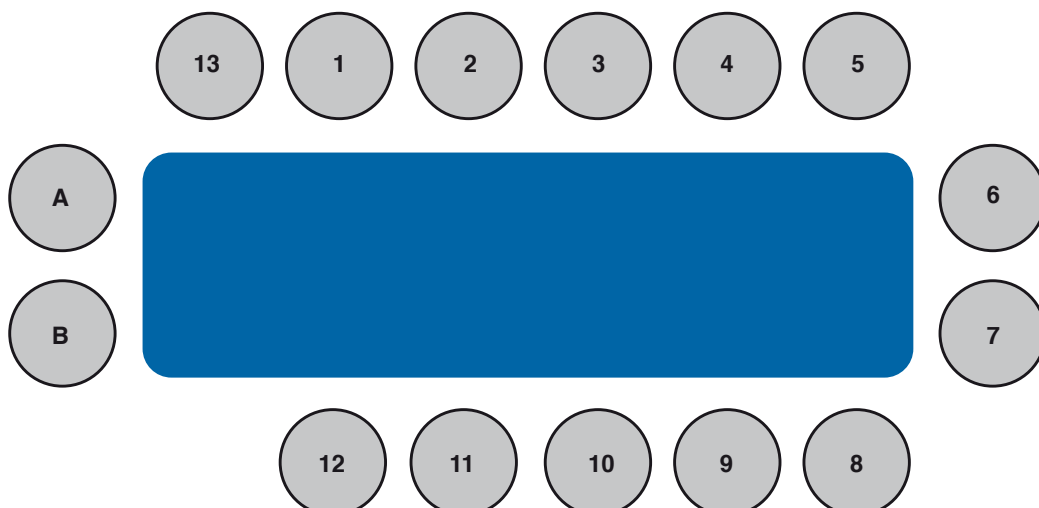


Participantes

- A. Domingo García Pérez de Lema (Director).
- B. Mario Rosique Blasco (Coordinador).

- 1. Inmaculada Moreno Candell
Subdirectora General de Promoción Educativa y Ordenación Académica, Consejería de Educación, Formación y Empleo
- 2. Rosa Sala Hernández
Técnico ADLE
- 3. Ángel Martínez – Conde García
Director CEEIC
- 4. José Carlos García Martínez
Técnico CEEIC
- 5. Jesualdo Breis Abellán
Director CEEIM
- 6. Carmen Corchón Martínez
Colegio de Economistas
- 7. Joaquín Muñoz Albaladejo
Presidente FAPA Cartagena
- 8. Caridad Gálvez García
Profesora IES Sierra Morena
- 9. Fulgencio Cerón Mora
Técnico ADLE
- 10. Mariano Jiménez Pascual del Riquelme
Coordinador de Emprendedores del Instituto de Fomento de la Región de Murcia
- 11. Encarna Teruel López
Coordinadora técnica proyectos EJE-EME, INFO
- 12. Concepción Armenteros Lizana
Asesora Técnica Docente, Coordinadora educativa de los proyectos EJE-EME de la Consejería de Educación, Formación y Empleo
- 13. Juan Jesús Bernal García
Catedrático de Universidad, Facultad Ciencias de la Empresa

**Cuadro 1 /
Disposición de los expertos citados al panel**





Resultados y recomendaciones

Observamos que los expertos detectan como una de las principales barreras para la correcta difusión del espíritu emprendedor entre los estudiantes de Educación Secundaria, la falta de “Cultura Emprendedora”. Los expertos consideran clave este factor, puesto que si queremos conseguir una sociedad más emprendedora, es determinante que la sociedad reconozca la figura del emprendedor y tenga buen concepto del empresario. Además, esta cultura emprendedora no es sólo aplicable para el trabajo por cuenta propia, el objetivo es que los estudiantes cuenten con un mayor espíritu emprendedor y el fomento de esta competencia pasa porque desde todos los ámbitos de la sociedad se fomenten aquellas actitudes propias del emprendedor, como por ejemplo, una mayor cultura del esfuerzo, o de la creatividad. Otra gran barrera que aprecian los expertos es la baja implicación que muestran docentes y alumnos para la difusión del espíritu emprendedor. En este apartado, los expertos destacan la baja formación que tienen los docentes sobre espíritu emprendedor, así como el poco interés del alumnado. Durante el panel de expertos se incidió en esta cuestión, puesto que la competencia de espíritu emprendedor se considera transversal a toda la formación académica de los estudiantes y debe trabajarse a lo largo de todas las materias. Por otra parte, se tiene en cuenta que la edad de los estudiantes es un hándicap, debido a que la etapa de secundaria es una etapa de muchos cambios para el estudiante y en ocasiones éste muestra inmadurez para afrontar alguno de estos cambios y asumir las competencias planteadas. La tercera barrera más resaltada por parte de los expertos hace referencia a la estructura del sistema educativo, evidenciando una falta de determinación en los planes de estudio que permita una mayor promoción del espíritu emprendedor.

Entre las principales acciones que llevarían a cabo los expertos para impulsar el espíritu emprendedor entre los estudiantes de Educación Secundaria, destaca la de desarrollar acciones formativas y actividades específicas relacionadas con el emprendimiento, destinadas tanto a profesores como a estudiantes. Los expertos, que han participado en el panel, consideran como punto clave que los equipos docentes se familiaricen con la competencia de espíritu emprendedor, para ello, existen distintas posibilidades, como la de hacer talleres de coaching, usar los propios cursos de formación de profesorado etc. El objetivo es que los profesores tomen conciencia de la importancia que tiene el adquirir las competencias del espíritu emprendedor, para así poder transmitirlos a los estudiantes. Para cumplir con este objetivo, sería interesante que las competencias mencionadas quedaran recogidas en el currículo de Educación Secundaria. Desde el punto de vista del alumnado, se considera interesante fomentar la relación escuela – empresa con lo que se familiariza al estudiante con el tejido empresarial que encontrará en su futuro profesional. Por otra parte se deben realizar actividades como concursos de ideas empresariales y mostrar ejemplos de emprendedores de éxito en los centros educativos. Los expertos consideran que realizar acciones encaminadas en este sentido contribuirían a mejorar la cultura emprendedora desde etapas tempranas.

Durante el panel de expertos se hizo un análisis de la situación del desarrollo del espíritu emprendedor en Educación Secundaria Obligatoria (ESO) y Bachillerato en la Región de Murcia, identificando amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades.

Los expertos observan como principales amenazas:

- La escasa participación de los Centros Escolares y las Instituciones, demandando mayor implicación por parte de los Centros y que las instituciones realicen políticas más coordinadas.
- Baja motivación de los estudiantes: los expertos reclaman acentuar la cultura del esfuerzo entre el colectivo estudiantil y señalan amenazas como el miedo al fracaso.
- Escasa cultura emprendedora y entorno poco favorable: El panel de expertos reflejó que es clave solventar la barrera de propiciar una cultura más emprendedora y más en un contexto de crisis económica y financiera.
- Actuación de los docentes: Se reclama mayor implicación del profesorado.

En lo referente a las oportunidades que los expertos señalaron encontramos que:

- El sistema educativo tiende a nuevas metodologías: metodologías que propician y favorecen el desarrollo del espíritu emprendedor.
- Coyuntura y entorno económico: los expertos señalan que está todo por hacer y la coyuntura es favorable para el autoempleo.
- Fortalecimiento de las relaciones Escuela – Empresa.
- Ejemplos de Buenas Prácticas: Casos de éxito de emprendedores y otros programas de fomento del emprendimiento: Además de mostrar a los estudiantes ejemplos de emprendedores de éxito, como buenas prácticas, la administración debería extrapolar programas de fomento del emprendimiento que tengan éxito y que se estén





realizando en otros lugares.

- Concienciación: La sociedad cada vez va tomando más conciencia sobre la importancia que tiene desarrollar una cultura emprendedora.

Los expertos destacaron entre las fortalezas que:

- El Espíritu Emprendedor es una competencia básica reconocida por la LOE.
- Existen proyectos educativos en Educación Secundaria Obligatoria, Empresa Joven Europea (EJE) y en Educación Primaria Emprender en Mi Escuela (EME), que se están desarrollando en centros educativos de la Región.
- Colaboración de los Centros de Enseñanza: Como consecuencia de la mayor concienciación a la que hacemos referencia, los centros de enseñanza otorgan facilidades para la difusión del espíritu emprendedor.
- Influencia del entorno: existen organismos que están implicados en propiciar una mayor cultura empresarial en el ámbito de la Región de Murcia. Además, esta Región es rica en ofrecer diferentes oportunidades de negocio en sectores muy variados.
- Edad de los estudiantes: Estamos hablando de edades tempranas por lo que todavía cuentan con un gran margen de maniobra.

Al hablar de debilidades, los expertos señalaron que:

- Imagen del Empresario y Cultura Emprendedora: Como ya se ha señalado, aunque se están realizando acciones que trabajen con el objeto de propiciar una cultura más emprendedora, en la actualidad todavía queda un largo recorrido por hacer.
- Centros educativos y poca presencia curricular: El peso curricular del espíritu emprendedor es bastante bajo, por lo que si se requiere una correcta difusión, debería tener mayor reconocimiento.
- Entorno y organismos implicados: Se reclama mayor coordinación entre los agentes inmersos en la difusión del espíritu emprendedor (Consejerías, organismos autónomos, centros de enseñanza, etc.)
- Aspecto Motivacional: Cuestiones como el miedo al fracaso o las motivaciones y preocupaciones de los estudiantes en estas edades deben ser muy tenidas en cuenta.
- Falta de Recursos que permitan llevar a cabo más acciones desde las instituciones.



**Tabla 9 /
Resumen de Resultados**

Enumere las principales barreras a las que se enfrenta el fomento del espíritu emprendedor en la ESO y Bachillerato en la Región de Murcia.	
Escasa Cultura Emprendedora	
Baja implicación de docentes y alumnos	
Debilidades del Sistema Educativo	
Miedo al fracaso	
Falta de recursos	
Baja implicación de las instituciones	
Enumere las principales acciones por orden de importancia para fomentar la cultura emprendedora en la ESO y Bachillerato en la Región de Murcia.	
Formación y actividades específicas destinadas a profesores y alumnos. Incentivo a los centros	
Potenciar relación Escuela – Empresa y Tejido empresarial	
Crear Materiales didácticos	
Potenciar el emprendimiento en la sociedad	
Mostrar casos de éxito y otras buenas prácticas	
ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN SECUNDARIA Y BACHILLERATO EN LA REGIÓN DE MURCIA	
Enumere las principales AMENAZAS	Enumere las principales OPORTUNIDADES
Baja implicación de los Centros Escolares y las Instituciones Escasa motivación de los estudiantes Débil cultura emprendedora y entorno	El sistema educativo tiende a nuevas metodologías. Coyuntura y entorno económico: favorable para el autoempleo. Fortalecimiento de las relaciones Escuela – Empresa. Ejemplos de Buenas Prácticas: Casos de éxito emprendedores y otros programas de fomento del emprendimiento. Concienciación.
Enumere las principales FORTALEZAS	Enumere las principales DEBILIDADES
Espíritu Emprendedor es competencia básica reconocida por la LOE Ayudas institucionales Colaboración de los Centros de Enseñanza Influencia del entorno Edad de los estudiantes	Deterioro de la imagen del Empresario y Cultura Emprendedora Pasividad de centros educativos y poca presencia curricular Falta de coordinación entre el entorno y organismos implicados Escasa motivación Falta de recursos





Tabla 10 / Principales barreras por categoría

Enumere las tres principales barreras a los que se enfrenta el fomento del espíritu emprendedor en la ESO y Bachillerato en la Región de Murcia.
Escasa Cultura Emprendedora
Baja Implicación de docentes y alumnos
No contemplado en el currículo
Miedo al fracaso
Falta de recursos
Baja Implicación de las instituciones

Tabla 11 / Principales barreras por categoría, desarrollado

Enumere las tres principales barreras a los que se enfrenta el fomento del espíritu emprendedor en la ESO y Bachillerato en la Región de Murcia.
<p>Escasa Cultura Emprendedora: Cultura emprendedora. y valores emprendedores: Escasa valoración social. Falta cultura emprendedora. Falta de incentivo al esfuerzo. Falta de cultura empresarial en el profesorado. Falta de cultura y reconocimiento del emprendedor en la sociedad Escasa Educación/Formación cultura emprendedora La cultura imperante del poco esfuerzo. Desconocimiento de las posibilidades de emprender.</p>
<p>Baja Implicación de los docentes y alumnos: Escasa formación de alumnos, profesores y padres para difundir el espíritu empresarial. Desinterés de alumnos, centros y profesores. Desconocimiento del mundo empresarial por parte del colectivo docente. Edades excesivamente tempranas para el fomento del autoempleo; en ESO muy inmaduros. Falta de personal cualificado. Ausencia de emprendedores de éxito en los roles de referencia. Falta el desarrollo de habilidades y aptitudes. El alumnado que está en plena adolescencia muestra bajo interés por la actividades de ampliación, con falta de autoestima y autosuperación. El alumnado muestra mayor interés en aprobar las materias comunes del currículo que en aprender y ampliar otros conocimientos no tan específicos. Falta de motivación personal por parte del alumnado El alumnado tiene escaso interés en su aprendizaje al verlo como algo lejano de su mundo.</p>
<p>Debilidades del Sistema Educativo: Ausencia de una materia específica La gran oferta de materias optativas en estas etapas educativas dificulta las posibilidades de elección por parte del alumnado. La cultura emprendedora no se contempla en el currículo de Educación Secundaria Obligatoria ni de Bachillerato. Escasa concienciación por parte del Sistema Educativo sobre la necesidad de fomentar la cultura emprendedora. Escasas posibilidades de contar con horas para su desarrollo. El currículo de las materias de las distintas etapas educativas es cerrado y con unos mínimos que hay que cumplir y es difícil integrar este aspecto en la mayoría de las materias.</p>
<p>Miedo al fracaso: Miedo al fracaso. Aversión al riesgo Miedo y rechazo al fracaso. Miedo al fracaso y excesiva protección. No se considera el emprendimiento como una alternativa segura. Miedo al fracaso.</p>
<p>Falta de recursos: Falta de financiación,</p>

**Baja Implicación de las instituciones:**

Solapamiento de actuaciones y competencias: se promueven iniciativas similares desde diversos organismos

Tabla 12 / Principales acciones por categoría

Enumere las **principales acciones** por orden de importancia para fomentar la cultura emprendedora en la ESO y Bachillerato en la Región de Murcia.

Formación y actividades específicas destinadas a profesores y alumnos. Incentivo a los centros

Potenciar relación Escuela – Empresa y Tejido empresarial

Crear materiales didácticos

Potenciar el emprendimiento en la sociedad

Mostrar casos de éxito y otras buenas prácticas

Tabla 13 / Principales acciones por categoría, desarrollado

Enumere las **tres principales acciones** por orden de importancia para fomentar la cultura emprendedora en la ESO y Bachillerato en la Región de Murcia.

Formación y actividades específicas destinadas a profesores y alumnos. Incentivo a los centros:

Formación en cultura emprendedora en jóvenes y en el profesorado (Potenciar que en el propio proceso de aprendizaje se emprenda a través del desarrollo de competencias como la autonomía, la toma de decisiones en entornos de riesgo, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo....)

Realizar talleres y cursos de habilidades emprendedoras para alumnos, profesores y padres.

Hacer concursos y juegos de simulación empresarial y emprendedores sociales.

Concursos y premios de ideas empresariales, banco de ideas empresariales.

Visitas a viveros empresariales para conocer y palpar empresas de nueva creación.

Hacer concursos de creatividad e innovación para premiar talentos en edades tempranas.

Sensibilizar a los centros de enseñanza, y formar al profesorado adecuadamente, no sólo en materia de gestión de empresas, sino también en metodologías que permitan trabajar y potenciar en los estudiantes capacidades propias emprendedoras (creatividad, trabajo en equipo, habilidades comunicativas, proactividad), y que puedan aplicarse de manera trasversal, en cualquier materia (matemáticas, lengua, biología ...). Introducir el emprendimiento en las Disposiciones legales correspondientes.

Reconocimiento y premio al esfuerzo.

Ofertar la materia Cultura Emprendedora en ESO como materia del currículo.

Formación del profesorado en cultura empresarial y charlas de empresarios de éxito o profesionales.

Implantar acciones específicas que fomenten el espíritu emprendedor en jóvenes como la creatividad, trabajo en equipo, habilidades comerciales, etc.

Formación y concienciación a los docentes de los Centros Educativos, acerca de la necesidad de trabajar en las aulas programas y proyectos que fomenten y desarrollen las habilidades emprendedoras.

Explicación de nuevos negocios a partir de las nuevas tecnologías.

Programas informáticos de simulación empresarial, para talleres de emprendimiento.

Potenciar relación Escuela – Empresa y Tejido empresarial:

Educación en creación y gestión de pequeñas empresas. Acercamiento escuela-empresa.

Potenciar la colaboración de la Consejería de Educación con organismos regionales de fomento del emprendimiento, para la planificación de acciones conjuntas en materia de educación emprendedora. Reconocer la labor del profesorado y motivar.

Realizar experiencias piloto de empresas para que vea la posibilidad de la alternativa al trabajo por cuenta propia y sobre todo al desempleo. Visitar empresas, estudiar empresas y hacer prácticas: Planes de empresa, estudios de viabilidad, accesos a la financiación, reuniones con socios para ver problemas, financiación, etc.

Crear Materiales didácticos:

Diseño de materiales y herramientas. Potenciación de los comportamientos y habilidades necesarios para emprender.



Plantear un plan de actuación de carácter anual (curso académico) que permita la participación de los centros de enseñanza en iniciativas en educación emprendedora. El objetivo debe ser abordar esta materia en la totalidad de los centros de enseñanza de la Región, de manera gradual.

Tabla 14 / Amenazas por categoría

Enumere las principales AMENAZAS
Baja Implicación de los Centros Escolares y de las Instituciones
Escasa Motivación de los estudiantes
Débil Cultura Emprendedora y Entorno

Tabla 15 / Amenazas por categoría, detallado

Enumere las principales AMENAZAS
<p>Baja Implicación de los Centros Escolares y las Instituciones:</p> <p>En la actualidad los programas de fomento del espíritu emprendedor se trabajan de forma voluntaria en los centros educativos.</p> <p>Falta de implicación de organismos públicos.</p> <p>Que sea considerada como una actividad de tipo lúdico y por tanto menos formativa que lleve a pensar que el alumnado no cumple con su deber primordial que es el estudio.</p> <p>La falta de dinero público actual para apoyar programas que fomenten el emprendimiento.</p>
<p>Escasa Motivación de los estudiantes:</p> <p>Miedo al fracaso</p> <p>Falta motivación.</p> <p>Desinterés general y falta de ilusión.</p> <p>Dificultad de cambio de materias y actividades formativas regladas.</p> <p>Falta de madurez para asimilar conocimientos empresariales.</p> <p>Miedo al fracaso.</p> <p>Falta de información.</p> <p>La falta de cultura de esfuerzo y superación por parte de los adolescentes para conseguir objetivos a medio y largo plazo, prima la inmediatez.</p>
<p>Débil Cultura Emprendedora y Entorno:</p> <p>En España se prefiere el empleo por cuenta ajena al autoempleo, al contrario de lo que ocurre en otros países.</p> <p>Falta de coordinación en el sistema Regional para establecer un programa de educación de Espíritu Empresarial.</p> <p>No llegan las acciones a potenciales Emprendedores.</p> <p>El entorno social, más propicio al trabajo por cuenta ajena, que a asumir riesgos en un proyecto propio.</p> <p>Crisis Económica y Financiera.</p> <p>La situación actual que afecta de todas las formas a los alumnos.</p> <p>Coyuntura económica desfavorable.</p> <p>Falta recursos económicos</p>
<p>Actuación de los Docentes:</p> <p>Dificultades de los profesores.</p>



Tabla 16 / Oportunidades por categoría

Enumere las principales OPORTUNIDADES
El sistema educativo tiende a nuevas metodologías.
Coyuntura y entorno económico: favorable para el Autoempleo.
Fortalecimiento de las relaciones Escuela – Empresa.
Ejemplos de Buenas Prácticas: Casos de éxito emprendedores y otros programas de fomento del emprendimiento.
Concienciación.

Tabla 17 / Oportunidades por categoría, detallado

Enumere las principales OPORTUNIDADES
<p>El sistema educativo tiende a nuevas metodologías:</p> <p>Enfoque práctico de estas enseñanzas. Aprender haciendo. Mejora la actitud de los alumnos en relación con el aprendizaje.</p> <p>Defensa de la excelencia educativa y el diseño de una educación adaptada a la sociedad del siglo XXI.</p> <p>Predisposición de los centros de enseñanza.</p> <p>Nuevas Tecnologías.</p> <p>Incluir en el currículo la cultura emprendedora.</p> <p>Incluir en la PGA de los centros educativos, la necesidad y preferencia por el desarrollo e implantación de proyectos relacionados con la cultura emprendedora.</p> <p>Continuidad en varios cursos académicos: mejor interiorización de las competencias emprendedoras (repetición= aprendizaje). 5º-6º primaria, 3º y 4º de Educación Secundaria Obligatoria</p> <p>Aprender a trabajar en equipo.</p> <p>Desarrollar habilidades sociales.</p> <p>Fomentar la comunicación oral.</p> <p>La propia edad de los alumnos.</p>
<p>Coyuntura y entorno económico: favorable para el Autoempleo:</p> <p>Aumento de la tasa de paro con la consiguiente necesidad de autoempleo</p> <p>Inquietudes Emprendedoras entre los jóvenes.</p> <p>Perspectivas de futuro.</p> <p>Malas previsiones económicas y para el empleo por cuenta ajena.</p> <p>Se parte de cero, está todo por hacer.</p> <p>La crisis financiera.</p> <p>Crisis.</p> <p>Desempleo.</p> <p>En época de crisis, incidir en la importancia del autoempleo como una forma válida de inserción laboral.</p> <p>Contactar con el entorno productivo de la zona</p> <p>Nuevos perfiles profesionales y divergentes.</p> <p>Nuevas necesidades que se pueden especializar.</p> <p>Necesidad de emprender para encontrar una salida a la crisis económica</p> <p>La crisis potencia el autoempleo.</p>
<p>Fortalecimiento de las relaciones Escuela – Empresa:</p> <p>Acercamiento entre el mundo educativo y el mundo empresarial. Valoración positiva del empresario.</p>



<p>Conocer el mundo empresarial a través de su entorno más cercano. Tomar contacto con el sector financiero. Conocer los sectores de la actividad productiva. Adquirir un mínimo de conocimientos para poder enfrentarse a la creación de su propia empresa.</p>
<p>Ejemplos de Buenas Prácticas: Casos de éxito emprendedores y otros programas de fomento del emprendimiento. Casos de éxito Existencia de proyectos para potenciarlos. Nuevos proyectos, de ámbito nacional y europeo, que abordan la problemática de la escasez de emprendedores. Apoyo plan emprendemos.</p>
<p>Concienciación: Concienciación institucional y en las administraciones de la importancia del espíritu emprendedor en edades tempranas. Mayor concienciación</p>

Tabla 18 / Oportunidades por categoría

Enumere las principales FORTALEZAS
Espíritu Emprendedor es competencia básica reconocida por la LOE
Ayudas institucionales
Colaboración de los Centros de Enseñanza
Influencia del Entorno
Edad de los estudiantes

Tabla 19 / Oportunidades por categoría, detallado

Enumere las principales FORTALEZAS
<p>Espíritu Emprendedor es competencia básica reconocida por la LOE: Competencia básica a adquirir por el alumnado al acabar la Enseñanza Obligatoria (LOE)</p>
<p>Ayudas institucionales: Implicación de la UPCT, CEEIC y Ayto. de Cartagena en la difusión del espíritu emprendedor. Programación y difusión de actividades para jóvenes. Realización de estudios de investigación UPCT – ADLE Existencia de iniciativas regionales donde se pueden extrapolar resultados. Activa involucración de la Consejería de Educación, Formación y Empleo con Proyectos relacionados con la cultura emprendedora (EJE/EME) Plan regional de fomento del emprendimiento (Plan Emprendemos). Organismos con experiencia en fomento del emprendimiento en edades tempranas. Unanimidad de criterios de todos los implicados Fondos Europeos Facilitar la coordinación de los agentes implicados. Buenos resultados obtenidos en los 2 cursos anteriores de experiencias practicas de fomento del emprendimiento con los proyectos EME y EJE.</p>
<p>Colaboración de los Centros de Enseñanza: Obligatoriedad formativa (si se impone como actuación formativa).</p>



Grandes facilidades por parte del colectivo educativo para su difusión.
Ofrecer una estructura organizativa y de medios en el entorno escolar.
Acercamiento del empresariado al sector educativo.

Influencia del Entorno:

Reconocimiento educativo y social de estas carencias.
La familia: impulso necesario de apoyo a los alumnos.
Murcia es una ciudad grande para emprender cualquier tipo de negocio.
Región bien comunicada por tierra, mar y aire.
Aprovechar el sector industrial de la ciudad que es muy fuerte.
Aprovechar el puerto y sector turístico.
Aprovechar las Nuevas Tecnologías.
Necesidades percibidas en los jóvenes, ante la situación actual.
Cambiar la idea sobre el empresariado en general y sobre la función de la empresa en el desarrollo económico.
La existencia de empresas de todos los sectores como muestra. La existencia de varias Universidades.

Edad de los estudiantes:

Capacidad de actuación sobre los jóvenes.
Se puede aprender jugando.
La juventud.
Posibilitar la formación del espíritu emprendedor en edades tempranas.

Tabla 20 / Oportunidades por categoría

Enumere las principales DEBILIDADES
Deteriorada Imagen del Empresario y Cultura Emprendedora
Pasividad de Centros educativos y poca presencia curricular
Falta de coordinación en el entorno y organismos implicados
Aspecto Motivacional
Falta de Recursos

Tabla 21 / Oportunidades por categoría, detallado

Enumere las principales DEBILIDADES
<p>Deteriorada Imagen del Empresario y Cultura Emprendedora: Las actitudes de los españoles no son favorables al emprendimiento. Imagen del emprendedor/empresario. No está bien visto. Falta de cultura empresarial en la sociedad, Región de Murcia. Falta de reconocimiento de la figura del emprendedor No hay suficiente publicidad sobre el espíritu emprendedor. Se conoce en ambientes bastante reducidos.</p>
<p>Centros educativos y poca presencia curricular: No existe una materia en el currículo de la ESO ni en Bachillerato dedicada exclusivamente al desarrollo de esta competencia. Escasa formación de profesores, alumnos y padres en espíritu empresarial. Lejanía del mundo empresarial al colectivo docente. Escasa concienciación por parte del Sistema Educativo.</p>





Hay escasez de formadores para su fomento.

Entorno y organismos implicados:

Falta de cooperación entre los organismos implicados en difundir el espíritu empresarial.

La participación en los Proyectos sobre cultura emprendedora es voluntaria por parte de los centros.

Falta de apoyo social (entorno y sociedad).

Dificultad de las asociaciones de padres para difundir la necesidad de fomentar el espíritu emprendedor entre los jóvenes.

La implicación de los distintos sectores aún es escasa.

Aspecto Motivacional:

Miedo al fracaso.

Inmadurez y desinterés del alumno ante temas a largo plazo.

Falta de habilidad y aptitudes.

La falta de concienciación.

Falta de motivación en el alumnado.

Miedo al fracaso.

Falta de motivación

Falta cultura Esfuerzo

La poca cultura del esfuerzo en la edad temprana

Falta de Recursos:

Inversión en I+D baja en España.

Escasez de recursos económicos.

Falta de presupuesto regional y nacional

Falta de acceso a la financiación.

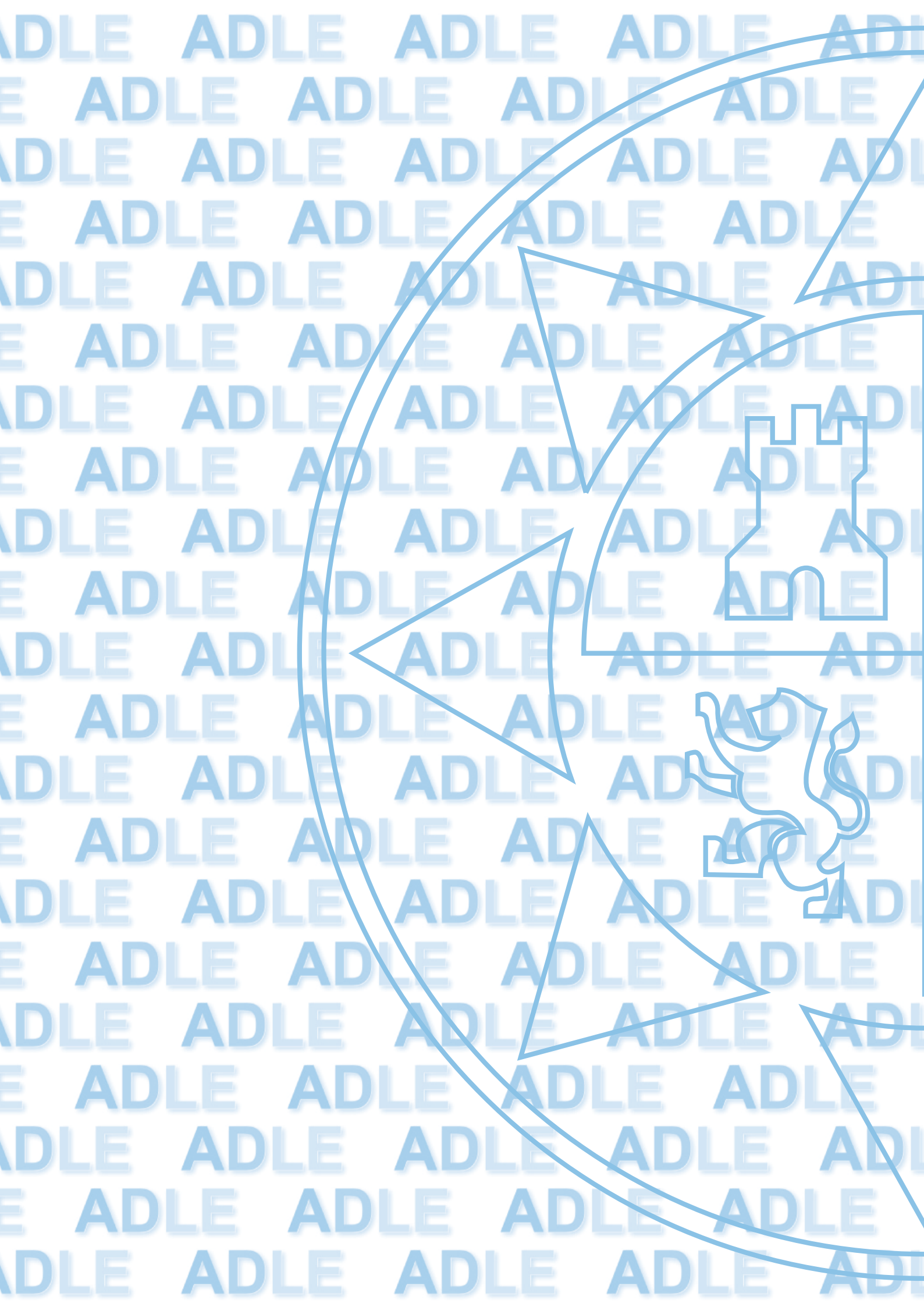
Riesgo de perder dinero.



/06

Bibliografía

- AJZEN, I. (1991): "Theory of planned behavior: Some unresolved issues", *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 50 (2), pp. 179-211.
- BANDURA, A. (1997): *Self-efficacy: The Exercise of Control*. New York: W. H. Freeman & Co.
- BENAVIDES Y GARCÍA (2004): "El proceso de aprendizaje para los emprendedores en la situación actual: un análisis cualitativo en el ámbito universitario". *Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*, 30, pp. 34-48.
- COMISIÓN EUROPEA (2002): Informe final del Grupo de Expertos Proyecto del Procedimiento Best sobre Educación y Formación en el Espíritu Empresarial. Dirección General de Empresa.
- COMISIÓN EUROPEA (2003): Libro Verde El Espíritu Empresarial en Europa. Bruselas, Servicio Publicaciones Comisión Europea.
- COMISIÓN EUROPEA (2004): Ayudar a crear una cultura empresarial,. Guía de Buenas Prácticas para promover las actitudes y capacidades empresariales mediante la educación. Dirección General de Empresa.
- COMISIÓN EUROPEA (2004b): Promoción del Espíritu Empresarial en la mujer. Informe Best nº 2. Dirección General de Empresa.
- COMISIÓN EUROPEA (2004c): Informe final del Grupo de Expertos sobre Educación y Formación en el Espíritu Empresarial. Desarrollar el impulso de las actitudes y capacidades empresariales en la educación primaria y secundaria. Dirección General de Empresa e Industria.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (2005): Propuesta de recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente.
- COMISIÓN EUROPEA (2005): Proyecto del procedimiento Best: Miniempresas en educación secundaria. Dirección General de Empresa e Industria.
- COMUNICACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA (2006): Aplicar el programa comunitario de Lisboa: Fomentar la mentalidad empresarial mediante la educación y la formación.
- COMISIÓN EUROPEA (2006): Agencia de Oslo para la educación de Espíritu Emprendedor en Europa. Dirección General de Empresa e Industria.
- COMISIÓN EUROPEA (2008): Fomento del Espíritu Emprendedor, Especialmente en estudios no empresariales. Dirección General de Empresa e Industria.
- COMISIÓN EUROPEA (2010): Directrices generales para las políticas económicas de los Estados miembros y de la Unión Europea. Estrategia Europa 2020. Dirección General de Empresa e Industria.
- DE PABLO, I.; SANTOS, B. y BUENO, Y. (2004): "Las dimensiones del perfil del emprendedor: contraste empírico con emprendedores de éxito", en Roig, S.; Ribeiro,
- DÍAZ, C.; URBANO, D. y HERNÁNDEZ, R. (2005): "Teoría Económica Institucional y Creación de Empresas", *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11 (3), pp. 209-230.
- ENTRIALGO, M.; FERNÁNDEZ, E.; VÁZQUEZ, C.J. (1999): "Las características del propietario / directivo de la PYME como factores determinantes de su comportamiento emprendedor", *Boletín de Estudios Económicos*, 54 (168), pp. 405-424.
- GRIBBEN, A. (2006): "Formación del espíritu empresarial: Retos y Oportunidades".
- MCCLELLAND, D.C. (1961): *The achieving society*, Van Nostrand, Princeton.
- MORIANO, J. A.; TREJO, E. Y PALACÍ, F. J. (2001): "El perfil psicosocial del emprendedor: un estudio desde la perspectiva de los valores", *Revista de Psicología Social*, 16 (2), pp. 229-242.
- SÁNCHEZ ALMAGRO, M.L. (2003) "Guía Luces" Patronato de Pedro Ibarra, Diputación de Cáceres.
- SHAPERO, A. y SOKOL, L. (1982): "The social dimensions of entrepreneurship", en KENT, SEXTON Y VESPER (eds.), *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. Englewood Cliffs: Prentice Hall, pp. 72-90.
- VECIANA, J.M. (1985): "Características del empresario en España", *Papeles de economía Española*, 39-40, pp. 19-36.





Región de Murcia
Consejería de Educación,
Formación y Empleo



AYUNTAMIENTO
DE CARTAGENA

www.cartagena.es

ADLE

Agencia de Desarrollo Local y Empleo



INFO
INSTITUTO DE FOMENTO
REGION DE MURCIA



Universidad
Politécnica
de Cartagena



**PLAN
EMPRENDEMOS**
REGIÓN DE MURCIA