



LEIRE
GAVELA
LOPEZ

COMPARATIVA DEL KNOW-HOW DEL
EMPRENDIMIENTO EN LOS ALUMNOS
DE 2º CICLO EN ANDALUCIA

MÁSTER EN PROFESORADO DE E.S.O. Y BACHILLERATO,
F.P. Y ENSEÑANZAS DE IDIOMAS
ESPECIALIDAD EN ECONOMÍA, EMPRESA Y COMERCIO

TUTOR UAL: M^a JESUS JIMENEZ BONACHERA

COMPARATIVA DEL KNOW-HOW DEL EMPRENDIMIENTO EN LOS ALUMNOS DE 2º CICLO (BACHILLER Y FP) EN ANDALUCIA

ÍNDICE

1. Objetivo e hipótesis inicial.....	3
2. Estudio del currículum de Secundaria y FP (2º Ciclo).....	4
2.1. Asignaturas relacionadas con el emprendimiento.....	5
3. Emprendimiento.....	7
3.1. Concepto.....	7
3.2. Emprendimiento en España.....	8
3.2.1 Perfil del emprendedor en España	12
3.2.2. Emprender: ventajas y desventajas	15
3.3. La enseñanza del emprendimiento.....	21
4. Contextualización del centro objeto de estudio	24
4.1. Datos y ubicación del centro.....	24
4.2. Oferta educativa del centro.....	25
4.3. Alumnado del centro	26
5. Metodología.....	27
5.1. Método CANVAS	27
5.1.1 Origen.....	27
5.1.2 Método	29
5.1.3. Beneficios del método	30
5.1.4. Modelo CANVAS paso a paso	31
5.2. Encuesta	36
5.2.1 Enfoque Metodológico de la encuesta	36
5.2.1 Enfoque Socio-Económico de la encuesta.....	37
6. Resultados y análisis de la Investigación. Tabla comparativa.	40
7. Conclusiones.....	45
8. Bibliografía y webgrafía	47
Anexos	50
Anexo I: modelo de encuesta	50
Anexo II: Lienzo de modelo de negocios-CANVAS	52

1. Objetivo e hipótesis inicial

El objetivo de este trabajo, dentro del contexto de la educación secundaria no obligatoria, es conocer si el alumnado puede estar preparado para la inserción en el mercado laboral autónomo, especialmente en la iniciativa empresarial y creación de empresas.

En un principio, pensé en realizar un estudio de investigación únicamente con alumnado de 2º de Bachiller, debido a que en la Asignatura de Economía de la Empresa se contemplan muchos conceptos básicos para iniciarse en el mundo de la empresa. Pero en el periodo de prácticas, al conocer la oferta educativa del IES Aguadulce, que incluye ciclos medio y superior de FP, vi la oportunidad de realizar un estudio comparativo mucho más interesante; comparar los niveles de conocimiento entre alumnado de FP y 2º de Bachiller. Ambos niveles educativos estudian Economía de la Empresa y su preparación ante el emprendimiento.

Inicialmente la metodología a emplear en este estudio se basaba en realizar una encuesta pre y post conocimientos al alumnado de 2º de Bachiller. Tras la ampliación del alumnado objeto de estudio (FP + bachiller), la metodología de aplicación consistió en realizar la misma encuesta a los dos niveles educativos para poder comparar sus niveles de conocimientos.

La hipótesis inicial es la siguiente:

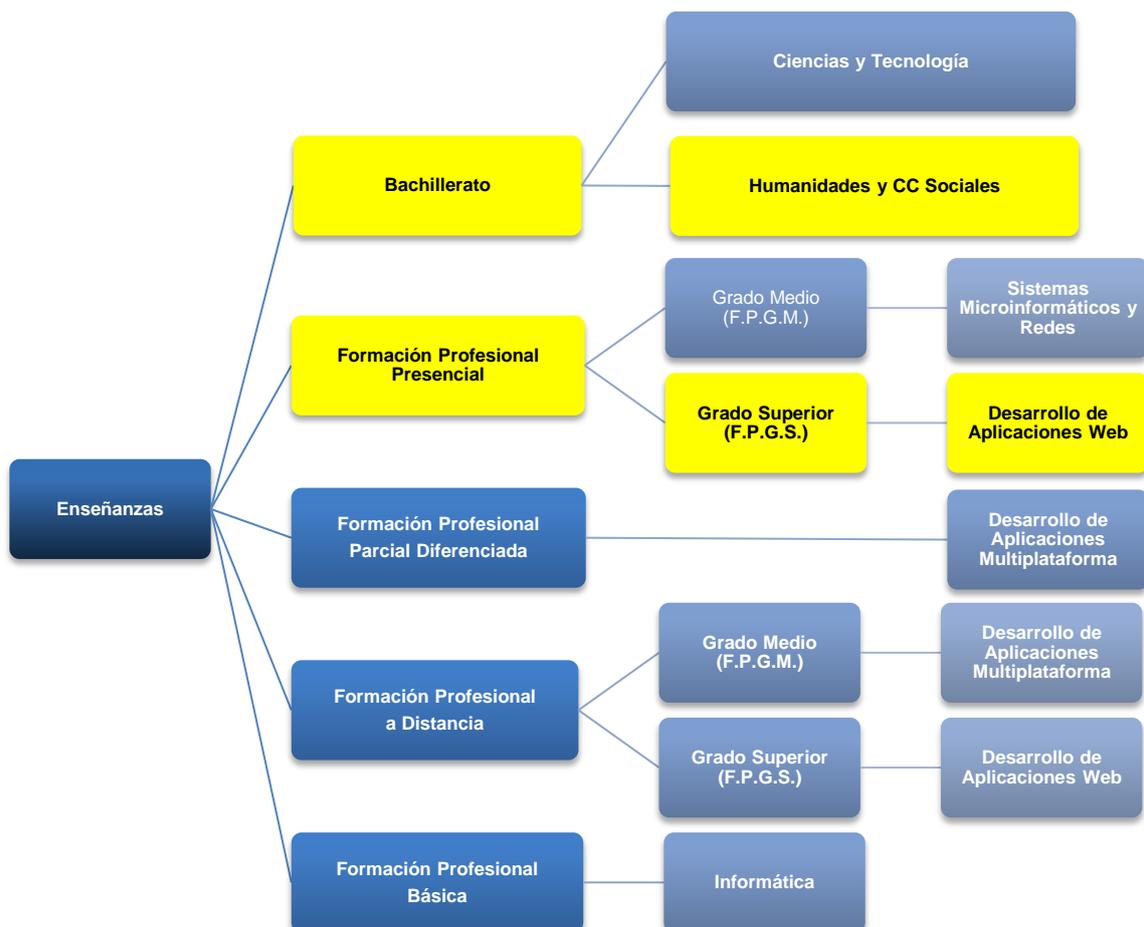
“Los alumnos de FP están mejor preparados y poseen un conocimiento más práctico de emprendimiento que los alumnos de 2º de Bachillerato”

2. Estudio del currículum de Secundaria y FP (2º Ciclo)

Para la realización de este estudio, se comparan las asignaturas dentro del currículum de 2º de Bachillerato de la troncal Humanidades y CC Sociales Y del currículum de FP, dentro del ciclo Formativo DAW presencial (Desarrollo de aplicaciones web).

Las 2 Asignaturas que pueden equipararse son:

- Economía de la Empresa (Bachillerato)
- Empresa e iniciativa emprendedora. (FP)



2.1. Asignaturas relacionadas con el emprendimiento
Cuadro Comparativo de Objetivos, contenidos, criterios de Evaluación y carga horaria de ambas asignaturas. Tanto legislación nacional como autonómica de FP y Bachillerato.

	Nacional	Autonómica	
Legislación	RD 1467/2007	ORDEN de 5 de agosto de 2008	2º Bachiller Economía de la empresa
Objetivos	<p>3. Analizar la actividad económica de las empresas, en especial las del entorno inmediato, a partir de la función específica de cada una de sus áreas organizativas, sus relaciones internas y su dependencia externa</p> <p>7. Identificar las políticas de marketing de diferentes empresas en función de los mercados a los que dirigen sus productos</p> <p>8. Interpretar, de modo general, estados de cuentas anuales de empresas, identificando sus posibles desequilibrios económicos y financieros, y proponer medidas correctoras.</p> <p>9. Obtener, seleccionar e interpretar información, tratarla de forma autónoma, utilizando, en su caso, medios informáticos, y aplicarla a la toma de decisiones empresariales.</p> <p>10. Diseñar y elaborar proyectos sencillos de empresa con creatividad e iniciativa, proponiendo los diversos recursos y elementos necesarios para organizar y gestionar su desarrollo.</p>	<p>En esta orden, la Información no está tipificada como en el resto de las legislaciones.</p> <p>En ella se establecen 3 Núcleos temáticos</p> <p>1. La empresa y su función social.</p> <p>2. Localización y sectorización empresarial.</p> <p>3. Financiación e inversión.</p> <p>Dentro del Núcleo 1 se plantea la siguiente cuestión ¿qué empresas crean más trabajo en Andalucía, las grandes o las Pymes?</p>	
Contenidos relacionados con emprendimiento	<p>2. Desarrollo de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de crecimiento interno y externo. <p>3. Organización y dirección de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación y toma de decisiones estratégicas. <p>4. La función productiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proceso productivo, eficiencia y productividad. - Costes: clasificación y cálculo de los costes en la empresa. <p>5. La función comercial de la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Técnicas de investigación de mercados. - Análisis del consumidor y segmentación de mercados. - Variables del marketing-mix y elaboración de estrategias. - Estrategias de marketing y ética empresarial. - Aplicación al marketing de las tecnologías de la información y la comunicación. <p>7. La función financiera:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Recursos financieros de la empresa. - Análisis de Fuentes alternativas de financiación interna y externa. <p>8. Proyecto empresarial:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proceso de creación de una empresa: idea, constitución y viabilidad elemental. - El plan de empresa y su utilidad Como documento de análisis económico-financiero. 		
Criterios de Evaluación	<p>3. Analizar las características del mercado y explicar, de acuerdo con ellas, las políticas de marketing aplicadas por una empresa ante diferentes situaciones y objetivos.</p> <p>4. Describir la organización de una empresa y sus posibles modificaciones en función del entorno en el que desarrolla su actividad.</p> <p>6. Diferenciar las posibles fuentes de financiación en un supuesto sencillo y razonar la elección más adecuada.</p> <p>7. Valorar distintos proyectos de inversión sencillos y justificar razonadamente la selección de la alternativa más ventajosa.</p> <p>10. Diseñar y planificar un proyecto empresarial simple, con actitud emprendedora y creatividad, evaluando su viabilidad.</p>		

	Nacional	Autonómica	2º FP Empresa e iniciativa emprendedora
Legislación	<i>Real Decreto 686/2010</i>	<i>ORDEN de 16 de junio de 2011</i>	
Objetivos	1.Reconoce las capacidades asociadas a la iniciativa emprendedora, analizando los requerimientos derivados de los puestos de trabajo y de las actividades empresariales	Idem 1.	
	No se contempla	2. Define la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.	
		4. Realiza actividades de gestión administrativa y financiera básica de una «pyme», identificando las principales obligaciones contables y fiscales y cumplimentando la documentación.	
Contenidos relacionados con emprendimiento	<p><u>Iniciativa emprendedora:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Innovación y desarrollo económico. Principales características de la innovación en informática (materiales, tecnología y organización de la producción, entre otros). -Factores claves de los emprendedores: iniciativa, creatividad y formación. -La actuación de los emprendedores como empleados de una pyme relacionada con la informática. -La actuación de los emprendedores como empresarios en el sector de la informática. -El empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial. -Plan de empresa: la idea de negocio en el ámbito de la informática. <p>Creación y puesta en marcha de una empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Plan de empresa: elección de la forma jurídica, estudio de la viabilidad económica y financiera, trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones. 		
Criterios de Evaluación	<p>1. a) Se ha identificado el concepto de innovación y su relación con el progreso de la sociedad y el aumento en el bienestar de los individuos.</p> <p>b) Se ha analizado el concepto de cultura emprendedora y su importancia como fuente de creación de empleo y bienestar social.</p> <p>c) Se ha valorado la importancia de la iniciativa individual, la creatividad, la formación y la colaboración como requisitos indispensables para tener éxito en la actividad emprendedora.</p> <p>d) Se ha analizado la capacidad de iniciativa en el trabajo de una persona empleada en una pequeña y mediana empresa relacionada con la informática.</p> <p>e) Se ha analizado el desarrollo de la actividad emprendedora de un empresario que se inicie en el sector informático.</p> <p>f) Se ha analizado el concepto de riesgo como elemento inevitable de toda actividad emprendedora.</p> <p>g) Se ha analizado el concepto de empresario y los requisitos y actitudes necesarios para desarrollar la actividad empresarial.</p> <p>h) Se ha descrito la estrategia empresarial relacionándola con los objetivos de la empresa.</p> <p>i) Se ha definido una determinada idea de negocio del ámbito de la informática que servirá de punto de partida para la elaboración de un plan de empresa.</p>	<p>Idem 1.a)-i) con el agregado de los siguientes criterios de evaluación:</p> <p>j) Se han analizado otras formas de emprender como asociacionismo, cooperativismo, participación, autoempleo.</p> <p>k) Se ha elegido la forma de emprender más adecuada a sus intereses y motivaciones para poner en práctica un proyecto de simulación empresarial en el aula y se han definido los objetivos y estrategias a seguir.</p> <p>l) Se han realizado las valoraciones necesarias para definir el producto y/o servicio que se va a ofrecer dentro del proyecto de simulación empresarial.</p>	
	No se contempla	<p>2. j) Se ha analizado el entorno, se han incorporado valores éticos y se ha estudiado la viabilidad inicial del proyecto de simulación empresarial de aula.</p> <p>k) Se ha realizado un estudio de los recursos financieros y económicos necesarios para el desarrollo del proyecto de simulación empresarial de aula.</p>	

Criterios de Evaluación		<p>4. g) Se ha incluido la anterior documentación en el plan de empresa.</p> <p>h) Se han desarrollado las actividades de comercialización, gestión y administración dentro del proyecto de simulación empresarial de aula.</p> <p>i) Se han valorado los resultados económicos y sociales del proyecto de simulación empresarial.</p>	
	Carga horaria de asignatura	35 hs	

3. Emprendimiento

3.1. Concepto

¿Qué entendemos como emprendimiento? Existen numerosas definiciones que han ido evolucionando a lo largo de la historia. El emprendimiento deriva de la acción de emprender, de llevar adelante una obra o negocio.

Una de las definiciones recogidas y completas describe que suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado objetivo.

El uso más habitual del concepto aparece en el ámbito de la economía y los negocios. En este caso, un emprendimiento es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado.

El sujeto que inicia un negocio o que crea una pequeña empresa por su propia iniciativa se conoce como emprendedor. En épocas de crisis, el emprendimiento suele representar una salida (o, al menos, una posibilidad de crecimiento) para las personas que se encuentran en situación de desempleo como la que vivimos actualmente.

Los expertos sostienen que los emprendedores deben contar con ciertas capacidades para tener éxito: flexibilidad, dinamismo, creatividad, empuje, etc. Se trata de valores necesarios ya que los emprendimientos se enfrentan a todo tipo de dificultades y quien los impulsa debe estar en condiciones de adaptarse a una realidad cambiante.

3.2. Emprendimiento en España

Actualmente se habla mucho de emprendimiento y las ayudas a los más jóvenes hacia la creación de su propio puesto de trabajo de forma autónoma. En España no existe una cultura de “asunción del riesgo” y la primera opción que un recién titulado baraja no pasa por la creación de su propia empresa.

Existen sociedades en las que se alienta la cultura del emprendimiento tales como EEUU o China donde ser tu propio jefe es el objetivo máximo. Es más, no se penaliza socialmente el hecho de levantar una empresa aunque luego esta no funcione o acabe cerrando.

En cambio, en otras culturas, como la japonesa o la española el hecho de intentar crear tu propio empleo no está valorado, e incluso muy penalizado a nivel administrativo.

De hecho en España para iniciarse en el mundo del emprendimiento existen múltiples obstáculos con la administración, provocando que muchos jóvenes desestimen este camino. La burocracia y el exceso de impuestos a esta iniciativa hacen que la mayoría de las iniciativas que salen de “incubadoras” apoyadas desde las universidades y cámaras de comercio, acaben cayendo en saco roto o bien que la inversión no se realice en España.

Numerosos artículos explican esta triste realidad, donde desde el gobierno se insta a los jóvenes a crear su propio empleo y por el otro no se encuentran más que trabas e innumerables impuestos que no se contemplan en otros países.

EL PAÍS

ECONOMÍA | Economía

ECONOMÍA EMPRESAS MERCADOS BOLSA MIS AHORROS VIVIENDA TECNOLOGÍA OPINIÓN/ANÁLISIS BLOGS EMPLEO

Crear una empresa en España es más difícil que en Zambia

- España cae al puesto 136º entre los países con facilidades para poner en marcha una compañía
- Baja al puesto 44º de la clasificación general por facilidades para hacer negocios
- Singapur, Hong Kong y Nueva Zelanda lideran la lista de 'Doing Business' del Banco Mundial

MIGUEL JIMÉNEZ | Madrid | 23 OCT 2012 - 02:01 CET

576

Pese a los reiterados anuncios de reformas para facilitar la creación de empresas, España sigue siendo uno de los países del mundo en que resulta más difícil poner en marcha un negocio. En concreto, **España ocupa el puesto 136º de los 185 países examinados** por el Banco Mundial en su informe *Doing Business 2013*, que recoge datos hasta junio de este año (2012), tres puestos por debajo del año pasado. Hacen falta 10 trámites y 28 días, un coste equivalente al 4,7% de la renta por habitante y un capital mínimo que representa un 13,2% de esa renta por habitante.

En los países en que es más fácil crear una empresa es en Nueva Zelanda, Australia y Canadá, de los más desarrollados del mundo, y en los que es más difícil en Costa de Marfil, Irak y Surinam. España es uno de los países avanzados donde es más difícil crear una empresa. Es más difícil crear una empresa en España que en Afganistán, Albania, Burundi, Irán, Kosovo, Kenia, Marruecos, Nepal, Nicaragua, Ruanda, Senegal, Tanzania, Yemen o Zambia, entre muchos otros países, según el informe.

Recientemente, **un empresario sevillano relataba la odisea de tres años y 10.000 euros en papeleo de cuatro administraciones para abrir una empresa en Vejer**, en una de las regiones de Europa con una mayor tasa de paro. Asimismo además de la Burocracia, los autónomos españoles son los que más pagan por su cuota mensual. Recientemente en un artículo publicado

el la revista on line Excite, en la sección de Economía y empleo se explica lo caro que es ser autónomo en España y la dificultad que afrontan los autónomos españoles:

Uno de los principales obstáculos de los que se quejan los pequeños emprendedores es del coste de la cuota de autónomo, que supera los 250 euros mensuales y que es mucho mayor a la del resto de países de la Unión Europea. Hacer frente a este coste mensualmente hace que muchos se lo piensen dos veces antes de poner un negocio en España.

Por otra parte, una de las dificultades tanto para sociedades individuales, pymes o Grandes empresas es la dificultad de acceso a la financiación. Con la crisis, los bancos y cajas españoles no conceden préstamos y créditos fácilmente, algo que ahoga a las empresas nacionales.

*Resumiendo, la mayoría de los empresarios y autónomos consideran que **emprender en España todo un desafío colmado de obstáculos**, ya que los impuestos y costes laborales son altos, la cuota de autónomo es alta, las relaciones con la administración no son siempre fáciles y el acceso a la financiación es muy difícil.*

Otra constatación de la diferencia con la que la legislación en España no acompaña ni ayuda a que el autoempleo sea una salida sencilla podemos leerla en el artículo publicado en la revista online pymes y autónomos; en él se hace referencia a las grandes dificultades y las diferencias que hay entre España y otros países:

España, uno de los países más caros para ser autónomo. 28 de febrero de 2015

El trabajador autónomo en España sufre no solo por sacar el trabajo adelante, sino por las elevadas cargas tributarias y cotizaciones sociales que tiene que soportar, hasta el punto que son muchos los trabajadores por cuenta propia que pasan a trabajar casi para el Estado en lugar de para ellos. Pero, ¿qué ocurre en otros países? ¿Se castiga igual a los trabajadores autónomos?

La revista Forbes analizaba recientemente el coste de ser autónomo en diversos países del mundo y España salía mal parada. En nuestro país, los autónomos tienen que pagar en función de la base de cotización elegida un importe que variará entre los 264 y los 1.075 euros al mes con independencia de lo que facturen, además de pagar impuestos a través de IRPF e IVA.

En otros países, sin embargo, los costes son muy diferentes:

- En Portugal, por ejemplo, los autónomos, llamados trabajadores independientes, tienen obligación de cotizar a la seguridad social a partir del primer día del decimosegundo mes siguiente al de inicio de su actividad y no pagan ni cuotas ni IVA como tales, aunque a cambio abonan el 29,6% de lo que ingresan anualmente al Estado.
- En Italia, a diferencia de España, los autónomos solo pagan una cantidad en función de sus ganancias, que suele ser de un 20%.
- En Holanda, los autónomos **pagan una prima mensual de 100 euros mensuales a modo de seguro** privado, la cuota de autónomos depende de los ingresos y la primera declaración de IRPF se realiza cinco años después del alta en Hacienda.
- En Reino Unido, los autónomos pagan en función de sus ingresos, pero aquellos autónomos cuyas ganancias sean inferiores a 7.775 libras al año, pagan una cuota fija a la seguridad social de 2,7 libras a la semana. Si un autónomo factura entre 7.775 y 41.450 libras al mes, el autónomo pagará una contribución a la seguridad social inglesa del 9% de sus ingresos anuales fijos. Y solo será a partir de las 79.000 libras cuando nos tengamos que registrar en el VAT (el IVA español) que, además, no se liquida trimestralmente como en España, sino que se paga a final del ejercicio.
- En Estados Unidos, el autónomo paga el 13,3% para la cuota de la Seguridad Social y el seguro médico. Pero dentro de este concepto, el

10,4 corresponde a la Seguridad Social y el 2,9% restante al seguro médico.

- Por último, en Alemania, la cuota a la Seguridad Social está alrededor de los 300 euros al mes, pero si no se factura más de 1.700 euros al mes está exento del pago de esta cuota.

3.2.1 Perfil del emprendedor en España

En el estudio realizado por Spain Start up. The south Summit, se ha realizado una comparativa entre los emprendedores de diversas zonas.

Candidaturas de las start up: 2959

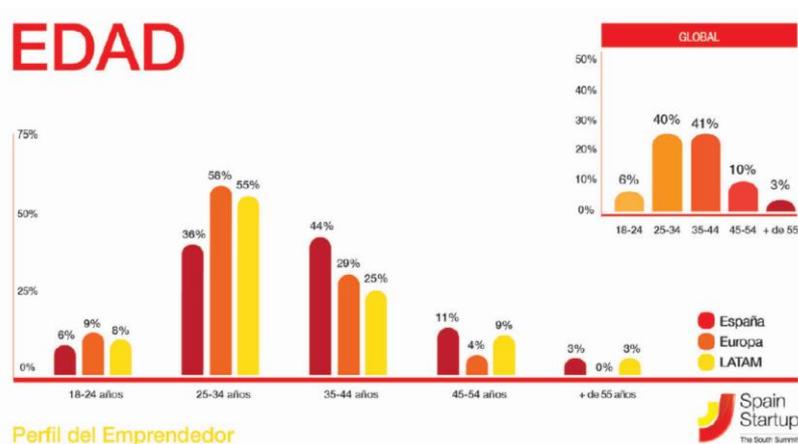
Muestra: 1.450

Procedencia: España, Sur de Europ/Mediterraneo y Latinoamérica

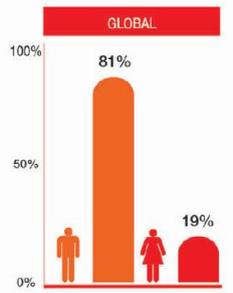
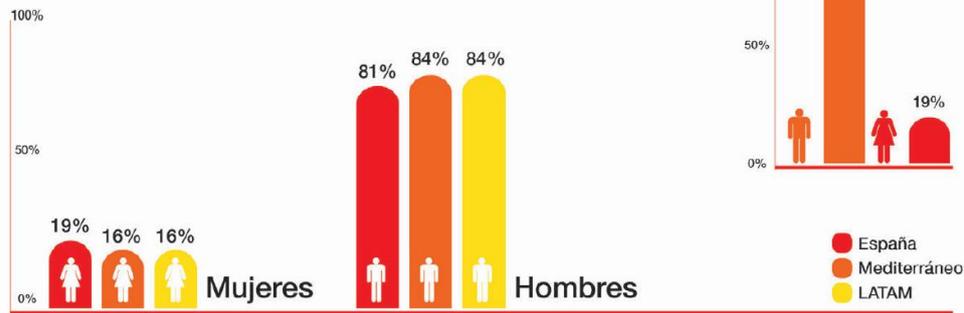
¿Quién Emprende? Perfil del emprendedor

	España	Europa/Mediterráneo	LATAM
Edad	35-44 años	25-34 años	25-34 años
Género	Hombre	Hombre	Hombre
Formación	Universitaria	Universitaria	Universitaria
Situación antes de emprender	Trabajo por Cuenta Ajena	Trabajo por Cuenta Ajena	Trabajo por Cuenta Ajena

Podemos decir que el perfil del emprendedor en España tiene una edad media mas elevada que en el resto de las zonas en las que se realiza el estudio. Y que cumple con el perfil de hombre de 35 a 44 años con formación universitaria cuyo empleo anterior ha sido por cuenta ajena.



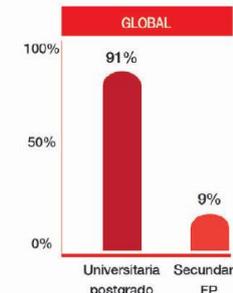
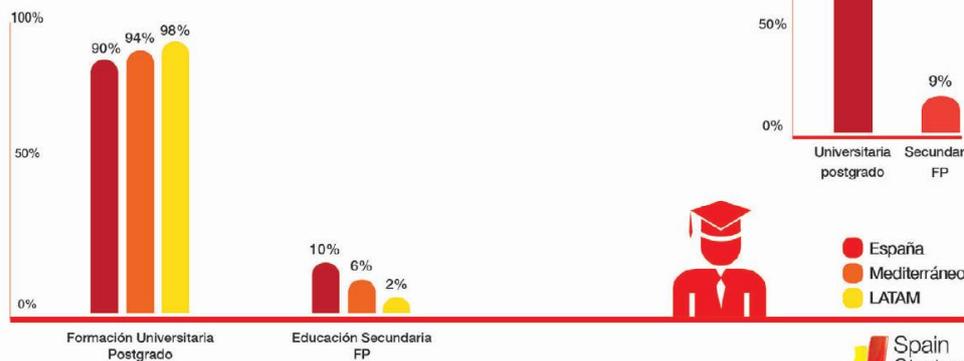
GÉNERO



Perfil del Emprendedor



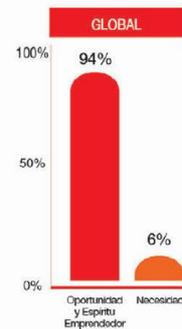
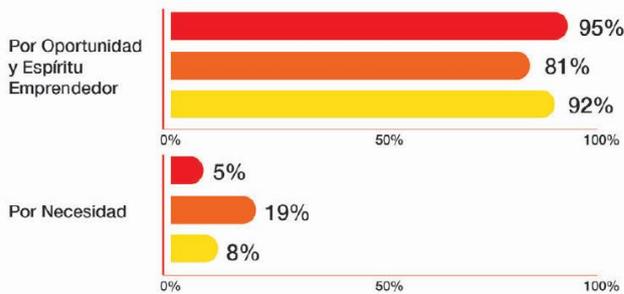
FORMACIÓN



Perfil del Emprendedor



MOTIVOS QUE TE HAN LLEVADO A EMPRENDER

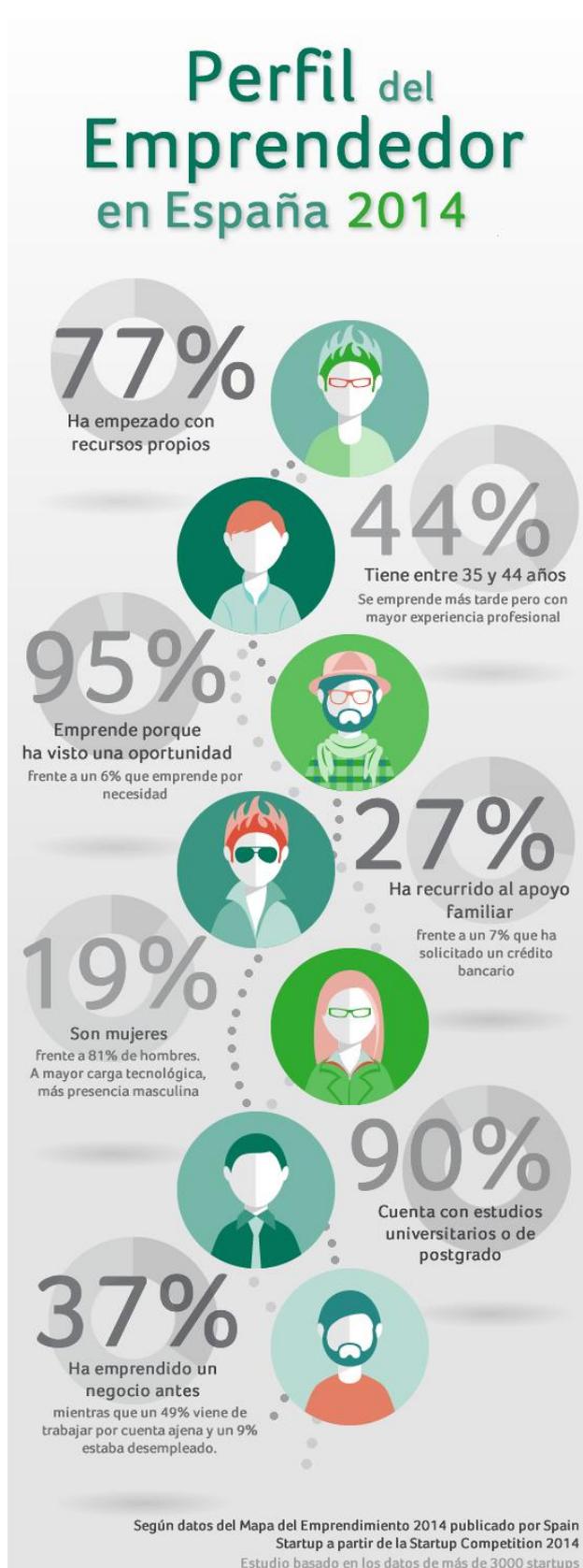


Perfil del Emprendedor



Aspectos sociales del emprendedor

- Es interesante observar como el **49% de los mismos trabajaban con anterioridad por cuenta ajena**. El **33% ya habían intentado un lanzamiento de negocio con anterioridad**, el **7%** restante es **estudiante**, por lo que solo el **9%** corresponde a las personas que se encontraban en **situación de desempleo**.
- En cuanto al nivel de renta, **30,4% superan los 2.400 euros al mes**. Por lo que el **77% de los emprendedores empieza utilizando recursos propios**, aunque un **27%** recurre al apoyo familiar. Tan sólo un **7%** ha solicitado financiación bancaria.
- El **95%** se ha lanzado a emprender porque **ha visto una oportunidad**, frente al **6%** que lo ha hecho por necesidad.
- Otro factor a destacar, es el medio en cual se desarrolla la actividad emprendedora. Como consecuencia, el estudio refleja que **la población urbana se muestra más activa en cuanto a intención emprendedora y en actividad naciente**. En cambio, en la actividad consolidada, la población rural ofrece mejores indicadores y la tasa de cierre es menor en este ámbito, hecho que le genera mayor estabilidad durante el proceso de establecimiento.



3.2.2. Emprender: ventajas y desventajas

Artículo elaborado por Infoautónomos ,14/05/2013.

Es la eterna pregunta: ¿de verdad es factible lanzarme a montar mi propia empresa? Evidentemente, la respuesta no es sencilla. Influyen tantos factores como tipos de negocio y personas dispuestas a llevar las riendas de los mismos.

Desde las motivaciones que nos llevan a emprender hasta la existencia de una verdadera oportunidad de negocio, pasando por las actitudes y aptitudes de cada emprendedor, emprender o no está sujeto a una serie de consideraciones que hay que tomar muy en cuenta antes de “lanzarse a la aventura” del emprendimiento.

Porque crear y consolidar una empresa es un proceso complicado en el que entran en juego factores tanto personales como profesionales.

Por una parte, no es suficiente tener una idea de negocio. Para que ésta se materialice en una verdadera oportunidad de negocio que posibilite la sostenibilidad en el tiempo de una empresa es necesario conocer las condiciones del mercado en el que nos movemos, cuál es nuestra competencia y quiénes nuestros clientes. Y, por supuesto, valorar si éstos están dispuestos a comprar nuestro producto o servicio.

Además, es vital poseer los elementos necesarios para poner en marcha un negocio, y éstos viajan desde la disponibilidad de capital o financiación, hasta el equipo humano que lo conformará.

Cabe destacar, que a pesar de las dificultades que hay en nuestro país para emprender, el tejido empresarial está compuesto por autónomos y Pymes alcanzando un 95,7% del total de empresas totales del país. Según los datos del DIRCE (Directorio Central de Empresas) 2013.

Es por ello que existen numerosas guías que explican los pasos a seguir a la hora de iniciar nuestra nueva empresa (enseñanza del emprendimiento) como en la web de Infoautónomos (2013)

CÓMO HACERSE AUTÓNOMO: PASOS A SEGUIR PARA EMPRENDER

Hacerse autónomo en 11 pasos, la guía definitiva para ser autónomo



Tal y como los expertos afirman, emprender con éxito requiere de ciertas habilidades y conocimientos de gestión empresarial, comercial y de marketing, así como de una actitud determinada a la hora de afrontar retos y riesgos, de capacidad organizativa y de negociación y de una valoración previa de cómo el desempeño de ésta actividad profesional influye en nuestra vida personal.

Por ello, es importante tener en cuenta ciertas ventajas y desventajas de emprender y reflexionar sobre las expectativas que generamos.

VENTAJAS DE EMPRENDER

1. Estabilidad en el empleo

En el contexto laboral en el que nos hayamos inmersos, “trabajar en una empresa toda la vida”, al menos como empleado, empieza a difuminarse en favor de una mayor movilidad laboral, pero también de una mayor incertidumbre. La generación de autoempleo no está exenta de esta incertidumbre ante el futuro, pero la continuidad o no de la actividad depende de factores económicos y de negocio, y no de otro tipo de decisiones.

2. Autonomía

- Como emprendedores, somos nosotros los que marcamos el ritmo e imponemos las normas que regirán nuestra actividad. Si bien es cierto que, como explicaremos más adelante, exige una gran dedicación, horas y esfuerzo, ser “nuestro propio jefe” nos permite decidir de forma autónoma cuál es el mejor momento para realizar determinada tarea o cuál es el nivel de exigencia a aplicar.
- Sobra decir que este tipo de decisiones han de moverse siempre dentro de los principios de responsabilidad, perseverancia y búsqueda de la excelencia y de la calidad si deseamos el éxito de nuestro negocio. Pero también nos permite poner en marcha nuestras propias ideas y metodologías de trabajo, adaptar la actividad a nuestras necesidades y decidir en qué grado queremos conciliar nuestra vida laboral y familiar.
- Si optamos por emprender junto con otros socios sacrificaremos parte de nuestra autonomía por una mayor capacidad. Si es nuestra decisión debemos ser conscientes de los riesgos que entraña y cuidarnos de no cometer los típicos errores al buscar socio.

3. Satisfacción personal

- Porque, para muchos, nada produce más satisfacción que un trabajo bien hecho, sobre todo si se desarrolla, desde su gestación hasta su ejecución, bajo nuestra propia percepción de cómo debe realizarse.

- Este tipo de satisfacción está relacionada con nuestra puesta en valor como individuos a través del planteamiento y superación de diversos retos, de aplicar de forma productiva e imaginativa nuestras habilidades y de obtener resultados fruto de nuestro esfuerzo, nuestra dedicación y nuestra pasión.

4. Luchar por algo propio

- Muy en la línea de lo anterior, emprender significa poner un proyecto en marcha, especialmente cuando entraña dificultad. emprender es una lucha diaria por superar retos y obstáculos, pero esta batalla se hace mucho más llevadera cuando tiene por objeto la consecución de los objetivos que nosotros mismos nos hemos marcado.
- Pero no sólo están en juego nuestras aspiraciones, sino también el tiempo y el dinero que hemos invertido en nuestro proyecto, los sacrificios realizados para ponerlo en marcha y la posibilidad de legar ese fruto de nuestro esfuerzo a futuras generaciones.

5. Mayores ingresos

- Quizá éste sea uno de los puntos más controvertidos, pero, si nuestro proyecto está bien planteado y finalmente tiene éxito, podemos aspirar a tener mayores ingresos que trabajando por cuenta ajena.
- Si bien es cierto que, en ocasiones, en las etapas iniciales de una empresa los gastos son mayores que los ingresos, por lo que es recomendable contar con un remanente y un plan económico en el que hayamos calculado durante cuánto tiempo podemos “permitirnos” perder dinero antes de empezar a obtener beneficios, una vez llegados a este punto, las posibilidades de incrementar nuestra percepción económica también aumentan y, además, ésta irá en relación con el éxito económico de nuestro proyecto empresarial.

6. Prestigio social

- Poner en marcha y consolidar una empresa que, con su actividad, sea capaz de cubrir necesidades y demandas reales y contribuya a la

mejora del entorno en el que vivimos puede constituirse como una gran fuente de reconocimiento social que, si bien no ha de ser el fin último, puede abrirnos muchas puertas para seguir creciendo y evolucionando tanto profesional como personalmente.

DESVENTAJAS DE EMPRENDER

1. Mayor dedicación

- Cuando ponemos en marcha nuestra propia empresa, debemos saber desde el principio que ésta requerirá muchas horas de esfuerzo y dedicación, sobre todo al principio. Emprender significa, en muchos casos, desarrollar muchas aptitudes y ser capaces de ponerlas en prácticas todas a la vez, esto es, ser “multitarea”.
- Estar al frente de un negocio no significa sólo hacer caja a final de mes, sino que el control y la supervisión de todas las actividades y decisiones que se toman debe ser constante. De hecho, cuando se trata de microempresas, suele ser una sola persona la encargada de desarrollar varias actividades necesarias para el normal funcionamiento del proyecto, por lo que la dedicación es todavía mayor.
- No obstante, tenemos una mayor autonomía para decidir el cuándo y el cómo de cada tarea.

2. Riesgo económico

- Son muchos los factores que determinan el éxito o fracaso económico de nuestro proyecto empresarial, tanto externos, como puede ser un entorno poco favorable, como internos, que pueden derivarse de una mala gestión.
- Como empresarios, los responsables de la viabilidad económica de nuestro proyecto somos nosotros y, en especial, los autónomos y pequeñas empresas, ya que en éstos casos el capital suele provenir de fondos propios o de otras vías de financiación, pero de cuya deuda somos responsables.

- Además, del éxito o fracaso económico del proyecto dependen los beneficios o ingresos que percibamos y, por lo tanto, nuestra forma de subsistencia. También hay que tener en cuenta que los ingresos pueden variar notablemente de un mes a otro, por lo que es recomendable una cuidada planificación económica.
- Incertidumbre

En relación con lo anterior, la incertidumbre con respecto al crecimiento y consolidación de nuestro proyecto empresarial es constante para el emprendedor. Como empresarios o profesionales autónomos, somos los responsables últimos de cada decisión, de cada éxito y de cada fracaso.

3.3. La enseñanza del emprendimiento

En los debates públicos sobre la Formación Profesional y, especialmente, sobre la ESO y el Bachillerato la atención se ha centrado tradicional y básicamente sobre discusiones en torno a materias como la historia, la filosofía o las lenguas, dejando de lado el papel de la enseñanza sobre economía

En el informe sobre la enseñanza de la economía (2013) emitido por el Consejo general de colegios de economistas de España se aborda el problema de la falta de enseñanza de la economía en los ciclos obligatorios.

En la actualidad cualquier estudiante puede concluir su etapa de la educación obligatoria careciendo de conocimientos económicos en el momento en el que podría incorporarse al mercado de trabajo. Este “analfabetismo económico”, tiene importantes consecuencias para las personas y, también, para la sociedad y la economía en su conjunto.

Dentro de Europa, solamente España, Italia y Portugal siguen sin atender debidamente la necesidad de disponer de una enseñanza fuerte y básica en materia económica en el sistema educativo no universitario, sin hacer caso de las recomendaciones de organismos internacionales, y la mayoría de ellos únicamente ofertan enseñanzas post-obligatorias específicas en el ámbito económico.

La enseñanza de Economía y emprendimiento es primordial en la sociedad. Los conocimientos sobre economía no sólo forman a los ciudadanos en su vida privada y social, sino que también preparan a los estudiantes a la hora de afrontar su vida laboral y sus carreras profesionales, con importantes consecuencias para el sistema productivo. Y ello es especialmente importante para un país como España, que se caracteriza por unas de las tasas de paro más elevadas de Europa.

La necesidad de potenciar la actividad emprendedora y el papel central que juegan los emprendedores en el desarrollo económico-empresarial y en la dinamización y la modernización de la sociedad es también reconocida en

todos los ámbitos institucionales. Además su importancia ha hecho que se incluya como uno de los objetivos a conseguir en los grandes proyectos de nuestro país.

España está atravesando por una de las crisis económicas más graves desde la democracia y cabe insistir en la necesidad de potenciar la actividad específica de la emprendimiento y el fomento del espíritu emprendedor, especialmente entre los jóvenes. El desarrollo de capacidades emprendedoras juega en el contexto actual y futuro un papel central en el desarrollo y en la modernización de economías como la española, algo reconocido por todas las instancias de nuestra sociedad como fuente de creación de empleo y riqueza. Ello se ve reflejado en discursos políticos, programas de gobierno, políticas de actuación y acuerdos sociales, que lo consideran fundamental para el impulso del crecimiento económico. No obstante, esta necesidad ampliamente reconocida no se ve respondida en el sistema educativo con las herramientas adecuadas, a través de asignaturas del ramo económico-empresarial, y contrasta con la poca o nula consideración que las enseñanzas en materia de emprendimiento tienen hasta el momento en los currículos educativos de la ESO y del Bachillerato.

En el artículo publicado por Andrés Pedreño (diciembre 2013) se plantea la cuestión de si el emprendimiento puede enseñarse e inculcarse en la sociedad.

¿El emprendedor nace o se hace?

Es posible un porcentaje de emprendedores proceda en su mayoría del ambiente familiar. ¿Sería interesante promover la cultura emprendedora en la educación secundaria?”

La pregunta es muy interesante. Promover la vocación emprendedora en la educación secundaria tiene muchas ventajas. Entre otras, la más inmediata es que ya entrarían en la Formación Profesional o en la Universidad con actitudes y aptitudes muy valiosas.

Por otra parte, para el 30% de adolescentes que no termina la educación secundaria, promover actitudes y competencia emprendedoras puede ser una

estrategia social muy fructífera, especialmente en un país como España donde el paro juvenil alcanza cotas inadmisibles.

Algunas experiencias como la iniciativa “*Be an Entrepreneur*”, impartido por la Fundació Escola Emprenedors en Cataluña con un buen programa de desarrollo de habilidades personales y competencias emprendedoras debería ser objeto de una extensión más generalizada.

En cuanto a la formación de emprendedores fuera del ámbito de Secundaria, Bachillerato, FP y enseñanzas universitarias se está viviendo un Boom de formación de emprendedores en España. Hoy en día, la oferta de programas de formación, tanto presenciales como online, específicos para este colectivo es casi infinita.

En el artículo de la escuela de la organización industrial se comenta la elevada oferta de cursos que responde a la creciente demanda. Noticia del EOI (Escuela de organización Industrial) de septiembre 2013.

Madrid, a 16 de septiembre de 2013. Estamos asistiendo a un cambio de mentalidad en nuestro país hacia la actividad emprendedora. Nuevas iniciativas de apoyo al emprendedor que surgen de manera continúa, programas de televisión, nuevas secciones para emprendedores en periódicos y programas de radio, el uso del término emprendedor en los medios, etc. El cambio de sensibilidad social hacia el emprendedor, es cada día más evidente.

Y no debería de extrañar, ya que el colectivo compuesto por autónomos y microempresas (hasta 9 trabajadores) suma el 95,43% del tejido empresarial nacional tal y como recoge el INE en su estudio anual, lo que sitúa a España a la cabeza de Europa en cuanto al peso de la PYME en el conjunto de la economía. Los datos no dejan lugar a la duda. Según el informe GEM (Global Entrepreneurship Monitor), el informe de actividad emprendedora más reputado del mundo, la intención emprendedora no ha cesado de aumentar en nuestro país desde el año 2009, situándose la tasa de adultos involucrados en el proceso empresarial, durante el pasado año 2012, en el 26,48% de la población adulta.

4. Contextualización del centro objeto de estudio

4.1. Datos y ubicación del centro

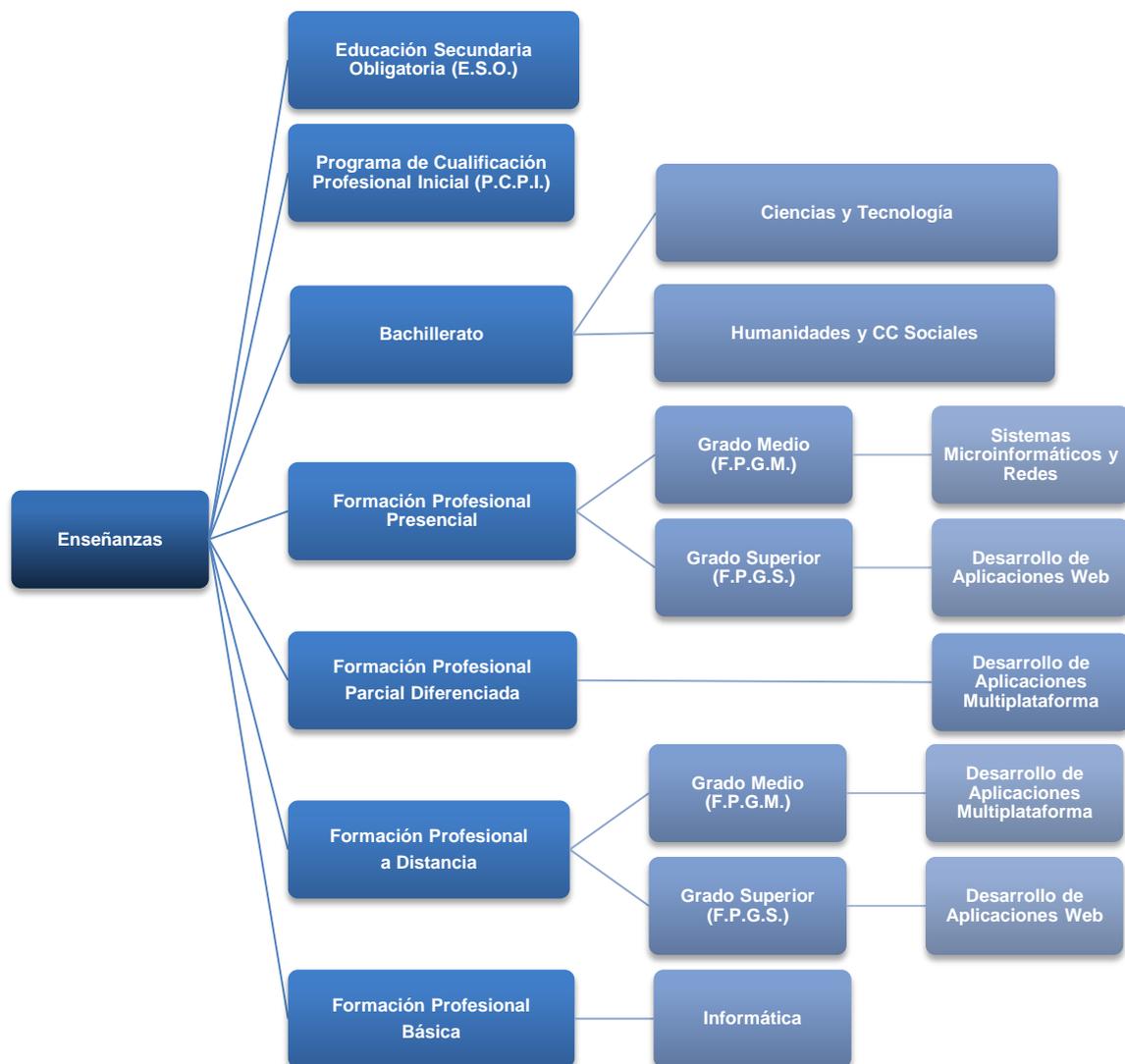
Dirección Postal:	C/Alhambra, 11.CP: 04720
Localidad:	Aguadulce (Roquetas de Mar)
Teléfono:	671 533 257 (secretaria)
Fax:	950 156 746
Correo electrónico:	04700260.verroes@juntadeandalucia.es
Web	http://iesaguadulce.es/

Fuente: Consejería de Educación de la Junta de Andalucía (2015)

El Instituto de Enseñanza Secundaria "Aguadulce" se encuentra situado en Aguadulce, término municipal de Roquetas de Mar, provincia de Almería. Está en una zona equipada de servicios y linda con el C.E.I.P. "Blas Infante" y el I.E.S. "Carlos III".

El I.E.S. "Aguadulce" es un centro educativo polivalente pues en él se imparten diferentes tipos de enseñanzas: E.S.O., Bachillerato, Ciclos Formativos de Grado Medio y Superior, P.C.P.I. y Ciclos de F.P. a Distancia.

4.2. Oferta educativa del centro



4.3. Alumnado del centro

El alumnado de del I.E.S. Aguadulce está formado por más de 1000 alumnos y alumnas inscriptas en la modalidad presencial como a distancia.

Nuestro centro está situado dentro del término municipal de Roquetas de Mar, en la localidad de Aguadulce, zona principalmente residencial y de servicios, con presencia del sector turístico; las familias son de clase media y tienen grandes expectativas en lo que se refiere a la continuidad de sus hijos en estudios post-obligatorios y universitarios.

Las edades del alumnado se encuentran entre 12 y 18 años, para alumnos de ESO, Bachillerato y CFGM, por lo que la mayoría son adolescentes, etapa de sus vidas en que se producen cambios importantes tanto físicos como fisiológicos y psicológicos. El CFGS tiene edades comprendidas entre los 18 y 20 años aunque no es extraño encontrar alumnado que supera esta edad. Respecto a las características cognitivas y psicológicas, en esta etapa sus estructuras mentales cambian del pensamiento concreto al pensamiento abstracto o formal, pero como este cambio no se produce por igual aumenta la heterogeneidad del aula.

5. Metodología

Para poder conocer si el alumnado tiene un grado adecuado de conocimiento sobre el emprendimiento, he decidido utilizar como herramienta el método CANVAS. Esta herramienta **simplifica mucho los pasos para generar un plan de negocio rentable** basado en la **Propuesta de Valor** para los clientes de productos o servicios.

El método CANVAS es una herramienta sencilla, que engloba la mayoría de los conceptos empresariales que se estudian en ambas asignaturas:

- Economía de la Empresa (Bachillerato)
- Empresa e iniciativa emprendedora (FP)

5.1. Método CANVAS

5.1.1 Origen

El creador del Método CANVAS, es el emprendedor suizo Alexander Osterwalder, que ha mostrado con su método, como la estrategia, la innovación y el emprendimiento pueden ser algo simple, práctico y aplicable.

Hoy en día posee una web <https://strategyzer.com/canvas> en la que cualquiera puede utilizar su método para conocer en pocos minutos si una idea, producto o empresa es rentable o no.

También es muy práctico utilizar el lienzo como método de presentación a futuros inversores para obtener financiación.

El método CANVAS nació en 2004 , convirtiéndose una herramienta de diseño de modelos de negocio que mandó a la papelera el viejo Plan de Empresa de 300 páginas para sustituirlo por un sencillo esquema del tamaño de un folio (Torres Menarguez, 2014)

Integrado por **nueve apartados**, se puede resumir en **cuatro pasos**:

1. Conocer al cliente,
2. Identificar qué problemas o necesidades tiene,
3. Definir una solución
4. Saber cuánto estaría dispuesto a pagar por ello.

Osterwalder, doctor por la Universidad de Lausanne, dió a conocer este método con la publicación del libro *Generación de Modelos de Negocio* (Deusto, 2011), coescrito con el profesor belga Ives Pigneur y en el que participaron 470 expertos aportando casos prácticos de empresas reales. Traducido a 30 idiomas y con más de un millón de ejemplares vendidos, el *Canvas* (que en español significa lienzo) ya es utilizado por grandes multinacionales como Ericsson o General Electric

El *Business Model Canvas* transforma el enciclopédico Plan de Negocio en un recuadro dividido en nueve celdas que los emprendedores deben rellenar con *post-its*. El objetivo de Osterwalder es que **la información se pueda cambiar rápida y fácilmente para adaptarse a los continuos cambios del mercado**”



5.1.2 Método

El modelo CANVAS es un sistema novedoso que permite realizar un plan de negocio en menos de 5 minutos de manera rápida y visual. Es la Herramienta perfecta en el campo de Innovación Estratégica. Utilizando este sistema se ahorra mucho tiempo y dinero a la hora de diseñar un producto o servicio. Todo ello reducido al tamaño de un folio A4.

En este esquema se tienen a la vista todos los engranajes que componen una empresa y esto ayuda a mejorar los aspectos de la misma.

Cuándo se quiere crear un modelo de negocio, se suele pensar en horas de planificación y estrategia. Para generar el plan de negocio, se debe de conocer perfectamente el producto o servicio a ofrecer, los beneficios a corto/medio plazo, la estimación de ingresos a obtener y muchos datos más. Lo normal es empezar a redactar con todo detalle cada uno de los apartados y si algo falla, volver a la mesa de planificación y empezar desde cero.

Esta pérdida de tiempo y energía en un plan de negocio que no ha servido para nada puede provocar un desgaste que puede disuadir al emprendedor de elaborar nuevas ideas, productos o servicios.

Utilizando el modelo CANVAS se puede comprobar la viabilidad de una idea en cuestión de minutos o aumentar la eficacia de una empresa ya creada.

5.1.3. Beneficios del método

La cualidad más destacada de este modelo de negocio es el sentido común. Los planes de negocios extensos y complicados a menudo no dan con la clave de lo que puede funcionar en una empresa.

Con este método podemos comprobar que a través de nueve elementos, podemos discernir si una idea es sostenible a la hora de llevarla a cabo.

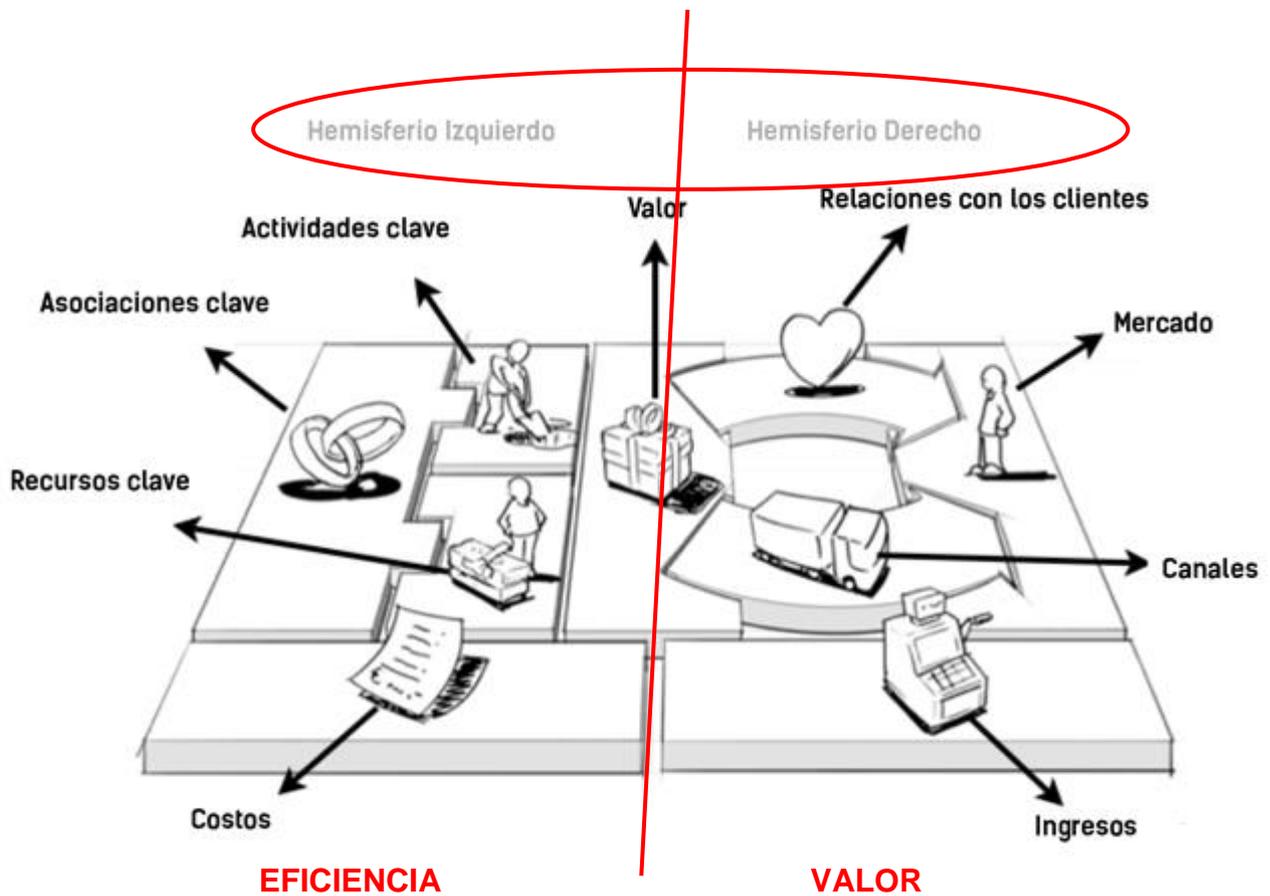
El modelo CANVAS no está destinado ser estático, todo lo contrario, está planteado para realizar todas las modificaciones necesarias sin cambiar todo el plan de negocio. El beneficio de utilizar este sistema permite encontrar fallos y garantizar una **estrategia competitiva** ya que permite visualizar el proceso en una sola página y realizar cambios siempre que sea necesario.

En resumen, existe una comprensión más clara entre productos, clientes y distribución, canales... y las relaciones que hay entre ellos.

Está comprobado que tener a la vista todos los elementos de un plan de negocio hace que sea más fácil su comprensión.

UN LIENZO, DOS HEMISFERIOS

El lienzo CANVAS permite aplicar el sistema de forma visual y rápida. Dejando a la vista todas la piezas que componen el plan de negocio. En Él, me representan los dos hemisferios cerebrales, siendo el derecho el pasional y el izquierdo el analítico y técnico.



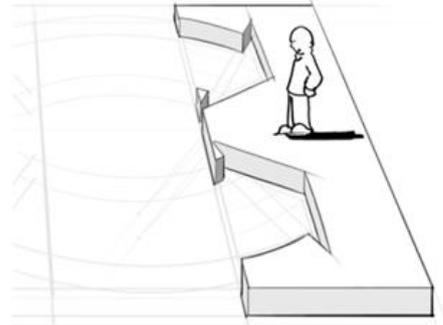
5.1.4. Modelo CANVAS paso a paso

En la web de Javier Mejías (2014), especialista en Estrategia, Start ups y modelos de negocio se explica muy visualmente como ir rellenado este modelo por pasos.

1. SEGMENTO DE CLIENTES

Nuestros clientes son la base de nuestro modelo de negocio, así que deberíamos conocerlos perfectamente: ¿Cuales son nuestros segmentos de clientes más importantes? ¿Nos dirigimos hacia el gran público, el mercado de masas o a un nicho muy concreto? ¿Hay varios segmentos de clientes interrelacionados?

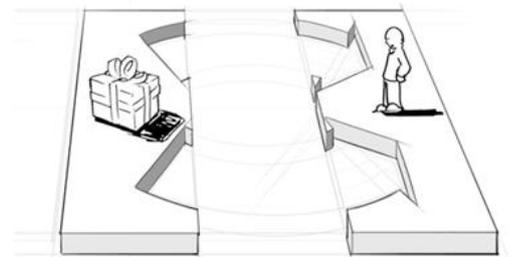
Nuestro *público objetivo* debe estar muy bien especificado. Debemos tener claro qué tipo de personas van a comprar nuestros producto o servicios.



2. PROPUESTA DE VALOR

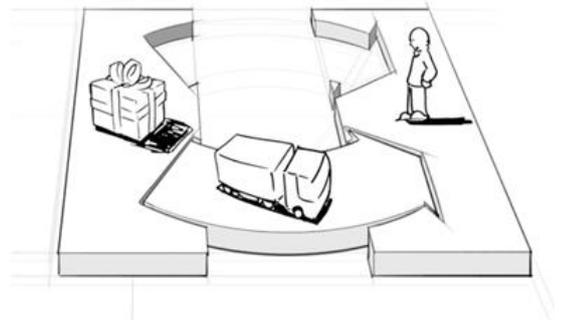
La propuesta de valor habla del problema que solucionamos al cliente y cómo le damos respuesta con los productos o servicios de nuestra empresa. También habla de nuestra estrategia competitiva... ¿precio? ¿Personalización? ¿Ahorro? ¿Diseño?

En esta casilla se detalla las *características que hacen único a nuestro producto*.



3. CANAL

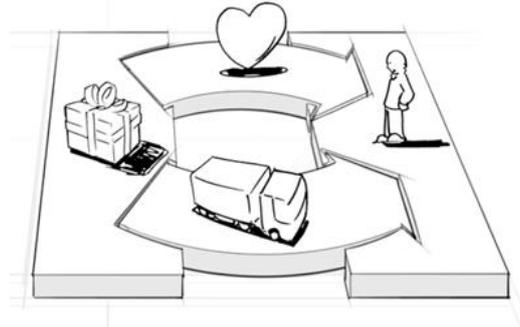
En éste bloque se trata uno de los aspectos clave de cualquier modelo de negocio: ¿cómo vamos a entregar nuestra propuesta de valor a cada segmento de clientes?. El canal es clave, y en base a las decisiones que tomemos en éste punto conformaremos una experiencia de cliente u otra....



4. RELACION CON LOS CLIENTES

Uno de los aspectos más críticos en el éxito de un modelo de negocio, y a la par uno de los más complejos de tangibilizar: ¿qué relación mantendremos con nuestros clientes? ¿Qué va

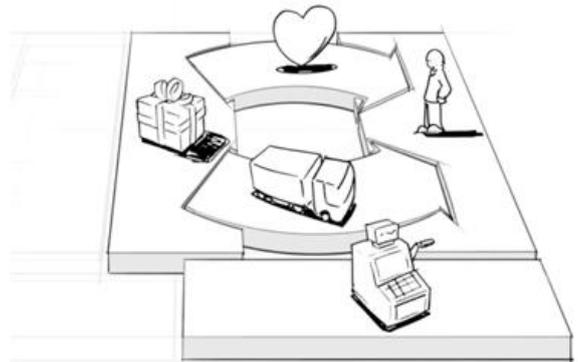
a inspirar nuestra marca en ellos? El diseño de nuestros productos o servicios es clave para que la percepción de nuestros clientes sea la que queremos.



5. FLUJOS O FUENTE DE INGRESOS

¿Cómo van a pagar nuestros clientes? ¿Qué formas de pago son las más usadas por nuestro público objetivo?

Este punto podría resultar a priori bastante obvio, pero sin embargo solemos ser muy conservadores a la hora de diseñar la estrategia de ingresos, donde solemos optar casi siempre por la venta directa... hace tiempo mencionamos algunos ejemplos de modelos de negocios innovadores, donde veíamos que había muchas formas de plantear los ingresos: venta, suscripción, Premium...etc.

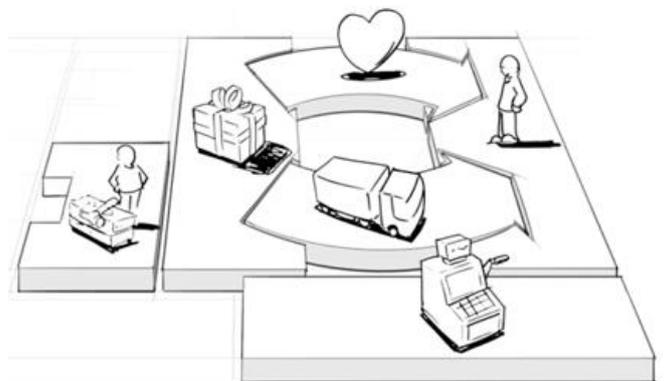


6. RECURSOS CLAVE

Para llevar nuestra propuesta al mercado (cuya estrategia describimos en el lado derecho del modelo de negocio) debemos realizar una serie de actividades (lado izquierdo). Una de las más claras es el hecho de consumir diversos recursos.

En éste apartado se describen los principales recursos necesarios, así como tipo, cantidad e intensidad

Son los *recursos que debemos consumir para desarrollar nuestra actividad.*

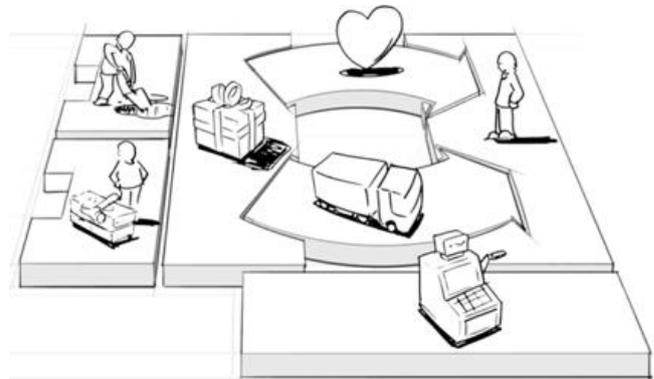


7. ACTIVIDADES CLAVE

Son las acciones que debemos realizar para ofrecer nuestro producto. Por ejemplo distribución, transporte, publicidad... etc.

Para entregar la propuesta de valor debemos llevar una serie de actividades clave internas (son los procesos de producción, marketing...etc.)

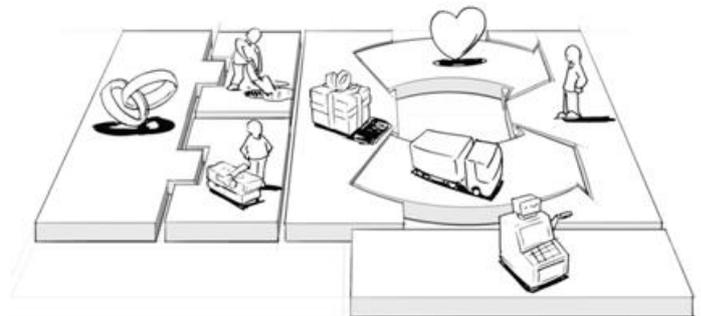
Éstas son las actividades que nos permiten entregar a nuestro cliente la propuesta de valor a través una serie de canales y con un tipo concreto de relaciones.



8. ALIANZAS O SOCIOS CLAVE

Debemos identificar que proveedores son necesarios para llevar acabo nuestra actividad.

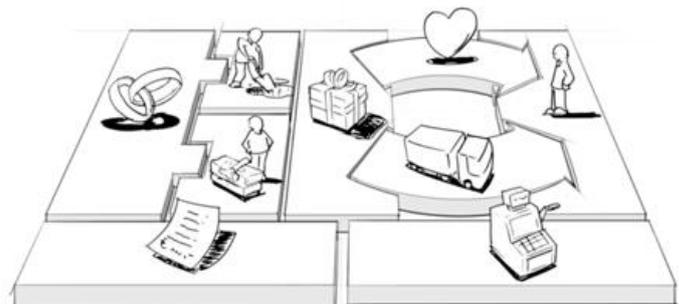
En éste apartado se definen las alianzas necesarias para ejecutar nuestro modelo de negocio con garantías, que complementen nuestras capacidades y potencien nuestra propuesta de valor, optimizando de esa forma los recursos consumidos y reduciendo la incertidumbre

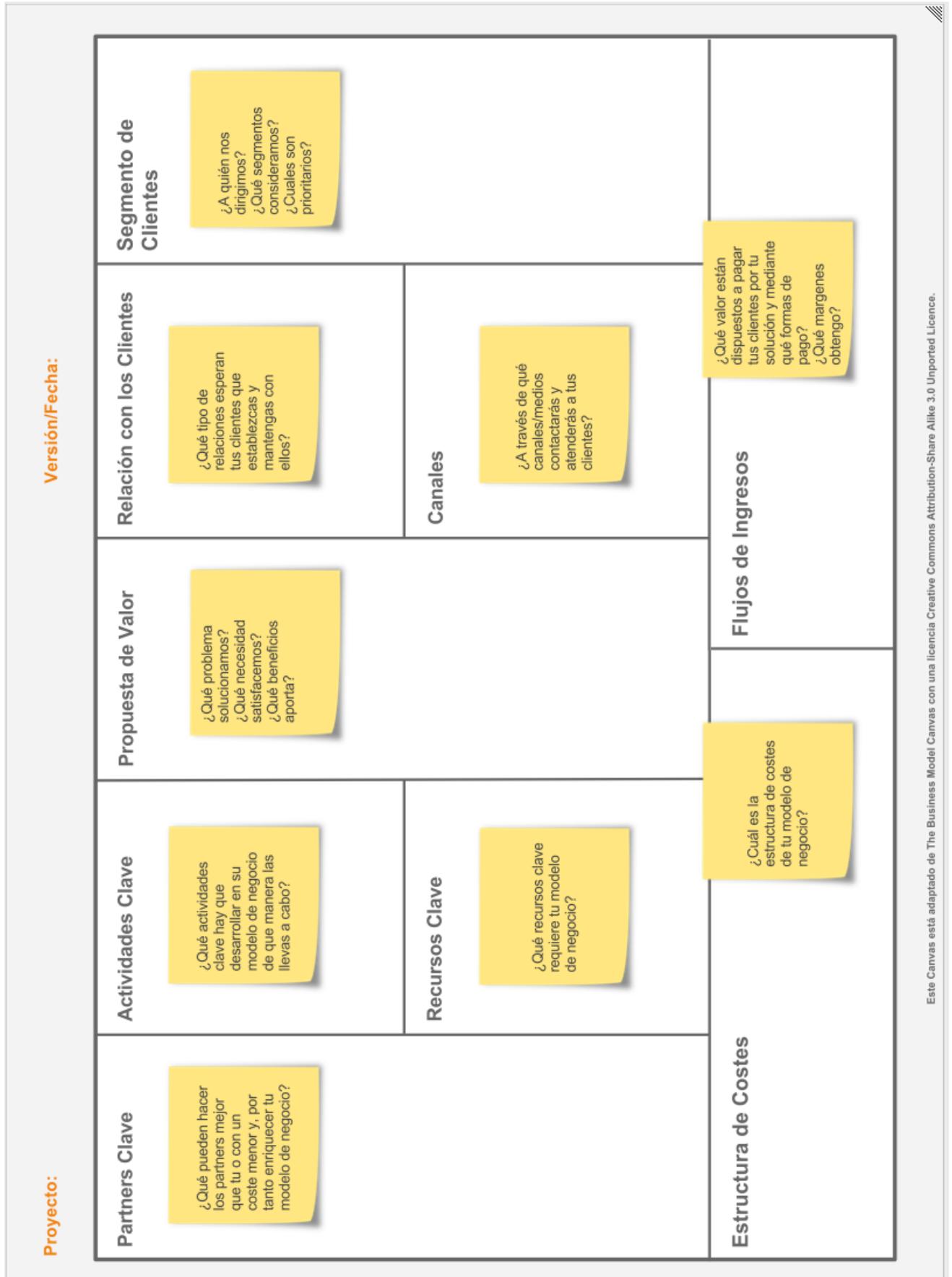


9. ESTRUCTURA DE COSTES

Analizar los costes fijos de nuestra empresa e intentar minimizarlos. El objetivo es hacer un modelo de negocio rentable.

El objetivo es diseñar un modelo de negocio escalable, una de las áreas donde más se puede innovar.





5.2. Encuesta

Se ha realizado una encuesta tanto a alumnos de 2º de Bachillerato como a alumnos de FP de grado superior para recoger información sobre el conocimiento que tienen sobre emprendimiento. La encuesta consta de 13 preguntas directas y cerradas destinadas al alumnado objeto de estudio relacionadas con el mundo de la empresa, nivel sociocultural y perspectivas de empleo. Es una encuesta anónima.

5.2.1 Enfoque Metodológico de la encuesta

He escogido el método CANVAS porque tal y como hemos visto, es un método sencillo que engloba temas básicos que se tratan en las asignaturas de:

- Economía de la Empresa (Bachillerato)
- Empresa e iniciativa emprendedora. (FP)

Los conceptos elementales de una idea de negocio se concentran en este método: la relación con los clientes y proveedores, el valor añadido del producto o servicio que queremos ofrecer al cliente, los canales de distribución o comunicación (proveedores y marketing), así como los flujos de gastos e ingresos derivados de un negocio.

A menudo, un equipo de personas puede generar multitud de ideas alternativas para mejorar situaciones o solucionar problemas, con el objeto de ofrecer un servicio y/o un producto. Tras un “brainstorming” los miembros de un grupo irán ofreciendo ideas y alternativas sin ningún orden.

Con frecuencia, la dificultad principal para resolver un problema no es la falta de ideas o de opciones, sino cómo organizarlas y cuál elegir. Por ello, es importante ordenar las ideas. Una vez ordenadas podremos tomar la decisión de cuál es la idea más acertada, eficaz e innovadora que solucionará el problema, **la Estrategia Final**.

Uno de los retos a los que se enfrenta un emprendedor es plasmar la idea de negocio que tiene en su cabeza de modo que pueda ser entendida. No resulta fácil trasladar inicialmente el proyecto que flota en su cabeza a una realidad tangible, que pueda ser rentable a corto o medio plazo.

La metodología CANVAS soluciona este problema de forma simple y eficaz. Al ser un modelo dinámico podemos probar diversas ideas hasta llegar a la que más nos gusta, la más rentable y realista para llevar a cabo el modelo de negocio. En definitiva, nuestra Estrategia.

5.2.1 Enfoque Socio-Económico de la encuesta

Por otra parte, como el objeto de estudio es únicamente conocer cuál es el nivel de conocimiento (Know-How) sobre el emprendimiento del alumnado de secundaria sin influir en él sobre la cultura emprendedora, se han incluido preguntas “sociales” tales como si sus padres son trabajadores autónomos o no, de modo que podemos conocer si la cultura empresarial se transmite de una generación a otra.

Existen otro tipo de cuestiones que nos pueden dar pistas sobre el punto de vista que tienen los jóvenes frente a la situación económica actual.

En la encuesta les pregunto si se plantean crear su propio puesto de trabajo en estos tiempos de difícil acceso al mercado laboral donde la tasa de paro juvenil ronda más del 50% (Ministerio de empleo y seguridad, 2013) en la comunidad Andaluza. El desempleo juvenil en España es un problema estructural, que se ha visto agravado por la crisis, y que presenta graves consecuencias para la situación presente y futura de los jóvenes españoles y limita el crecimiento potencial de la economía española en el largo plazo.

De este modo, desde el propio gobierno se manifiesta una enorme preocupación respecto al paro juvenil que actualmente se ve agravado por la crisis económica, pero incluso desde el propio Gobierno se admite, tiene un **Componente Estructural** que hay que atajar.

En el informe se cita esta grave problemática:

“Favorecer la inserción de los jóvenes en el ámbito laboral y mejorar su situación dentro del mercado de trabajo son dos de las principales prioridades del Gobierno de España. A día de hoy, de todos los efectos de la crisis económica que estamos atravesando, el desempleo juvenil es uno de los que

más preocupación suscita, toda vez que más de la mitad de los jóvenes menores de 25 años que quieren trabajar no encuentran la oportunidad de hacerlo y casi el 35% de los jóvenes desempleados se encuentran en esta situación desde hace más de un año. Si esta situación no se ataja, se corre el grave riesgo de perder a toda una generación para el empleo y para la participación plena en la sociedad. Aunque es cierto que la crisis ha contribuido a agravar la situación, el acceso al mercado de trabajo de los jóvenes presenta algunos desequilibrios de carácter estructural, como lo demuestra el hecho de que en los años de mayor crecimiento económico la tasa de desempleo joven nunca descendió del 18%. La Estrategia, por tanto, aborda tanto los problemas estructurales del desempleo juvenil como los de índole coyuntural como consecuencia de la actual situación económica.”

Por ello, ha lanzado una estrategia de emprendimiento y empleo joven.

Esta Estrategia se instrumenta con una motivación fundamental: reducir la tasa de desempleo juvenil y abordar las causas estructurales que hacen que sea superior a la de la población general.

Existen numerosos estudios y artículos periodísticos que hablan del problema de paro juvenil que tiene España:

“España vuelve a ser líder del paro juvenil en Europa” El diario.es.

- Es la primera vez desde octubre de 2011 que los jóvenes desempleados españoles superan en tasa a los griegos
- Una cuarta parte de los menores de 25 años desempleados de la zona del euro son españoles
- La tasa de paro juvenil escala hasta el 53,8% y la general al 24,5% en julio

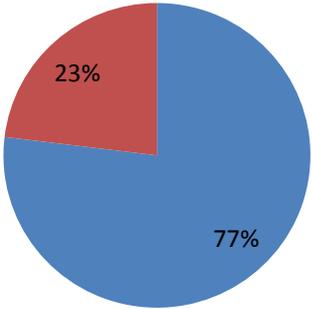
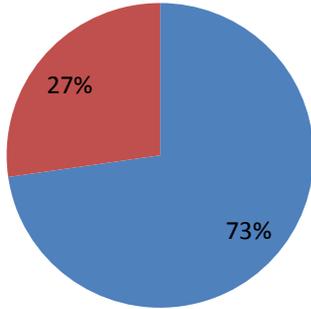
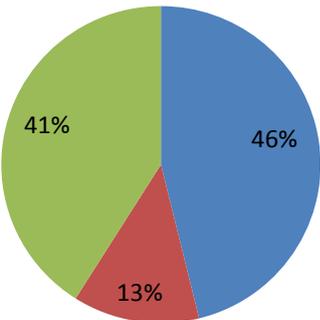
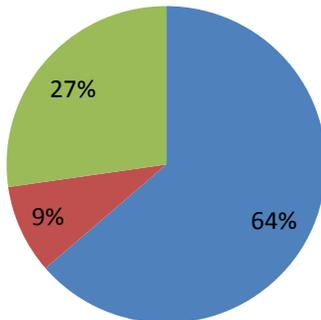
O bien artículos de grandes emprendedores y con un elevado conocimiento del marketing que tratan que mover conciencias e impulsar tanto al mercado laboral juvenil como al más maduro a tomar las riendas de su propio futuro:

EMPRENDER, utilizar nuestros recursos, nuestros conocimientos y nuestra experiencia de una forma aplicada. Como bien podemos leer en el artículo del publicista Risto Mejide (2014) **“No Busques Trabajo”** El periódico.com

“No utilices el verbo buscar. Utiliza el verbo crear. Utiliza el verbo reinventar. Utiliza el verbo fabricar. Utiliza el verbo reciclar. Son más difíciles, sí, pero lo mismo ocurre con todo lo que se hace real. Que se complica.

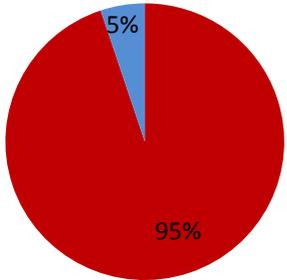
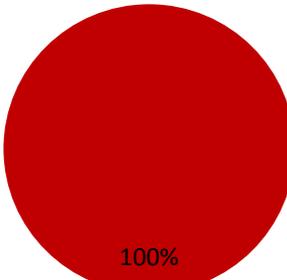
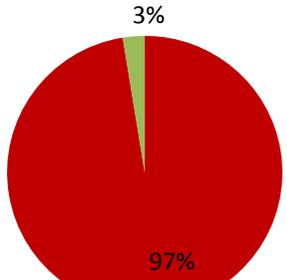
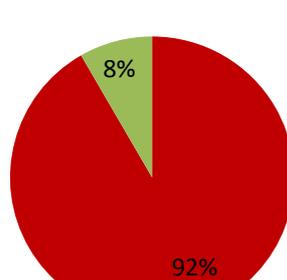
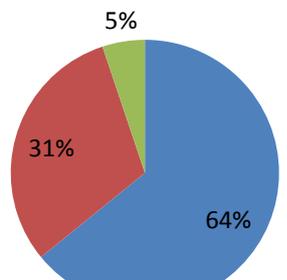
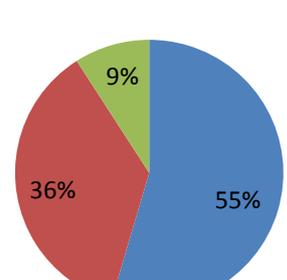
Da igual que te vistas de autónomo, de empresario o de empleado. Por si aún no lo has notado, ha llegado el momento de las empresas de uno. Tú eres tu director general, tu presidente, tu director de marketing y tu recepcionista. La única empresa de la que no te podrán despedir jamás. Y tu departamento de I+D (eso que tienes sobre los hombros) hace tiempo que tiene sobre la mesa el encargo más difícil de todos los tiempos desde que el hombre es hombre: diseñar tu propia vida.”

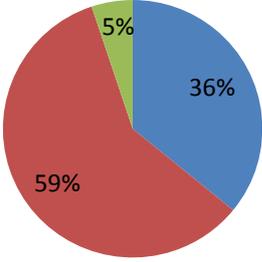
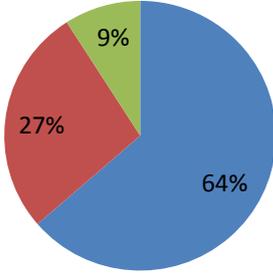
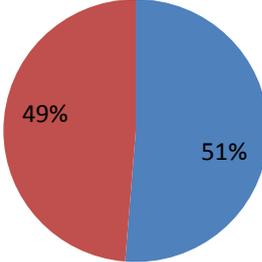
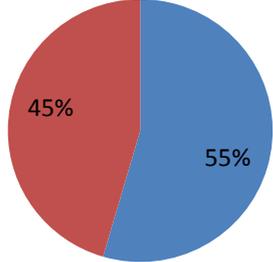
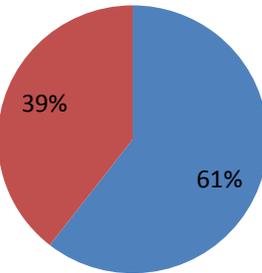
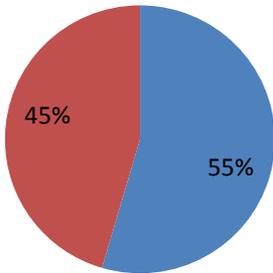
6. Resultados y análisis de la Investigación. Tabla comparativa.

1. Tus padres, son trabajadores por...																	
 Cuenta ajena	 Cuenta propia																
<i>Gráfico 1.1. Grupo Bachiller</i>	<i>Gráfico 1.2. Grupo FP</i>																
 <table border="1"> <caption>Gráfico 1.1. Grupo Bachiller</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cuenta ajena</td> <td>77%</td> </tr> <tr> <td>Cuenta propia</td> <td>23%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Cuenta ajena	77%	Cuenta propia	23%	 <table border="1"> <caption>Gráfico 1.2. Grupo FP</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Cuenta ajena</td> <td>73%</td> </tr> <tr> <td>Cuenta propia</td> <td>27%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Cuenta ajena	73%	Cuenta propia	27%				
Categoría	Porcentaje																
Cuenta ajena	77%																
Cuenta propia	23%																
Categoría	Porcentaje																
Cuenta ajena	73%																
Cuenta propia	27%																
<p>Ambos grupos de alumnado presentan valores similares, cercanos al 25%, pertenecen a familias de trabajadores autónomos. Esto podría estar relacionado con el entorno social del IES Aguadulce, donde parte de los padres del alumnado se dedican a la agricultura, construcción, empresariado y comerciantes, profesiones típicamente de cuenta propia.</p>																	
2. Tras finalizar tus estudios. ¿Qué probabilidades de encontrar empleo crees que tienes?																	
 Pocas	 lo normal	 Muchas															
<i>Gráfico 2.1. Grupo Bachiller</i>	<i>Gráfico 2.2. Grupo FP</i>																
 <table border="1"> <caption>Gráfico 2.1. Grupo Bachiller</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pocas</td> <td>46%</td> </tr> <tr> <td>Muchas</td> <td>41%</td> </tr> <tr> <td>lo normal</td> <td>13%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Pocas	46%	Muchas	41%	lo normal	13%	 <table border="1"> <caption>Gráfico 2.2. Grupo FP</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pocas</td> <td>64%</td> </tr> <tr> <td>Muchas</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>lo normal</td> <td>9%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Pocas	64%	Muchas	27%	lo normal	9%
Categoría	Porcentaje																
Pocas	46%																
Muchas	41%																
lo normal	13%																
Categoría	Porcentaje																
Pocas	64%																
Muchas	27%																
lo normal	9%																
<p>El alumnado de FP presenta un punto de vista mas pesimista en la posibilidad de conseguir un empleo por cuenta ajena que el alumnado de Bachiller. Principalmente se puede deber estos resultados a que parte del alumnado de FP tiene experiencia laboral. Además el alumnado de Bachiller esta mas centrado en la continuación de estudios a largo plazo que el alumnado de FP.</p>																	

3. ¿Alguna vez te has planteado crear tu propio puesto de trabajo?													
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si													
Gráfico 3.1. Grupo Bachiller	Gráfico 3.2. Grupo FP												
<table border="1"> <caption>Gráfico 3.1. Grupo Bachiller</caption> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>No</td><td>33%</td></tr> <tr><td>Si</td><td>67%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	No	33%	Si	67%	<table border="1"> <caption>Gráfico 3.2. Grupo FP</caption> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>No</td><td>27%</td></tr> <tr><td>Si</td><td>73%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	No	27%	Si	73%
Respuesta	Porcentaje												
No	33%												
Si	67%												
Respuesta	Porcentaje												
No	27%												
Si	73%												
<p>En este apartado no se presenta una diferencia significativa entre los grupos, aunque se puede apreciar una leve inclinación y mas positivismo hacia la idea de emprendimiento en el grupo de alumnado de FP.</p>													
4. Crear tu propia empresa tiene más...													
<input type="checkbox"/> Inconvenientes <input type="checkbox"/> Ventajas													
Gráfico 4.1. Grupo Bachiller	Gráfico 4.2. Grupo FP												
<table border="1"> <caption>Gráfico 4.1. Grupo Bachiller</caption> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Inconvenientes</td><td>56%</td></tr> <tr><td>Ventajas</td><td>44%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Inconvenientes	56%	Ventajas	44%	<table border="1"> <caption>Gráfico 4.2. Grupo FP</caption> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>Inconvenientes</td><td>36%</td></tr> <tr><td>Ventajas</td><td>64%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	Inconvenientes	36%	Ventajas	64%
Respuesta	Porcentaje												
Inconvenientes	56%												
Ventajas	44%												
Respuesta	Porcentaje												
Inconvenientes	36%												
Ventajas	64%												
<p>En este ítem, el alumnado de FP es mas propenso a ver menos inconvenientes a la hora de formar una empresa.</p>													
5. ¿Sabrías por dónde empezar para montar tu propio negocio?													
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si													
Gráfico 5.1. Grupo Bachiller	Gráfico 5.2. Grupo FP												
<table border="1"> <caption>Gráfico 5.1. Grupo Bachiller</caption> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>No</td><td>44%</td></tr> <tr><td>Si</td><td>56%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	No	44%	Si	56%	<table border="1"> <caption>Gráfico 5.2. Grupo FP</caption> <tr><th>Respuesta</th><th>Porcentaje</th></tr> <tr><td>No</td><td>30%</td></tr> <tr><td>Si</td><td>70%</td></tr> </table>	Respuesta	Porcentaje	No	30%	Si	70%
Respuesta	Porcentaje												
No	44%												
Si	56%												
Respuesta	Porcentaje												
No	30%												
Si	70%												
<p>El alumnado de FP se siente más capacitado para emprender su propio negocio.</p>													

6. ¿Conoces el método CANVAS?	
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si	
Gráfico 6.1. Grupo Bachiller	Gráfico 6.2. Grupo FP
<p>0%</p> <p>100%</p>	<p>27%</p> <p>73%</p>
<p>En ambos grupos en concepto de modelo de negocio CANVAS no se contempla en el currículo de enseñanzas mínimas. Aunque en el alumnado de FP, el profesorado del IES Aguadulce hace una introducción a esta herramienta, pero no realizaron ninguna actividad práctica al respecto.</p>	
7. ¿Sabes lo que es un estudio de mercado?	
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si	
Gráfico 7.1. Grupo Bachiller	Gráfico 7.2. Grupo FP
<p>100%</p>	<p>9%</p> <p>91%</p>
<p>Ambos grupos presentan un alto nivel de conocimiento sobre estudio de mercado. En el grupo de Bachiller el concepto de estudio de mercado se había impartido recientemente.</p>	

8. ¿Sabes para que sirve el marketing?	
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si	
<i>Gráfico 8.1. Grupo Bachiller</i>	<i>Gráfico 8.2. Grupo FP</i>
	
<p>En este apartado, las diferencias entre ambos grupos apenas son significativas, esto puede ser debido a que tanto en la asignatura de Economía de la empresa (Bachiller) como en Empresa e iniciativa emprendedora, son conceptos recogidos en el currículo de ambas enseñanzas.</p>	
9. El logotipo de una empresa, ¿es necesario para vender bien?	
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> Da igual	
<i>Gráfico 9.1. Grupo Bachiller</i>	<i>Gráfico 9.2. Grupo FP</i>
	
<p>En ambos grupos no se presentan diferencias significativas al respecto.</p>	
10. Que es más importante para la empresa, ¿el proveedor o el cliente?	
<input type="checkbox"/> Ambos <input type="checkbox"/> El cliente <input type="checkbox"/> El proveedor	
<i>Gráfico 10.1. Grupo Bachiller</i>	<i>Gráfico 10.2. Grupo FP</i>
	
<p>El grupo de Bachiller tiene una idea menos acertada del punto de vista del empresario. En cambio el grupo de FP se acerca más a la respuesta correcta. Esto puede ser debido a que el alumnado de Bachiller se identifica más con el punto de vista del cliente.</p>	

11. Un buen producto a buen precio, ¿se vende por si solo?	
 No	 Si
 No lo se	
<i>Gráfico 11.1. Grupo Bachiller</i>	<i>Gráfico 11.2. Grupo FP</i>
	
<p>Se puede reiterar que el grupo de Bachiller sigue con el punto de vista del cliente, fijándose únicamente en el producto final. En cambio el grupo de FP se acerca más a la respuesta correcta porque tiene en cuenta conceptos de canal de distribución, marketing, etc.</p>	
12. ¿Sabes lo que es el canal de comunicación de un negocio?	
 No	 Si
<i>Gráfico 12.1. Grupo Bachiller</i>	<i>Gráfico 12.2. Grupo FP</i>
	
<p>No se aprecian diferencias significativas entre los dos grupos.</p>	
13. ¿Sabes lo que es el canal de venta de un negocio?	
 No	 Si
<i>Gráfico 13.1. Grupo Bachiller</i>	<i>Gráfico 13.2. Grupo FP</i>
	
<p>No se aprecian diferencias significativas entre los dos grupos. Ligeramente se puede apreciar que el grupo de FP tiene mejores resultados en este ítem, constatando que la respuesta sobre si un buen producto a buen precio se vende solo, lleva un trabajo de trabajo adicional de venta, distribución y marketing.</p>	

7. Conclusiones

Tras el análisis de los resultados, no se aprecian diferencias significativas sobre el know-how del emprendimiento entre alumnos de Bachiller y alumnos de FP.

Si se puede valorar que el alumnado de FP parece estar más en contacto con la realidad social y empresarial que el alumnado de bachiller, especialmente en temas relacionados con el empresario ya que parece valorar el marketing, los canales comunicación, venta y distribución desde el punto de vista de un empresario. Por el contrario los alumnos de Bachillerato, tienen a tener un punto de vista casi exclusivamente del cliente que les dejaría bastante expuestos si quisieran tener una idea más global de cómo iniciarse en el mundo de la empresa.

Uno de los objetivos que se pretende analizar con la encuesta, es conocer si la cultura empresarial se transmite de una generación a otra. El alumnado objeto de estudio proviene de familias empleadas por cuenta ajena en su mayoría. (70%). Tanto en alumnos de Bachiller como de FP el porcentaje es idéntico. Curiosamente, cuando a alumnado se le preguntó sobre si se han planteado crear su propio puesto de trabajo, el porcentaje de respuesta afirmativa coincide exactamente con el porcentaje de alumnos con familiares empleados por cuenta propia (30%) de modo que si se confirma que la cultura empresaria se transmite por generaciones

Ambos grupos tanto Bachiller como FP tienen nociones básicas de economía de la empresa, pero parecen conocer estos términos de forma individualizada, sin interrelacionar cada uno de ellos para unificarlo en un proyecto de negocio. Es por ello que en ambas asignaturas sería de gran utilidad que se explicara el método CANVAS desde un punto de vista práctico de modo que los alumnos podrían ir probando las diversas ideas de negocio sobre el lienzo y así ver la utilidad que tiene el mismo tanto para centrarse el mercado, diferenciar el producto y comercializarlo de forma

eficiente como para poder presentar el proyecto y conseguir financiación (ya sea bancaria o a través de socios inversores)

Podemos confirmar la Hipótesis inicial “Los alumnos de FP están mejor preparados y poseen un conocimiento más práctico de emprendimiento que los alumnos de 2º de Bachillerato” aunque la diferencia no es tan significativa como se esperaba en el punto de partida. Esto puede ser debido a que el alumnado de FP parece estar al menos más cerca en el tiempo de buscar o crear un empleo que el de Bachiller, más centrado en continuar con sus estudios en la universidad.

España, no es un país que facilite las cosas para poder emprender, aunque en los últimos 3 años si que se están organizando muchos cursos de formación, foros y ferias desde el entorno privado cuyo principal consumidor es el propio emprendedor que no quiere verse desplazado por el mercado. Es por ello, que desde la ESO, sería recomendable ir insertando una formación para incentivar la cultura empresarial. Es interesante iniciar una formación básica en economía en el sistema educativo no universitario, tanto en los estudios de Primaria, como en Secundaria y Bachillerato porque resultan imprescindibles en la actualidad. El sistema educativo español presenta importantes deficiencias al respecto. La carencia y las debilidades de esta formación por parte de la mayoría de los ciudadanos está en el origen de algunos comportamientos que hoy son un elemento más de las causas de la gravedad y profundidad de la crisis (aceptación de hipotecas por importes superiores a la capacidad de pago, suscripción de productos financieros recomendados por las entidades financieras sobre los que no se conocían sus posibles efectos, etc.)

8. Bibliografía y webgrafía

- Arciniegas, C. M. A. y Builes, E. C. (2011). La educación para el emprendimiento y empresarismo virtual: potencialidades. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (32), 1. Disponible en:
<http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3417963.pdf> (Consulta: 27/ Mayo/ 2014).
- BOE (2007). Real Decreto 1467/2007, de 2 de noviembre, por el que se establece la estructura del bachillerato y se fijan sus enseñanzas mínimas. *Ministerio de la Presidencia*. Disponible en:
<http://www.boe.es/boe/dias/2007/11/06/pdfs/A45381-45477.pdf>
(Consulta: 29/ Mayo/2014).
- BOE (2010). Real Decreto 686/2010, de 20 de mayo, por el que se establece el título de Técnico Superior en Desarrollo de Aplicaciones Web y se fijan sus enseñanzas mínimas *Ministerio de la Presidencia*. Disponible en:
<http://www.boe.es/boe/dias/2010/06/12/pdfs/BOE-A-2010-9269.pdf>
(Consulta: 21/ Mayo/2014).
- Club Ruta al 2020 (2013). El boom de la formación para emprendedores en España *Diario crítico.com* Disponible en:
<http://www.eoi.es/es/noticias/14974/el-boom-de-la-formacion-para-emprendedores-en-espana-i-foro-quiero-formacion-para> (Consulta Mayo/ 2015).
- Consejería de Educación de la Junta de Andalucía (2008). Orden de 5 de agosto de 2008, por la que se desarrolla el currículo correspondiente al Bachillerato en Andalucía. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 169. Disponible en:
http://www.juntadeandalucia.es/educacion/portal/com/bin/Contenidos/OEE/ordenacion/Orden_Curriculo_Bachillerato/1220265787283_orden_bachillerato.pdf (Consulta: 21/ Mayo/2014).
- Consejería de Educación de la Junta de Andalucía (2011). Orden de 16 de junio de 2011, por la que se establecen las enseñanzas correspondientes al Título de Formación Profesional de Técnico Superior en Desarrollo de web en la Comunidad Autónoma de Andalucía. *Boletín Oficial de la Junta de Andalucía*, 149. Disponible en:
<http://www.juntadeandalucia.es/boja/2011/149/23> (Consulta Mayo/2015)
- Consejería de Educación de la Junta de Andalucía (2015). Portal web del IES Aguadulce. Disponible en:
<http://www.juntadeandalucia.es/averroes/centros-tic/04700260/helvia/sitio/>
(Consulta: 21/ Mayo/2014).
- Consejo General de colegios de Economistas. (2013). Enseñanza de la Economía, un pilar fundamental del sistema educativo no universitario.

Disponible en: http://www.webeconomia.com/files/informe_oeecgcee_ensenanza_economia_26-02-13.pdf (Consulta Abril/2015)

El diario.es (2014). España vuelve a ser líder del paro juvenil en Europa. *El Diario.es*. Disponible en http://www.eldiario.es/economia/paro-zona-del-euro-Eurostat-desempleo-juvenil_0_297470427.html (Consulta Mayo/2015).

Infoautónomos (2013). Cómo hacerse autónomo: Pasos a seguir para emprender. *Infoautónomos.com*. Disponible en: <http://www.infoautonomos.com/hacerse-autonomo/>(Consulta mayo/2015).

Infoautónomos (2013). Ventajas y desventajas de ser emprendedor. *Infoautónomos.com*. Disponible en: <http://www.infoautonomos.com/hacerse-autonomo/ser-o-no-autonomo/ventajas-y-desventajas-de-ser-emprendedor/> (Consulta mayo/2015).

Jimenez, M. (2012). Crear una empresa en España es más difícil que en Zambia. *El País. (versión digital)* Disponible en: http://economia.elpais.com/economia/2012/10/22/actualidad/1350930007_195158.html (Consulta: Abril 2015) .

Mejías, J. (2011). “Herramientas: El lienzo de modelo de Negocios” Disponible en <http://javiermegias.com/> (Consulta: Abril/2014).

Mejide, R (2014). No busques trabajo. *El Periódico.com* Disponible en: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/opinion/busques-trabajo-2394122#> (Consulta Diciembre/ 2014).

Ministerio de empleo y seguridad social (2013). Informe “Estrategia de emprendimiento y Empleo Joven 2013/2016”. Disponible en: <http://www.empleo.gob.es/es/estrategia-empleo-joven/> (Consulta: Mayo 2014).

Ministerio de Industria, energía y turismo. Secretaría General Técnica. Subdirección General de Desarrollo normativo, informes y publicaciones. “Retrato de las Pyme 2014” (2014). Disponible en:

http://www.ipyme.org/Publicaciones/Retrato_PYME_2014.pdf (Consulta: Mayo/2014).

Osterwalder, A. (2004). Modelo de Negocios CANVAS, lienzo de modelo de negocios. Disponible en <https://strategyzer.com/canvas> (Consulta Mayo/2015).

Pedreño A. (2013). ¿Es importante promover la cultura emprendedora en la educación. *Unimooc.com*. Disponible en: <http://unimooc.com/es-importante-promover-la-cultura-emprendedora-en-la-educacion/> (Consulta mayo/ 2015).

Porras, J.A. y Oliveras G. (2013). Revista FIR, FAEDPYME International Review // *Probabilidades de éxito para la creación de empresas: Implicancias sobre la educación emprendedora* Vol. 2 N° 4, julio - diciembre de 2013 (Consulta: Junio/2015). Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19s1/19s1a07.pdf> (Consulta Junio/2015).

Pymes y Autónomos. (2015). España, uno de los países más caros para ser autónomo. *Revista online Pymes y autónomos*. Disponible en: <http://www.pymesyautonomos.com/fiscalidad-y-contabilidad/espana-uno-de-los-paises-mas-caros-para-ser-autonomo> (Consulta Abril/2015).

Rojas, P. (2010). Emprender en España todo un desafío colmado de obstáculos. *Revista digital Excite*. Disponible en: <http://finanzas.excite.es/emprender-en-espana-todo-un-desafio-colmado-de-obstaculos.html> (Consulta Abril/2015).

Spain Startup (2014). Mapa del emprendimiento 2014. *The south Summit*. Disponible en: http://spain-startup.com/wp-content/uploads/2014/07/infografia_mapa_emprendimiento_2014.pdf (Consulta Abril/2015).

Torres Menarguez, A. (2014). Un negocio en un folio. *El País digital, sección de Economía*, 25/11/2014. Disponible en: http://economia.elpais.com/economia/2014/11/24/actualidad/1416832996_039554.html (Consulta: 29/ Mayo/2014).

Anexos

Anexo I: modelo de encuesta

know How del emprendimiento

***Obligatorio**

1. **Tus padres, son trabajadores por...** * Marca solo un óvalo.

- Cuenta Propia
 Cuenta Ajena

2. **¿Alguna vez te has planteado crear tu propio puesto de trabajo?** * Marca solo un óvalo.

- Si
 No

3. **Tras finalizar tus estudios. ¿Qué probabilidades de encontrar empleo crees que tienes?** *

Marca solo un óvalo.

- Muchas
 Lo normal
 Pocas

4. **Crear tu propia empresa tiene más...** * Marca solo un óvalo.

- Ventajas
 Inconvenientes

5. **¿Sabrías por dónde empezar para montar tu propio negocio?** * Marca solo un óvalo.

- Si
 No

6. **¿Conoces el método CANVAS?** * Marca solo un óvalo.

- No
 Sí

7. **¿Sabes lo que es un estudio de mercado?** * Marca solo un óvalo.

- Si
 NO

8. **¿Sabes para que sirve el marketing?** * Marca solo un óvalo.

- Si
 No

9. **El logotipo de una empresa, ¿es necesario para vender bien?** * Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 Da Igual

10. **Que es más importante para la empresa, ¿el proveedor o el cliente?** * Marca solo un óvalo.

- El Proveedor
 El cliente
 Ambos

11. **Un buen producto a buen precio, ¿se vende por si solo?** * Marca solo un óvalo.

- Si
 No
 No lo se

12. **¿Sabes lo que es el canal de comunicación de un negocio?** * Marca solo un óvalo.

- Si
 No

13. **¿Sabes lo que es el canal de venta de un negocio?** * Marca solo un óvalo.

- Si
 No

14. **Estoy estudiando** * Marca solo un óvalo.

- FP
 Bachillerato
 Otro

Anexo II: Lienzo de modelo de negocios-CANVAS
(En hoja aparte)

Lienzo De Modelo De Negocios

Et:

Iteración:

Diseñado para:

Diseñado por:

<p>Socios Clave</p> <p>¿Quiénes son nuestras socios clave? ¿Quiénes son nuestros proveedores clave? ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestras socios clave? ¿Qué actividades realizan nuestros socios clave?</p> <p><small>Nombre del socio Dirección del socio Teléfono del socio Correo electrónico del socio</small></p>	<p>Actividades Clave</p> <p>¿Qué actividades clave requieren nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales? ¿Nuestros relaciones con los clientes? ¿Nuestros flujos de ingresos?</p> <p><small>Nombre de la actividad Descripción de la actividad Requisitos de la actividad Recursos de la actividad</small></p>	<p>Propuesta de Valor</p> <p>¿Qué valor estamos entregando a los clientes? ¿Cuál problema estamos ayudando a resolver? ¿Qué necesidades estamos satisfaciendo? ¿Cómo se integra con el resto de nuestro modelo de negocio?</p> <p><small>Nombre de la propuesta de valor Descripción de la propuesta de valor Beneficios de la propuesta de valor Requisitos de la propuesta de valor</small></p>	<p>Relación con Clientes</p> <p>¿Cómo se relaciona con los clientes? ¿Qué canales utilizamos para interactuar con los clientes? ¿Cómo se integra con el resto de nuestro modelo de negocio?</p> <p><small>Nombre de la relación con clientes Descripción de la relación con clientes Beneficios de la relación con clientes Requisitos de la relación con clientes</small></p>
<p>Segmentos De Clientes</p> <p>¿Para qué segmentos de clientes creamos valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?</p> <p><small>Nombre del segmento de clientes Descripción del segmento de clientes Beneficios del segmento de clientes Requisitos del segmento de clientes</small></p>	<p>Canales</p> <p>¿A través de qué canales nuestros segmentos de clientes se relacionan con nosotros? ¿Cómo los estamos alcanzando ahora? ¿Cómo están integrados nuestros canales? ¿Cuáles Funciones (logos) necesitamos? ¿Cómo podemos integrarnos a las rutinas de nuestros clientes?</p> <p><small>Nombre del canal Descripción del canal Beneficios del canal Requisitos del canal</small></p>	<p>Fuente De Ingresos</p> <p>¿Por qué valor nuestros clientes están dispuestos a pagar? ¿Adelantamiento por qué se paga? ¿Cómo preferimos pagar? ¿Cómo afecta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?</p> <p><small>Nombre de la fuente de ingresos Descripción de la fuente de ingresos Beneficios de la fuente de ingresos Requisitos de la fuente de ingresos</small></p>	
<p>Estructura De Costos</p> <p>¿Cuáles son los costos más importantes en nuestro modelo de negocio? ¿Cuáles recursos clave son los más costosos? ¿Qué actividades clave son los más costosas? ¿Nuestros socios clave son los más costosos?</p> <p><small>Nombre de la estructura de costos Descripción de la estructura de costos Beneficios de la estructura de costos Requisitos de la estructura de costos</small></p>		<p>Recursos Clave</p> <p>¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Nuestros canales? ¿Nuestros relaciones con los clientes? ¿Nuestros flujos de ingresos?</p> <p><small>Nombre de los recursos clave Descripción de los recursos clave Beneficios de los recursos clave Requisitos de los recursos clave</small></p>	

HTTP://TRABAJARDEDECASASI.COM
FACEBOOK.COM/TRABAJARDEDECASASI