eman ta zabal zazu

Universidad del País Vasco — Euskal Herriko Unibertsitatea

IV Jornadas de Educación para la Sostenibilidad de Euskadi "Educación y sostenibilidad hacia el futuro"
26-28/11/2015 BILBAO

Responsabilidad de los medios de comunicacion en el fomento sostenible de la imagen social de la persona emprendedora

GABANTXO-URIAGEREKA, M. ; SAIZ SANTOS, M.; ARAUJO DE LA MATA, A. y HOYOS IRUARRIZAGA, J.
Universidad del País Vasco (UPV/EHU)
http://www.ehu.eus/ieae/mbae3

INTRODUCCIÓN

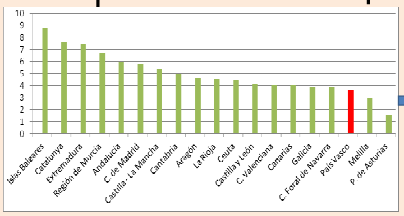
La Comunidad Autónoma Vasca ocupa la última posición en creación de empresas de la Unión Europea (GEM CAPV 2014. Guerrero et al, 2015). Sólo el 3,65% de la población potencialmente activa está inmersa en un proyecto emprendedor. La persona emprendedora vasca tiene estudios superiores en el 52,3% de los casos y una edad media relativamente avanzada, 41 años. Por tanto, parece necesario realizar esfuerzos para potenciar el espíritu emprendedor en el ámbito educativo en edades más tempranas. De otra manera, el sostenimiento del Estado del Bienestar derivado de la capacidad competitiva tradicional del empresariado vasco, es cuestionable.

El objetivo de esta comunicación es mostrar la imagen social de la persona emprendedora en nuestro entorno y la relevancia de los medios de comunicación en la generación de dicha imagen social del colectivo emprendedor.

EVIDENCIAS Y RESULTADOS

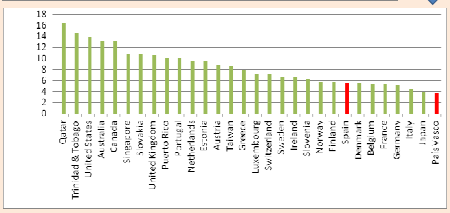
TEA CAPV 2014
% sobre población de 18-64 años
3,65 %

% de personas emprendedoras **potenciales** (intención de emprender en los próximos 3 años)	% de personas emprendedoras con **empresas nacientes** (pago de salarios no excede los 3 meses)	% de personas emprendedoras con **nuevas empresas** (pago de salarios por un periodo entre 3 y 42 meses)	% de personas emprendedoras con empresas **consolidadas** (pago de salarios por un periodo superior a 42 meses)
5,42%	1,79 %	1,89 %	7,99%

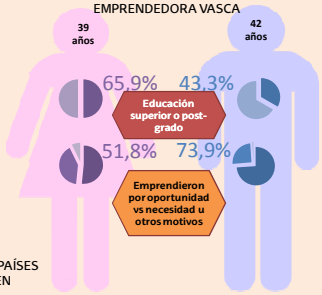


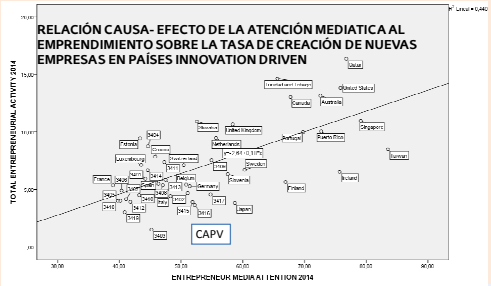
COMPARATIVA REGIONAL

COMPARATIVA INTERNACIONAL PAÍSES INOVATION DRIVEN



PERFIL PERSONA EMPRENDEDORA VASCA

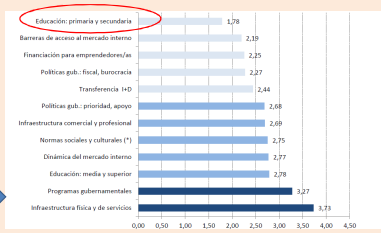




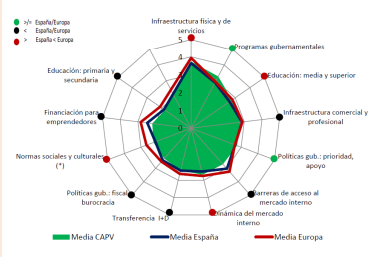
Correlación de Pearson = 0,664 Sig. (bilateral) = 0,000 R2 lineal = 0,440, N=45

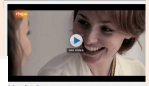
FUENTE: GEM CAPV 2014

FACTORES ENTORNO PARA EMPRENDER CAPV



COMPARATIVA CAPV, ESPAÑA Y UE





rtve

DISCUSIÓN

¿POR QUE LA TASA DE EMPRENDIMIENTO DE LA CAPV TAN BAJA RESPECTO A LA OTRAS REGIONES DE REFERENCIA?

¿QUE PUEDE HACER EL SISTEMA EDUCATIVO PARA PROMOVER PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO?

¿CÓMO GENERAN OPINIÓN PÚBLICA RESPECTO AL EMPRENDIMIENTO LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN?

CONCLUSIONES

1. El entorno educativo y cultural vasco promueve normas sociales contrarias a la asunción de riesgos. Más de la mitad de la población vasca considera que emprender no es una buena opción profesional y que incluso tener éxito en ello, no brinda un buen estatus social y económico.
2. Existe una relación causa-efecto entre el tratamiento en medios de comunicación sobre las personas emprendedoras y la tasa de creación empresarial. El tratamiento de los medios de comunicación respecto a las noticias sobre emprendimiento en la CAPV genera opinión pública negativa hacia la figura del empresariado y promueve el miedo al fracaso para los futuros emprendedores.

RECOMENDACIONES

1. Resolver esta situación es un reto educativo que implica acciones continuadas y sostenibles en el tiempo que vinculen transversalmente los valores del emprendimiento desde los estudios primarios hasta los universitarios.

2. Generar un diccionario de buenas prácticas, campos semánticos sobre el emprendimiento y precisión en el uso de léxico económico y empresarial en la formación de periodistas.

3. Integrar en la Responsabilidad Social Corporativa de los Medios de Comunicación la promoción y legitimación de la figura del empresariado.