



EMPRESA E INDUSTRIA

MINIEMPRESAS EN EDUCACIÓN SECUNDARIA

PROYECTO DE PROCEDIMIENTO BEST:
INFORME FINAL DEL GRUPO DE EXPERTOS





COMISIÓN EUROPEA
DG EMPRESA E INDUSTRIA

Dirección E - Promoción de la competitividad de las PYME
Espíritu de empresa

PROYECTO DE PROCEDIMIENTO BEST:
«MINIEMPRESAS EN EDUCACIÓN SECUNDARIA»

INFORME FINAL DEL GRUPO DE EXPERTOS

Versión final

Septiembre de 2005

Aviso Legal

Este proyecto se ha llevado a cabo conjuntamente por la Comisión Europea y expertos del ámbito de la educación y la formación en el espíritu emprendedor nombrados por las autoridades nacionales, dentro del Programa plurianual a favor de la empresa y el espíritu emprendedor (2001-2005) coordinado por la Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea.

Aunque el trabajo se ha elaborado bajo la supervisión de funcionarios de la Comisión, las opiniones expresadas en el presente documento no reflejan necesariamente la posición de la Comisión Europea.

Reproducción autorizada, con indicación de la fuente.

Información adicional:

Comisión Europea

Dirección General de Empresa e Industria

Unidad E.1: Espíritu de empresa

Fax: (32-2) 29 66 278

E-mail: Entr-entrepreneurship@cec.eu.int

http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/support_measures/index.htm

Información sobre otros proyectos:

En la siguiente dirección de Internet se puede encontrar información sobre otros proyectos dedicados al fomento del espíritu emprendedor realizados conjuntamente por la Comisión Europea y las administraciones nacionales:

<http://europa.eu.int/comm/enterprise/entrepreneurship/index.htm>

Índice

MIEMBROS DEL GRUPO DE EXPERTOS	5
RESUMEN	7
1. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Antecedentes.....	12
1.2. Objetivos y metodología.....	13
1.3. Definición de una empresa de estudiantes.....	15
2. PROGRAMAS	16
2.1 Características básicas de los programas de empresas de estudiantes	16
2.2. ¿Qué competencias se adquieren a través de estos programas?.....	18
2.3 Inventario de programas.....	20
2.4 Factores de éxito e indicadores de buenas prácticas	20
3. ALGUNOS EJEMPLOS DE BUENAS PRÁCTICAS	22
4. APLICACIÓN ACTUAL DE LOS PROGRAMAS: DIFUSIÓN, PRINCIPALES OBSTÁCULOS Y EVALUACIÓN	30
4.1 Las empresas de estudiantes en los distintos niveles educativos	30
4.2. Obstáculos y factores de riesgo	32
4.3. Datos cuantitativos sobre la aplicación de los programas	34
4.4. Evaluación e impacto	38
5. EJEMPLOS DE ÉXITOS COSECHADOS POR LOS ALUMNOS	42
6. CONDICIONES MARCO, APOYO Y FUNCIÓN DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS	45
6.1. Fuentes de financiación y apoyo del sector privado.....	45
6.2. Condiciones marco y apoyo del sector público.....	46
6.3. Estatuto jurídico y administración de las empresas de estudiantes	50
7. CONCLUSIONES	54
7.1. Principales conclusiones.....	55
7.2. Perspectivas futuras	57
8. RECOMENDACIONES	59

ANEXO:

Lista de programas de empresas de estudiantes en educación secundaria identificados en el marco del presente proyecto, de acuerdo con la definición adoptada (curso escolar 2003/2004).....63

MIEMBROS DEL GRUPO DE EXPERTOS

País	Nombre	Entidad	Contacto
Bélgica	Sra. Sandrine De Crom	Administratie Economie (directoraat-general)	sandrine.decrom@ewbl.vlaanderen.be
	Sr. Bernard Surlemont	Fondation pour la Recherche et l'Enseignement de l'Esprit d'entreprendre	b.surlemont@freefondation.be
Rep. Checa	Sr. Miroslav Kadlec	Instituto Nacional de Formación Técnica y Profesional	kadlec@nuov.cz
	Sr. Lukas Hula	Instituto Nacional de Formación Técnica y Profesional	hula@nuov.cz
Dinamarca	Sra. Mette Lise Rogne	Ministerio de Educación	mette.lise.rogne@uvm.dk
Alemania	Sra. Marion Hühtermann M.A.	Projekt Junior / Institut der Deutschen Wirtschaft Köln	huechtermann@iwkoeln.de
Estonia	Sra. Epp Vodja	Junior Achievement Fund	epp@ja.ee
Grecia	Sr. Kostas Katsogiannos	Unidad Especial para el Programa Operativo de Educación	katsogi@epeaek.gr
España	Sra. D ^a . Rosario Sánchez Núñez-Arenas	Ministerio de Educación y Ciencia	rosario.sanchezn@educ.mec.es
Francia	Sra. Christiane Moravie	Ministère de la Jeunesse, de l'Education Nationale et de la Recherche	christiane.moravie@education.gouv.fr
	Sr. Jacques Mary	Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie	jacques.mary@decas.finances.gouv.fr
Irlanda	Sra. Fiona Kindlon	Second Level Support Service	fionakindlon@slss.ie
Italia	Sra. Miriam Cresta	Junior Achievement Italia	miriam.cresta@junioritalia.org
Letonia	Sra. Antra Slava	Banco Central de Letonia (<i>Latvijas Banka</i>)	antra.slava@bank.lv
Lituania	Sr. Eugenijus Savicius	Junior Achievement Lithuania	jalith@lja.lt
Luxemburgo	Sr. Gilbert Engel	Ministère de l'Education Nationale, de la Formation Professionnelle et du Sport	engel@men.lu
Hungría	Sra. Dora Darazs	Hungarian Young Enterprise	darazsdora@eletpalya.hu

		Foundation	
Países Bajos	Sr. Henk Vink	Mini-Ondernemingen Nederland	vink@vno-ncw.nl
Austria	Sra. Andrea Gintensterfer	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur	andrea.gintensterfer@bmbwk.gv.at
Polonia	Sr. Marcin Kulikowski	Warsaw School of Economics	mkulik@sgh.waw.pl
Rumanía	Sr. Gabriel Toader	National Agency for SMEs and Co-operatives (NASMEC)	gabrieltoader@mimmc.ro
Eslovaquia	Sra. Nadežda Redlich – Michalská	Ministerio de Educación	nadja@education.gov.sk
Finlandia	Sr. Antti Markkanen	Ministerio de Educación	Antti.Markkanen@minedu.fi
Suecia	Sra Annika Järemo	NUTEK, Agencia Sueca para el Crecimiento Económico y Regional	annika.jaremo@nutek.se
Reino Unido	Sr. Patrick Shipp	Enterprise and School-Business Links	patrick.shipp@dfes.gsi.gov.uk
Noruega	Sr John Christian Christiansen	Consejo Noruego de Educación	jcc@ls.no

Otros miembros del Grupo de expertos:

EUROPEN	Sra. Suzana Temkov	EUROPEN e.V.	Temkov@europen.info
JA-YE Europe	Sra. Caroline Jenner	Junior Achievement-Young Enterprise Europe <i>asbl</i>	Caroline@ja-ye.org
JADE	Sra. Monika Oswald	JADE Confederación Europea de Junior Empresas	monika.oswald@jadenet.org
	Sra. Dilek Ayhan	JADE Confederación Europea de Junior Empresas	dilek.ayhan@gmail.com
Comisión Europea	Sr. Simone Baldassarri	Dirección General de Empresa e Industria	simone.baldassarri@cec.eu.int

RESUMEN

Con objeto de conseguir los objetivos de la relanzada **Estrategia de Lisboa**, Europa debe dar la máxima importancia al conocimiento y la innovación. Fomentar una mayor **cultura emprendedora** es un elemento primordial de ese esfuerzo, empezando por los jóvenes y desde la escuela.

El espíritu emprendedor es un motor principal de la **innovación, la competitividad y el crecimiento**. La competencia en espíritu emprendedor es indispensable para los trabajadores autónomos, pero también es importante para los trabajadores por cuenta ajena de empresas de todos los tamaños. El Consejo de **Lisboa** de 2000 ya incluyó el espíritu emprendedor entre las «nuevas competencias básicas», consideradas necesarias para todos para vivir y trabajar en una sociedad del conocimiento.

Anteriores proyectos en común entre la Comisión y expertos nombrados por los gobiernos nacionales pusieron de relieve actividades en las que **los estudiantes gestionaban una miniempresa** en la escuela como metodología eficaz para difundir la mentalidad emprendedora, ya que se basa en el aprendizaje a través de la experiencia directa del espíritu emprendedora.

El objetivo de las **miniempresas gestionadas por estudiantes** consiste en crear a pequeña escala una **actividad económica real**, o en **simular** de forma realista el funcionamiento de empresas reales. Aunque funcionan en un entorno protegido y con intenciones pedagógicas, con frecuencia las empresas de estudiantes producen y venden **productos o servicios reales**. Por consiguiente, este estudio ha incluido tanto a empresas de estudiantes que venden sus productos a cambio de dinero como a empresas virtuales, ficticias o de prácticas, siempre que la simulación sea suficientemente realista y que se reúnan determinados criterios.

Una empresa de estudiantes se define como una herramienta pedagógica basada en la **experiencia práctica** mediante la gestión de un proyecto empresarial completo y en **interacción** con el entorno exterior.

Dichas actividades permiten que los estudiantes adquieran **competencias emprendedoras básicas**, y también que desarrollen las **cualidades personales y competencias transversales** cuya importancia ha aumentado progresivamente para todos con objeto de vivir y trabajar en la sociedad del conocimiento. De hecho, a través de su participación en miniempresas, los estudiantes demuestran su **creatividad**, desarrollan entusiasmo y **seguridad**, aprenden a **trabajar en equipo** y adquieren voluntad para asumir **responsabilidades** y tomar la **iniciativa**.

El grupo de expertos identificó algunos factores para la eficacia y el éxito a la hora de llevar a la práctica los programas de empresas de estudiantes. Las **buenas prácticas** dan importancia a aspectos como el trabajo en equipo y la libertad de los estudiantes para desarrollar sus propias ideas. Asimismo, la creación de vínculos con el mundo empresarial y la comunidad local, y la disponibilidad de **tutores y asesores de las empresas** son elementos clave para el éxito de los programas de miniempresas.

Los estudiantes participantes en programas de miniempresas son aún una minoría. Durante el curso escolar 2003/2004, en la mayor parte de los países se calcula que el porcentaje de estudiantes de secundaria participantes era inferior al 1% del total, y sólo en cinco países

superaba el 2 %. No obstante, **al menos 200.000 estudiantes de secundaria participan cada año en dichos programas en EU25 y Noruega**. La información disponible sobre la participación por **sexos** muestra un gran equilibrio entre chicos y chicas. En cuanto a la cantidad de escuelas que ofrecen estos programas, en la mayor parte de los países, el número de **escuelas secundarias participantes** era **inferior al 15 %** del total: dicho porcentaje debería aumentar.

El éxito creciente de la metodología de las empresas de estudiantes se debe a:

- la sólida **conexión con las empresas** y con la comunidad local, y la participación del sector privado;
- **la flexibilidad** y la **adaptabilidad** de estos programas a los distintos tipos de educación, y localmente a las distintas situaciones;
- **el entusiasmo** y la **motivación** generada en los estudiantes (incluso entre los que han perdido la motivación por temas más tradicionales);
- el potencial, en términos de **creatividad, iniciativa e innovación** que esas actividades pueden suscitar entre los jóvenes.

Estos programas se pueden llevar a la práctica en **todos los niveles educativos** y en **cualquier tipo de escuela**: tanto en la educación secundaria general como en formación profesional. Sin embargo, en casi todos los países la gran mayoría de estudiantes participa en estas actividades durante su educación **secundaria superior**. Los programas de empresas de estudiantes se llevan a cabo como parte del plan de estudios y durante **el horario escolar normal**, y como actividades **extraescolares**.

A menudo, las actividades de la escuela se complementan con **horas extraordinarias** y los estudiantes dedican parte de su tiempo libre a organizar sus operaciones empresariales (desarrollo del producto, contactos con proveedores y clientes, ventas, etc.). En realidad, esta metodología se basa en gran medida en el entusiasmo y la buena voluntad de estudiantes y profesores.

Aunque se utilizan generalmente **herramientas de evaluación básicas** como recabar información de estudiantes y profesores, es necesario seguir desarrollando la capacidad de las escuelas y los proveedores de miniempresas para revisar y **evaluar** los programas en los que participan.

No se ha investigado lo suficiente hasta ahora en Europa sobre los efectos que ha tenido la participación en programas de miniempresas en la futura carrera de los estudiantes. No obstante, los modestos resultados disponibles **confirman la eficacia** de esos programas en el fomento comprobable del espíritu emprendedor de los jóvenes. Por ejemplo, una encuesta hecha en Noruega muestra que alrededor de un 20 % de los encuestados con edades comprendidas entre 25 y 34 años que habían participado en uno de esos programas han fundado su propia empresa. Asimismo, dichos programas parecen tener una influencia positiva en la **igualdad de oportunidades** entre sexos.

Son pocos los países en que los programas de empresas de estudiantes están oficialmente reconocidos o recomendados como opción dentro del **plan de estudios nacional**, y ello tiende a ser el caso con más frecuencia en la formación profesional que en la educación general secundaria.

Generalmente, se considera que en todos los países, las **escuelas disfrutan de un grado suficiente de autonomía y libertad** que les permite desarrollar programas de miniempresas, como actividad curricular o extracurricular. Los obstáculos suelen tener que ver con la **reticencia de escuelas y profesores** a participar cuando los programas no están apoyados, reconocidos o recomendados por las autoridades educativas. La inclusión de los programas de empresas de estudiantes como **opción en los planes de estudios oficiales** a nivel nacional o regional tiene un efecto positivo sobre su difusión y su éxito, por ejemplo elevando la motivación de los profesores.

Estas actividades requieren de los profesores no sólo unos conocimientos especiales, sino también una reorientación en las metodologías pedagógicas, lo cual precisa una formación especializada. Con frecuencia, es necesario dedicar **horas extraordinarias y trabajo** extraescolar, en particular en el caso de las miniempresas que trabajan con productos o servicios reales. En muchos casos, el trabajo suplementario de los profesores fuera del horario escolar normal ni se reconoce ni se retribuye, lo cual no anima a los profesores a participar en estas actividades.

En la mayoría de los casos, los programas de empresas de estudiantes los **llevan a cabo y organizan agentes externos** (por ejemplo, ONGs) en lugar del propio sistema educativo, aunque pueden recibir un apoyo importante del sector público. Por esa razón, y como en ocasiones tienen lugar fuera del plan de estudios oficiales, esos programas suelen adolecer de **insuficientes recursos financieros**.

Las actividades se basan en una **intensa participación del sector privado**, en forma de financiación o contribuciones en especie.

En la mayoría de los países los programas de empresas de estudiantes reciben algún tipo de **apoyo de las autoridades públicas** (financiero u otro). En realidad, en determinados países, los **recursos financieros** para la organización de estos programas proceden principalmente del sector público. Sin embargo, el nivel de apoyo público suele considerarse insuficiente para garantizar una presencia permanente y sólida de las metodologías de la empresa de estudiantes en los sistemas educativos. Además, el apoyo en muchos casos no es sistemático, sino más bien por proyectos, lo cual no estimula la planificación a largo plazo.

Otras formas de apoyo son las siguientes: **reconocimiento** o **aprobación** oficial por parte de las autoridades educativas; la inclusión como opción recomendada en los **planes de estudio** oficiales a nivel nacional (o regional); la **cooperación** periódica con promotores (como ONGs); y la **promoción** activa entre profesores y escuelas.

En algunos países, las autoridades públicas han establecido una **cooperación** organizada con la **ONG** responsable de la organización de los programas de empresas de estudiantes. Igualmente, la **promoción** activa entre profesores y escuelas por parte de las autoridades públicas puede jugar un papel muy importante en la difusión de estos programas. En algunos casos, el Ministerio de Educación envía cartas de invitación y material de información a los directores de las escuelas para estimular su participación. No obstante, las actividades de apoyo en la mayoría de los países son solo ocasionales, o no lo suficientemente intensas y sistemáticas.

En ciertos países, la organización de los programas de empresas de estudiantes se enfrenta a dificultades prácticas importantes a causa de un **marco administrativo y legal** poco claro (por ejemplo, en lo relativo a aspectos como la fiscalidad de las miniempresas o la posibilidad

de que los estudiantes traten con empresas reales). En otros casos, se ha creado un **marco regulador** específico para empresas de estudiantes, o existen **acuerdos** entre las organizaciones promotoras y las autoridades financieras.

Sin subestimar la eficacia de otras herramientas pedagógicas, se puede afirmar que **estos programas constituyen una importante opción en la estrategia para estimular las actitudes y competencias emprendedoras**, ya que se basan en un aprendizaje mediante la práctica.

Asimismo, estos programas pueden constituir un importante instrumento para las **políticas de desarrollo regional**. De hecho, especialmente en regiones menos desarrolladas o más aisladas, las actividades pueden tener efectos positivos al impulsar a los jóvenes a permanecer en la zona al terminar sus estudios estableciendo vínculos directos con la comunidad local.

Por ahora, los **principales obstáculos** a una mayor puesta en práctica son: un reconocimiento insuficiente, la falta de una función visible en los planes de estudios, la falta de motivación de los profesores y de formación específica para ellos, un insuficiente apoyo por parte de las autoridades públicas en las escuelas e insuficientes recursos financieros para garantizar una planificación y sostenibilidad a largo plazo.

Debería incrementarse la difusión e inclusión de las actividades de empresas de estudiantes, para que **todos los estudiantes potencialmente interesados tuvieran acceso** a estos programas.

Se proponen una serie de **recomendaciones** dirigidas a todas las partes interesadas sobre la manera de llevar a la práctica esas metodologías más eficazmente, incrementar su presencia en los sistemas educativos y su adopción por parte de escuelas y estudiantes.

Por lo que respecta a las **autoridades públicas**, las recomendaciones incluyen lo siguiente:

- Desarrollar una **estrategia general** para enseñar el espíritu emprendedor en las escuelas. En dicha estrategia, deberán priorizarse los programas de empresas de estudiantes como una importante opción de los planes de estudios oficiales.
- Establecer una **cooperación** permanente entre distintos ministerios, asociaciones empresariales, organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas y municipios, con el objetivo de fomentar las actividades basadas en la metodología de las empresas de estudiantes.
- Cooperar en particular con las **organizaciones** (como ONGs) que están difundiendo ampliamente estos programas y asociarlas a los planes nacionales de enseñanza del espíritu emprendedor.
- **Aprobar y fomentar activamente** actividades de empresas de estudiantes en las escuelas y entre los directores de escuelas y los profesores.
- Garantizar la eliminación de las **barreras legales y administrativas** en la creación y puesta en marcha de las miniempresas;

Se invita a las **escuelas** a adoptar estos programas, ya que casi todas las competencias que van a adquirirse a través de la participación en una empresa de estudiantes tienen una **dimensión multidisciplinar**, con aptitudes transversales y personales y competencias emprendedoras básicas. Trabajar en una empresa de estudiantes satisface muchos de los objetivos fijados en otros ámbitos y aporta de esa manera un valor añadido al conjunto de temas tratados.

Se anima a las **asociaciones empresariales y a las empresas** a participar en estos programas a través de su estrategia de responsabilidad social. Su apoyo puede ser financiero o en especie (incluyendo la puesta a disposición de asesores y tutores para miniempresas). Entre las ventajas para las empresas se incluye la posibilidad de contratar a jóvenes motivados con experiencia directa de la empresa, y con un conjunto de competencias relacionadas con la creatividad, el espíritu emprendedor y la innovación.

La promoción de estos programas será posible si se organiza la **cooperación** entre los distintos departamentos de las administraciones públicas, las autoridades locales, las asociaciones empresariales, las ONGs y las escuelas.

1. Introducción

1.1. Antecedentes

Está reconocido que el espíritu emprendedor es un motor principal de la innovación, la competitividad y el crecimiento. Europa necesita una mayor **cultura emprendedora**. Según las conclusiones del Consejo de Lisboa de 2000, que definió el espíritu emprendedor como una de las nuevas competencias básicas que debería facilitarse mediante la formación permanente, el fomento de actitudes y competencias emprendedoras en nuestras sociedades a través de la educación a todos los niveles se ha convertido en el núcleo de la agenda política de la UE. La función de las escuelas y universidades en el fomento de una mentalidad emprendedora entre los jóvenes y en la consecución de las competencias pertinentes lo han puesto de relieve por ejemplo la Carta Europea de la Pequeña Empresa¹ y la Comunicación sobre el «Plan de acción: El programa europeo en favor del espíritu empresarial»².

Sin embargo, aprender a gestionar una empresa es sólo uno de sus aspectos. El espíritu emprendedor debería considerarse en su sentido más amplio. Las competencias y aptitudes emprendedoras benefician a la sociedad superando el marco de su aplicación a la actividad empresarial y constituyen además un vehículo de desarrollo personal. De hecho, el estudio del espíritu emprendedor supondrá el desarrollo de **cualidades personales** como la **creatividad, la toma de iniciativas, la responsabilidad**, que serán de utilidad generalmente en la vida y en toda actividad laboral.

En 2002, un **Informe**³ coordinado por la Comisión en el contexto del proyecto *Procedimiento Best* «educación y formación en el espíritu emprendedor» **apuntaba que**, aunque se están desarrollando actualmente numerosas actividades relativas al espíritu emprendedor a todos los niveles educativos, muchas de ellas ni están integradas en el plan de estudios ni forman parte de un marco coherente, y que a causa de ello la mayor parte de los estudiantes no tienen aún la posibilidad de participar en cursos y programas sobre el espíritu emprendedor.

En ese contexto, los expertos nacionales han propuesto una **definición concreta de la enseñanza del espíritu emprendedor**, que se ha presentado como referencia a nivel europeo. Esta definición hace referencia a los diferentes niveles educativos y clarifica los objetivos que deberían perseguirse normalmente en cada etapa de la trayectoria educativa. Ha habido un amplio consenso sobre la importancia de incluir dos elementos complementarios:

- un concepto más amplio de **enseñanza de las actitudes y competencias emprendedoras**, que engloba el desarrollo de determinadas cualidades personales y no se centra directamente en la creación de nuevas empresas; y,
- un concepto más específico de **formación para la creación y gestión de una empresa**.

El proyecto *Procedimiento Best* ponía de manifiesto asimismo actividades basadas en la **gestión de una miniempresa por los estudiantes** en la escuela como metodología especialmente eficaz para fomentar la mentalidad emprendedora.

¹ http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/charter/index.htm

² Plan de acción: *El programa europeo en favor del espíritu empresarial*, Comisión Europea, COM(2004) 70 final, de 11.2.2004.

³ Proyecto de procedimiento Best sobre educación y formación en el espíritu empresarial.. Informe final del grupo de expertos, noviembre de 2002.

A partir de todo esto, un proyecto de seguimiento⁴ se centró en concreto en los niveles de la enseñanza primaria y secundaria con objeto de definir **medidas** y **estrategias políticas** que permitan avanzar en este campo. En las conclusiones se propone que las autoridades educativas deberían reconocer y apoyar los programas basados en las **empresas de estudiantes** y que se integren mejor en los planes de estudios.

Por último, en febrero de 2004 se adoptó un **plan de acción en favor del espíritu emprendedor**⁵, en el que se proponen una serie de medidas horizontales para que la Comisión y los Estados miembros creen un marco de apoyo para la política del espíritu emprendedor y se centra en cinco ámbitos políticos estratégicos, entre ellos «Fomentar la mentalidad emprendedora». El presente informe se ha elaborado en el marco de la acción clave nº 1 de dicho plan de acción.

En la enseñanza del espíritu emprendedor, debe haber un equilibrio entre los estudios teóricos y un importante componente del **«aprendizaje a través de la práctica»**: la mejor manera de aprender sobre el espíritu emprendedor es practicar de manera concreta.

Los programas basados en la creación y gestión de **miniempresas** por los estudiantes en la escuela pueden ser de gran utilidad para desarrollar actitudes y competencias emprendedoras, en particular en la enseñanza secundaria. El objetivo de las **empresas de estudiantes** es desarrollar a escala reducida una actividad económica real, o reproducir de forma realista el funcionamiento de empresas reales. A pesar de funcionar en un entorno protegido y con fines pedagógicos, con frecuencia las empresas de estudiantes producen y venden productos o servicios reales. Como resultado de su participación en estos programas, los estudiantes aprenden a trabajar en equipo, a mejorar su capacidad de comunicación, a adquirir entusiasmo y seguridad, desarrollan una mayor voluntad de asumir responsabilidades y muestran su iniciativa.

En diversos países europeos, la contribución de estos programas para el fomento del espíritu emprendedor en la escuela ya es significativa. No obstante, estas actividades deberían integrarse más en los sistemas educativos y su acceso debería ser más amplio. Igualmente, deberían evaluarse mejor sus efectos finales sobre los estudiantes, y más en general sobre la sociedad.

1.2. Objetivos y metodología

Este proyecto europeo se ha desarrollado en el marco del Plan de acción en favor del Espíritu emprendedor, y más concretamente de su acción clave 1 «Fomento de la mentalidad emprendedora en las escuelas», utilizando el *“Procedimiento Best”*.

El *“Procedimiento Best”* se creó (siguiendo un mandato del Consejo de Lisboa) para fomentar el intercambio de buenas prácticas y para crear sinergias entre los distintos procesos en marcha en esa dirección. La característica común de los proyectos del Procedimiento Best es el análisis de los temas de interés para la Comisión y las administraciones nacionales, con la intención de comprender mejor la naturaleza de dichos temas y de los esfuerzos emprendidos y la identificación de buenas prácticas.

⁴ Desarrollar el impulso de las actitudes y capacidades empresariales en la educación primaria y secundaria. Informe final del grupo de expertos, marzo de 2004.

⁵ Plan de acción: *El programa europeo en favor del espíritu emprendedor*, Comisión Europea, COM(2004) 70 final, de 11.2.2004.

El objetivo final del proceso en su conjunto consiste en estimular una reorientación política en los Estados miembros y en los demás países participantes, y una de las características fundamentales de esta metodología es que los proyectos los llevan a cabo conjuntamente la Comisión y las administraciones nacionales interesadas.

Este proyecto se basa en las conclusiones del proyecto *Procedimiento Best* sobre educación y formación en el espíritu emprendedor y de su seguimiento para estudiar en profundidad una metodología que juega un importante papel en la difusión del espíritu emprendedor entre los jóvenes.

Los principales **objetivos** de esta actividad fueron:

- hacer un inventario de diferentes métodos y proveedores de estos programas;
- poner ejemplos concretos de programas de empresas de estudiantes, y mostrar cómo se pueden llevar a la práctica con éxito;
- identificar los factores de éxito y los posibles obstáculos y dificultades;
- poner de relieve las buenas prácticas en la promoción de estas actividades (por ejemplo, apoyo de administraciones nacionales o locales);
- reunir información para estimar el índice de penetración de las empresas de estudiantes en la educación secundaria (por ejemplo, cantidad de escuelas y alumnos participantes);
- proponer una estrategia con las oportunas medidas políticas para aumentar la aplicación de estos programas.

Esta actividad posibilitó el descubrimiento de distintos programas en toda Europa y también la identificación de los posibles puntos fuertes y débiles. El presente Informe debería servir también para incrementar la sensibilización sobre estas metodologías. En ese sentido, entre los principales beneficiarios de este proyecto deberían encontrarse las escuelas y los Ministerios (Economía/Industria y Educación). La acción debería tener un fuerte impacto en las políticas de apoyo y la toma de decisiones a diversos niveles relativos a las escuelas secundarias.

Esta actividad estaba abierta a los Estados miembros de la UE, los países candidatos y los países de la AELC/EEE. Además de 21 Estados miembros de la UE, también Rumanía, Turquía y Noruega han decidido participar en esta actividad.

Para llevar a cabo este proyecto, se creó un **grupo de expertos**. Se pidió a los gobiernos nacionales que designaran un experto cada uno y también se invitó a participar a representantes de algunas de las principales redes internacionales que promueven estos programas (*la lista de expertos completa figura al principio del presente documento*).

Las tareas del grupo fueron las siguientes: reunir las competencias necesarias; proporcionar información y datos sobre los programas existentes; y, por último, encargarse de la cooperación y de una participación activa en el proyecto por parte de las administraciones nacionales de los países participantes.

Se pidió a los expertos que facilitaran tanto información cualitativa (identificación de los diferentes proveedores y programas, ejemplos de buenas prácticas, etc.) y datos cuantitativos (por ejemplo, número de escuelas que utilizan estos programas y número de estudiantes participantes).

1.3. Definición de una empresa de estudiantes

El presente estudio ha examinado metodologías basadas en la **experiencia práctica** y la **interacción**, por lo que se incluye tanto a empresas de estudiantes que venden productos o servicios reales como empresas virtuales o de prácticas, siempre que la simulación sea lo suficientemente realista y que se cumplan determinados criterios. Por consiguiente, no se han tomado en consideración los programas que se limitan a aplicaciones virtuales (por ejemplo, simulaciones por ordenador) que no cuentan con apoyo ni están integrados por un trabajo en equipo y por una interacción (dentro o fuera de la escuela).

Por lo tanto, una de las primeras tareas del grupo de expertos fue ponerse de acuerdo sobre una serie de criterios que sirven para definir si un programa o una metodología debe incluirse en el campo de actuación de esta investigación.

La **definición** adoptada y los **criterios** conexos son los siguientes:

Una empresa de estudiantes es una herramienta pedagógica basada en la experiencia práctica mediante la gestión de un proyecto empresarial completo y en interacción con el entorno exterior (por ejemplo, el mundo empresarial o la comunidad local).

Criterios para evaluar si un programa satisface la definición anterior:

- A.** Los estudiantes desarrollan una **actividad económica real** al gestionar su propia empresa, pero en un entorno protegido y con fines pedagógicos: por ejemplo, empresas de estudiantes que producen y/o venden productos o servicios reales;

o:

- B.** En caso de **simulación** de actividad económica (empresas virtuales o de prácticas):

- 1) Los estudiantes trabajan en equipo, en un proyecto empresarial, dentro de la estructura organizativa de una empresa ficticia, reproduciendo las funciones, procesos y objetivos de una empresa real; serán responsables de todas las facetas de la gestión de la empresa simulada.

y⁶:

- 2) Se realizará una interacción fuera de la escuela: los estudiantes llevarán a cabo tareas en contacto con empresas reales, o bajo la supervisión directa de personas del mundo empresarial (que actuarán como tutores, etc.), o en contacto con la comunidad local.

En el presente Informe, las expresiones «empresa de estudiantes» y «miniempresa» se usan como sinónimos y designan dos tipos de empresa que producen y venden productos o servicios reales, y empresas virtuales o de prácticas que cumplen los criterios descritos más arriba.

⁶ Deben satisfacerse las dos condiciones.

2. Programas

2.1. Características básicas de los programas de empresas de estudiantes

El objetivo de una empresa de estudiantes consiste en desarrollar una actividad económica real a escala reducida, o en simular de forma realista una actividad económica. Por lo tanto este estudio incluye tanto a las miniempresas reales como a las virtuales⁷, siempre que se cumplan ciertos criterios (definidos en § 1.3.).

En el primer caso, las miniempresas operan en un entorno protegido y con fines pedagógicos, producen y venden **productos o servicios reales**. Los estudiantes deciden el producto o servicio, eligen sus directivos y obtienen capital. Tras elaborar un plan empresarial y finalizar la estrategia comercial, fabrican o encargan el producto que han concebido. La empresa debe planificar la manera de financiar las compras de materias primas y provisiones. Los estudiantes venderán sus productos o servicios dentro o fuera de la escuela, y llevarán una contabilidad. Al final del año, se liquida la empresa y los estudiantes presentan un informe.

En el segundo caso, las miniempresas son **simulaciones** con el objetivo de reproducir el funcionamiento y los retos de una empresa real. En este caso, las metodologías utilizadas pueden ser muy distintas, a causa de los diferentes enfoques para organizar una simulación. Las actividades se pueden apoyar en herramientas informáticas (por ejemplo, el programa «*Managing Firm*» en **Polonia**) y llevarse a cabo sobre todo a través de ordenador, por ejemplo en el caso de los juegos de empresa. Sin embargo, aunque las actividades se centren en simulaciones por ordenador, debería considerarse como condición necesaria que los estudiantes trabajaran en equipo y que existiera algún tipo de interacción dentro o fuera de la escuela, con profesores, tutores, personas del mundo empresarial o de la comunidad local en general. En otras palabras, un simple juego de ordenador no debería calificarse como miniempresa. Otro enfoque, más próximo a la realidad y por tanto preferible (al menos en términos generales) consiste en crear una empresa ficticia cuyas actividades superen los límites de una aplicación informática, por ejemplo proporcionando a los estudiantes un espacio físico (oficina) equipado con los instrumentos necesarios desde donde gestionarán el funcionamiento de la empresa, incluyendo todas las actividades empresariales y administrativas habituales de una empresa real. Al igual que una de estas últimas, la empresa ficticia está organizada en departamentos (comercial, ventas, contabilidad, logística, etc.) y los estudiantes asumen todas las funciones directivas. Por consiguiente, la diferencia principal entre una empresa virtual y una miniempresa real será que no se producen bienes y que no se intercambia dinero de verdad. Las empresas virtuales pueden tener a una empresa real como socio y como modelo para su funcionamiento (por ejemplo, empresas de prácticas en **Finlandia, Hungría, Austria y Polonia**), y en ocasiones pueden incluso efectuar actividades empresariales reales utilizando los productos de la empresa asociada (**Finlandia**).

Normalmente, estos programas **duran** un curso escolar (9-10 meses), aunque hay ejemplos de programas de cuatro a cinco meses de duración (por ejemplo, en **Estonia y Lituania**) e incluso de unas pocas semanas (por ejemplo, en **Hungría**).

Si bien **un curso escolar** parece el periodo de tiempo apropiado para explorar el complejo mundo de la gestión empresarial y para completar el ciclo de una experiencia empresarial (desde la aparición de la idea empresarial a la puesta en marcha, la producción, la venta y la obtención de beneficios), en algunos países existe una versión más corta y más «intensa» de

⁷ Como se menciona en la sección anterior, en el presente Informe las palabras «empresa de estudiantes» y «miniempresa» se utilizan como sinónimos y significan dos tipos de empresa que producen y venden productos o servicios reales, y empresas virtuales o de prácticas que cumplen los criterios establecidos.

los programas de miniempresas (por ejemplo, de 8 a 12 semanas de duración, como los programas «*Get up and Go*» y «*Blast:Beat*» de **Irlanda**) que se pueden adaptar más fácilmente dentro del curso escolar e incluso se pueden llevar a cabo dos veces, con lo que alcanzan a un número mayor de estudiantes. También existen programas más cortos, por ejemplo de una semana de duración o incluso de un solo día (por ejemplo, el programa «*EBP*» en el **Reino Unido**), pero dentro del amplio panorama de metodologías basadas en empresas de estudiantes son una minoría. Ciertamente, una duración tan reducida no permite a los estudiantes experimentar el espíritu emprendedor en todas sus facetas. Sin embargo, incluso esas actividades pueden ser de ayuda al brindar a los estudiantes un primer contacto con la gestión de un proyecto empresarial y al elevar su sensibilización.

Con más frecuencia, las actividades en la escuela tienen lugar una o dos veces por semana, y duran de una a dos horas por clase (lo que da un total de horas semanales que oscila normalmente entre dos y cinco). Las actividades en la escuela se pueden complementar con **horas extraordinarias** o trabajo **extraescolar** y los estudiantes, en particular cuando gestionan empresas que producen bienes o servicios reales, dedican parte de ese tiempo a organizar sus operaciones empresariales (desarrollo del producto, contactos con proveedores y clientes, ventas, etc.). En realidad, esta metodología se basa en gran medida en el entusiasmo y buena voluntad de estudiantes y profesores.

En algunos casos, la actividad se desarrolla por completo fuera del horario escolar y de manera voluntaria. Los estudiantes se reúnen después del horario normal, pero incluso en ese caso cuentan con la ayuda de un profesor o de un asesor empresarial. Algunos programas ofrecen tanto un modelo «intraescolar» como un modelo «extraescolar» (por ejemplo, el programa «*Mini-entreprise*» en **Bélgica**).

Está demostrado que estos programas se pueden aplicar en **cualquier tipo de escuela**: en la educación general secundaria igual que en formación profesional o en escuelas empresariales o de comercio y pueden funcionar como actividades de tiempo libre o como un programa oficial; sólo depende de cómo está organizado el sistema educativo nacional y fundamentalmente de la decisión de la escuela.

La función de los **profesores** en estos programas es la de **facilitadores**. No impondrán sus ideas a los estudiantes, sino que les proporcionan apoyo y asesoramiento. Los estudiantes deben ser libres para desarrollar sus propias ideas y plenamente responsables del funcionamiento de la miniempresa. El profesor es, por tanto, un tutor que interviene sólo a un nivel mínimo en el proceso de toma de decisiones del grupo. Este tipo de metodología consiste en aprender a través de la experiencia directa: los alumnos pueden cometer errores y observar las consecuencias de dichos errores.

Entre las tareas de facilitación normalmente realizadas por profesores en la empresa de estudiantes se encuentran las siguientes: ayudar a los alumnos a definir el tema; guiar al grupo en la fase de creación; actuar como conciliadores si surgen problemas dentro del grupo, etc.

Las organizaciones que promueven estos programas se suelen encargar de la **formación básica de los profesores**, por ejemplo mediante reuniones de inducción, facilitando manuales prácticos, organizando seminarios y cursos en el ámbito laboral, o asesoramiento permanente. La formación organizada en el ámbito laboral para profesores es, por supuesto, la más accesible y la proporcionan las autoridades educativas, cuando los programas forman parte del plan de estudios oficial (casos de **Irlanda** y **Austria**).

La función de los **voluntarios procedentes del mundo empresarial** en estos programas puede ser muy importante, orientando a los estudiantes a lo largo de la fase de creación y manteniéndose en contacto periódicamente con la clase (por ejemplo, «*Junior Achievement*

Company Programme» en **Irlanda**, «*Impresa in Azione*» en **Italia**, «*Young Enterprise Company Programme*» en el **Reino Unido**). El programa «*Mini-Ondernemingen*» de los **Países Bajos** se propone garantizar que cada empresa cuente al menos con tres asesores: un (antiguo) empresario, un contable y un profesor. Los profesores escolares no suelen tener los suficientes conocimientos y experiencia práctica sobre gestión de actividades empresariales. Por lo tanto, los profesores se encargarán de coordinar y facilitar la aplicación del programa, y de ayudar a los estudiantes a superar las dificultades prácticas, mientras que los asesores empresariales pueden aportar a los estudiantes un valor añadido en forma de experiencia de primera mano en materia de gestión desde el mundo real. No obstante, encontrar voluntarios procedentes del mundo empresarial puede ser difícil a veces, especialmente en zonas menos desarrolladas o más aisladas.

En general, la interacción y los vínculos con el **mundo empresarial** o con la **comunidad local** constituyen un rasgo típico de estos programas. En algunos casos, las instituciones locales aprovechan los servicios proporcionados por empresas de estudiantes (por ejemplo, el programa «*Empresario de verano*» de Västernorrland en **Suecia**, o el programa «*Student Learning Company*» en **Letonia**).

2.2. ¿Qué competencias se adquieren a través de estos programas?

La enseñanza del espíritu emprendedor debe considerarse en su **sentido más amplio**. Y esto incluye desarrollar las cualidades necesarias para ser una persona emprendedora. Como consecuencia de la participación en programas de miniempresas, los estudiantes exhiben su creatividad, desarrollan el entusiasmo y la seguridad, aprenden a trabajar con otros, adquieren una mayor voluntad de asumir responsabilidades y a utilizar su iniciativa. Adquirir estas competencias y atributos contribuirá a preparar a los jóvenes en su papel como miembros autónomos, participativos y responsables de la sociedad. Los estudiantes que han participado en actividades de miniempresas tienen más confianza en sí mismos, son más proactivos, más innovadores y tienden más a buscar nuevos productos, nuevos mercados y nuevas tecnologías.

A continuación figura una lista detallada (aunque no exhaustiva) de los **atributos** y **competencias** que desarrollan o adquieren normalmente los estudiantes gracias a su participación en las miniempresas. Están divididos en **atributos** y **competencias genéricas** o **personales** y **competencias emprendedoras**. Todos ellos son importantes para el **espíritu emprendedor** y contribuirán a conseguir el éxito de los estudiantes durante sus estudios posteriores y en su futura vida profesional.

Atributos y competencias personales:

- Creatividad
- Trabajo en equipo
- Capacidad para resolver problemas
- Asumir riesgos calculados y hacer frente a los riesgos
- Capacidad de comunicación
- Autoafirmación
- Liderazgo
- Pensamiento crítico
- Seguridad

- Tomar la iniciativa
- Asumir responsabilidades
- Autonomía
- Tomar decisiones individuales y colectivas
- Gestión del tiempo y respeto de los plazos
- Fijación de objetivos
- Capacidad de negociación
- Gestión de proyectos
- Utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)
- Hablar en público y técnicas de presentación
- Análisis y planificación de las actividades personales
- Mejora del aprendizaje y de la actuación personales

Competencias emprendedoras:

- Comprensión del funcionamiento de una empresa y de la manera de crear riqueza
- Reflexión empresarial y concepción de ideas para la empresa
- Principios básicos de economía
- Experiencia de las funciones empresariales básicas
- Elaboración de estudios de mercado
- Elaboración de un plan empresarial
- Organización y gestión empresarial
- Gestión de recursos humanos
- Conocimientos financieros
- Presupuesto y asignación de recursos
- Movilización de fondos a través de acciones, patrocinios o préstamos
- Cálculo del coste y beneficio de un producto
- Contabilidad
- Comercialización
- Publicidad de un producto/servicio
- Organización de una exposición y participación en una feria comercial
- Técnicas de ventas y compras
- Procedimientos administrativos
- Comprensión de los temas de seguridad e higiene
- Redacción de correspondencia comercial, documentación e informes
- Desarrollo y gestión de contactos comerciales, en interacción con la comunidad local

- Dirección de reuniones de empresa

2.3. Inventario de programas

Como parte de este proyecto, se ha llevado a cabo un inventario de programas de empresas de estudiantes en la escuela secundaria, basándose en información reunida a nivel nacional y en la definición adoptada de miniempresa (*véase el punto 1.3*). En ese contexto, **se han identificado 82 programas en toda Europa** (en 24 países participantes en este estudio).

El inventario muestra que más de la mitad de esos programas (52) los promueven organizaciones que forman parte de algún tipo de **red europea**, sobre todo *Junior Achievement – Young Enterprise Europe* (26 programas) y *EUROPEN* (17 programas).

Aunque los miembros de las redes anteriormente citadas comparten los mismos objetivos y tienen algunos elementos básicos de metodología en común, existen **diferencias en la aplicación** a nivel nacional (por ejemplo, en lo relativo a la duración del programa, los tipos de escuelas donde se aplica, si se trata de una actividad «intraescolar» o «extraescolar», etc.).

El inventario revela cierto equilibrio entre los programas basados en **empresas que venden productos reales (49)** y los que se basan en **empresas ficticias o virtuales (33)**.

La **lista íntegra** de programas de empresas de estudiantes organizadas en la educación secundaria e identificadas como parte de este proyecto aparece en el **anexo**. Ello no debe considerarse una lista exhaustiva de todos los programas de aprendizaje del espíritu emprendedor a través de la práctica existentes en Europa, ya que solo incluye actividades que cumplen una serie de criterios definidos por el grupo de expertos sobre metodologías de empresa de estudiantes (*véase § 1.3*). Por otra parte, no siempre ha sido posible reunir información sobre todas las actividades relevantes de cada país, especialmente en lo que respecta a los programas que funcionan a un nivel muy local solo en algunas escuelas determinadas.

2.4. Factores de éxito e indicadores de buenas prácticas

El éxito creciente que está teniendo en Europa la metodología de las empresas de estudiantes se debe a una serie de características que pueden considerarse específicas de estas actividades y que constituyen sus principales **puntos fuertes**. Entre ellas podemos citar:

- la sólida **conexión con las empresas** y con la comunidad local, y la participación del sector privado;
- la **flexibilidad** y la **adaptabilidad** de estos programas a los distintos tipos de educación, y localmente a las distintas situaciones;
- el **entusiasmo** y la **motivación** generada en los estudiantes (incluso entre los que han perdido la motivación por temas más tradicionales);
- el potencial, en términos de **creatividad, iniciativa e innovación** que esas actividades pueden suscitar entre los jóvenes.

Más específicamente sobre la cuestión de cómo se puede aplicar mejor esta metodología de manera concreta, se pidió al Grupo de expertos que definiera una serie de **aspectos clave** que pudieran considerarse sus principales factores de eficacia y de éxito para llevar a cabo

programas de empresas de estudiantes. Dichos aspectos se proponen como indicadores de **buenas prácticas** para la evaluación de programas basados en esta metodología.

En realidad, muchos de los programas identificados en Europa gracias a este estudio cumplen la mayoría, si no todos los requisitos, que se enumeran en el siguiente cuadro.

Esta lista no incluye elementos relativos a las **condiciones marco exteriores**, por ejemplo, el entorno en que operan los programas (como el apoyo de las autoridades públicas, la inclusión en el plan oficial de estudios, etc.). Estos elementos se tendrán en cuenta más adelante en el presente Informe, a la hora de abordar las políticas públicas que fomentan la enseñanza del espíritu emprendedor y los programas de empresas de estudiantes.

Criterios para identificar buenas prácticas en materia de gestión de programas de empresas de estudiantes:

- 1) El programa pone de relieve la capacidad de **trabajar en equipo** y la cooperación entre estudiantes; se proporciona a los estudiantes un estímulo adecuado al trabajo en grupo antes de la aplicación práctica del programa.
- 2) Los voluntarios y los **profesores** participantes están **calificados** para organizar programas de empresas de estudiantes, o se les facilita una **formación** específica sobre este tema.
- 3) Los profesores y estudiantes cuentan con **apoyo y asesoramiento** a lo largo de toda la duración del programa.
- 4) **Los estudiantes** cuentan con la ayuda de un facilitador (profesor o tutor), pero tienen **libertad** para desarrollar sus propias ideas y son plenamente **responsables** del funcionamiento de la miniempresa.
- 5) Se ha elaborado **material didáctico** específico (manuales, guía, etc.) sobre cómo facilitar y gestionar empresas de estudiantes.
- 6) El programa es **flexible**, aplicable en una amplia variedad de contextos y fácil de integrar en las actividades escolares, tanto dentro del aula como en actividades extracurriculares.
- 7) Tutores y asesores del **mundo empresarial** participan en la aplicación práctica del programa.
- 8) Se organizan **actos** externos a la escuela, como ferias comerciales.
- 9) El programa cuenta con el apoyo de la comunidad local.
- 10) Habitualmente, se utilizan herramientas para la **evaluación** del programa.
- 11) Se lleva a cabo una **conexión en red** entre profesores para la ayuda y el aprendizaje mutuos, así como el establecimiento de contactos a nivel nacional e internacional entre profesores, estudiantes y otros interlocutores participantes.

3. Algunos ejemplos de buenas prácticas

Como se ha afirmado anteriormente (*véase el punto 2.4.*), gran número de programas identificados gracias a este estudio cumplen todos o la mayoría de los criterios establecidos por el Grupo de expertos para identificar buenas prácticas en materia de gestión de actividades de empresas de estudiantes.

La presente Sección da unos cuantos ejemplos que se basan en determinados principios comunes, pero revelan una diversidad de métodos y soluciones en relación con la enseñanza del espíritu emprendedor a través del trabajo práctico. No se proponen aquí como los mejores de Europa (una lista íntegra de buenos ejemplos sería mucho más larga), sino como una selección significativa de ejemplos de buenas prácticas.

3.1. «*La Mini-entreprise en classe*» (Bélgica)

Es un proyecto organizado que dura **cinco horas dentro del horario semanal** y lo coordina **un equipo de profesores**: un mínimo de dos profesores están presentes permanentemente durante el curso. Hay un número medio de participantes de doce y un máximo de veintitrés. En general, son alumnos con edades comprendidas entre 16 y 19 años, que cursan formación técnica y profesional. Los profesores cuentan con el apoyo del personal de la asociación sin ánimo de lucro «*Les Jeunes Entreprises*», que proporciona documentación de ayuda y guías, organiza seminarios, etc.

La actividad tiene lugar en clase **dentro del plan de estudios oficial**, pero continúa fuera de la escuela como actividad voluntaria por parte de los alumnos. En cualquier caso, la producción exige que los alumnos hagan horas extras. Del mismo modo, las actividades de ventas se organizan principalmente por la tarde o durante el fin de semana. El hecho de que, en este **modelo «en clase»**, el profesor introduzca la metodología en los cursos de sus alumnos posibilita el examen de ciertos temas más en detalle que en una actividad fuera del horario lectivo y completamente voluntaria.

Cada miniempresa cuenta con el apoyo de uno o dos **asesores** procedentes del mundo empresarial, que aceptan poner su experiencia a disposición de los jóvenes. Las relaciones con proveedores y clientes proporcionan una oportunidad de interactuar con el mundo empresarial real fuera de la escuela.

Para una evaluación eficaz, se utilizan los instrumentos de la asociación sin ánimo de lucro «*Les Jeunes Entreprises*». Además, los profesores preparan documentos y fichas para que la evaluación de la participación de los alumnos sea más exhaustiva. Al final de cada año, tiene lugar un **examen final**. Si tanto el equipo de profesores como los asesores externos consideran positiva la actividad de la miniempresa, la escuela expide a los estudiantes un **certificado** de «desarrollo positivo del proyecto». Por otra parte, si los estudiantes reúnen una serie de condiciones fijadas por la asociación sin ánimo de lucro «*Les Jeunes Entreprises*», se les expide un certificado de «joven empresario».

Contacto:

asbl "Les Jeunes Entreprises"
www.lesjeunesentreprises.be

3.2. Empresa de prácticas en la escuela profesional de Merikoski (Finlandia)

En Finlandia, se organizan empresas de prácticas en la formación profesional secundaria a nivel nacional. La empresa en sí es ficticia, pero los estudiantes ejercen actividades comerciales reales al utilizar los productos de la empresa asociada. *FINPEC (Finnish Practice Enterprises Centre)* es la organización encargada de la promoción de empresas de prácticas en Finlandia.

La duración de la formación sobre empresa de prácticas varía aproximadamente entre tres meses y un año. Una aplicación interesante consiste en **sustituir el curso previsto en el plan de estudios por una actividad de planificación empresarial**, lo que prolonga la duración de la actividad de la empresa de prácticas (de alguna manera) hasta tres años. El objetivo pedagógico es que los estudiantes se familiaricen con la planificación empresarial, sean capaces de trabajar en diferentes tareas dentro de la empresa, comprendan la empresa en su totalidad y aprendan una serie de competencias generales. Las empresas de prácticas interactúan activamente con otras empresas de prácticas y con el mundo exterior, especialmente con la empresa asociada al comienzo del periodo de prácticas.

La **Escuela profesional de Merikoski** ha sustituido los cursos normales del plan de estudios por un **plan empresarial de una empresa de prácticas**. Ese plan empresarial orienta a los estudiantes a lo largo de sus estudios (tres años). Mientras que antes el plan de estudios oficial brindaba orientación sobre lo que debía estudiarse, ahora la actividad de planificación empresarial determina los distintos bloques del programa de estudios. Los dos primeros años se dedican a la planificación y la preparación, y a mejorar el trabajo realizado. Durante el tercer año se desarrolla la verdadera actividad empresarial.

El plan empresarial se desarrolla en cooperación con la **empresa asociada** y un financiero, que aportan un significativo valor añadido a los estudiantes. Los representantes de las empresas asociadas forman parte del consejo de administración de la empresa de prácticas para orientar su funcionamiento e incentivar su actividad.

En este ejemplo, los estudiantes de la empresa de prácticas participan realmente en la actividad de la empresa asociada vendiendo sus productos, lo cual aporta valor añadido a los estudiantes. Los estudiantes realizan también un ejercicio de comercialización por cuenta de la empresa asociada en ferias internacionales de empresas de prácticas. Esas experiencias han demostrado ser muy eficaces para el aprendizaje y el proceso de adaptación de los estudiantes.

Contacto:

Finnish Practice Enterprises Centre (FINPEC)

www.finpec.fi

3.3. Programa de miniempresas «Get Up and Go» (Irlanda)

Con los años, el programa «Get up and Go» se ha convertido en el programa de empresas de estudiantes **más ampliamente utilizado** en las escuelas, ofreciendo miniempresas como parte del programa del año de transición. El año de transición es un programa oficial ofrecido por cerca de un 70 % de las escuelas secundarias, destinado a facilitar la transición del *Junior Cycle* al *Senior Cycle*. Su cometido consiste en preparar a los estudiantes para el mundo laboral en un entorno preprofesional e incluye el desarrollo de competencias emprendedoras.

El Programa «Get Up and Go» de miniempresas es, por tanto, una **actividad curricular**, que puede organizarse como un módulo de diez semanas, pero la práctica óptima debería durar un año entero. Se recomienda que la **totalidad de la clase del año de transición** constituya la «empresa» y que los puestos directivos se decidan por medio de una entrevista. Alternativamente, grupos más pequeños dentro de la clase pueden formar también empresas diferenciadas, pero la reproducción de la experiencia de la «vida real» se suele conseguir mejor con un grupo numeroso.

El manual pedagógico elaborado como parte del programa «Get up and Go» se divide en **diez secciones**. Cada una de ellas trata aspectos concretos del programa de miniempresas:

- 1) Introducción a las miniempresas incluyendo los beneficios de la miniempresa, las metodologías utilizadas y las decisiones sobre productos
- 2) Selección y organización del equipo de miniempresa.
- 3) Comunicación
- 4) Inscripción de una miniempresa
- 5) Comercialización
- 6) Legislación
- 7) Plan empresarial
- 8) Finanzas
- 9) Cese de explotación y liquidación de la miniempresa
- 10) Feria comercial/exposición

A través de la participación en el Programa «Get Up and Go» de miniempresas, los estudiantes viven oportunidades de adquirir competencias emprendedoras en un entorno no hostil dentro de clase; asimismo, las ferias comerciales, los concursos y el trabajo sobre proyectos les dan la ocasión de exhibir y celebrar dichas competencias. Se motiva intrínsecamente a los estudiantes a través de una apropiación del proyecto y de un compromiso con sus propias ideas. Los estudiantes se sienten libres ya que perciben que controlan su aprendizaje y el profesor se convierte en un facilitador más que en un transmisor de conocimientos.

Contacto:

Transition Year Support
Second Level Support Service
<http://ty.slss.ie>

3.4. JUNIOR - «Junge Unternehmer initiieren - organisieren – realisieren» (Alemania)

Los estudiantes a partir de 9º curso de todos los tipos de escuelas secundarias participan en el programa JUNIOR de empresas de estudiantes. La miniempresa está dividida en **varios departamentos**. Cada estudiante ocupa un puesto y una función específicos. Cada empresa es responsable de la comercialización, las adquisiciones, la contabilidad y las finanzas. Los productos de este tipo de empresas son innovadores y se adaptan a la demanda y a los precios del mercado. Al terminar el curso escolar, la Miniempresa se liquida y el dividendo se abona al accionista.

El programa incluye actos como ferias comerciales, y concursos nacionales y regionales. En las ferias nacionales e internacionales, las empresas JUNIOR tienen la posibilidad de darse a conocer, presentar sus productos y servicios y, al mismo tiempo, entrar en contacto con otras empresas de estudiantes.

Las empresas de estudiantes reciben **asesoramiento durante todo el año** de JUNIOR-office, que es un segmento especializado del *Institut der deutschen Wirtschaft Köln (Instituto de estudios económicos de Colonia)* y que permite a las empresas de estudiantes entrar en contacto con otras empresas análogas, empresas reales y asociaciones.

Aparte del asesoramiento, cada estudiante y cada supervisor recibe material informativo sobre cómo gestionar una empresa. Existen talleres, folletos y material en Internet sobre temas específicos, como la comercialización y la contabilidad, que permiten a los estudiantes obtener una mayor información para una gestión empresarial exitosa. También participan en el programa tutores y auditores procedentes del mundo empresarial, que aportan a los estudiantes información y asesoramiento. Los estudiantes que superan con éxito el programa reciben un certificado bien conocido en el ámbito empresarial.

Los socios de JUNIOR a nivel nacional son *KfW Mittelstandsbank, Gothaer Versicherungen, Handelsblatt*, el Ministerio Federal de Economía y Trabajo y las Federaciones de Empresarios así como las Cámaras de Comercio. En los *Länder* de la República Federal, JUNIOR cuenta con el apoyo de una amplia gama de empresas, bancos, ministerios y asociaciones.

Contacto:

JUNIOR-Office
Institut der deutschen Wirtschaft Köln
www.juniorprojekt.de

3.5. «Une entreprise dans votre lycée», Académie de Rennes (Francia)

Todos los establecimientos de educación secundaria del distrito de Rennes pueden participar en este programa, incluidos los institutos (*lycées*) públicos o privados de educación general, técnica y profesional.

Cada año, se celebra un **concurso** en el mes de mayo con diez equipos de estudiantes (12 estudiantes por equipo como media) procedentes de establecimientos del distrito de Rennes, ante un jurado formado por profesionales. Cada equipo concursante presenta la empresa que ha creado en la escuela, reproduciendo y desarrollando las condiciones de creación y funcionamiento de una empresa real.

La formación de los profesores corre a cargo del *Rectorat* y de la Cámara de Comercio e Industria. Se establecen **asociaciones de calidad** con **empresas locales** con objeto de apoyar a los jóvenes a través de patrocinios, asesoramiento y cooperación.

A partir de una idea de producto o de servicio, los estudiantes se asocian para crear su propia empresa. Presentan su expediente ante un comité formado por representantes de los socios de este programa. Tras la constitución administrativa y legal de la **empresa ficticia**, los promotores del proyecto se reparten las responsabilidades y las tareas de acuerdo a un organigrama concreto: investigación de mercado y competencia, inscripción del nombre de la empresa en el *INPI*, creación de un logo, desarrollo técnico, negociaciones con los proveedores o subcontratistas, comercialización, y ventas, etc.

Durante la jornada de clausura, en presencia de todos los participantes, cada empresa debe presentar un balance de su actividad por medio de un pabellón de exposición y de una presentación oral ante un jurado formado por representantes de los socios y de los directores de empresa. El Consejo Regional otorga un premio a las tres mejores empresas.

Este programa permite que un equipo de jóvenes se reúna en torno a un proyecto y materializa los métodos pedagógicos que contribuyen al desarrollo de la autonomía de los alumnos y su apertura al mundo económico. Los ejemplos muestran que, en varios casos, los jóvenes han **llevado a la práctica** finalmente su proyecto de creación de empresa, mientras que en otros casos las empresas locales asociadas han desarrollado proyectos especialmente innovadores y prometedores.

Contacto:

Académie de Rennes
ce.daet@ac-rennes.fr

3.6. Enfoque integrado de la educación empresarial en una escuela politécnica comercial (Hungría)

Una escuela secundaria húngara (*Business Polytechnic*) ha creado un interesante **sistema integrado** de educación empresarial.

1. Los estudiantes (**de dieciséis años de edad**) participan en segundo curso en el programa Empresa Joven de empresas de estudiantes (**aprendizaje a través de la práctica**), lo que les permite crear y gestionar su propia empresa a lo largo de un curso académico. Eligen un consejo de administración formado entre los propios alumnos, movilizan el capital social y comercializan y financian un producto o un servicio de su elección. Tratan con dinero auténtico, fabrican productos reales y participan en ferias comerciales. Al final del año, liquidan la empresa y presentan un informe y las cuentas.
2. Las próximas etapas se desarrollan a través de **estudios comerciales teóricos (entre diecisiete y dieciocho años de edad)**.
3. Los estudiantes (**de diecinueve años de edad**) participan en una empresa de prácticas para adquirir una **formación profesional** especial. El método pedagógico incluye una sala de dimensiones suficientes y un equipo técnico actualizado, así como una empresa ficticia. La formación complementa y profundiza los conocimientos teóricos y da la oportunidad de un aprendizaje más práctico y de una simulación del mundo del comercio y la empresa. Las actividades están directa o indirectamente relacionadas con el funcionamiento de una empresa real. La oficina ha establecido una relación con la empresa que ha servido de modelo para la empresa ficticia y reproduce su funcionamiento, utilizando sus documentos comerciales, etc.
4. Por último, la escuela dispone de un local y de un programa de viveros de empresas, lo que da a los estudiantes la posibilidad de **crear su propia empresa real**.

Contacto:

Business Polytechnic
www.poli.hu

3.7. Programa Empresas de Estudiantes «Junior Achievement» (Estonia)

El programa de empresas de estudiantes se ofrece a través de la actividad «*Junior Achievement Estonia*». Los participantes son estudiantes de enseñanza secundaria superior,

con edades comprendidas principalmente entre dieciséis y dieciocho años, pero también hay alumnos del primer ciclo de la escuela secundaria (con edades comprendidas entre trece y quince años). El programa se desarrolla durante un máximo de un curso escolar y normalmente dura cinco meses. Los estudiantes trabajan bajo la supervisión de un asesor o (con más frecuencia) de un profesor que se ha formado como facilitador de empresas de estudiantes.

En una empresa de estudiantes pueden participar la clase entera (rara vez) o grupos más pequeños (entre tres y siete personas). Los estudiantes deciden el producto o servicio, eligen a sus directivos y venden acciones para obtener capital y producen o encargan el producto que han concebido. Venden el producto y llevan una contabilidad. Durante el curso escolar, los estudiantes participan en ferias comerciales de empresas de estudiantes locales y nacionales. Al final del periodo, presentan un informe a *Junior Achievement Estonia*.

Junior Achievement Estonia se encarga de la formación de escuelas y profesores. La primera etapa es la formación inicial de los profesores en la metodología de enseñanza y facilitación de las empresas de estudiantes. A continuación, se suele proponer una formación más avanzada. Asimismo, se facilita asesoramiento permanente a escuelas y profesores mediante el programa de empresas de estudiantes a cargo de especialistas de *Junior Achievement Estonia*. Durante las sesiones de formación, se utiliza la competencia específica de personas del mundo empresarial y universitario. Los materiales pedagógicos los ha elaborado *Junior Achievement Estonia* para uso de estudiantes y profesores.

Una gran fuente de voluntarios procedentes del mundo empresarial son los **antiguos alumnos** del programa, que vuelven para apoyar a los profesores. Se ha puesto en marcha un **nuevo programa** para enseñarles a convertirse en asesores «junior» para los más jóvenes en las escuelas. A través de este programa se espera un doble beneficio: por un lado, las empresas de estudiantes obtienen experiencia reciente y estímulos de sus propios compañeros y, por otro, los antiguos estudiantes pueden realizar su primera experiencia docente.

Contacto:

Junior Achievement Estonia.

www.ja.ee

3.8. Empresa Joven Europea – EJE (España)

El gobierno del Principado de Asturias desempeña un papel activo en el fomento de la enseñanza del espíritu emprendedor. Valnalón, una empresa pública dependiente de la Consejería de Trabajo e Industria, colabora con la Consejería de Educación y Ciencia en la concepción y aplicación de programas de espíritu emprendedor en diferentes niveles educativos.

El programa *Empresa Joven Europea (EJE)* se ha incluido en el **plan de estudios regional de educación secundaria** y, en consecuencia, EJE se enseña como materia optativa desde el curso 2003/2004. Este reconocimiento oficial ha dado lugar a un incremento constante del número de escuelas y estudiantes participantes, no solo en Asturias sino también en otras regiones de España.

El programa *Empresa Joven Europea* va dirigido a estudiantes de edades comprendidas entre 12 y 16 años. Durante un curso académico completo, los estudiantes crean y gestionan **empresas de importación y exportación** que realizan actividades comerciales reales con

empresas de estudiantes extranjeras. Los estudiantes se comunican a través de videoconferencia y por correo electrónico con las empresas asociadas extranjeras, efectúan y tramitan pedidos y venden bienes importados en la feria comercial local. Posteriormente, los beneficios se distribuyen entre los socios de la empresa y una parte va a una ONG o a un proyecto comunitario de otro tipo.

Además de fomentar las competencias emprendedoras de los alumnos, el programa considera las **nuevas tecnologías** como parte integrante del proceso de enseñanza y aprendizaje. Asimismo, se fomentan las actitudes positivas hacia el aprendizaje de **idiomas extranjeros** como instrumento de comunicación entre las miniempresas asociadas situadas en diferentes países.

Valnalón publica **recursos didácticos** gracias a la financiación del gobierno regional. Con objeto de favorecer la difusión, los libros son totalmente gratuitos para estudiantes y profesores en las escuelas asturianas. Los materiales didácticos tratan los aspectos teóricos y prácticos. Todas las actividades las ha elaborado un grupo de trabajo formado por profesores de enseñanza secundaria, educadores y expertos en formación empresarial.

Se ha concebido una **estrategia de difusión** coherente, que ya ha dado su fruto en forma de una amplia red de escuelas de toda España, y participan en el programa escuelas secundarias en Andalucía, Asturias, Islas Baleares, Islas Canarias, Madrid, Navarra, País Vasco y Comunidad Valenciana. También se coopera con escuelas de México, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Suecia, Noruega, Polonia y Eslovaquia.

Contacto:

Valnalón Ciudad Tecnológica

www.valnalon.com

3.9. Proyecto: Empresario de verano en el condado de Västernorrland (Suecia)

Este programa se aplica a **nivel regional** en el condado de Västernorrland. Desde 2002, está funcionando en las ciudades de Örnsköldsvik, Sollefteå y Kramfors.

El programa dura ocho semanas, **durante las vacaciones de verano**, y está destinado a jóvenes con edades comprendidas entre diecisiete y diecinueve años.

Su objetivo es permitir a los jóvenes acceder a los conocimientos y experiencia de la gestión de una empresa y familiarizarse con el espíritu emprendedor durante sus vacaciones de verano, creando su propio **empleo de verano** en lugar de trabajar para el municipio. De hecho, en Suecia los municipios tienen por costumbre ofrecer a los jóvenes un trabajo de verano en su ámbito de competencias (por ejemplo, jardinería, etc.).

El proyecto comienza con un curso de introducción de dos semanas, que combina teoría y práctica. Durante esas dos semanas, los participantes reciben un subsidio del municipio (55-65 coronas suecas al día). A continuación, gestionan su propia empresa durante **seis semanas**.

Los empresarios de verano obtienen una autorización fiscal especial para gestionar una empresa desde comienzos de junio hasta finales de agosto. Al final de agosto, los empresarios liquidan la empresa y presentan su propia declaración de impuestos a la autoridad fiscal.

La interacción con las empresas o con la comunidad local se realiza gracias a la participación de asesores o consejeros de la industria, el municipio u otras organizaciones.

Contacto:

Open for business in the county of Västernorrland
www.ofb.nu

3.10. Young Enterprise Company Programme – Programa Empresa Joven (Reino Unido)

El *YE Company programme* se ha elaborado a través de una estructura organizativa **bien arraigada en todo el territorio británico mediante su conexión en red**. Dicha estructura cuenta con una excelente reputación a la hora de **crear asociaciones entre las empresas y el sector público para suministrar las infraestructuras y los recursos** financieros, humanos y materiales necesarios para proporcionar sus programas, seleccionados y ensayados. Los materiales del *YE Company Programme* se renuevan cada tres años y aprovechan la tecnología del disco compacto y de Internet pero continúan conservando la forma tradicional de los materiales impresos.

El programa ha demostrado que es **reproducibile** y que se puede adaptar a nivel nacional, pero manteniendo el compromiso individual del personal **local** que se encarga de los estudiantes.

El *Young Enterprise Company Programme* (destinado a estudiantes con edades comprendidas entre quince y diecinueve años) da a miles de estudiantes cada año la oportunidad de prepararse para la vida laboral a través de la experiencia en la gestión de su propia empresa, apoyados por **asesores voluntarios de las empresas**, durante un curso académico. Los asesores voluntarios de las empresas son fundamentales para una gestión fluida y exitosa del programa, ya que orientan a los estudiantes durante el proceso de explotación.

Los estudiantes eligen un Consejo de administración entre sus compañeros, movilizan el capital, y comercializan y financian un producto o servicio de su elección. Tras la elaboración de un plan empresarial y la finalización de la estrategia comercial, la empresa debe planificar la financiación de las compras de materias primas y provisiones. La elaboración de un prototipo sirve para revelar toda dificultad práctica y aporta ideas sobre la cantidad de artículos acabados que se pueden fabricar en un tiempo dado. El departamento operativo planifica la producción y montaje de los componentes del producto.

Durante el año, el *YE Area Board* (consejo regional) organiza al menos una feria comercial y también tienen lugar ferias comerciales de mayores dimensiones (regional, nacional y europeo). Todas estas actividades permiten a los participantes reunirse con sus homólogos de otras empresas y, en caso de ferias comerciales, vender sus productos. Al final del año, se liquida la empresa y los estudiantes presentan un informe y las cuentas a sus accionistas. Los estudiantes obtienen experiencia del mundo real al asumir responsabilidades y dar cuentas a sus accionistas de la gestión de la empresa.

Contacto:

Young Enterprise UK
www.young-enterprise.org.uk

4. Aplicación actual de los programas: difusión, principales obstáculos y evaluación

4.1. Las empresas de estudiantes en los distintos niveles educativos

Los programas de empresas de estudiantes están difundidos sobre todo en el **nivel de la educación secundaria** (y especialmente la secundaria superior), y en ese nivel es donde pueden ser más eficaces. La experiencia muestra que una empresa real o ficticia puede ser gestionada con éxito por un equipo de estudiantes de secundaria, que estén intelectual y socialmente preparados para asumir la responsabilidad de trabajar de manera autónoma en un proyecto empresarial completo. En esta fase los jóvenes necesitan completar la adquisición de competencias personales y no especializadas, como el trabajo en equipo, la comunicación y el trabajo de proyecto, que les harán falta en su futura vida profesional. También, los estudiantes empiezan a pensar en su futura carrera cuando están en secundaria; por consiguiente, en ese momento es cuando el espíritu emprendedor puede tener un mayor efecto. Por último, en la educación secundaria los jóvenes todavía pueden experimentar y encontrar su camino (también cometiendo errores) sin demasiada presión.

De todas formas, los programas de empresas de estudiantes también se aplican con éxito en la enseñanza primaria y en la universidad.

En la **escuela primaria**, las actividades y tareas son más simples y los programas tienen una duración más corta (por ejemplo 2-3 meses o solo el tiempo necesario para desarrollar un proyecto específico). La metodología estará más orientada hacia el aprendizaje lúdico, mediante la experimentación y los juegos. Se concederá más importancia a las actitudes (trabajo en equipo, iniciativa, etc.) que a las competencias emprendedoras. Se aprovechan con frecuencia las actividades ya existentes dentro de la escuela (como organizar un bazar, recoger dinero para un viaje escolar, etc.), o se puede organizar la empresa de estudiantes entorno a determinadas actividades (como la venta de productos en una feria navideña). Se pueden proporcionar conceptos económicos básicos, por ejemplo a través de cuentos, juegos y actividades simples. De esa manera, los niños adquieren más conciencia sobre el funcionamiento del mundo fuera de la clase. Las visitas a empresas locales forman parte de estas actividades. También se incluyen en las metodologías de las empresas de estudiantes a este nivel las reuniones con representantes de empresas.

Yggdrasil (reconstrucción de la época vikinga) – Proyecto empresarial de la escuela Grinder

En Noruega, la escuela *Grinder*, en Grue, es una escuela primaria de una comunidad del interior. En esa zona ya hubo un asentamiento al final de la edad de hierro, que es el comienzo de la época vikinga en Noruega.

Los alumnos de quinto y sexto curso han reconstruido una granja de la época vikinga en el terreno de la escuela. En esos edificios, los alumnos recrean la vida de los vikingos en la comunidad, vistiendo ropa vikinga y cocinando comidas basadas en el tipo de alimentación de la época vikinga. Parte del proyecto sirve también para aprender a cardar la lana y otras actividades de la vida y la cultura cotidianas de los tiempos vikingos.

El aspecto empresarial consiste en conseguir financiación de las instituciones locales y nacionales y en la participación y coordinación de todos los interlocutores. Este concepto pedagógico se basa en la participación de toda la escuela y, además, implica a empresarios locales, la comunidad, los padres y expertos de museos locales y nacionales.

A **nivel universitario**, las metodologías utilizadas se centran sobre todo en la planificación y la creación de ideas emprendedoras. En esta fase, son necesarios conocimientos teóricos más amplios y se orienta a las empresas a través de actividades basadas en la innovación y el conocimiento. La actividad de las empresas de estudiantes tiene menos fines pedagógicos y está más bien destinada a conseguir oportunidades de trabajo reales a los estudiantes, por ejemplo, guiándoles hacia el entorno empresarial real. Los estudiantes en este nivel serán capaces de dirigir ellos mismos enteramente el proceso de aprendizaje, con total autonomía y responsabilidad. Tendrán más libertad para organizar reuniones con asesores empresariales. El programa está menos estructurado, y el asesoramiento práctico se va limitando, lo cual significa también que el entorno operativo está menos protegido y que aumentan los riesgos empresariales. Los programas de empresas de estudiantes en este nivel educativo deben acercarse aún más a la vida real y pueden terminar con frecuencia con la creación de una empresa real. Los «viveros» pueden ayudar también a los estudiantes a convertir su idea empresarial en realidad.

«Junior Enterprises» en la universidad – JADE (Confederación Europea de Junior Empresas)

Las Junior Empresas son entidades sin ánimo de lucro gestionadas totalmente por estudiantes, que integran conocimientos de la universidad junto con la experiencia práctica empresarial organizando proyectos de asesoramiento para empresas en diversos sectores.

Los estudiantes adquieren competencias generales como el espíritu emprendedor, el trabajo en equipo, la creatividad, las técnicas de presentación y la gestión de proyectos. Los miembros de Junior Empresas prestan una amplia gama de servicios (estudios empresariales y técnicos, etc.) para distintos tipos de empresas de todos los sectores.

Puentes y vínculos posibles

Se pueden crear puentes para facilitar a los estudiantes el paso de los programas aplicados en las escuelas secundarias a los programas de nivel universitario.

Gestionar una miniempresa en la escuela secundaria puede ser una introducción muy útil a los programas de espíritu emprendedor en la educación superior, uno de cuyos objetivos es claramente la creación de una pequeña empresa (durante o después de los estudios). Estos programas exigen de los estudiantes que aprendan a redactar un verdadero plan empresarial, y los que ya han pasado por un programa de empresa durante su etapa escolar están innegablemente mejor preparados para esa tarea. Asimismo, los contactos hechos con las empresas en la escuela secundaria les pueden ser de utilidad a los estudiantes en la enseñanza terciaria a la hora de realizar investigaciones y elaborar sus proyectos.

La obtención de un «certificado de realización con éxito» expedido por un proveedor de un programa de empresa reconocido en la enseñanza secundaria, permitiría a los estudiantes solicitar un nivel más avanzado de programas de empresa en la universidad a condición de que las instituciones superiores reconozcan los certificados. Alternativamente, se puede hacer un examen para ver si los estudiantes han asimilado los fundamentos de la gestión empresarial, que los estudiantes podrían presentar en la institución postsecundaria.

En **Letonia**, los estudiantes que hayan experimentado el ciclo completo de una empresa de estudiantes (desde la inscripción hasta la liquidación) reciben un certificado *Junior Achievement Latvia*, y se ha firmado un acuerdo con determinadas universidades para tener en cuenta este certificado a la hora de la matriculación de los estudiantes.

En **Austria**, el programa de empresa de prácticas se aplica en dos facultades de Económicas, y se estimula la cooperación empresarial entre empresas de prácticas gestionadas por estudiantes de nivel secundario y universitario. Dichas universidades también ofrecen formación a los futuros profesores de empresas de prácticas, en cooperación con otros institutos de profesores.

A nivel europeo, dos importantes redes de fomento de los programas de empresas de estudiantes en la educación secundaria y terciaria, *JA-YE Europe* y *JADE* (que coordinan las *Junior Empresas* en la enseñanza superior), han celebrado recientemente un acuerdo de cooperación.

4.2. Obstáculos y factores de riesgo

Uno de los objetivos del presente estudio era identificar los principales problemas, obstáculos, puntos débiles y factores de riesgo a que hacen frente los programas basados en esta metodología con objeto de proponer actuaciones y orientaciones que puedan utilizar con provecho todas las partes interesadas (administraciones públicas, promotores externos como ONGs, escuelas, empresas y asociaciones de empresas) para mejorar la eficacia de esos programas, ampliar su presencia en los sistemas educativos y aumentar la participación de los estudiantes.

Una visión de conjunto de la mayor parte de los programas de empresas de estudiantes existentes en Europa, y la opinión de los expertos en la materia, han permitido poner de manifiesto algunos de los principales obstáculos a una mayor expansión de estos conceptos. Son los siguientes.

a) El marco rígido en que funcionan algunas escuelas (falta de flexibilidad)

En algunos casos, y en diversos grados, las escuelas no tienen la necesaria independencia y autonomía (pedagógica, administrativa, financiera, etc.) para acometer actividades extracurriculares y/o para vincularse con la comunidad local y con interlocutores privados como las empresas. La escuela está limitada en su propio espacio y no puede interrelacionarse con la economía. Las escuelas deberían tener la capacidad de crear un entorno de aprendizaje que favorezca la adquisición de competencias transversales como, por ejemplo, el espíritu emprendedor. Deberían poder contar con los recursos adecuados en términos de tiempo, recursos financieros y flexibilidad para coordinar actividades destinadas a desarrollar las competencias de los alumnos. Deberían recibir estímulos para organizar también cursos fuera del marco educativo formal, ya que así se mejoraría su capacidad para adoptar nuevas iniciativas. Si un programa educativo no aparece dentro del plan de estudios oficial, las escuelas no se atreven a ponerlo en marcha. Además, los programas de miniempresas dan a los estudiantes una gran independencia, con lo que es muy difícil supervisarlos mediante los instrumentos pedagógicos tradicionales, calificarles según el sistema habitual, etc. La introducción de estos programas requiere una forma de pensamiento liberal y una actitud empresarial por parte de la escuela y los profesores.

b) Financiación

Con mucha frecuencia, estos programas son promovidos por ONGs y otras organizaciones exteriores al sistema educativo, y tienen lugar fuera del plan de estudios escolar oficial, lo cual significa que hacen falta recursos financieros suplementarios. Por ejemplo, estos programas pueden verse en la imposibilidad de pagar a los profesores por las horas

extraordinarias que dedican a las miniempresas, o por los gastos de viaje para participar en ferias comerciales nacionales o internacionales, etc.

c) La **carga suplementaria de trabajo** para estudiantes y profesores

Estos programas pueden exigir mucho de estudiantes y profesores. Gestionar una miniempresa consume una gran cantidad de tiempo. Por consiguiente, alcanzar un buen nivel de motivación al principio del programa es muy importante para determinar el grado de aprovechamiento de los estudiantes. Sin embargo, puede ser difícil para los estudiantes combinar el trabajo en la empresa con el éxito en las demás disciplinas del plan de estudios. En cuanto a los profesores, a causa de un plan de estudios sobrecargado, muchos de ellos no tienen tiempo suficiente para la enseñanza empresarial y la creación y gestión de las miniempresas. La participación en actividades extraescolares proporciona muchas oportunidades y beneficios a los estudiantes, pero también acarrea problemas de supervisión y garantía de dichas actividades. Los profesores deben participar en las actividades vespertinas en funciones docentes, y también para garantizar la seguridad en la escuela.

d) Falta de valoración (y de recompensa) por los **cometidos extraordinarios** de los profesores

Como se indica más arriba, gestionar programas de miniempresas requiere con frecuencia un esfuerzo extraordinario de los profesores, que supera el horario docente normal. Los profesores suelen tener una enorme carga de trabajo y muchas horas de clase. No reconocer ni recompensar estos cometidos extraordinarios puede dar lugar a una falta de motivación para participar en tales actividades. En este sentido, disponer de programas de empresas de estudiantes en el plan de estudios de la escuela puede revestir una gran importancia.

e) Los programas exigen **nuevos métodos pedagógicos** de los profesores

Gestionar estos programas exige que los profesores cambien su enfoque pedagógico tradicional. Al principio, el profesor proporcionará unos conocimientos básicos y explicará términos empresariales clave a los estudiantes, pero su papel cambiará después para convertirse más bien en un facilitador, asesor y observador silencioso. El profesor transferirá la responsabilidad de la toma de decisiones a los estudiantes, ya que los jóvenes se iniciarán en las características y competencias del espíritu emprendedor mediante la asunción de responsabilidades para su propio aprendizaje. Por consiguiente, la selección y formación de los profesores debe hacerse cuidadosamente. Su formación introductoria deberá centrarse en cómo gestionar una miniempresa, en las metodologías pedagógicas basadas en el trabajo en equipo y el trabajo de proyecto, e incluir conocimientos sobre los objetivos y competencias que deben alcanzar los estudiantes que participan en estas actividades.

f) Búsqueda de **asesores/voluntarios** externos

La creación de vínculos con el mundo de la empresa y la disponibilidad de tutores y asesores de las empresas locales es un elemento clave para el éxito de los programas de miniempresas en las escuelas. El papel del profesor consistirá en ayudar y facilitar durante las distintas fases del programa, y los estudiantes necesitan asesores de empresas reales que proporcionen un valor añadido de experiencia y les ayuden a aprender más sobre la empresa y el espíritu emprendedor. A veces puede ser muy difícil encontrar suficientes asesores de las empresas, ya que los empresarios y la gente del mundo empresarial están muy ocupados, como es natural. Especialmente en zonas aisladas, las escuelas pueden carecer de acceso a una variedad de tutores empresariales como les gustaría. El éxito de estos programas depende en gran medida

de la buena voluntad y disponibilidad de la gente del mundo empresarial y de las empresas locales que estén de acuerdo en participar como voluntarios.

g) Falta de **aceptación** por parte de otros profesores y directores de escuelas

Las escuelas deberían reconocer a todos los niveles, empezando por sus directores, la importancia que reviste para los jóvenes el desarrollo de actitudes y competencias emprendedoras y la eficacia de los programas de miniempresas a ese respecto. Deberían comprometerse con este nuevo enfoque pedagógico y apoyar a los profesores en su aplicación. Muchos profesores aceptan mal el tiempo consagrado a la enseñanza del espíritu emprendedor y a los programas de miniempresas en las escuelas, y queda mucho por hacer para que todos los miembros del cuerpo docente admitan el valor educativo de esta actividad. Las autoridades públicas deberían desempeñar un papel más activo en la consecución de este objetivo.

h) **Barreras** jurídicas y administrativas

En algunos países, los programas de miniempresas encuentran dificultades prácticas de carácter jurídico o burocrático. En realidad, el estatuto jurídico de las empresas de estudiantes no está bien definido, y no existe ninguna normativa específica en materia de procedimientos administrativos, pago de impuestos e IVA, seguros y responsabilidad, etc. Las miniempresas deberían considerarse una herramienta pedagógica y no estar sujetas a las mismas cargas administrativas y fiscales que las empresas reales, ya que esto obstaculiza en gran medida su aplicación en un marco escolar. En determinados países, estos programas no pueden ser oficialmente reconocidos porque la legislación fiscal aplicable a las empresas no contempla excepciones para los programas educativos (*esta cuestión se examina con más detalle en el punto 6*).

i) Falta de apoyo o aprobación por parte de las **autoridades públicas**

Uno de los principales obstáculos señalados por los expertos nacionales es el insuficiente apoyo prestado por las autoridades públicas (especialmente los Ministerios de Educación) en la promoción de los programas de empresas de estudiantes en las escuelas. Sin embargo, las acciones de persuasión y promoción son necesarias, ya que las escuelas y los profesores gozan de cierto grado de autonomía en la elección de los cursos que se proponen a los estudiantes, y el espíritu emprendedor no ha sido completamente aceptado como objetivo de aprendizaje por la comunidad escolar y educativa. Es esencial, por tanto, que los Ministerios de Educación desempeñen un papel más dinámico y un paso importante en este sentido sería introducir estos programas en los planes de estudios –como opción en el objetivo más amplio de fomentar la cultura emprendedora. Dicha inclusión contribuiría a aumentar la motivación de los profesores y permitiría organizar los cursos de tal manera que se evitara una carga de trabajo excesiva para los estudiantes. Por último, las autoridades públicas también son responsables de la falta de coherencia del marco jurídico o administrativo, que puede disuadir a algunos centros escolares de impartir este tipo de actividad (*estos temas se examinan en mayor detalle en el punto 6*).

4.3. Datos cuantitativos sobre la aplicación de los programas

En esta sección, y en el cuadro que figura más adelante, se facilitan **estimaciones** del índice de **penetración de los programas de empresas de estudiantes en la educación secundaria**, en términos de participación de los centros y los estudiantes. Estas estimaciones se basan en los datos cuantitativos recopilados por los expertos nacionales designados. Si bien en algunos

países no se dispone de datos para todos los programas existentes, en el estudio se han tenido en cuenta la mayor parte de las actividades, y, en cualquier caso, las principales, desde un punto de vista cuantitativo. Puesto que los datos utilizados para calcular las estimaciones no representan todos los programas que existen en Europa, su índice de penetración y, especialmente la participación de los estudiantes, estén probablemente subestimados. Por lo tanto, las cifras indicativas proporcionadas deben considerarse como la mejor aproximación posible a la realidad habida cuenta de la información disponible.

El número de estudiantes que participa en programas de miniempresas sigue siendo minoritario. En el curso escolar 2003/2004, la mayoría de los países registraron un porcentaje de participación en estas actividades inferior al 1 % del total de alumnos inscritos en la educación secundaria. Los países con índices de participación más altos (por encima del 2 %) son **Irlanda, Lituania, Austria, Reino Unido y Noruega**.

Se calcula que **al menos unos 200 000 estudiantes** de la enseñanza secundaria (aunque el número real sea probablemente más elevado) participan anualmente en estos programas en la EU25 y en Noruega. Esta cifra procede de una muestra seleccionada de los programas más extendidos en cada país, entre los que se enumeran en el inventario que figura en el *anexo*.

No obstante, puesto que estos programas no deben imponerse a los estudiantes, sino más bien promocionarse y ponerse a disposición de todos los interesados, el aspecto quizá más significativo a largo plazo es el número de escuelas que han decidido ofrecer esta opción a sus estudiantes.

Los países en los que estos programas parecen estar más extendidos en las escuelas secundarias (es decir, países en los que participa entre el 40 % y el 50 % de los centros) son: **Irlanda**, donde existe una gran variedad de actividades de empresas de estudiantes, la mayoría de ellas integradas en programas que forman parte del plan de estudios oficial, y el **Reino Unido**, donde, en particular, la aplicación del programa *Young Enterprise* constituye una tradición bien arraigada. Les siguen a continuación países donde se calcula que en torno al 30 % de las escuelas secundarias ofrecen programas de miniempresas (**Bélgica, Luxemburgo y Noruega**). En los demás, el índice de participación oscila entre el 3 % y el 15 %. No obstante, incluso los índices más bajos de participación aumentarían hasta situarse entre el 10 % y el 20 % si se tiene únicamente en cuenta la **educación secundaria superior**.

En todos los países (con excepción de **Noruega**) la gran mayoría de estudiantes participa en estas actividades durante la educación **secundaria superior**. En algunos países, los programas de miniempresas ni siquiera se ofrecen durante el primer ciclo de enseñanza secundaria.

Por lo que respecta a su aplicación en la **educación general secundaria** más que en la **educación secundaria especializada** (profesional, técnica o comercial), el panorama no es uniforme y existen países como **Alemania** y **Suecia** en los que la participación es considerablemente más alta en la enseñanza general y otros, como **Austria** y la **República Checa**, en los que la situación es la contraria.

La escasa información de que se dispone en cuanto a la participación por **sexos** muestra un buen equilibrio entre chicos y chicas, incluso en algunos casos con un predominio de estas últimas (por ejemplo, en los *Junior Achievement Company Programmes* en **Estonia** y **Letonia**, donde la participación femenina supera el 60 % del total).

No existe actualmente ningún programa basado en la metodología de gestión de una miniempresa por estudiantes en **Grecia** ni **Turquía**. Sin embargo, a partir del curso escolar 2005/2006 se pondrá en marcha una iniciativa de gran envergadura en **Grecia** (*véase el punto 6.1.*). En **Turquía** se están llevando a cabo algunos estudios preparatorios para incluir las

empresas de estudiantes en los planes de estudios de formación, sobre la base de las conclusiones del presente Informe.

No se dispone de datos cuantitativos relativos a **España, Italia, Países Bajos, Rumanía y Eslovaquia.**

CUADRO: ESTIMACIÓN DE LA PENETRACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE EMPRESAS DE ESTUDIANTES EN ESCUELAS DE EDUCACIÓN SECUNDARIA

	Bélgica ⁸	Bélgica ⁹	República Checa	Dinamarca	Alemania	Estonia	Francia	Irlanda	Letonia	Lituania	Luxemburgo	Hungría	Austria	Polonia	Finlandia	Suecia	Reino Unido	Noruega
Porcentaje estimado de escuelas secundarias participantes en 2003/2004 (primer ciclo + ciclo superior, todos los tipos de escuelas)	20-25 %	25-30 %	3-5 %	3-5 %	5-10 %	5-10 %	3-5 %	40-50 %	5-10 %	5-10 %	25-30 %	15-20 %	10-15 %	5-10 %	3-5 %	10-15 %	40-50 %	30-40 % ₁₀
Número de estudiantes que participan en una muestra seleccionada de programas en 2003/2004 ¹¹ .	1.500	4.989	6.375	1.271	10.532	504	4.432	13.656	685	2.450	168	5.470	16.300	19.913	1.199	10.050	45.982	45.592

⁸ Datos de la Comunidad francesa.

⁹ Datos de la Comunidad flamenca.

¹⁰ Este porcentaje se calcula a partir del número total de escuelas de enseñanza primaria y secundaria, ya que también hay miniempresas en la escuela primaria, y en el sistema noruego la enseñanza primaria y el primer ciclo de la secundaria suelen estar combinados. Este porcentaje sería probablemente más elevado si reflejara únicamente la enseñanza secundaria.

¹¹ Cifras procedentes de una muestra seleccionada de algunos de los programas más difundidos en cada país, que figuran en el Inventario en anexo.

4.4. Evaluación e impacto

Esta sección tiene por objeto ofrecer una visión de conjunto de las herramientas que se utilizan actualmente para la **evaluación** de la calidad y la eficacia de estos programas, así como de la investigación en marcha para medir su **impacto** final.

- *Evaluación de programas*

Toda evaluación de programas de empresas de estudiantes deberá medir o evaluar:

- a. las competencias adquiridas por los estudiantes;
- b. las actitudes e intenciones desarrolladas en relación con el espíritu emprendedor;
- c. la valoración del programa por los estudiantes.

No todos los programas de empresas de estudiantes son objeto de una evaluación periódica, aunque, en la mayoría de los casos, se procura recabar impresiones de los profesores y los estudiantes durante el programa o al término del mismo. Ésta puede considerarse la metodología de evaluación más simple y comúnmente utilizada, que se realiza a través de las herramientas siguientes:

- **autoevaluación** por parte de los estudiantes mediante cuestionarios;
- redacción por los estudiantes durante el proyecto de documentos e **informes** que serán evaluados por profesores, asesores empresariales o personal de la organización promotora del programa;
- análisis, por parte de profesores o asesores de empresas, de los **resultados** obtenidos por los estudiantes, y por la miniempresa en su conjunto;
- cuestionarios que deben cumplimentar los **profesores**.

Algunos programas combinan dos herramientas de evaluación, por ejemplo, una encuesta general basada en un cuestionario elaborado por los estudiantes y un informe escrito en el que se pide a los estudiantes que evalúen su experiencia específica con objeto de proporcionar una evaluación más cualitativa.

Del mismo modo, puesto que el profesor en estos programas es un facilitador que acompaña las distintas fases de actividad de la miniempresa, que apoya a los estudiantes y les proporciona ayuda y asesoramiento durante todo el proceso, la evaluación directa e inmediata puede ser realizada por el **profesor/formador** a partir de su observación permanente de cómo ejecutan los estudiantes las tareas asignadas, el espíritu de iniciativa que demuestran, su capacidad para resolver problemas prácticos, etc.

De preferencia, al principio y al final de la actividad debería realizarse una **encuesta** entre los estudiantes participantes, a fin de evaluar la evolución en las actitudes y las nuevas competencias adquiridas (tanto generales como empresariales). Algunos programas prevén entrevistas por teléfono a una muestra de estudiantes al final del curso escolar.

Una medida útil que se ha propuesto para maximizar los resultados de la evaluación es que las encuestas dirigidas a evaluar el progreso en la adquisición de competencias y actitudes se comparen con los datos relativos a muestras de estudiantes que **no** participan en programas de miniempresas, lo que permitiría poner de relieve el valor añadido de estos programas.

La evaluación suele ser más sistemática en el caso de los programas desarrollados en el marco de los **planes de estudios nacionales**, por ejemplo mediante exámenes (como en **Austria**,

donde los programas forman parte del examen final organizado por el Estado) o a través de la evaluación de la calidad de la enseñanza y el aprendizaje en las escuelas, realizada por inspectores públicos (por ejemplo, en **Irlanda**).

Las organizaciones promotoras de los programas llevan normalmente a cabo una evaluación en el contexto de los concursos nacionales organizados para elegir la mejor miniempresa. De manera más general, estas organizaciones realizan algún tipo de evaluación de los procedimientos mediante un análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

Las herramientas de evaluación utilizadas con mayor frecuencia son:

- un **examen** al final del programa;
- una evaluación realizada por un organismo o comité **independiente**;
- la organización de **grupos de debate** al final del programa.

La manera más eficaz de realizar un **examen** al término del programa sería prever una prueba práctica que consistiría, por ejemplo, en que los estudiantes participaran en un día de empresa o en un estudio de caso, en los que tendrían que aplicar de manera concreta las aptitudes y los conceptos adquiridos, a la vez que se evalúa su actitud. Los estudiantes podrían trabajar un día entero en una empresa virtual ocupándose de casos comerciales y problemas empresariales, realizando diferentes tareas y transacciones para demostrar que han adquirido las competencias y los conocimientos técnicos necesarios para administrar una empresa.

En el marco de sus exámenes internacionales, la **Universidad de Cambridge** concede el premio **Young Enterprise International Examination** dirigido a evaluar las competencias y los conocimientos adquiridos por los estudiantes que participan en el programa *Junior Achievement–Young Enterprise Company Programme*. El examen consiste en un estudio de caso de una miniempresa completamente ficticia que se envía a los participantes antes del examen. Los estudiantes disponen de tiempo para debatir con otros estudiantes y asesores empresariales la experiencia de su propia empresa en comparación con el estudio de caso. El objetivo del examen es evaluar lo que ha aprendido realmente el estudiante después de participar en la creación de una miniempresa, y se basa en las competencias clave que todo participante puede adquirir. Esta cualificación voluntaria está abierta a los participantes de todos los países de la red *JA-YE Europe* y consiste en un reconocimiento global del éxito logrado mediante una certificación correspondiente a una norma acordada internacionalmente.

Otra herramienta de evaluación útil consiste en organizar un **grupo de debate** en el que profesores y estudiantes puedan discutir y analizar en profundidad los puntos fuertes y débiles del programa, las dificultades halladas por los estudiantes y las competencias adquiridas. El grupo de debate puede reunirse antes de la participación en el programa y al término de éste (este enfoque se aplica, por ejemplo, en **Irlanda**, en el marco del *Transition Year «Get up and Go» Mini-Company Programme* y del *Junior Achievement Company Programme*).

Una metodología destacada, aunque no muy utilizada, es encargar una evaluación independiente del programa a un servicio externo.

La red europea de empresas de prácticas aplica el **certificado de calidad EUROOPEN**, que establece normas comunes para la evaluación de las empresas virtuales. El establecimiento de

critérios de calidad a nivel europeo recibió el apoyo de la Comisión a través del programa «Leonardo da Vinci»¹².

Una **evaluación eficaz** de los programas de miniempresas en las escuelas permitirá realzar los resultados positivos, detectar las dificultades y remediar los fallos observados. En el proceso de evaluación, la dirección de la escuela debería tener en cuenta las opiniones de todos los que participan en el programa de miniempresas, incluidos estudiantes, coordinadores de miniempresas, profesores, voluntarios del mundo empresarial y la comunidad local, padres y organizaciones promotoras.

- Impacto de los programas

Los principales indicadores propuestos para el análisis de impacto son los siguientes:

- a) las **actitudes** desarrolladas por los estudiantes en relación con el espíritu emprendedor;
- b) el número de estudiantes que **crean una empresa** una vez terminados sus estudios.

Por lo que respecta al segundo indicador, la investigación pondría de manifiesto cómo y en qué medida estos programas son **útiles a los estudiantes más adelante**. Además del número de estudiantes que crean una empresa, podría obtenerse información sobre la futura carrera de los alumnos, por ejemplo, qué tipos de empleos ejercen y su tasa de ocupación. Estas cifras deben compararse con las de los otros estudiantes que no han participado en los programas.

Por el momento, **no se ha investigado lo suficiente** en Europa sobre las repercusiones que tienen los programas de miniempresas en los estudiantes. Los estudios realizados hasta ahora han sido escasos, principalmente a nivel nacional y sobre programas específicos.

No obstante, los limitados datos disponibles **confirman** la eficacia de estos programas en el fomento del espíritu emprendedor entre los jóvenes de manera tangible.

En 2002, **Young Enterprise de Suecia** realizó una **encuesta** entre estudiantes que habían participado en el programa de miniempresas desde 1980¹³. Los resultados pusieron de manifiesto que el **7 % de los estudiantes que respondieron a las preguntas seguían administrando una empresa**, mientras que el **13 % había creado en algún momento la suya propia**. Este porcentaje tendía a aumentar con la edad. **En el grupo de edad de 29 años o más el porcentaje ascendía al 19 %**. En el transcurso de los años, los antiguos estudiantes del programa han dado empleo a 16 000 personas en sus propias empresas.

La mayor parte de los estudiantes (87 %) pensaba que la participación en el programa les había permitido ampliar sus conocimientos sobre cómo gestionar una empresa y su capacidad para resolver problemas. También mencionaron que había aumentado la confianza en sí mismos y su capacidad para trabajar con otras personas.

La encuesta realizada posteriormente por **Young Enterprise de Noruega**¹⁴ llegó a conclusiones similares. El 9,7 % de los encuestados que participaron en el programa habían creado su propia empresa tras terminar la escuela secundaria superior, porcentaje que aumenta hasta el **20,5 % de los encuestados con edades comprendidas entre 25 y 34 años**. El

¹² Puede obtenerse más información sobre el análisis y desarrollo de criterios de calidad mínimos en la página web de EUROOPEN: www.europen.info/leonardo.

¹³ Ung Företagsamhet, «¿Y después...?». 2002, CMA - Centre Market Analysis AB.

¹⁴ «¿Qué ha ocurrido después?». 2003, M. Luktavsslimo.

porcentaje comparable a nivel nacional en Noruega para los jóvenes con edades comprendidas entre 25 y 34 años se situaba en el 4,5 %¹⁵.

La encuesta noruega muestra que el 30 % de los que fundan su propia empresa tras terminar la escuela secundaria superior son mujeres, y que el 50 % de los directivos de empresas son de sexo femenino. En Noruega, las mujeres representan el 19 % del total de los propietarios de empresas, el 11,3 % de los presidentes de los consejos de administración y el 16,5 % de los directores. Esto demuestra que los programas de miniempresas pueden contribuir también a aumentar el número de mujeres en los puestos directivos y que favorecen la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en este ámbito.

El impacto de estas actividades se corrobora, además, en un estudio más reciente (publicado en 2005), que cifra en 26,6 % el porcentaje de alumnos mayores de 29 años que han creado su propia empresa¹⁶. En total, el 16,6 % de los encuestados que han participado en el programa de miniempresas ha creado una o más empresas (frente al 9,7 % de la encuesta anterior).

En **Bélgica**, los resultados de una encuesta realizada en la Comunidad flamenca¹⁷ entre los estudiantes que han participado en una miniempresa en el transcurso de los tres últimos años pone de manifiesto que nueve de cada diez jóvenes tiene una actitud muy positiva hacia el mundo empresarial, y que uno de cada cinco desearía crear su propia empresa en los próximos cinco años.

En **Alemania**, los resultados de una evaluación interna entre los estudiantes que participaron en el programa JUNIOR durante el curso 2003-2004 muestran que más del 80 % piensa que ha mejorado su comprensión de los temas económicos y empresariales, y que uno de cada tres podría considerar la posibilidad de crear su propia empresa.

JADE (Confederación Europea de Empresas Junior) llevó a cabo una encuesta piloto¹⁸ sobre la evolución del espíritu emprendedor y la confianza en sí mismos de los participantes en Empresas Junior en la enseñanza superior. Las conclusiones de dicha encuesta indican que el 80 % de los encuestados demuestra un alto grado de seguridad, el 98 % es capaz de asumir cambios y el 79 % muestra creatividad. A este respecto, los participantes parecen haber adquirido plenamente las cualidades empresariales que se ajustan al perfil de director de empresa.

Junior Achievement –Young Enterprise Europe realizó una encuesta titulada «Empresa 2010 – la siguiente generación»¹⁹, en la que se pregunta a 10.000 estudiantes de secundaria, tanto participantes como no participantes en los programas *JA-YE*, sobre sus actitudes con respecto al espíritu emprendedor. La encuesta compara los resultados obtenidos en 26 países, y está previsto que se repita cada tres años. Los resultados iniciales muestran que el 77 % de los estudiantes que participan en programas de fomento del espíritu emprendedor consideran el trabajo por cuenta propia como una opción para su futura carrera profesional, mientras que los jóvenes que no han recibido formación en esta materia son menos proclives a emprender este tipo de actividad no asalariada.

¹⁵ Kolvereid and Alsos, cifras de 1997.

¹⁶ M. Haugum, *Ungdomsbedrifter og entreprenørskap 2005*. Nord-Trøndelagsforskning, Steinkjer.

¹⁷ VLAJO, 2001.

¹⁸ Profesor Renaud Redien-Collot, Advancia Paris y Mojca Jesenovec, Senior Project Manager, JADE www.jadenet.org

¹⁹ Resultados finales disponibles desde octubre de 2005 en: www.ja-ye.org

5. Ejemplos de éxitos cosechados por los alumnos

➤ *Miera – Soportes para plátanos (Bélgica)*

En Bélgica, en el Vti Mariendaal Instituut, Diest, un grupo de seis estudiantes, todos ellos muy duchos en faltar a clase sin permiso, crearon la miniempresa «Miera» bajo la supervisión de su profesor. El grupo desarrolló una gran motivación e incluso invirtió su tiempo libre en la empresa y en la producción de sus productos: soportes para plátanos.

Antes de constituir la empresa, los alumnos no tenían confianza en sí mismos, ni autoestima y se consideraban marginados. Gracias a la experiencia adquirida con la nueva empresa, comenzaron a descubrir sus propias aptitudes y talentos y recuperaron la confianza y la autoestima. Además, la relación con su profesor cambió positivamente y éste pasó a ser un consejero/asesor. Dos miembros del grupo crearon su propia empresa con gran éxito (construcciones de tejados D'Hondt).

➤ *ALCA Bohne GesmbH – Café y té (Austria)*

En Austria, «ALCA Bohne GesmbH» es una empresa de prácticas en el sector del comercio de té y de café, fundada en 1993, y localizada en un instituto de administración de empresas en la región de Salzburgo (Neumarkt am Wallersee). Los estudiantes tienen 17 o 18 años de edad y la creación de la empresa se realiza en el cuarto curso de los cinco con que cuenta esta formación profesional en el ámbito empresarial.

En los cursos escolares previos, los estudiantes reciben formación en distintos temas empresariales que les permitan afrontar los retos del trabajo en una empresa de prácticas. Los resultados de ALCA son excelentes y es un socio fiable en el mercado nacional de empresas de prácticas, con cerca de 950 competidores, y una referencia en los concursos que se organizan en Austria para este tipo de empresas. La empresa –los estudiantes y el profesor– realizan un trabajo educativo de calidad y duradero. Incluso si el personal de la empresa (los estudiantes) cambia cada curso, ésta mantiene su elevado nivel, demostrando que los programas de empresas de estudiantes influyen en la propia calidad de la enseñanza. ALCA Bohne trabaja con dos socios reales que han apoyado a la empresa de estudiantes a lo largo de los años y se benefician de las competencias de los estudiantes.

➤ *S4S - «La Spielmaschine» (Alemania)*

En Alemania, la empresa JUNIOR S4S – Students for Students (estudiantes para estudiantes) se fundó en octubre de 2002. El producto de la empresa era la «*Spielmaschine*» (máquina de juegos), una colección de 166 juegos para reuniones de grupo, seminarios y fiestas de cumpleaños. Cada juego está clasificado en una categoría, valorado con arreglo a criterios específicos y dotados de información multiplexada. La máquina concebida por los propios estudiantes se terminó en febrero de 2003. La empresa logró vender más de 580 ejemplares del producto con un volumen de negocios de casi 5.000 euros y unos beneficios cercanos a los 2.000 euros, lo que representa un incremento del valor de las acciones de casi el 256 %. Al igual que en las demás empresas JUNIOR, los estudiantes dividieron el trabajo en cuatro departamentos: administración, comercial, producción y finanzas.

El departamento comercial realizó una prospección al comienzo del proyecto y se encargó de los contactos con la prensa y las relaciones públicas, con un éxito que se tradujo en reportajes de televisión, de radio y muchos artículos de periódico. El departamento comercial también definió las distintas maneras de vender el producto, como las ferias, la cooperación con otras empresas JUNIOR y a través de internet. El departamento de producción no sólo se encargó de la producción de la *Spielmaschine*, sino que tuvo también que hallar la forma más rentable de imprimirlo.

Todos los estudiantes destacaron los beneficios obtenidos de la experiencia: adquirir una imagen realista del mundo laboral; familiarizarse con temas económicos, mejorar sus competencias personales y desarrollar su capacidad de trabajo en equipo. Algunos estudiantes continuaron la actividad después de que la empresa JUNIOR tuviera que disolverse.

➤ ***R@ - ratones para ordenador (Estonia)***

En el curso escolar 2003-2004, se creó en una escuela secundaria superior de una pequeña localidad de Estonia la empresa de estudiantes R@ como actividad extracurricular.

El producto de la empresa de estudiantes era un ratón para ordenador cubierto de tela y con apariencia de juguete. Como resultado de una buena estrategia comercial, el producto se hizo bastante conocido y apreciado en el país y se publicaron varios artículos de periódico sobre la empresa.

En estos momentos, algunos de los miembros ya han terminado sus estudios de secundaria y estudian en establecimientos de enseñanza superior, con la idea de crear su propia empresa.

Este caso es digno de mencionar en Estonia, ya que en muchos pequeños pueblos del sur del país, la tasa de desempleo es elevada y el espíritu emprendedor no está muy extendido. Se hace difícil incluso encontrar asesores empresariales locales para estos estudiantes. Todos los miembros del grupo afirman haber adquirido otra forma nueva de pensar y ven el espíritu emprendedor como una opción importante en sus vidas. Están también dispuestos a fomentar las empresas de estudiantes como herramienta pedagógica fundamental. Tras el éxito cosechado y su repercusión en los medios de comunicación, las empresas de estudiantes se han hecho bastante populares entre los estudiantes y también entre los padres.

➤ ***«School Days» – Anuario escolar (Irlanda)***

En Irlanda, el proyecto «School Days» constituye un ejemplo de una miniempresa real creada por dieciséis estudiantes en una escuela de enseñanza secundaria exclusivamente femenina en Dublín como parte del *Transition Year «Get up and Go» Mini- Company Programme*.

Recientemente, las estudiantes del último curso deseaban tener un anuario de su último año en la escuela y pidieron a los estudiantes del *Transition Year* que lo produjeran dentro del programa de miniempresas. Tras varias reuniones y muchos estudios de mercado, se decidió que era una idea interesante y viable. El objetivo de esta miniempresa era componer un retrato del año académico 2003-2004 en forma de libro de 32 páginas, en formato A4, e ilustrado en color.

Los beneficios obtenidos de la publicidad, el patrocinio y las ventas del producto ascendieron a 3.600 euros. Las estudiantes tuvieron la oportunidad de adquirir experiencia de primera mano en la concepción, creación y administración de una empresa comercial. La generación

de ideas y la planificación empresarial fueron elementos clave del proceso, ya que permitieron a las estudiantes conocer los primeros pasos necesarios para proponer ideas y llevarlas a la práctica.

➤ ***Presnatch – Ganchos para prevenir robos (Suecia)***

En Suecia, la misión comercial de la miniempresa «*Presnatch*» consiste en ofrecer una solución al problema del robo de carteras y bolsos de clientes en lugares públicos, como cafés, restaurantes y hoteles. El objetivo es ofrecer a las personas que acuden a estos lugares una sensación de seguridad y comodidad. «*Presnatch*» ha producido un gancho innovador que impide el robo de bolsos en restaurantes y bares. La empresa ha cooperado estrechamente con el cuerpo de policía nacional de Suecia. La empresa desarrolla, diseña, comercializa y vende el gancho. El producto se instala debajo de la mesa junto a cada silla en cafés, restaurantes u hoteles. Los clientes ganan en comodidad al poder colgar su bolso en el gancho sin tener que dejarlo sobre las rodillas.

A fin de garantizar la propiedad del modelo, los estudiantes solicitaron los derechos exclusivos del producto en la oficina sueca de registro de patentes.

La empresa opera en un mercado en constante crecimiento. En estos momentos, el producto de la empresa es único en Suecia por lo que su objetivo es crecer rápidamente antes de que surjan nuevos competidores. Puesto que el futuro potencial de mercado es muy alto, los estudiantes decidieron continuar con esta actividad empresarial durante sus estudios universitarios.

➤ ***Dogbag – Bolsas para perros respetuosas del medioambiente (Noruega)***

Cinco chicas de una escuela secundaria superior crearon una empresa llamada *Dogbag* con el objeto de crear una bolsa respetuosa del medioambiente. La desventaja de las bolsas para perros tradicionales es que aunque sirven para contener materia orgánica, la bolsa en sí no se descompone y puede, por tanto, contaminar el medio ambiente. El grupo investigó hasta encontrar un material plástico que no perjudica el medio ambiente ya que se descompone pasados cuatro días.

Tras obtener un préstamo para la inversión inicial, se establecieron contactos con una industria local y se produjeron mil rollos de este tipo de bolsas, que se pusieron a la venta en uno de los grandes supermercados de la región. La cadena comercial consideró la idea tan interesante que firmó un contrato de distribución exclusiva con la empresa de estudiantes. Pronto descubrieron que mil rollos no eran suficientes y tuvieron que aumentar la producción.

6. Condiciones marco, apoyo y función de las políticas públicas

6.1. Fuentes de financiación y apoyo del sector privado

En la mayoría de los casos, los programas de empresas de estudiantes están **impulsados por organizaciones externas** (por ejemplo, ONGs) y no por el propio sistema educativo, aunque pueden recibir un apoyo importante del sector público. Por esta razón, y porque algunas veces tienen lugar fuera del plan de estudios oficial, los programas suelen adolecer de **insuficientes recursos financieros**.

Las actividades de las empresas de estudiantes se basan a menudo en una **fuerte participación del sector privado**, en forma de financiación o de contribuciones en especie. Dependiendo de los países y de los programas de que se trate, en algunos casos, los **recursos financieros** disponibles proceden principalmente de fondos **públicos** (por ejemplo, en **Austria, Francia y Noruega**), mientras que, en otros, proceden mayoritariamente del **sector privado** (por ejemplo, en la **República Checa, Letonia, Países Bajos y Polonia**). Un análisis general de las fuentes de financiación muestra una gran variedad de situaciones y diversas soluciones en cuanto al origen de los recursos financieros para este tipo de programas. Con frecuencia, un alto porcentaje de la financiación (80 % o más) procede bien del sector público, o del sector privado, mientras que sólo en algunos casos la participación financiera parece estar más equilibrada entre ambos sectores (por ejemplo, en **Dinamarca, Irlanda y Suecia**). Esta situación apunta a algunas dificultades de equiparación entre fondos públicos y privados.

Como parte de la financiación pública, los **recursos de la UE** pueden desempeñar un papel importante en el desarrollo de estas actividades, principalmente a través del **Fondo Social Europeo (FSE)** y de programas como «Leonardo da Vinci». Por ejemplo, en **Francia**, el apoyo del FSE supone una contribución muy valiosa para acelerar la adaptación de la formación profesional al nuevo contexto económico y social. Gracias a la contribución financiera del FSE, es posible prestar un apoyo sistemático a la creación de vínculos entre escuelas y empresas, así como al desarrollo de proyectos sobre el espíritu emprendedor, incluidos aquellos que se basan en empresas de estudiantes, en escuelas técnicas y profesionales de nivel secundario en Francia²⁰.

En **Grecia**, en el marco del Programa operativo de educación, un proyecto de gran envergadura consiste en gestionar empresas virtuales en escuelas técnicas secundarias superiores y en establecimientos de formación profesional inicial. El concepto de empresa virtual que se ha adoptado ya en Grecia tiene en cuenta la definición de empresa de estudiantes contenida en el presente Informe. A partir del curso escolar 2005/2006, la participación estará abierta a todas las escuelas técnicas por un periodo de dos años.

En cuanto al sector privado, el apoyo financiero procede sobre todo de **empresas individuales, fundaciones y asociaciones empresariales**. Los **bancos** desempeñan también un papel importante en algunos países. En algunos casos, la principal fuente de financiación procede de las **tasas de participación** abonadas por las escuelas y los estudiantes.

Sin embargo, además del apoyo financiero, las **contribuciones en especie** procedentes del mundo empresarial revisten igual importancia, o incluso más. Dichas contribuciones pueden materializarse en el suministro de experiencia y conocimientos para la organización de los programas; la participación directa a través de asesores empresariales, consejeros o tutores; el

²⁰ Revisión de los programas del FSE para el período 2004-2006. Eje 3 – Medida 4: Facilitar la transición de la escuela a la vida laboral.

suministro de formación específica para profesores; el libre acceso a instalaciones y oficinas; la ayuda en la organización de actos como ferias comerciales, etc.

En particular, la principal ventaja para estos programas radica en la posibilidad de recurrir a un grupo de **asesores empresariales**, que aporten su experiencia, despierten el interés de los estudiantes por el mundo empresarial y participen directamente en el programa en calidad de especialistas.

Es preciso subrayar que los estudiantes que han participado en el programa de miniempresas pueden ser una **fuerza de contratación** excepcional para las empresas, en la medida en que han adquirido una experiencia empresarial directa y un conjunto de competencias que pueden resultar extremadamente útiles en una organización dinámica. Esto constituye a menudo un argumento importante para estimular a las empresas a participar en los programas.

- En **Alemania**, el programa *JUNIOR* ha estado patrocinado desde 1997 por la compañía de seguros *Gothaer*. Los seguros son un aspecto muy importante para los estudiantes participantes y para sus empresas. *Gothaer* ofrece a cada miniempresa un seguro de responsabilidad civil para la actividad comercial, además de un seguro de responsabilidad para los productos y un seguro de accidentes. De este modo, *JUNIOR* pretende evitar riesgos innecesarios a las miniempresas. Por otra parte, *Gothaer* pone a disposición expertos para seminarios y examinadores en los concursos de miniempresas, así como asistencia en la relación con el público y los medios de comunicación.
- En **España**, una institución bancaria, *CAJASTUR*, juega un papel muy importante en el programa *Empresa Joven Europea (EJE)*. El banco ofrece créditos sin intereses a las miniempresas de estudiantes, la oportunidad de abrir cuentas, así como importantes descuentos en las comisiones bancarias. Las miniempresas conciertan reuniones con el director de la sucursal local para solicitar el crédito y se les pide que presenten un plan empresarial, que deberán explicar exhaustivamente durante la reunión.
- En **Suecia**, *Young Enterprise* ha concebido un modelo de cooperación entre sus financieros y sus socios. Todas las sucursales regionales del *Young Enterprise* en Suecia funcionan con arreglo a este modelo. El objetivo es mostrar claramente lo que obtienen los financieros a cambio de su apoyo al programa. El modelo prevé una clasificación en socios de oro, plata o bronce, y las ventajas para los patrocinadores van desde la inclusión de un logotipo de gran tamaño en todos los materiales nacionales de presentación/información del programa hasta la posibilidad de que el socio utilice el logotipo en su propia comercialización.

6.2. Condiciones marco y apoyo del sector público

Integración en el plan de estudios

Las actividades de las empresas de estudiantes pueden desarrollarse dentro del programa escolar o como una actividad extracurricular. Si bien en algunos países se utilizan ambas posibilidades, en otros, estos programas se organizan fundamentalmente como parte del programa escolar (por ejemplo, en la **República Checa, Finlandia, Irlanda, Austria y Noruega**) o fuera de él (**Bélgica**²¹, **Estonia, Alemania y Suecia**). Del mismo modo, las

²¹ Comunidad francesa.

miniempresas pueden organizarse durante el horario lectivo normal, o como actividades postescolares o extraescolares, lo que significa que los alumnos llevan a cabo su proyecto empresarial fuera del horario de clase. Mientras que en la mayoría de los casos ambos enfoques coexisten, en algunos países como **Bélgica** (comunidad francesa), **Estonia**, y **Luxemburgo** los programas de empresas de estudiantes se organizan principalmente fuera del horario escolar normal. Cuando las actividades son completamente extraescolares, una de las principales desventajas es que los profesores deben invertir tiempo adicional en el programa y no siempre se ven recompensados.

Pese a que los programas de empresas de estudiantes se desarrollan en muchos casos, por no decir en la mayoría de ellos, dentro del plan de estudios, en general, no están lo suficientemente **reconocidos** o **promovidos** por las autoridades educativas y encuentran **dificultades para integrarse** en los cursos oficiales. Los problemas prácticos en la aplicación de estas actividades tienen que ver con los requisitos para cumplir los objetivos establecidos en el plan de estudios para cada disciplina, la excesiva carga de trabajo, la insuficiencia de horas lectivas para dar el contenido de cada asignatura, las dificultades de adaptación a un enfoque multidisciplinar en determinados programas, y, por último, la falta de motivación entre el personal docente.

Si bien una cierta falta de flexibilidad puede plantear problemas en casos concretos, la percepción general es que en todos los países las **escuelas gozan de un grado suficiente de autonomía** para aplicar los programas de empresas de estudiantes como actividad curricular o extracurricular. El principal obstáculo es la **reticencia de escuelas y profesores** cuando los programas no están apoyados, reconocidos o recomendados por las autoridades educativas.

La inclusión oficial de los programas de empresas de estudiantes como **opción en los planes de estudios oficiales** a nivel nacional o regional incide positivamente en su capacidad de penetración y éxito, aumentando, por ejemplo, la motivación de los profesores y poniendo a disposición un número suficiente de horas lectivas. No obstante, a menudo los estudiantes deben trabajar algunas **horas extraordinarias** y fuera del horario escolar, en particular cuando se trata de miniempresas que trabajan con productos o servicios reales.

El reconocimiento formal de estos programas dentro del plan de estudios nacional es más frecuente en la formación **profesional** de segundo ciclo, donde las empresas suelen ser virtuales o de prácticas y no empresas reales (este es el caso, por ejemplo, en **Austria**, **República Checa** y **Finlandia**). Sin embargo, en la educación general secundaria, el reconocimiento oficial de los programas de empresas de estudiantes o la recomendación de incluirlos dentro del plan estudios nacional es menos frecuente (por ejemplo, en **Irlanda**, **Letonia** y **Noruega**).

- En **Irlanda**, la enseñanza del espíritu emprendedor se ha incluido en el plan de estudios del *Senior Cycle Programmes*, que abarca el *Transition Year*, el *Leaving Certificate Vocational Programme* y el *Leaving Certificate Applied*. Cada uno de estos programas puede integrar actividades de miniempresas dentro del plan de estudios.
- En **Letonia**, en la sección «Espíritu emprendedor» de los cursos «Iniciación a la empresa» y «Ciencias comerciales», se exige a los estudiantes que aprendan a elaborar un plan empresarial, lo que pueden hacer a través del trabajo en su miniempresa.

- En **Noruega**, las empresas de estudiantes y el espíritu emprendedor forman parte del plan de estudios como temas opcionales para el trabajo de proyecto práctico en la educación secundaria de primer ciclo (niveles de 8 a 10) y se desarrolla durante al menos 228 horas a lo largo de tres años. Los alumnos pueden elegir entre este programa o el estudio de una segunda lengua extranjera. A partir de 2006, cuando el estudio de una segunda lengua extranjera pase a ser obligatorio, el trabajo de proyecto práctico se impartirá como un plan de estudios separado.

A nivel regional cabe señalar algunos ejemplos en **Alemania**, donde, en el Estado federado de Baden-Württemberg, el programa *JUNIOR* se admite como trabajo de proyecto en los niveles 11 a 13, y en Baviera donde a partir del curso 2005/2006 los alumnos de décimo nivel de las escuelas secundarias pueden elegir como asignatura optativa la creación de una miniempresa. Por su parte, en **España**, en el Principado de Asturias, el programa *Empresa Joven Europea* se ha incluido en el plan de estudios regional del primer ciclo de educación secundaria.

En este contexto, los expertos están de acuerdo en que si bien la enseñanza del espíritu emprendedor como objetivo general debería incluirse explícitamente en el plan de estudios oficial, las actividades de empresas de estudiantes deberían ofrecerse como una **opción en dicho marco curricular**. De este modo, la aplicación de los programas se beneficiaría de una base jurídica, al tiempo que se ofrecería a las escuelas diversas alternativas y la libertad de decidir si integran o no dichas actividades en sus programas. Por lo tanto, las actividades de empresas de estudiantes no deberían imponerse, pero sí deberían claramente recomendarse. Su aplicación debería ser una opción destacada del plan de estudios.

Formación y apoyo a los profesores

Un obstáculo importante a la amplia difusión de las actividades de empresas de estudiantes es la **falta de competencias pertinentes** (y, por lo tanto, de motivación) entre los profesores sobre cómo introducir el espíritu emprendedor en el aula. Estas actividades no sólo requieren unos conocimientos especiales, sino también una reorientación de las metodologías pedagógicas, ya que el papel del profesor se sustituye por el de facilitador. Los profesores deben ser cuidadosamente seleccionados y deben recibir formación en la materia antes de emprender el desarrollo de miniempresas en la escuela. La formación debería incluir metodologías activas de enseñanza y aprendizaje, con una atención especial al trabajo en grupo.

Las limitaciones en recursos financieros y humanos en las escuelas, especialmente cuando los programas de empresas de estudiantes no son una opción reconocida en el plan de estudios, impiden a los profesores acceder a la formación y al apoyo que precisan para realizar las actividades de miniempresas.

Si bien las organizaciones externas que promueven los programas (como algunas ONGs) imparten normalmente una formación de base a los profesores, en la mayoría de los países se observa una **falta de formación sistemática** (tanto inicial como continua), ofrecida o apoyada por las autoridades públicas, sobre cómo aplicar los proyectos de promoción del espíritu emprendedor en las escuelas. A veces, también ocurre que las escuelas no estimulan a los profesores a seguir la formación que se ofrece.

Además, el **tiempo adicional** que tienen que invertir los profesores en las empresas de estudiantes, fuera del horario lectivo, no se les reconoce ni se les recompensa, lo que aumenta su reticencia a participar en estas actividades.

Apoyo público a los programas de empresas de estudiantes

En la mayoría de los países los programas de empresas de estudiantes reciben cierto grado de **apoyo** (financiero o de otro tipo) de las autoridades públicas. Sin embargo, el grado de apoyo se suele considerar **insuficiente** para dar una mayor difusión a estas actividades.

El apoyo más frecuente de las autoridades públicas es de carácter **financiero**. Como ya se ha señalado anteriormente, en algunos países, los recursos financieros para la organización de estos programas proviene fundamentalmente del sector público. No obstante, el apoyo público no suele ser sistemático, sino que se concede a proyectos concretos y solamente a nivel local, lo que impide una planificación a largo plazo y una mayor expansión de estos programas.

En algunos países, las autoridades públicas han instaurado una **cooperación** estructurada **con las ONGs** responsables de la organización de los programas de empresas de estudiantes, asociándolas al desarrollo de una estrategia nacional de enseñanza del espíritu emprendedor (**Dinamarca, Noruega**).

En **Noruega**, *Young Enterprise Norway* es un importante socio del gobierno en la aplicación de muchas de las acciones enunciadas en la estrategia para la educación en el espíritu emprendedor. La financiación pública a *Young Enterprise Norway* procede del Ministerio de Administración Local y Desarrollo Regional, del Ministerio de Comercio e Industria y del Ministerio de Educación e Investigación.

La **promoción activa** de estos programas, dirigida por las autoridades públicas a los profesores y las escuelas, también puede desempeñar un papel muy importante en su difusión. En **Bélgica**, el ministerio envía cartas a los directores de las escuelas invitándoles a participar en el programa. En **Polonia**, la promoción de los programas de miniempresas es responsabilidad de los directores de escuela. En la mayoría de los países este tipo de promoción suele ser puntual y no lo suficientemente intensiva ni sistemática.

En **Finlandia**, las escuelas reciben ayuda financiera para el desarrollo de las empresas de prácticas, y se garantiza una visibilidad constante en los foros del sector público (por ejemplo, en las páginas Web del Consejo de Educación). Además, el Consejo de Educación envía una carta de promoción, junto con un folleto informativo, a todas las escuelas del país invitándolas a participar en el programa *Young Enterprise*.

Por último, y como ya se ha señalado, el **reconocimiento** oficial de estas actividades es crucial para su éxito. Si bien en algunos países existe algún tipo de reconocimiento, éste puede ir desde un simple apoyo moral (por ejemplo una declaración del ministerio) hasta medidas más concretas y efectivas, como la inclusión de las empresas de estudiantes como una opción del programa de estudios.

En **Austria**, los programas de empresas de estudiantes son obligatorios o se recomienda su inclusión en el plan de estudios para todos los tipos de escuelas secundarias de formación técnica o profesional, facultades e instituciones académicas. En este caso, las autoridades públicas retribuyen o recompensan de otro modo a los profesores que dirigen estas actividades y les ofrecen formación complementaria. Asimismo, el sector público financia centros de servicio para los dos programas existentes en Austria (*Empresas de prácticas y Junior*).

En algunos países, la organización de los programas de empresas de estudiantes encuentra importantes dificultades prácticas debido a un **marco legal y administrativo** poco claro (por ejemplo, en lo que respecta a la fiscalidad de las miniempresas). Este problema se aborda en profundidad en el punto 6.3.

Se pidió al Grupo de expertos que definiera un conjunto de **indicadores** para medir hasta qué punto la política pública es favorable al desarrollo de actividades de empresas de estudiantes y, en general, a la enseñanza del espíritu emprendedor mediante el aprendizaje práctico. Estos indicadores se exponen a continuación como posible herramienta para evaluar las políticas públicas en este ámbito.

Indicadores relativos a las políticas de apoyo

- 1) Desarrollo por parte del gobierno de una **estrategia general** para la promoción de la enseñanza del espíritu emprendedor en las escuelas.
- 2) Existencia de un **marco jurídico o administrativo** específico o de un acuerdo que reconozca las empresas de estudiantes como herramienta pedagógica y evite obstáculos innecesarios a su funcionamiento.
- 3) **Reconocimiento** oficial o **recomendación** de los programas de empresas de estudiantes por parte de las autoridades educativas para su aplicación en la educación secundaria general o en la formación profesional, y establecimiento de orientaciones a tal fin.
- 4) **Flexibilidad**, autonomía y libertad de las **escuelas** para crear empresas de estudiantes, bien dentro del plan de estudios o como actividad extraescolar, y fomento de esta metodología.
- 5) **Formación específica** dirigida a los profesores sobre la manera de introducir programas de empresas de estudiantes en el aula, como parte de la formación inicial o continua establecida.
- 6) Reconocimiento y recompensa a los **profesores** por los esfuerzos y el trabajo adicional que invierten en los programas de empresas de estudiantes.
- 7) Apoyo de las autoridades públicas a las **organizaciones externas** (como ONGs) promotoras de programas de empresas de estudiantes, con quienes mantienen acuerdos para la aplicación de estos programas en las escuelas.

6.3. Estatuto jurídico y administrativo de las empresas de estudiantes

En algunos países, los programas de empresas de estudiantes encuentran problemas derivados de la legislación fiscal y administrativa. Esto se debe al estatuto jurídico ambiguo aplicable a las miniempresas cuando realizan actividades económicas reales.

Si las autoridades financieras no las reconocen como una herramienta pedagógica y no se les aplican normas específicas, es posible que las miniempresas deban cumplir los mismos requisitos administrativos que las empresas reales.

Por ejemplo, en este sentido, se han notificado problemas de diverso grado en la **República Checa, Estonia, Letonia, Polonia, España y Suecia**.

La ausencia de un marco legal o administrativo específico, o de un acuerdo con las autoridades financieras, puede influir claramente en la participación de las escuelas y **dificultar** la aplicación de estos programas en caso de que las preocupaciones de los profesores y los directores se centren principalmente en los aspectos económicos y jurídicos de la actividad.

Los principales problemas prácticos pueden resumirse como sigue:

- observancia de los procedimientos burocráticos y administrativos;
- aspectos fiscales, tales como el pago del impuesto sobre la renta y del impuesto sobre el valor añadido;
- problemas de contabilidad;
- responsabilidad civil de las miniempresas, los estudiantes y los profesores que participan en los programas;
- imposibilidad de cooperar con empresas reales y efectuar transacciones bancarias;
- posibles quejas de las empresas reales existentes (cuestiones de competencia).

Se conocen casos de directores que se han negado a autorizar actividades de empresas de estudiantes en sus centros por temor a los problemas con las autoridades públicas encargadas de controlar las actividades ilegales. Se sabe también que en algunos casos las autoridades públicas han intervenido en las actividades de las empresas de estudiantes, o en eventos como una feria comercial, llamando la atención sobre la necesidad de respetar las mismas normas y cumplimentar la misma documentación que establece la ley para las empresas oficialmente inscritas en el registro comercial.

En un escenario tan desfavorable, las empresas de estudiantes no pueden participar plenamente en la vida económica. Esta situación crea **obstáculos** importantes al funcionamiento de las miniempresas y al proceso de aprendizaje de los estudiantes, ya que en estas metodologías el aprendizaje se basa en la experiencia práctica. Puesto que no existen como entidades jurídicas, no pueden emitir o recibir facturas en nombre de la propia miniempresa. En estos casos, los procedimientos administrativos y financieros suelen estar bajo la responsabilidad de la organización que aplica el programa o son los estudiantes quienes actúan en calidad de particulares. Además, es posible que los estudiantes no tengan la oportunidad de cooperar legalmente con otras empresas comerciales (por ejemplo, vender sus productos a comercios, realizar pedidos de mayor envergadura, comprar provisiones más baratas en centros de distribución, etc.). Por último, las miniempresas pueden verse privadas de la posibilidad de abrir cuentas bancarias, con lo que se les impide realizar pagos mediante transferencias bancarias.

Si los **límites y derechos** de las empresas de estudiantes estuvieran claramente definidos, estos programas podrían desarrollarse y crecer. La legislación o los procedimientos administrativos deberían permitir a los estudiantes realizar transacciones con empresas reales (por ejemplo, vender sus productos en los comercios), incurriendo en menores riesgos que una empresa real. De este modo, los estudiantes podrían aprender mucho más sobre el funcionamiento real del mundo de los negocios.

Mientras que en algunos países se ha establecido un marco regulador específico para las empresas de estudiantes, o se han celebrado acuerdos entre las organizaciones promotoras y las autoridades financieras (por ejemplo, en **Bélgica, Alemania, Finlandia, Países Bajos y Noruega**), en otros no ha sido necesaria ninguna acción concreta, ya que el marco vigente no dificulta en ningún modo su actividad.

En **Bélgica**, el servicio responsable del IVA, mediante una decisión administrativa formal, ha concedido a las empresas de estudiantes la exención del pago de este impuesto.

En **Finlandia**, las autoridades fiscales han establecido normas para las miniempresas que participan en el programa de empresas de estudiantes. A fin de evitar problemas con las autoridades fiscales, se explica el procedimiento para comunicar los ingresos de la miniempresa en la declaración sobre la renta. Estas normas evitan, además, la utilización abusiva del estatuto de miniempresa cuando se trata de actividades de empresas reales y se definen los límites operativos de las miniempresas. El programa de empresas de estudiantes puede utilizar dinero real en las escuelas, pero cuando el volumen de negocios supera los 3.000 euros, se aconseja a la miniempresa que consulte a las autoridades fiscales locales. En su caso, las empresas de estudiantes pueden obtener un número de IVA.

En los **Países Bajos**, las empresas de estudiantes no están inscritas en la Cámara de Comercio sino en la *Jong Ondernemen* (la organización promotora de las miniempresas), y existe un acuerdo con las autoridades fiscales para el pago de impuestos a esta entidad a fin de evitar problemas administrativos (ya que las empresas de estudiantes se disuelven al término del curso escolar). Las empresas de estudiantes están también cubiertas por un seguro de responsabilidad civil, que incluye asistencia jurídica.

En **Noruega**, las empresas de estudiantes están exentas del pago de impuestos y del IVA. No están obligadas a inscribirse en el registro central de empresas privadas, a publicar informes anuales, etc. La legislación fiscal prevé la posibilidad de generar determinado nivel de beneficios sin pagar impuestos.

En muchos casos, el programa de empresas de estudiantes se organiza en colaboración con una institución que le proporciona seguridad jurídica y se hace cargo del seguro. La institución dicta una serie de normas de procedimiento a la empresa, que deben ser respetadas por los participantes. Esto ocurre, por ejemplo, en **Alemania** (el *Deutsche Kinder-und Jugendstiftung* y el programa «*Schüler unternehmen was!*»). En **Austria**, el estatuto jurídico y la organización administrativa de las empresas de estudiantes están garantizados por las organizaciones promotoras nacionales (*ACT, Junior*) sobre la base de acuerdos especiales con las autoridades nacionales a fin de evitar todo problema de carácter legal.

Siempre que sea necesario, **debería mejorarse el marco existente**, ya que gestionar una miniempresa puede acarrear problemas administrativos y legales serios a los estudiantes, los profesores y las escuelas participantes. A tal fin, podrían celebrarse **acuerdos** específicos entre las organizaciones promotoras y las autoridades competentes, por medio de una **reglamentación específica** o, con carácter más formal, mediante el reconocimiento de un tipo de **entidad de simulación**, que reúna todas las características de una empresa normal, pero cuya actividad tenga una finalidad pedagógica.

Sin embargo, en los países en los que existe una gran variedad de programas, no debería introducirse un marco rígido válido para todos, ya que esto conduciría a una uniformización de los programas poco práctica para las escuelas que, por ahora, pueden elegir el concepto que más les convenga.

Sería conveniente la adopción de medidas específicas aplicables a las miniempresas en relación con la **tributación de los beneficios** y el **IVA**.

La **participación y la coordinación de todas las partes interesadas** son elementos fundamentales. Las organizaciones promotoras de las empresas de estudiantes, los ministerios de Educación, Finanzas e Industria deberían acordar principios comunes y garantizar su aplicación.

Todo marco jurídico, reglamentación específica o acuerdo debería perseguir los siguientes **objetivos**:

- Reconocer oficialmente las empresas de estudiantes como un instrumento de aprendizaje.
- Definir el ámbito operativo de una actividad de empresas de estudiantes (teniendo en cuenta las diferencias entre los programas existentes).
- Autorizar la emisión de facturas, la realización de transacciones monetarias y la apertura de cuentas bancarias a nombre de una empresa de estudiantes.
- Ofrecer seguridad jurídica a los miembros de las empresas de estudiantes en sus contactos con empresas reales o en la ejecución de proyectos para el sector privado.
- Conceder la exención del IVA y otras ventajas fiscales siempre que los beneficios no superen una cantidad dada (o, en su caso, aumentar dicha cantidad).
- Definir y separar claramente las responsabilidades (miniempresas, escuelas, profesores).

7. Conclusiones

La enseñanza del espíritu emprendedor debería verse en su **sentido más amplio**. Esto incluye la adquisición de las cualidades necesarias para ser una persona emprendedora, a saber, la capacidad de iniciativa, la perseverancia en momentos difíciles, la resolución de problemas, la propuesta de soluciones, la flexibilidad, la creatividad, etc. Los **objetivos** de un programa de empresas de estudiantes no deben limitarse únicamente a los conocimientos sobre los procedimientos de creación de empresas, sino que deben perseguir también el desarrollo de una amplia gama de competencias transversales y de cualidades empresariales.

Las empresas de estudiantes constituyen **uno de los mejores métodos**, y sin lugar a dudas, un **instrumento extremadamente eficaz** para fomentar el espíritu emprendedor en la escuela. La oferta de estos programas permite sensibilizar a los estudiantes con respecto a las posibilidades del espíritu emprendedor y dotarlos de una amplia gama de competencias que les servirán no sólo en su futura carrera profesional, sino también en su vida como miembros responsables y activos de la sociedad. Una consecuencia importante de la participación en las empresas de estudiantes puede ser la de incentivar a los jóvenes a explorar oportunidades de negocio, emprender su propia actividad u optar por un inicio dinámico de su carrera en una pequeña empresa con voluntad de crecer, lo que a largo plazo representa un factor fundamental para el crecimiento y la competitividad en Europa.

Estos programas pueden constituir un instrumento útil en las **políticas de desarrollo regional**. En efecto, en las regiones menos desarrolladas o aisladas, las actividades de este tipo pueden tener efectos positivos, ya que contribuyen a aumentar el número de alumnos que, una vez terminada su escolaridad, permanecen en la zona gracias al desarrollo de vínculos directos con la comunidad local.

Con objeto de abrir la participación en estas actividades al mayor número posible de estudiantes, es fundamental que se cumplan determinadas **condiciones básicas** (plan de estudios favorable, autonomía de las escuelas, financiación adecuada, formación y motivación de los profesores).

La mayor promoción de estos programas no debería ser una responsabilidad exclusiva de las autoridades educativas; en efecto, su difusión sólo será posible si **cooperan** los distintos ministerios, las autoridades locales, las estructuras empresariales, las organizaciones no gubernamentales y las instituciones educativas.

La creación de vínculos con la comunidad local y con el mundo empresarial, y la participación activa de **socios comerciales** como tutores y asesores son elementos clave del éxito de los programas de empresas de estudiantes.

El **papel de las autoridades educativas** es crucial para el reconocimiento formal de la importancia de estos programas y para que se conviertan en una opción aceptada y visible en los planes de estudios oficiales, en el objetivo más amplio de la promoción de la enseñanza del espíritu emprendedor.

No debe olvidarse que la mayoría de las competencias que pueden adquirirse con la participación en una empresa de estudiantes presentan una **dimensión multidisciplinar**. Por consiguiente, trabajar en una empresa de estudiantes permite cumplir muchos de los objetivos fijados en otras asignaturas y aporta un valor añadido al conjunto de ellas. Éste es un argumento sólido a favor de las empresas de estudiantes, que puede presentarse a administradores y directores escépticos.

Las empresas de estudiantes pueden considerarse una parte importante del **aprendizaje permanente**. La enseñanza del espíritu emprendedor debe desarrollarse en el contexto de una formación continua, y debe fomentarse en todos los niveles, desde la educación primaria hasta los estudios de postgrado.

7.1. Principales conclusiones

Metodología

Ya se trate de una actividad empresarial **real** o **virtual**, ambos enfoques pueden utilizarse eficazmente, siempre y cuando la actividad virtual no sea demasiado abstracta ni se realice de forma aislada. En efecto, la interacción con otros estudiantes, profesores y asesores, así como los contactos con el mundo exterior a la escuela, son componentes esenciales de los programas de empresas de estudiantes.

La mayor parte de los programas conocidos tienen una duración de **un curso escolar** (de nueve a diez meses), tiempo que se considera suficiente para explorar el complejo mundo de la gestión de empresas. No obstante, los programas más cortos (de tres a cinco meses) también pueden resultar eficaces.

Las **buenas prácticas** en la aplicación de los programas de empresas de estudiantes se refieren a aspectos como el trabajo en equipo y la libertad de los estudiantes para desarrollar sus propias ideas. Por otra parte, el establecimiento de vínculos con el mundo empresarial y la comunidad local y la disponibilidad de **tutores y asesores empresariales** son elementos clave del éxito de los programas de miniempresas. No obstante, encontrar un número suficiente de voluntarios procedentes del mundo empresarial se considera a menudo la mayor dificultad, en particular en zonas menos desarrolladas o aisladas.

Difusión

Los estudiantes que participan en programas de miniempresas siguen siendo una **minoría** (en la mayoría de los países, durante el último curso escolar, el índice de estudiantes de secundaria participantes era inferior al 1 %). Sin embargo, **se calcula que al menos 200.000 estudiantes de secundaria participan cada año en estos programas en EU25 y Noruega**. Las actividades de miniempresas no deberían imponerse a todos los estudiantes sino que deberían fomentarse y recomendarse como opción en el marco más amplio de la enseñanza del espíritu emprendedor. Por lo tanto, una cifra significativa es el **número de escuelas** que ofrecen estos programas. Después de **Irlanda** y el **Reino Unido** (donde la participación de las escuelas de enseñanza secundaria se cifra entre el 40 % y el 50 % del total), los países con mejores resultados son aquéllos en los que aproximadamente el 30 % de las escuelas secundarias ofrece programas de miniempresas. En los demás países estudiados, el índice de participación de las escuelas secundarias se sitúa entre el 3 % y el 15 %. Es importante que aumente el número de escuelas participantes.

La escasa información de que se dispone en cuanto a la participación por **sexos** muestra un buen equilibrio entre chicos y chicas, siendo la participación de estas últimas mayoritaria en determinados programas.

Los programas pueden aplicarse en **todos los niveles educativos** (incluyendo la enseñanza primaria y la enseñanza superior) y en **cualquier tipo de escuela**, ya sea de educación general secundaria, de formación profesional o en escuelas empresariales o de comercio. No obstante,

en casi todos los países la gran mayoría de estudiantes participa en estas actividades durante su educación **secundaria superior**. Los programas de empresas de estudiantes forman parte del plan de estudios escolar y se organizan durante **el horario escolar normal** o como actividad **extraescolar**.

Evaluación e impacto

Aunque en la mayoría de los programas se utilizan generalmente **herramientas de evaluación básicas** que, entre otras cosas, consisten en recabar información de estudiantes y profesores mediante la autoevaluación, la elaboración de informes, el análisis de los resultados por parte de los profesores, etc., aún falta una amplia difusión de técnicas más sofisticadas, como una evaluación independiente, un examen al final del programa, etc. Es necesario seguir desarrollando la capacidad de las escuelas y los proveedores de miniempresas para revisar y **evaluar** los programas en los que participan. Una evaluación eficaz permitirá celebrar los éxitos y eliminar los puntos débiles.

No se ha investigado lo suficiente hasta ahora en Europa sobre los efectos que tiene la participación en programas de miniempresas en la futura carrera de los estudiantes. No obstante, los escasos resultados disponibles **confirman la eficacia** de esos programas en la promoción práctica del espíritu emprendedor entre los jóvenes. Asimismo, dichos programas parecen tener una influencia positiva en la **igualdad de oportunidades** entre hombres y mujeres.

Integración en el plan de estudios y aplicación a nivel escolar

Son pocos los países en los que los programas de empresas de estudiantes estén oficialmente reconocidos o recomendados como opción dentro de los **planes nacionales de estudios**, siendo esta situación más frecuente en la formación profesional que en la educación general secundaria.

Por lo general, se considera que en todos los países las **escuelas disfrutan del suficiente grado de autonomía y libertad** para desarrollar programas de miniempresas como actividad curricular o extracurricular. Los obstáculos residen en la **reticencia de escuelas y profesores** a participar en programas que no han sido apoyados, reconocidos o recomendados por las autoridades educativas.

Si bien en muchos casos las escuelas ofrecen las actividades de empresas de estudiantes como parte de sus programas, en general adolecen de un **reconocimiento insuficiente** y de **dificultades de integración** en los cursos oficiales. Los **problemas prácticos** que plantea la aplicación de estas actividades se refieren a los requisitos para cumplir los objetivos establecidos por el plan de estudios para cada asignatura, la falta de horas lectivas para abarcar los contenidos, la dificultad para adoptar un enfoque transversal en determinados programas y la falta de motivación y sensibilización del personal docente sobre el valor educativo de estas actividades.

La integración oficial de las actividades de empresas de estudiantes como **opción en los planes de estudios oficiales**, a nivel nacional o regional, incide positivamente en su difusión y su éxito, por ejemplo aumentando la motivación de los profesores.

Estas actividades exigen a los profesores no sólo unos conocimientos especiales, sino también una reorientación de las metodologías pedagógicas. Además, mientras que los profesores de

formación profesional poseen conocimientos o experiencia en este ámbito, no ocurre lo mismo con sus colegas de la educación general secundaria. Si bien las organizaciones externas promotoras de los programas imparten normalmente una formación básica a los profesores, en la mayoría de los países se observa una **falta de formación sistemática** (tanto inicial como continuada), ofrecida o apoyada por las autoridades públicas, sobre cómo aplicar en la escuela los proyectos de enseñanza del espíritu emprendedor y, en algunos casos, las propias escuelas no estimulan la participación de los profesores en la formación disponible.

A veces, se necesita cierta cantidad de **horas extraordinarias** y de **trabajo** extraescolar, en particular para las miniempresas que trabajan con productos o servicios reales. En muchos casos, el trabajo suplementario de los profesores fuera del horario escolar normal ni se reconoce ni se recompensa, lo cual disuade a los profesores de participar en estas actividades.

Financiación y medidas de apoyo

En la mayoría de los casos, los programas de empresas de estudiantes los **llevan a cabo y organizan agentes externos** (por ejemplo, ONGs) en lugar del propio sistema educativo, aunque pueden recibir un apoyo importante del sector público. Por esa razón, y como en ocasiones tienen lugar fuera del plan de estudios oficial, esos programas suelen adolecer de **insuficientes recursos financieros**.

Las actividades se basan en **una intensa participación del sector privado**, en forma de financiación o contribuciones en especie. Dependiendo de los países y de los programas, los **recursos financieros** disponibles son, en algunos casos, principalmente públicos, mientras que en otros proceden del sector privado (empresas, asociaciones empresariales, fundaciones, bancos, etc.).

En la mayoría de los países los programas de empresas de estudiantes reciben algún tipo de **apoyo de las autoridades públicas** (financiero u otro). No obstante, el nivel de apoyo no suele considerarse suficiente para una mayor difusión de estas metodologías. El apoyo público consiste por lo general en **financiación, promoción** activa entre los profesores y las escuelas, **reconocimiento** oficial, inclusión como opción recomendada en **los planes de estudios oficiales, cooperación** con organizaciones de fomento y supresión de **barreras** administrativas (cuando sea necesario).

La ayuda financiera procedente de las autoridades públicas se concede, a veces, sobre la base de un proyecto y por un tiempo limitado, por lo que no puede garantizarse la sostenibilidad de las actividades.

En algunos países, la organización de los programas de empresas de estudiantes se enfrenta a graves dificultades de orden práctico a causa de un **marco legal y administrativo** ambiguo (por ejemplo, en lo que se refiere a aspectos como la fiscalidad de las miniempresas o la posibilidad de tratar con empresas reales). En otros, se ha introducido un **marco regulador** propio de este tipo de empresas, o se han celebrado **acuerdos** entre las organizaciones promotoras y las autoridades financieras.

7.2. Perspectivas futuras

Aunque estos programas tienen un éxito creciente en Europa, **su acceso a los estudiantes sigue siendo limitado**, ya que sólo se ofrecen en una minoría de centros. En la mayor parte de

los países de Europa, menos del 15 % de las escuelas secundarias ofrecen programas basados en la metodología de las empresas de estudiantes.

Sin subestimar la eficacia de otras herramientas pedagógicas, se puede afirmar que **estos programas constituyen una importante opción en la estrategia para estimular las actitudes y competencias emprendedoras**, ya que se basan en un aprendizaje práctico.

Cualquiera que observe el funcionamiento de una empresa de estudiantes o la presentación de sus productos quedará impresionado por el entusiasmo, la innovación, la creatividad, la seguridad y las aptitudes de comunicación, entre otros muchos atributos, que estos programas permiten activar en los jóvenes. Tanto estas actitudes como los logros cosechados son coherentes con los **objetivos** de cualquier trayectoria educativa, sobre todo en el nivel secundario.

En caso de que se aplicaran ampliamente, el **impacto potencial** de estos programas en cuanto a la sensibilización en favor del espíritu emprendedor como opción viable a la experiencia práctica de lo que significa explorar una idea comercial y ser un empresario, sería incalculable en nuestra sociedad, donde el espíritu emprendedor se considera normalmente insuficiente.

Por ahora, los **principales obstáculos** a una mayor aplicación son: el escaso reconocimiento, la ausencia de una función visible en los planes de estudios, la falta de motivación de los profesores y de formación destinada específicamente a ellos, un apoyo insuficiente por parte de las autoridades públicas en las escuelas y la escasez de recursos financieros para garantizar una planificación y sostenibilidad a largo plazo. Muchos de los problemas y obstáculos a que se enfrentan estos programas (fragmentación, reconocimiento insuficiente, etc.) en realidad son comunes al desarrollo de la enseñanza del espíritu emprendedor en general.

Algunas organizaciones promotoras, asistidas por las empresas, las escuelas y, en algunos casos, por las autoridades públicas, dedican grandes esfuerzos a la difusión de estos programas. **Es necesario un esfuerzo redoblado por parte de las partes interesadas**, y principalmente de las autoridades educativas, para trabajar en estrecha colaboración en pos del objetivo de aumentar la presencia de estas metodologías en las escuelas secundarias.

Las **autoridades educativas** pueden, en efecto, desempeñar un papel esencial con el reconocimiento de las ventajas que presentan estos programas en cuanto a la adquisición de las competencias transversales necesarias para el desarrollo personal de los jóvenes, la mejora de sus resultados también en otras asignaturas, además de su formación como miembros activos y responsables en la sociedad, además de personas de éxito, y, para algunos de ellos, para llegar a ser en el futuro gestores y empresarios dinámicos y creativos.

Puesto que el **espíritu emprendedor** se reconoce como una competencia básica que debe adquirirse durante la educación obligatoria y complementaria, así como un objetivo de aprendizaje que debe incluirse en los planes de estudios oficiales a todos los niveles, se invita a las autoridades educativas a que reconozcan las metodologías que utilizan las empresas de estudiantes y el aprendizaje a través del trabajo de proyectos como una **opción dentro de los planes de estudios**, en el contexto más amplio de la enseñanza del espíritu emprendedor. Además, se les invita a que **promocionen** este concepto en aquellas escuelas y sus profesores o directores que no conocen los programas o no se sienten lo suficientemente motivados o animados a adoptarlos. A este respecto, la **difusión de experiencias y ejemplos de buenas prácticas** puede ser un instrumento eficaz.

Otras medidas de apoyo por parte de las autoridades públicas (con la participación de distintos departamentos) podrían traducirse en una **financiación**, mayor **cooperación** con las organizaciones promotoras y la eliminación de las **barreras** legales y administrativas.

8. Recomendaciones

A continuación, se propone una serie de **recomendaciones** específicas, dirigidas a todas las partes interesadas, sobre la manera de aplicar las metodologías de las empresas de estudiantes más eficazmente, incrementar su presencia en los sistemas educativos y su adopción por parte de escuelas y estudiantes.

Escuelas

- 1) Se invita a las escuelas a que **adopten** estos programas, puesto que la mayoría de las competencias que se adquieren a través de la participación en una empresa de estudiantes tienen una **dimensión multidisciplinar**, con aptitudes transversales y personales y competencias emprendedoras básicas. Trabajar en una empresa de estudiantes permite alcanzar muchos de los objetivos fijados en otras disciplinas y aporta un valor añadido al conjunto de todas ellas.
- 2) Las escuelas deberían animar a los **profesores** a aprovechar la **formación** específica a su disposición sobre la manera de aplicar los proyectos de empresas de estudiantes.

Escuelas, organizaciones promotoras y autoridades educativas

- 1) Los **programas** basados en la metodología de las empresas de estudiantes deberían garantizar el trabajo en equipo, el aprendizaje a través de la práctica, el contacto periódico con un profesor o asesor y la interacción fuera del medio escolar.
- 2) Deberían reconocerse como tarea escolar oficial los esfuerzos que dedican **profesores** y **estudiantes** a los programas de empresas de estudiantes, a veces fuera de su horario normal de trabajo o de estudio, y los profesores deberían recibir incentivos.
- 3) Las autoridades educativas, las organizaciones promotoras y las escuelas deberían desarrollar sistemas más claros para revisar y **evaluar** los programas de empresas de estudiantes. Dichos sistemas deberían utilizar técnicas de evaluación de las competencias adquiridas.
- 4) Los proveedores de programas y las autoridades educativas deberían establecer sistemas más eficaces de **recogida de datos** sobre la participación de las escuelas y los estudiantes en estas actividades.

Medio empresarial

- 1) Se anima a las asociaciones empresariales y a las empresas a **participar en estos programas** en el contexto de su estrategia de responsabilidad social. Su apoyo podría ser financiero o en especie (incluyendo la puesta a disposición de asesores y tutores para las miniempresas) y podría contar con el reconocimiento de las autoridades públicas por medio de incentivos. Las empresas se **beneficiarían**, entre otras cosas, de la posibilidad de contratar a jóvenes motivados con experiencia directa en este campo y con una serie de competencias relacionadas con la creatividad, el espíritu emprendedor y la innovación.
- 2) Es necesario fomentar una mayor colaboración entre las **escuelas** y las **empresas locales** para que los programas de empresas de estudiantes no queden limitados al

medio escolar. Por consiguiente, se insta a las **asociaciones empresariales** a **sensibilizar a sus miembros** sobre las ventajas de establecer vínculos con las escuelas y las organizaciones promotoras, participar en los programas o contribuir a su aplicación.

- 3) El establecimiento de **vínculos entre las escuelas, las empresas y la comunidad** es un elemento clave para el éxito de los programas. Debería desarrollarse un procedimiento sistemático y un modelo de colaboración «escuela-empresa» a iniciativa de las autoridades públicas, las asociaciones empresariales y las organizaciones promotoras.

Autoridades públicas (a nivel nacional y regional):

Se anima a las autoridades nacionales y regionales a:

- 1) Desarrollar una **estrategia general** de enseñanza del espíritu emprendedor en las escuelas. En dicha estrategia, deberán priorizarse los programas de empresas de estudiantes como una importante herramienta de los planes de estudios oficiales.
- 2) Establecer una **cooperación** permanente entre los distintos ministerios, asociaciones empresariales, organizaciones no gubernamentales, instituciones educativas y municipios, con el objeto de fomentar las actividades basadas en la metodología de las empresas de estudiantes.
- 3) Cooperar, en particular, con las **organizaciones promotoras** (como ONGs) que difunden ampliamente estos programas, y asociarlas a los planes nacionales de enseñanza del espíritu emprendedor.
- 4) Ayudar a las escuelas y organizaciones promotoras a poner en práctica actividades de empresas de estudiantes facilitando **recursos financieros** o contribuciones en especie.
- 5) Garantizar, en general, la **sostenibilidad a largo plazo** de los programas, mediante su financiación, su integración en los planes de estudios oficiales, la cooperación con las organizaciones promotoras y el estímulo de la participación del mundo empresarial.

Ministerios de Educación:

- 1) Las autoridades educativas deberían **reconocer** o **recomendar** los programas de empresas de estudiantes como una opción visible del plan de estudios en la enseñanza secundaria general y la formación profesional, en el objetivo más amplio de fomentar la enseñanza del espíritu emprendedor.
- 2) Debe concederse una **autonomía** suficiente a las escuelas para la aplicación de los programas de miniempresas, bien como parte del plan de estudios o como actividad postescolar o extraescolar.
- 3) Las empresas de estudiantes deben contar con un **fomento activo** por parte de las autoridades educativas en las escuelas y entre los directores de escuelas y los profesores.

- 4) Es necesario aumentar la **sensibilización** hacia estas metodologías mediante la **difusión de información** a las partes interesadas y estimular el apoyo a nivel nacional, regional y local, lo que supone, entre otras cosas, fomentar activamente los conceptos existentes y poner de relieve ejemplos de buenas prácticas.
- 5) **El intercambio de información** sobre el desarrollo de actividades de empresas de estudiantes entre redes europeas y programas nacionales, y entre escuelas, también debería estimularse para compartir orientaciones metodológicas y consejos prácticos.
- 6) Deberá suministrarse a los **profesores** una **formación** específica sobre la introducción de los programas de empresas de estudiantes en el aula, como parte de la formación inicial o continua reconocida. Dicha formación debería incluir metodologías activas de enseñanza y aprendizaje, y se centraría especialmente en el trabajo en grupo y de proyecto, los principios básicos de la gestión de empresas, las técnicas para establecer vínculos con las empresas y la comunidad y la manera de revisar y evaluar las actividades.

Ministerios de Economía y Hacienda

- 1) Cuando proceda, **reconocer** que las empresas de estudiantes son una **herramienta pedagógica** y que no deben verse sometidas a las mismas exigencias y procedimientos que las empresas reales.
- 2) Velar por la eliminación de las **barreras legales y administrativas** a la creación y funcionamiento de las miniempresas.
- 3) Prever una **reglamentación fiscal simplificada**, aplicable a las miniempresas, que incluya exenciones del pago del IVA y del impuesto sobre la renta cuando los beneficios no superen una cantidad establecida, así como en relación con los **seguros** de responsabilidad civil.
- 4) Dar a las empresas de estudiantes la posibilidad de **tratar con empresas reales**, para que ofrezcan sus productos a tiendas y para abrir una cuenta bancaria.

Comisión Europea

- 1) **Sensibilizar** a todos los ministerios nacionales afectados (concretamente Educación, Empleo, Industria y Empresa) sobre la importancia de los programas de empresas de estudiantes en la enseñanza del espíritu emprendedor y en la adquisición de una serie de competencias cruciales para que estos programas disfruten de un mayor reconocimiento a nivel nacional.
- 2) **Promover el intercambio de conocimientos y buenas prácticas** entre diferentes países y entre los interlocutores afectados, incluyendo las asociaciones empresariales.
- 3) **Difundir información y material promocional** sobre estos programas, mostrando claramente que contribuyen a alcanzar los objetivos fijados por la UE en materia de educación, empleo y crecimiento.

- 4) **Apoyar actos**, a nivel europeo o nacional, que sirvan como escaparate de la actividad de las empresas de estudiantes (por ejemplo, ferias comerciales).
- 5) Promover el desarrollo de **encuestas europeas** que evalúen los efectos de dichos programas.

Todos los interlocutores implicados

- 1) Se anima a las autoridades públicas a todos los niveles, los socios comerciales y las escuelas a incrementar la difusión y adopción de actividades de empresas de estudiantes para **permitir a todos los estudiantes potencialmente interesados el acceso** a esos programas.
- 2) Incrementar **la investigación sobre los efectos** que tiene la participación en estos programas en el desarrollo vital de los estudiantes y, más en general, en la sociedad. Aquí se incluirían no solo las competencias adquiridas, sino también la elección de carrera, los cursos realizados y la cantidad de empresas creadas por alumnos. Si se demuestran mejor los efectos de estos programas podría conseguirse la introducción de la enseñanza del espíritu emprendedor en la agenda de los responsables políticos y de las autoridades educativas.

ANNEX: Inventory of student company programmes in secondary education identified according to the adopted definition (school year 2003/2004):

	<i>Name of programme</i>	<i>Name of promoting organisation</i>	<i>Level of applic.</i>	<i>Information</i>
Austria	Junior	Junior Österreich	National	www.junior.co.at
	Practice Firm	ACT	National	www.act.at
Belgium	Mini-entreprise	asbl Les Jeunes Entreprises	Regional	www.lesjeunesentreprises.be
	Mini-ondernemingen	Vlajo (Vlaamse Jonge Ondernemingen)	Regional	www.vlajo.be
	Practice Firm	COFEP	National	www.cofep.be
	Vaardig Ondernemen en Ondernemende Vaardigheden	Network For Training Entrepreneurship, Belgium	Regional	www.nfte.be
Czech Rep.	The Company Programme	Junior Achievement Czech Republic	National	www.jacr.cz
	Practice Firm	Centre of Practice Firms (CEFIF)	National	www.nuov.cz
Denmark	The Company Programme	Young Enterprise Denmark	National	www.ja-ye.dk
	European Business Games	European Schoolnet	National	www.business-games.dk
	SIMU Practice Firm	Simu-Center	National	www.simu.dk
Estonia	The Company Programme	Junior Achievement Estonia	National	www.ja.ee
Finland	The Company Programme	Young Enterprise Finland	National	www.nuoriyrittajyys.fi
	Practice Firm	Finnish Practice Enterprises Centre (FINPEC)	National	www.finpec.fi
France	Mini-entreprises	Fédération des associations Jeunes Entreprises FAJE, Académies d'Amiens, Lyon, Limoges, Clermont Ferrand et Versailles	Regional	www.jeunes-entreprises.org ; secretariat.faje@wanadoo.fr
	Création d'entreprise du secteur cafés – hôtels- restaurants	AGPCE	National	roger.benad@wanadoo.fr
	Entreprendre au Lycée	Académies Marseille et Nice, Guyane et Guadeloupe.	Regional	Entreprendre.lycee@free.fr ; ce.daet@ac-aix-marseille.fr ; ce.daet@ac-nice.fr
	Une entreprise dans votre lycée (La Basket-entreprise)	Académie de Nantes	Regional	dafpic.formation-initiale@ac-nantes.fr
	CCI des Jeunes	Académie de Montpellier	Regional	patrick.brisset@ac-montpellier.fr
	Une entreprise dans votre lycée	Académie de Rennes	Regional	ce.daet@ac-rennes.fr
	Créons Ensemble	Académie de Bordeaux	Regional	Jean-claude.weidmann@ac-bordeaux.fr

	Graine de Boîte	Académie d'Orleans-Tours	Regional	evelyne.binet@ac-orleans-tours.fr
	Challenge "Destination Entreprises"	Association Destination Entreprises, Académies de Limoges et Martinique	Regional	rossignolnadine@wanadoo.fr
	Demain mon Entreprise	CCI Versailles Académie de Versailles	Regional	rwolezyk@versailles.cci.fr
	Mini-entreprises dans les collèges francs comtois	MEDEF (Mouvement des entreprises de France), Académie de Besançon	Regional	formation@medef.fr nche-comte.com
	Mini-entreprises: Centre des Jeunes Dirigeants	Académie de Lille	Regional	od@odicee.com
	Concours «Jeunes créez en Auvergne»	Mission Régionale pour la création d'Entreprise (MRCE), Académie de Clermont Ferrand	Regional	mrce@ard-auvergne.com
	Concours « Entreprendre »	Centre de ressources pour la création d'activités innovantes (PROMOTECH CEI), Académie de Nancy-Metz	Regional	direction.promotech@wanadoo.fr
Germany	JUNIOR Junge Unternehmer initiieren-organisieren-realisisieren	JUNIOR-Office (Institut der deutschen Wirtschaft) (Junior Achievement Young Enterprise Germany)	National	www.juniorprojekt.de
	Achievers International	Achievers International	National	www.achieversinternational.org
	Schüler Unternehmen was!	Deutsche Kinder- und Jugendstiftung	National	www.dkjs.de/schuelerunternehmen.de
	business@school	Boston Consulting	National	www.business-at-school.de
	Jugend gründet	Bundesministerium für Bildung und Forschung, Steinbeis-Transferzentrum an der Hochschule Pforzheim	National	www.jugend-gruendet.de
	Start-Up Werkstatt	Deutscher Sparkassen- und Giroverband, Stern; McKinsey	National	www.startup-werkstatt.de
	Schul/Banker – Das Bankenplanspiel	Bundesverband deutscher Banken	National	www.schulbanker.de
	Practice Firm	Zentralstelle des Deutschen Übungsfirmenrings (ZÜF)	National	www.zuef.de
	Get up Wettbewerb "Schüler gründen Unternehmen"	Gesellschaft zur Förderung neuer Technologien e.V. Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e.V.	Regional (ended in 2004)	www.getup.org
	Jungunternehmerschule	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Güstrow mbH, Landkreis Güstrow, Unternehmerverband Norddeutschland, Region Güstrow, Ostsee-Sparkasse Rostock	Regional	www.bilse.de/jus

	Ifex	Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg	Regional	www.ifex.de
	TheoPrax	Fraunhofer-Institut für chemische Technologie	Regional	www.theo-prax.de
	Ideen machen Schule	Hans Lindner Institut	Regional	www.regensburg.de/wirtschaft/existenzgruender/existenzgruender-spiel
	SCHUB - Schulen machen Betrieb	Bildungswerk der Wirtschaft Mecklenburg-Vorpommern e.V.	Regional	www.bildungswerk-wirtschaft.de/swevne/schub
Hungary	The Company Programme	Junior Achievement Hungary	National	www.ejam.hu
	Practice Firm	National Institute of Vocational Education	National	http://www.gtbbp.hu/zuf/
Ireland ¹	“Get up and Go” Mini Company Programme	Transition Year Programme, Second Level Support Service	National	http://ty.slss.ie
	“Blast:Beat” Music Mini Company Programme	Treasure Island Records	National	www.treasureisland.ie
	Company Programme	Junior Achievement Ireland	National	www.juniorachievement.ie
	Student Enterprise Awards	City and County Enterprise Boards	National	www.studententerprise.ie
	Young Entrepreneurs Scheme	Young Entrepreneurs Scheme	National	
Italy	Impresa in azione	Junior Achievement Italia	National	www.junioritalia.org
	Imprese Formative Simulate	Centrale di Simulazione	National	www.simulimpresa.com
Latvia	Student Learning Company	Junior Achievement Latvija	National	www.jal.lv
Lithuania	The Company Programme	Junior Achievement Lithuania	National	www.lja.lt
	Virtual Firm	SimuLith Centre	National	http://sl.viko.lt/
Luxembourg	Mini-entreprises	Ministère de l’Education nationale	National	
Netherlands	Mini-Ondernemingen	Mini-Ondernemingen Nederland	National	www.jongondernemen.nl
	Practice Firm	SimNet	National	www.simnet.nl
Norway	Pupil companies Youth companies	Young Enterprise Norway	National	www.ue.no
	Simu-companies	SimuNor	National	www.simunor.no
Poland	Young Mini-Enterprise	Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości	National	www.junior.org.pl
	Managing Firm	Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości	National	www.junior.org.pl

	September Package	Fundacja Małych i Średnich Przedsiębiorstw KOMANDOR	National	www.fundacja.komandor.pl
	Simulation Firms	Polish Centre of Simulation Firms - CENSYM	National	www.cku.zgora.pl/censym/CSstart.html
	Establish and Run a Company	Centrum Edukacji Obywatelskiej	National	www.ceo.org.pl
	Economics - every day	Fundacja Młodzieżowej Przedsiębiorczości	Regional	www.junior.org.pl
	School Laboratory of Entrepreneurship	Teachers' Association of Entrepreneurship and Economic Education	Regional	www.nauczyciele.org
	Practical School of Entrepreneurship	Business Chamber of Podkarpacie	Regional	www.pig-chamber.com.pl
Romania	The Company Programme	Junior Achievement Romania.	National	www.jar.ro
	Practice Firm	ROCT (Romanian Coordination of Training firms)	National	http://www.roct.ro/ro/index.php
Slovakia	The Company Programme	Junior Achievement Slovakia	National	www.jasr.sk
	Practice Firm	SCCF - Slovak Center for Training Firms	National	http://www.siov.sk/siov/dokhtm/5sccf/sma_in2.htm ; http://www.siov.sk/
Spain	Practice Firm	Fundación INFORM	National	www.inform.es
	Empresa Solidaria	Junior Achievement Spain	National	www.jaes.es
	Empresa Joven Europea (EJE)	Valnalón Ciudad Tecnológica	Regional	www.valnalon.com
Sweden	Young Enterprise (Ung Företagsamhet)	Young Enterprise Sweden	National	www.ungforetagsamhet.se
	Practice Firm	Business Training Centre (BTC)	National	www.businesstrainingcentre.nu
	Summerentrepreneur (Sommarlovsentreprenör)	Open for business in the county of Västernorrland	Regional	www.ofb.nu
U.K.	The Company Programme - Team Programme	Young Enterprise UK	National	www.young-enterprise.org.uk
	Practice Firm	EGNI (UK Central Office for Practice Companies and Virtual Firms)	National	http://egni.morganwg.ac.uk/
	EBP - Education Business Partnerships	NEBPN – The National Education Business Partnerships Network	Local	www.nebpn.org

¹ In Ireland, students involved in the Leaving Certificate Vocational Programme (<http://lcvp.slss.ie>) and the Leaving Certificate Applied (<http://lca.slss.ie>) are generally involved in a programme of enterprise studies which may involve mini companies.