

Índice

CAPÍTULO 1	7
Introducción	
1.1. Justificación del interés y la necesidad de emprendimiento y educación para el emprendimiento	9
1.2. Objetivos de la investigación	33
1.3. Estructura del informe	35
CAPÍTULO 2	37
Espíritu emprendedor y educación para el emprendimiento	
2.1. Concepto de espíritu empresarial/emprendedor	39
2.2. Concepto de competencia emprendedora	42
2.3. Actitud, intención, conducta y resultados empresariales	46
2.4. ¿Los empresarios nacen o se hacen?	57
2.5. Concepto de educación emprendedora	62
2.6. El modelo de las 5E de la educación empresarial	68
2.7. La educación emprendedora: antecedentes, modelos, experiencias y prácticas	70
2.7.1. Iniciativas comunitarias de apoyo al espíritu emprendedor	70
2.7.2. Iniciativas comunitarias de apoyo a la educación emprendedora	109
2.7.3. Otras iniciativas internacionales de apoyo a la educación emprendedora	138
2.7.4. Iniciativas no curriculares de apoyo a la educación emprendedora a nivel nacional	141
2.7.5. Desarrollo de programas curriculares de educación emprendedora a nivel nacional	143

CAPÍTULO 3	155
Espíritu y educación emprendedores en la Comunidad Valenciana	
3.1. Conocimiento y comprensión del entorno	157
3.2. Percepción de la dinámica económica y empresarial	170
3.3. Concepto y visión del empresario	181
3.4. Espíritu emprendedor: actitud ante el emprendimiento	192
3.4.1. Intensidad del espíritu emprendedor	192
3.4.2. Modelos de influencia en el espíritu empresarial	204
3.4.3. Actitudes clave ante la decisión de emprender: diversificación, ahorro, rentabilidad y riesgo	208
3.4.4. Motivaciones para emprender	211
3.4.5. Posesión de competencias emprendedoras	213
3.4.6. Obstáculos a la decisión de emprender	214
3.4.7. Percepción de factores claves de éxito en la creación de una empresa	215
3.5. Propensión hacia el emprendimiento social	216
CAPÍTULO 4	219
Conclusiones	
ANEXO I	237
Metodología de la investigación empírica	
1. Metodología de la investigación documental	239
2. Determinación de la muestra	240
3. Recolección de información	244
4. Base de datos y características de la muestra	246
5. Análisis de datos	249
ANEXO II	251
Resultados del estudio empírico en función de distintos criterios de segmentación	
Bibliografía	285