

Deep.



Competencias y Habilidades para el Emprendimiento en el entorno Digital

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

ÍNDICE

- 1.1. Unidad: Negocio y organización en el ecosistema informático**
 - 1.1.1. Búsqueda y explotación de oportunidades
 - 1.1.2. Análisis DAFO
 - 1.1.3. Gestión de proyectos: herramientas y diagramas principales
 - 1.1.4. Planificación financiera

- 1.2. Unidad: Cadena de valor en Mercados Digitales**
 - 1.2.1. Pasos y tareas para maximizar la información recogida de los clientes online
 - 1.2.2. Errores comunes y recomendaciones para Buenas Prácticas

- 1.3. Unidad: Competencias básicas y habilidades para líderes del Entorno Digital**
 - 1.3.1. Capital humano y gestión de personal
 - 1.3.2. Autoconciencia, influencia y agilidad de aprendizaje

- 1.4. Unidad: Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce**
 - 1.4.1. Ventajas de las ventas online
 - 1.4.2. Panorama de los Mercados Digitales

CASO PRÁCTICO

● Al final de este módulo aprenderás a:

- Mejorar tus competencias y habilidades en el ecosistema empresarial de las Tecnologías de la Información.
- Mejorar tu comprensión sobre las principales dinámicas de los mercados digitales.
- Utilizar herramientas de gestión como el Análisis DAFO, el diagrama de Gantt y el Plan Financiero.
- Aumentar tus habilidades de liderazgo, autoconciencia y agilidad de aprendizaje.
- Mejorar tu habilidad para reconocer oportunidades en el mundo del e-commerce.



Unidad 1.1: Negocio y organización en el ecosistema informático





1.1.1. Búsqueda y explotación de oportunidades



Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Búsqueda y explotación de oportunidades

No todas las ideas pueden convertirse en oportunidades de negocio. Para tener un plan de acción claro y definido, los emprendedores dependen de análisis de mercado detallados.

Los medios más fiables son:

1. Análisis DAFO
2. Diagrama de Gantt
3. Plan de negocio





1.1.2. Análisis DAFO



Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Las siglas del análisis DAFO significan:

- **Debilidades:** ¿qué nos falta?
- **Amenazas:** ¿qué debemos evitar?
- **Fortalezas:** ¿qué podemos hacer mejor que nuestra competencia?
- **Oportunidades:** ¿qué podemos explotar?

Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Deep.

ANÁLISIS DAFO

Aspectos Positivos

Aspectos negativos

Factores Internos

Fortalezas

Debilidades

Factores Externos

Oportunidades

Amenazas

ANÁLISIS DAFO en el Entorno Digital

Fortalezas

Identidad de la marca, ventaja de costo, mejora continua del negocio

Debilidades

Márgenes bajos de beneficios, estacionalidad

Oportunidades

Diversificación, expansión de negocios locales, afiliación estratégica con industrias afiliadas

Amenazas

Pérdida de beneficios debido a los bajos márgenes de ganancia, barreras del sector del comercio electrónico, problemas de ciberseguridad



1.1.3. Gestión de proyectos: herramientas y diagramas principales



Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Gestión de proyectos: herramientas y diagramas principales.

Un **diagrama de Gantt** te permite:

- representar gráficamente la planificación de tareas
- coordinar y hacer un mejor seguimiento de las actividades del proyecto
- mostrar el progreso de la planificación

Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Deep.

- El diagrama de Gantt se construye sobre un eje horizontal, que representa el espacio total de tiempo del Proyecto, dividido en fases incrementales (p. ej. días, semanas, meses), y un eje vertical que representa las tareas o actividades que componen el proyecto.

Project activity	PROJECT TIMETABLE															
	2020						2021									
	M1 July	M2 Aug	M3 Sep	M4 Oct	M5 Nov	M6 Dec	M7 Jan	M8 Feb	M9 Mar	M10 Apr	M11 May	M12 June	M13 July	M14 Aug	M15 Sep	M16 Oct
Activity 1		■					■	■	■					■		■
Activity 2		■	■		■	■		■	■		■	■		■	■	
Activity 3	■			■			■			■			■			■
Activity 4	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Activity 5										■						■



1.1.4. Planificación financiera



informático

Planificación financiera

La planificación financiera es de suma importancia, ya que concierne la evaluación del potencial financiero y económico de cualquier idea de negocio. La gestión financiera requiere un documento específico, el plan financiero (PF), que establece los objetivos del negocio, las oportunidades de desarrollo y las estrategias de marketing.

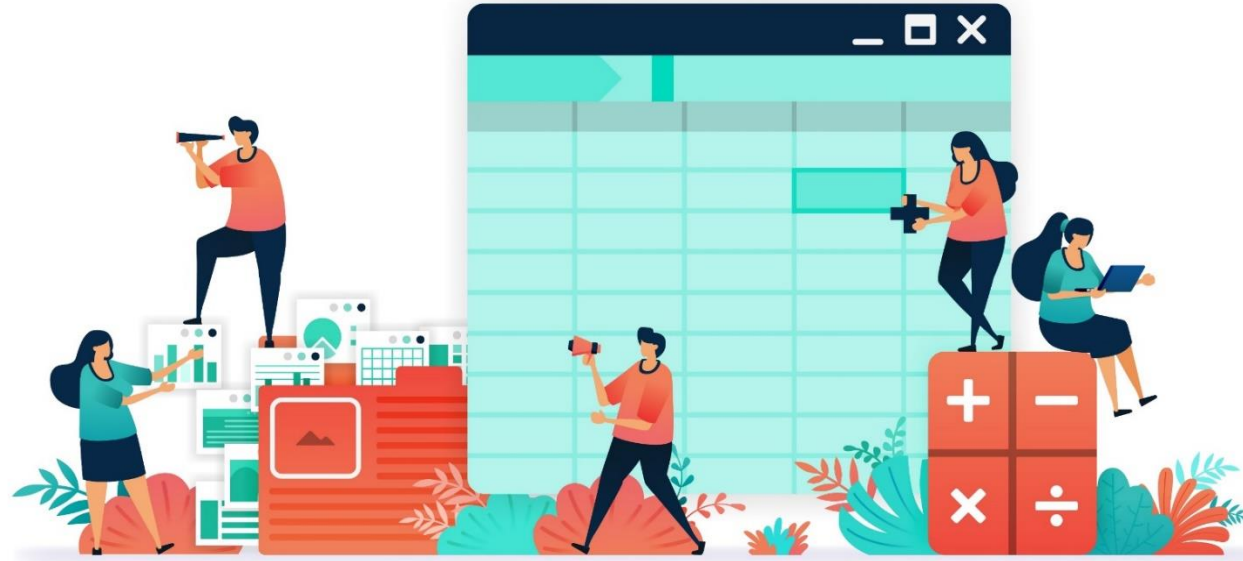
El plan financiero está estructurado de la siguiente forma:

- **Balance General**, para reportar los activos y pasivos. Los activos pueden definirse como los productos que posee tu empresa que pueden proporcionar un futuro beneficio económico. Los pasivos indican lo que debes a otras partes.
- **Cuenta de Pérdidas y Ganancias**, que muestra los ingresos y los gastos durante un periodo específico de tiempo. Podría ser mensual, trimestral, cada seis meses o anual.
- **Estado de Flujo de caja**, que proporciona datos totales sobre todas las entradas de efectivo que recibe una empresa de sus operaciones en curso y fuentes externas de inversión. Incluye también todos los gastos que pagan las actividades e inversiones de la empresa durante un periodo determinado.

Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Deep.

El **balance general** es una imagen de lo que tienes y lo que debes en un momento determinado en el tiempo. A diferencia del estado de ingresos o flujo de caja, no es un registro del desempeño durante un periodo de tiempo, sino simplemente un extracto de dónde están las cosas en un determinado momento.



Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Deep.

El balance general es una lista de activos o bienes, deudas o pasivos, y patrimonio o valor neto, con sus valores. En el mundo de los negocios, los activos son recursos que pueden usarse para generar ingresos, mientras que la deuda y el patrimonio son el capital que financia esos activos. Por consiguiente, el valor de los activos debe ser igual al valor de las deudas y el patrimonio. En otras palabras, el valor de los recursos del negocio debe ser igual al valor del capital endeudado o comprado para obtener esos recursos.

Activos = deudas + patrimonio



Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Deep.

- La **cuenta de pérdidas y ganancias (PyG)** es un extracto financiero que resume los ingresos, los costos y los gastos generados durante un periodo de tiempo específico, normalmente un año fiscal o un trimestre. Estos registros proporcionan información sobre la capacidad de una empresa (o la falta de ella) para generar beneficio incrementando los ingresos, reduciendo los costos o de ambas formas. Incluye el extracto de los beneficios y las pérdidas, el estado de las operaciones, de los resultados financieros y el de las ganancias y gastos.



With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Deep.

La cuenta PyG refleja los beneficios y gastos realizados por la empresa en el periodo de tiempo especificado, comparando los ingresos totales de la empresa con sus costos y gastos totales. Con el tiempo, puede mostrar la capacidad de una empresa de aumentar su beneficio, ya sea reduciendo costos y gastos o incrementando las ventas. Las empresas publican sus cuentas PyG anualmente, al final del año fiscal de la empresa y también pueden publicarlas trimestralmente. Los contables, analistas e inversores estudian una cuenta de PyG cuidadosamente, escudriñando el flujo de caja y las capacidades financieras de deuda.



Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Deep.

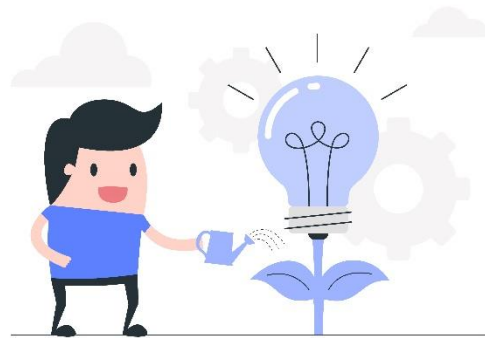
El estado de flujo de caja o flujo de efectivo, es un extracto financiero que resume la cantidad de efectivo y los equivalentes de entradas y salidas de efectivo de una empresa. El estado de flujo de caja (FCF) mide cómo de bien gestiona una empresa su posición de efectivo, es decir, cómo de bien genera efectivo para pagar sus obligaciones de deuda y financiar sus gastos operativos.



Unidad 1.1 Negocio y organización en el ecosistema informático

Los principales componentes del estado de flujo de caja son:

1. Actividades operativas.
2. Actividades de inversión.
3. Actividades de financiación.



El FCF es distinto del estado de resultados y del balance general porque no incluye la cantidad de futuras entradas y salidas de efectivo que se han registrado a crédito. Por lo tanto, el efectivo no es lo mismo que el ingreso neto, que en el estado de resultados y el balance general incluye las ventas hechas en efectivo y a crédito.

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Deep.

Unidad 1.2: Cadena de valor en Mercados Digitales

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



1.2.1. Pasos y tareas para maximizar la información recogida de los clientes online



1.2 Cadena de valor en Mercados Digitales

Deep.

Aunque el mercado digital se propone como una alternativa al mercado offline (los que no operan con un sistema web), hay muchas similitudes entre estos dos canales comerciales, así como las técnicas de identificación y de extracción del perfil de clientes.



1.2 Cadena de valor en Mercados Digitales

Deep.

Por ello, será importante tener en cuenta algunas peculiaridades del mercado offline, identificando también las preferencias de los clientes potenciales y detectando sus necesidades en el mercado online. El perfilado de clientes será muy útil para mejorar la calidad de tus productos, entendiendo las tendencias del mercado. Además, es un modo muy efectivo para identificar las cualidades y defectos de tu producto y/o tu oferta.



1.2 Cadena de valor en Mercados Digitales

Cómo entender las preferencias de tus clientes:

Establece una búsqueda en los principales canales de e-commerce para analizar cómo se relacionan los clientes con el productos que quieres vender

Ponte en el lugar de tus clientes e intenta adoptar su perspectiva

Una vez que tus productos, actividades, servicios se presentan, estimula a tus clientes para dejar comentarios y opiniones

1.2 Cadena de valor en Mercados Digitales

La identificación de clientes se mueve en base a las siguientes tres preguntas fundamentales:

¿Quiénes son mis clientes?

La edad y el género de tus clientes, y el tamaño de la organización son determinantes decisivos para perfilar tu objetivo.

¿Cuáles son sus principales intereses?

Los clientes siempre aprecian una oferta hecha a su medida. Ser consciente de las principales tendencias e intereses te permitirá explotar las funcionalidades múltiples de la plataforma.

¿Qué compran por Internet?

Un análisis muy detallado del comportamiento de los clientes te ayudará a entender lo que necesitar para ser competitivo e innovador.



1.2.2. Errores comunes y recomendaciones para Buenas Prácticas

1.2 Cadena de valor en Mercados Digitales

La Transformación Digital ha multiplicado las oportunidades de llegar a clientes potenciales a través de publicidad, contenidos y técnicas que les permitan mantener una relación con la marca. Los usuarios siempre preferirán usar webs, plataformas y aplicaciones más inteligentes, ágiles y atractivas; pero no olvides seguir en contacto con el mercado real y la relación real “en persona”, teniendo en cuenta cuáles son los puntos fuertes del mercado offline, de manera que siempre puedas ofrecer un servicio que empuje al consumidor a preferir comprar online.

1.2 Cadena de valor en Mercados Digitales

Errores comunes...

1. Falta de objetivos realistas de mercado digital y métodos de seguimiento de objetivos.
2. Tener como objetivo una audiencia errónea.
3. Descuidar el diseño de tu sitio web.
4. Olvidar la optimización de motores de búsqueda (SEO).
5. Descuidar las redes sociales.
6. Adoptar muchas estrategias sin tener los recursos apropiados.



1.2 Cadena de valor en Mercados Digitales ... y recomendaciones para Buenas Prácticas

1. Asegúrate de que tus objetivos son específicos, medibles, alcanzables, realistas y tienen con plazos definidos.
2. Crea un “Marketing Personal” basado en tus compradores anteriores.
3. Asegúrate de que tu página web es fácil de usar (apta para móviles, de carga rápida, fácil de navegar).
4. Sigue las mejores prácticas de SEO (Optimización de motores de búsqueda) como búsqueda de palabras clave, proporcionando contenido orientado al objetivo y de gran calidad, optimizando el tiempo de carga de la web y las etiquetas de títulos.
5. Explora los servicios de publicidad de las redes sociales.
6. Confía en expertos para manejar tu estrategia de marketing digital.

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



1.3 Competencias básicas y habilidades para líderes del Entorno Digital





1.3.1. Capital humano y gestión de personal

Capital humano y gestión de personal

Los líderes digitales se reconocen por las siguientes cualidades:

- Dedicar recursos financieros a las tecnologías digitales para respaldar su negocio.
- Considerar la transformación digital como una oportunidad de avance real y no solo como una alternativa.
- Invierten recursos en su personal para fortalecer sus competencias digitales.
- Aprovechan las oportunidades digitales para rediseñar su empresa.

En este contexto, el verdadero líder digital es el que comprende cómo las tecnologías pueden mejorar de manera más efectiva las cualidades del capital humano. En este sentido, la tecnología no es una alternativa para las personas, sino una herramienta para transmitir sus cualidades.

Por qué es importante la gestión de personal

1. Enfoque unificado de liderazgo dentro de una empresa o equipo.
2. Enfoque más sencillo para la resolución de problemas mediante la implementación de negociación y pensamiento crítico.
3. Comunicación abierta entre directivos y miembros del equipo.
4. Clara definición de roles y expectativas para los miembros del equipo.



Gestión efectiva del equipo



Delegar

Para delegar con éxito hay que comenzar con unir personas y tareas:

1. Selecciona un miembro del equipo (Usa la Matriz de habilidades).
2. Define qué actividades se pueden delegar.
3. Une las personas correctas con las tareas correctas.
4. Establece plazos y metas de seguimiento.



Matriz de habilidades

Define/ elige a los miembros del equipo enmarcando actividades, habilidades, experiencia.

Tarea	Habilidad necesaria	Experiencia/Formación
Campaña de Marketing Online	Conocimiento del mercado digital	Título de Marketing; especialización en comunicación digital
Crear una página web para mi tienda online	Entender los sistemas informáticos; conocimiento de aspectos técnicos y operacionales	Experiencia previa en dominio de páginas web; 3 años de experiencia
Definición y análisis de redes sociales	Conocimiento de las nuevas tendencias y modas	Gestión de redes sociales en otras áreas relacionadas; experiencia en personalización de redes sociales

1.3 Competencias básicas y habilidades para líderes del ED



Motivar



Personas diferentes tienen necesidades diferentes.

¡Sé camaleónico!



Comprende cómo gestionar diferentes grupos de personas definiendo un enfoque y unos objetivos comunes.

Aprende a entender los puntos de vista de los demás.

Encuentra el modo más apropiado para comunicar y permitir que el equipo se sienta una parte importante del proyecto (inteligencia emocional).



Desarrollar

Dar y recibir opiniones o comentarios periódicos a/de los miembros de tu equipo:

1. Es la forma más efectiva para su desarrollo.

2. Mejorará el desempeño de todos.

Si puedes ayudar a los miembros del equipo a ser mejores en lo que hacen, serás un gerente para el que la gente aspira a trabajar.

Comunicar

- Acuerda un enfoque común con los miembros del equipo para las comunicaciones internas (llamadas o reuniones semanales vía Skype o Zoom).
- Establece reuniones de equipo regulares (conjuntas vs. uno a uno).
- Proporciona comentarios/opiniones inmediatas sobre el desempeño de las tareas.
- Prepárate para aclarar los roles y las responsabilidades cuando sea necesario.



1.3.2. Autoconciencia, influencia y agilidad de aprendizaje

1.3 Competencias básicas y habilidades para líderes del ED

Deep.

Autoconciencia, influencia y agilidad de aprendizaje

Según el Modelo de Agilidad de Aprendizaje de Korn Ferry Lominger, en lo relacionado a la gestión de equipos, el verdadero líder se caracterizará por lo siguiente:

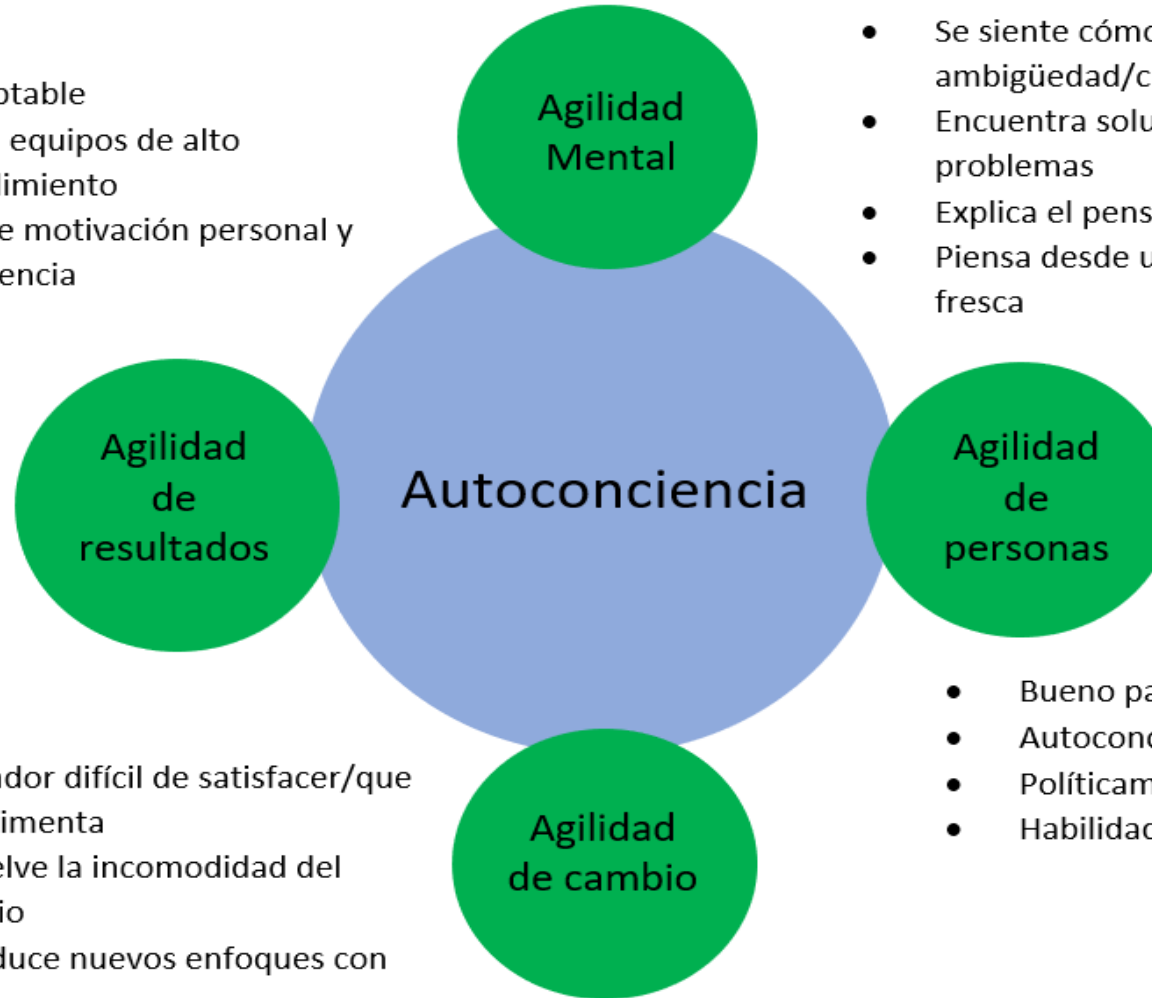
- **Agilidad mental:** Un pensador crítico es capaz de encontrar soluciones rápidas a problemas cotidianos.
- **Agilidad de personas:** Los individuos con una gran agilidad de personas están capacitadas para evaluar a las personas y el panorama político.
- **Agilidad de cambio:** Los líderes necesitan sentirse cómodos y confiados con el cambio.
- **Agilidad de resultados:** Los líderes con agilidad de resultados son determinados e ingeniosos.
- **Autoconciencia:** Es la suma de las agilidades mencionadas anteriormente.

1.3 Competencias básicas y habilidades para líderes del ED



Modelo de Agilidad de Aprendizaje

- Adaptable
- Crea equipos de alto rendimiento
- Tiene motivación personal y presencia



- Pensador crítico
- Se siente cómodo con la ambigüedad/complejidad
- Encuentra soluciones a los problemas
- Explica el pensamiento a los demás
- Piensa desde una perspectiva fresca

- Pensador difícil de satisfacer/que experimenta
- Resuelve la incomodidad del cambio
- Introduce nuevos enfoques con ideas

- Bueno para evaluar personas
- Autoconciencia de mejora
- Políticamente ágil
- Habilidades comunicativas

Errores comunes (a evitar)

- 1.No proporcionar opiniones, comentarios.
- 2.No encontrar tiempo para tu equipo.
- 3.Fracasar al definir y validar las metas.
- 4.No delegar.
- 5.Confundir roles y responsabilidades.

Buenas Prácticas

1. No asumas siempre que tienes la razón.
2. Haz que la transparencia sea una prioridad.
3. Anima y alimenta el crecimiento de tu equipo.
4. Céntrate en servir más que en dirigir.
5. Permanece abierto a cambios.

Deep.



Unidad 1.4: Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



1.4.1. Ventajas de las ventas Online



1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.

Ventajas de las ventas Online

Millones de personas compran online cada día en sitios de e-commerce. El volumen de los negocios aumenta año tras año, especialmente porque el mercado online se ve como un espacio donde puedes encontrar oportunidades en cualquier momento del día.

Las ventas online representan una forma muy efectiva de:

1. Aumentar tus ventas.
2. Reducir los costos operativos de tu empresa.
3. Aumentar los márgenes de beneficio para tu negocio.

1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.

Además, podemos observar varias ventajas de vender online:

Costos más bajos	La ventaja de vender online se refleja también en la reducción de los costos en la creación de una empresa, lo que sería un freno principal para el lanzamiento de tu negocio
Reducción de cualquier restricción geográfica o de tiempo	Gracias al e-commerce, puedes hacer negocio con clientes desde cualquier lugar y a cualquier hora del día
Medición de resultados más sencilla	Es más sencillo trazar y medir las ventas y los resultados de las entregas gracias a las múltiples características de programas como Google Analytics.
Mejor flujo de caja	Puedes aumentar tu margen de beneficio, lo que generará ganancias aún mayores en cada producto vendido



1.4.2. Panorama de los Mercados Digitales



1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.

Comercio electrónico mundial en 2019:



Fuente: Statista

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

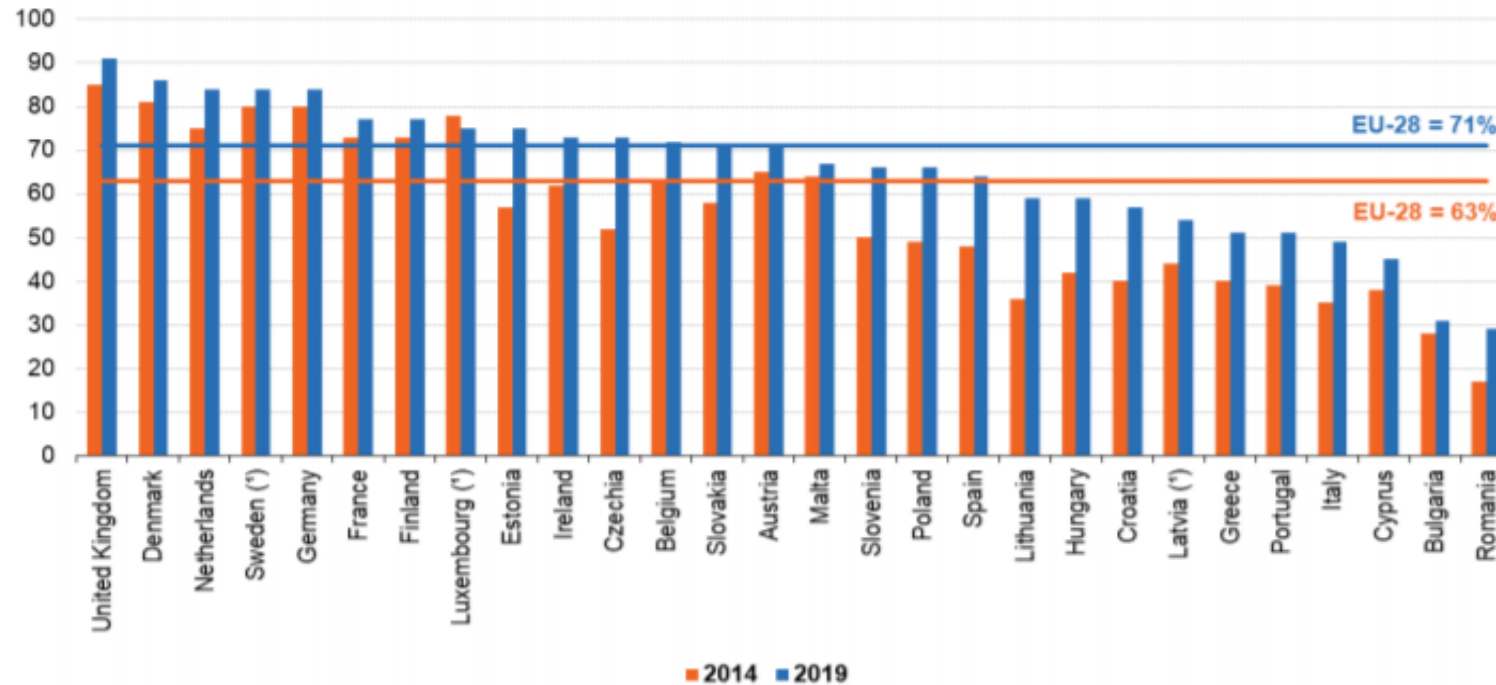
1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.

El e-commerce es muy popular en la Unión Europea (UE). La proporción de personas con edades comprendidas entre los 16-74 años que compraron online es del 63%. En concreto, aquellos entre 25-54 años representaban la mayor proporción de compradores online entre los usuarios de internet hasta el año 2016. En 2015, el grupo de menor edad (16-24 años) superó el nivel medio de la UE, sobrepasando el nivel del grupo de entre 25-54 años en 2019.



1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.

Usuarios de Internet que compraron o pidieron productos o servicios para uso privado Internet en los 12 meses anteriores, 2014 y 2019:



Fuente: Eurostat

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.



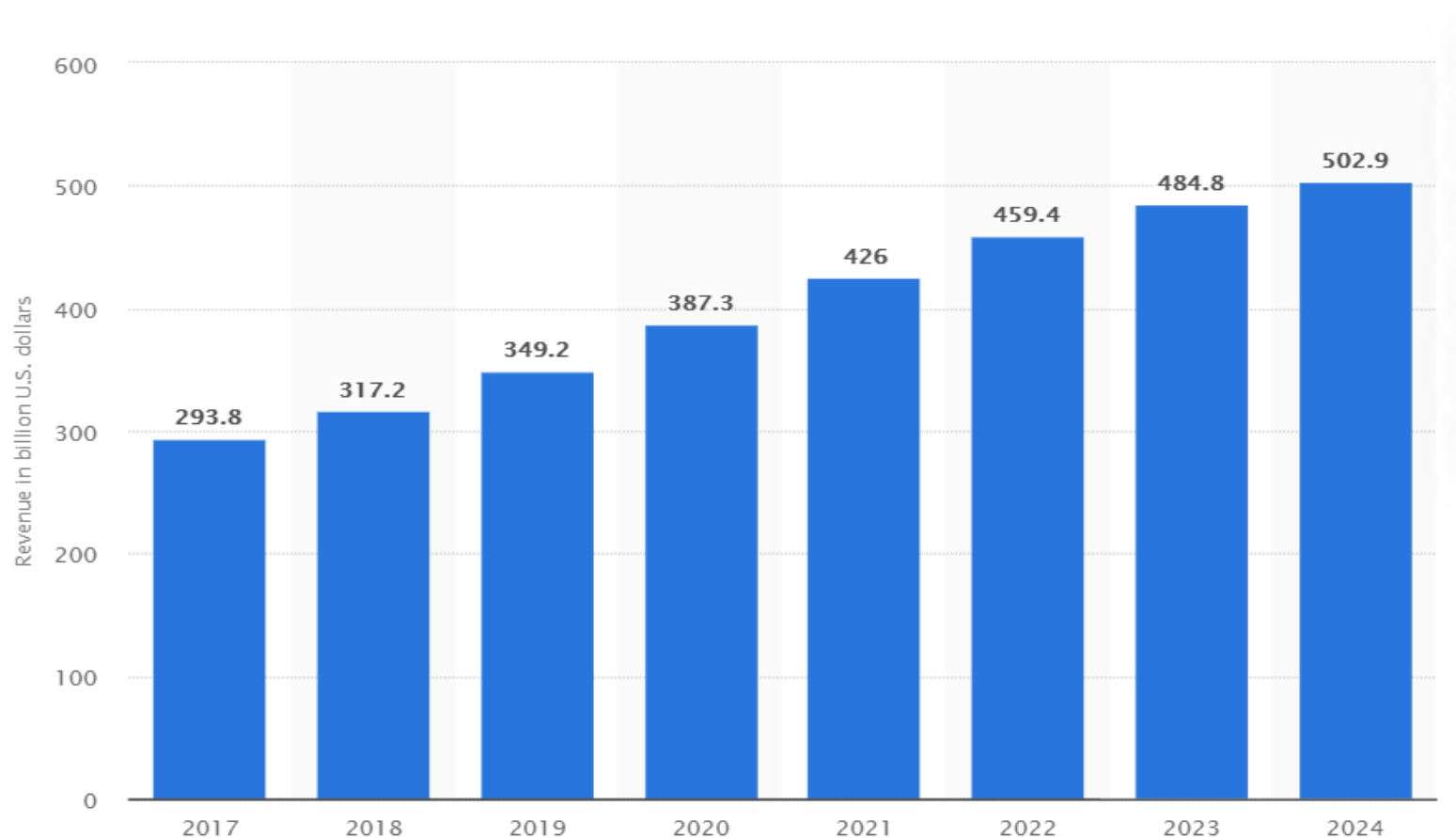
El mercado europeo de e-commerce está experimentando un crecimiento positivo en todas las ciudades más importantes, convirtiéndose en una de las industrias más dinámicas y con el crecimiento más rápido. La proporción de usuarios de e-commerce de la UE ha aumentado de forma constante, mostrando cómo las empresas están invirtiendo en su presencia digital, y cómo los usuarios o clientes están confirmando su interés en los servicios online.

Concretamente, se espera que los ingresos por comercio electrónico en Europa crezcan a 502,9 mil millones de dólares estadounidenses en 2024.

1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.



Industria de e-Commerce en Europa (2017 – 2024):



https://www.statista.com/topics/3792/e-commerce-in-europe/#dossierSummary_chapter1

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.

La crisis del COVID-19 aceleró la expansión del e-commerce hacia nuevas empresas, clientes y tipos de productos. Ha proporcionado a los clientes el acceso a una variedad significativa de productos desde la comodidad y seguridad de sus hogares, y ha permitido a las empresas seguir funcionando a pesar de las restricciones de contacto y otras medidas de confinamiento.

A pesar de las persistentes diferencias entre países, la crisis del COVID-19 ha aumentado el dinamismo del panorama del comercio electrónico en todos los países y ha ampliado el alcance del e-commerce, incluyendo nuevas empresas, segmentos de consumidores (p. ej. ancianos) y productos (p. ej. comestibles).

1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.



Ventas de negocios minoristas, variación interanual, UE-27 (Julio 2019-20)

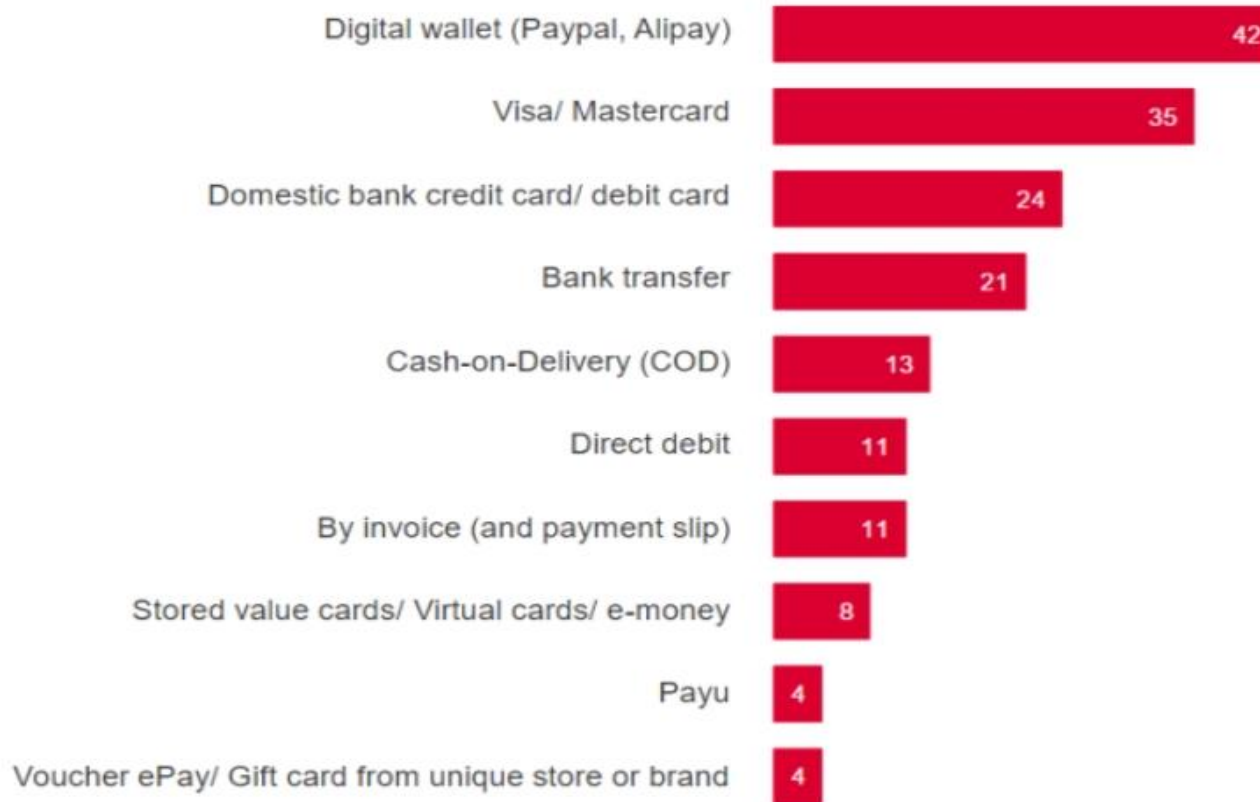


Fuente: OECD

Las transacciones de e-commerce en muchos países se han desplazado parcialmente de productos y servicios de lujo hacia necesidades cotidianas, relevantes para un gran número de personas. Es probable que algunos de estos cambios en el panorama del e-commerce sean de naturaleza a largo plazo, en vista de la posibilidad de nuevas olas de la pandemia, la comodidad de los nuevos hábitos de compra, los costos de aprendizaje y el incentivo para las empresas de capitalizar inversiones en los nuevos canales de ventas.

1.4 Gestionar tu Negocio Digital: Oportunidades de E-Commerce Deep.

Métodos de pago electrónico en Europa



A pesar de que las tarjetas de débito y crédito siguen siendo los métodos de pago más comunes, ahora hay muchas alternativas disponibles: en concreto, los métodos de pago electrónico permiten a los empresarios ampliar sus operaciones a mercados adicionales, por lo que deben familiarizarse con los métodos de pago preferidos por los clientes locales.

Fuente: E-Commerce News

La UE cofinanció el Proyecto IncuVET (2014-2016) que tenía el objetivo de crear un centro de información con material, mejores prácticas, casos prácticos e investigaciones sobre el papel y el potencial de los centros de FP como núcleos locales/regionales para el emprendimiento. IncuVET pretendía apoyar y promover un **rol innovador para las escuelas de FP como centros locales/regionales de emprendimiento**, más allá de la mera provisión de asesoramiento para nuevas empresas. La idea detrás del proyecto era que los centros de FP reúnen las condiciones para incitar un proceso con múltiples partes interesadas, donde las autoridades locales, los empleadores, las nuevas empresas, los profesores y los estudiantes se unan para dar forma al modo en que la educación empresarial se integra en el currículo y para aprender los unos de los otros de forma colaborativa, con un impacto significativo en las escuelas, los estudiantes, el mercado y la comunidad en conjunto.

<https://www.incuvet.eu/#page-top>



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Deep.

GRACIAS POR TU ATENCIÓN

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union