



IO1 – Resumen ejecutivo (ES)



**THE
~~MISSING~~
ENTREPRENEURS**

Este informe ha sido elaborado por:



Consortio



Este proyecto ha sido financiado por el Programa Erasmus+ de la Unión Europea. Esta publicación refleja únicamente los puntos de vista del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.

Número de proyecto:
2020-1-FR01-KA204-080632



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



IO1 Resume ejecutivo

Junio 2021

Reference IO:	IO1- Marco integral de brechas de habilidades digitales de grupos de población subrepresentados (mujeres, inmigrantes, jóvenes y personas mayores) en el emprendimiento digital desarrollado
IO Leader:	P3: CSI
Project Title:	Promover el desarrollo de capacidades de The Missing Entrepreneurs (Emprendedores Desaparecidos) para la inclusión digital. Emprendimiento y transformación digital de las empresas.
Project Acronym:	The Missing Entrepreneurs (Emprendedores Desaparecidos)
Project Number:	2020-1-FR01-KA204-080632

Contents

1. Introducción.....	5
2. Puntos clave de la investigación.....	5
3. Resultados de la investigación: buenas prácticas.....	11
4. Resultados de la investigación: cuestionarios	16
5. Conclusiones y recomendaciones.....	18
Annex 1: Resumen de brechas de habilidades.....	21
Annex 2: Habilidades IO1 con DigComp y EntreComp.....	25

1. Introducción

El informe de resumen ejecutivo de Missing Entrepreneurs es un documento compilado sobre la base de la investigación, tanto de escritorio como de campo, realizada por los socios de Missing Entrepreneurs. El informe sigue los análisis de los contextos nacionales de seis países de la UE (Francia, Portugal, España, Chipre, Italia y Austria). Su objetivo principal es identificar las brechas de habilidades de los grupos de población poco representada (mujeres, inmigrantes, jóvenes y personas mayores) en el ámbito del emprendimiento digital. Para ello, el informe comparativo se estructura de la siguiente manera.

Primero, se proporciona un informe nacional del contexto de cada uno de los seis países después de una investigación documental. En segundo lugar, una evaluación de las buenas prácticas existentes actualmente (4-7 de cada país socio). En tercer lugar, una sección con los resultados de los cuestionarios, que se proporcionó a 40 partes interesadas de cada país y dentro de nuestros grupos objetivo (objetivo 240 pero alcanzó 267 respuestas en total). Estos cuestionarios tenían como objetivo investigar el contexto nacional dentro del ámbito de nuestra propuesta y nos dieron una perspectiva transnacional que nos ayudó a definir brechas comunes dentro de las jurisdicciones de los países participantes y quizás de la Unión Europea en su conjunto. La parte final se centra en el resumen completo de las brechas de habilidades de los grupos de población poco representada (mujeres, inmigrantes, jóvenes y personas mayores) en el ámbito del emprendimiento digital.

2. Puntos Clave de la Investigación

Francia

La encuesta European Startup Monitor sugiere que las mujeres están muy poco representadas entre los emprendedores digitales en Francia. En 2018, las mujeres representaban solo el 20 % de los fundadores de empresas emergentes en Francia. Según el informe de enero de 2019 de la Agencia Digital, el número de mujeres líderes de empresas emergentes en Francia es del 12,4 %. Durante el período 2014-

18, el 2,9 % de las mujeres de la UE intentaba iniciar una empresa. En cuanto a los jóvenes y sus actividades de emprendimiento, cada vez son más los jóvenes que asumen un nuevo reto o buscan acceder al empleo. Con un crecimiento del 22%, las actividades de transporte y almacenamiento fueron las que más aumentaron el año pasado en el número de empresas creadas. En este sector, el 62% de los fundadores tenían menos de 30 años. Le siguieron el sector inmobiliario (+10 %) y el comercio (+9 %), donde la proporción de jóvenes emprendedores también es elevada. Entre las personas mayores, la creación/toma de control de una empresa está motivada por el deseo de ser independiente y el gusto por emprender, pero muchas veces es simplemente el desempleo lo que les empuja a establecer sus propias empresas. Las personas de 50 años o más lideran alrededor del 16% de las empresas que inician y adquieren. Pocas empresas creadas por personas de la tercera edad se han beneficiado de ayudas para la puesta en marcha.

Las medidas de Francia para mejorar las habilidades digitales de su población están en marcha y deberían producir resultados tangibles en los próximos años. Serán importantes iniciativas más específicas para mejorar las habilidades de la fuerza laboral para la economía digital y promover el desarrollo de habilidades digitales avanzadas. El Plan "Espíritu Emprendedor" a favor del emprendimiento estudiantil refleja la voluntad de la ministra de hacer del emprendimiento estudiantil una prioridad en los próximos años aumentando el número de cursos de formación en emprendimiento, fomentando la realización de proyectos emprendedores durante los estudios y mejorando el reconocimiento de las competencias desarrolladas por estudiantes emprendedores. Además, el Gobierno francés tiene previsto establecer estrategias para adaptar la mano de obra a las necesidades de la economía digital. Al mismo tiempo, la revolución digital está transformando organizaciones y puestos de trabajo en todos los sectores. Se estima que es probable que el 50% de los puestos de trabajo actuales sean transformados por la tecnología digital en los próximos años. Sin embargo, la tecnología digital también ofrece nuevas oportunidades de trabajo, particularmente en nuevas profesiones. Finalmente, en cuanto a las etapas de desarrollo más maduras, el tamaño de los fondos de capital riesgo franceses no permite que las empresas emergentes financien una captación de fondos

importante, lo que es esencial para garantizar la industrialización y la internacionalización de su actividad.

Portugal

En Portugal y según “The Missing Entrepreneurs 2019: Policies for Inclusive Entrepreneurship”, las mujeres, los jóvenes y las personas mayores tenían más probabilidades que el promedio de la Unión Europea (UE) de involucrarse en iniciar un negocio o administrar uno que tiene menos de 42 meses entre 2014 y 2018: 7,0 % frente a 4,9 % para mujeres, 9,7 % frente a 7,7 % para jóvenes y 5,4 % frente a 4,4 % para adultos mayores. Las mujeres portuguesas muestran una preferencia significativamente menor por el autoempleo que los hombres. Es poco probable que la mayoría de ellos tome la decisión de iniciar su propio negocio sin la existencia de un factor de estrés como el desempleo o la pérdida repentina de ingresos, la necesidad de escapar de condiciones laborales adversas o la discriminación salarial y profesional. En cuanto a las iniciativas destinadas a fomentar el espíritu emprendedor de las mujeres en Portugal, se creó una iniciativa denominada “Mujeres en el trabajo (“Mulheres à Obra”)” para mujeres dispuestas a buscar un camino profesional diferente, más acorde con sus necesidades de ajuste. vida familiar-laboral, sus preferencias y habilidades. Hay varios proyectos e iniciativas que apoyan el emprendimiento de inmigrantes con especial atención a aquellos que viven en barrios más vulnerables. Acerca de las iniciativas que buscan apoyar a las personas mayores, considerando que existen vacíos en la oferta de soluciones efectivas para mitigar el desempleo en los grupos de edad de más de 45 años, particularmente en personas con altos niveles de calificación, la Asociación Empresarial Portuguesa (Fundación AEP - Associação Empresarial de Portugal) ha definió una estrategia de apoyo al emprendimiento senior. Por lo tanto, a propósito de las medidas públicas de apoyo a la iniciativa empresarial joven en Portugal, el Gobierno lanzó una estrategia nacional de iniciativa empresarial.

España

Los principales hallazgos relevantes de la investigación documental en España son:

- 43% de las personas entre 16 y 74 años carecen de habilidades digitales básicas

- El 36% de la población activa carece de competencias digitales básicas, siendo peor la situación entre la población desempleada (55%) que la ocupada (32%).
- La estrategia de gobierno España Digital 2025 priorizará cerrar la brecha de competencias digitales entre ocupados y desempleados para mitigar las situaciones de desempleo y permitir la recalificación continua a lo largo de la vida laboral, prestando especial atención a la brecha digital existente en zonas de baja densidad de población y en el mundo rural.

Las necesidades “digitales” identificadas de cada uno de los grupos de beneficiarios son:

Jóvenes (15 - 24):

- “saber hacer” con las nuevas tecnologías para participar en la comunidad y en la nueva sociedad digital (programar, operar dispositivos como drones, generar contenidos digitales, diseñar, etc.).
- uso responsable de la tecnología, seguridad, privacidad y pensamiento crítico.
- orientación, formación y especialización en preparación para el ingreso al mundo del trabajo. Necesidad de trabajar y reforzar las “soft skills” (comunicación, liderazgo, creatividad, trabajo en equipo...), que son competencias transversales que cada vez se valoran más en el ámbito laboral.

Jóvenes (15 - 24) sin estudios, sin trabajo:

- Motivación y saber hacer con propósito a través de las nuevas tecnologías, tanto digitales como vinculadas a conceptos STEAM y espacios maker, para el emprendimiento social o económico.

Adultos (25 - 65), sin segmentación específica:

- “saber hacer” con la tecnología, participar en comunidades y redes, generar contenidos, utilizarlos en entornos complejos.
- administración electrónica digital, nuevos servicios relacionados con la participación comunitaria y democrática y relacionados con el uso de servicios digitales de todo tipo que se despliegan en sectores como el financiero, asegurador, energético, de movilidad, etc.

- convivencia en el hogar, trabajo o entorno de los nuevos conceptos digitales, como la Inteligencia Artificial, la robótica, los chatbots, los sistemas de registro distribuido, etc. Habilidad en la resolución de problemas relacionados con la tecnología en estos entornos.
- temas de legislación, regulación o privacidad y seguridad.
- aprendizaje continuo, especialmente para la recalificación de competencias digitales para el puesto de trabajo.
- certificación de competencias digitales para la acreditación en el puesto de trabajo

Personas en busca de trabajo, jóvenes y adultos:

- cualificación y recualificación para la empleabilidad, incluyendo tanto habilidades técnicas (programación), como habilidades horizontales relacionadas con la creatividad, el diseño, el trabajo en equipo, etc.
- certificación de competencias digitales.

Emprendedores, freelancers y empleados de pequeñas compañías y PYMES:

- saber hacer con propósito a través de las nuevas tecnologías digitales y afines: manejo de herramientas para su aplicación en procesos, productos y servicios, vinculación con clientes y socios, eCommerce, desarrollo de personas, etc.
- administración electrónica digital desde el punto de vista empresarial.
- Habilidad en la resolución de problemas relacionados con la tecnología en el entorno laboral.
- legislación, regulación y temas relacionados con la privacidad y la seguridad desde una perspectiva empresarial.
- aprendizaje continuo y virtual de todo tipo de destrezas y habilidades.
- cualificación y recualificación en el puesto de trabajo para el uso hábil de la tecnología.

Personas en riesgo de exclusión social (mujeres, inmigrantes, personas con necesidades especiales):

- Alfabetización digital como herramienta para mejorar su calidad de vida.
- Desarrollo de competencias digitales para su inclusión social, laboral y personal en la sociedad, atendiendo a las necesidades específicas de cada

colectivo concreto: accesibilidad TIC en el caso de personas con discapacidad, posible apoyo lingüístico en el caso de inmigrantes, etc.

Recomendamos seguir las 10 disciplinas clave establecidas en el entorno digital de una empresa y un total de 41 competencias derivadas solicitadas por las pymes españolas presentadas en la página 17, en el Informe Nacional España en el momento de la creación de los programas de formación a ser que ofrece el proyecto The Missing Entrepreneurship.

Chipre

En Chipre, **la financiación sigue siendo uno de los principales desafíos para todas las actividades empresariales**. Debido a la crisis financiera del país en 2008-09 que condujo a una reestructuración del sector financiero y según la Declaración de Política Nacional (2015), el 92 % de los empresarios chipriotas cree firmemente que obtener financiación es un requisito para el correcto funcionamiento de sus negocios **Además, la declaración de política se centra en el fortalecimiento de las habilidades y actividades empresariales para todos y destaca la necesidad de mejorar el apoyo a la iniciativa empresarial de jóvenes y mujeres**. Sin embargo, no para todos los grupos sociales, las personas mayores, los inmigrantes, las personas con discapacidad se establecen metas y objetivos en la creación de empresas. Aunque se prevé su apoyo a través de mejores prácticas y programas.

Un tema importante que contribuirá al emprendimiento inclusivo son las reformas regulatorias que también facilitarán la creación de empresas. Para 2020 se suponía que debía cumplir una serie de iniciativas normativas para fortalecer el ecosistema de emprendimiento, tal como lo describe el Programa Nacional de Reformas de 2017.

Italia

En Italia existen unas 500.000 empresas lideradas por jóvenes menores de 35 años, que representan el 8,6% del sistema productivo nacional. **Casi el 70% de los pequeños empresarios de este país tienen más de 50 años, mientras que los menores de 30 están en fuerte declive**. Al observar los sectores individuales, encontramos que los empresarios mayores de 50 años representan el 72,3 % en

agricultura y el 60,3 % en manufactura. Hay muchas iniciativas de emprendimiento juvenil y medidas de apoyo sobre la mesa, p. de las cámaras de comercio. Pocas empresas están dirigidas por mujeres extranjeras, y representan el 10,8% de todas las empresas femeninas del país. La mayor incidencia de empresas de inmigrantes en el total se debe a las actividades de alquiler, agencias de viajes y servicios empresariales (17%). **Desde la crisis de 2008, los inmigrantes autónomos han realizado una contribución decisiva para mantener la base empresarial.** Covid-19 ha llevado a una mayor desaceleración en el crecimiento de las empresas como en todas partes. Las dificultades a las que se enfrentan los extranjeros en la búsqueda de empleo son a) falta de dominio del idioma, b) abandono escolar prematuro de los menores, c) titulación no reconocida, d) ciudadanía o permiso de residencia, e) origen, religión y clase social. El perfil de la nueva empresaria italiana que tiene menos de 40 años (60% contra 55% hombres), tiene un alto nivel de educación y en promedio superior a los hombres. Dentro de las empresas de mujeres, las jóvenes, en comparación con las no jóvenes, muestran mejores desempeños desde todos los puntos de vista: son más innovadoras, invierten más en la tecnología verde y la sostenibilidad, así como en la responsabilidad social corporativa. Sin embargo, **las empresas de mujeres jóvenes están menos digitalizadas** (el 19 % ha adoptado o está adoptando medidas empresariales 4.0 frente al 25 % de las empresas no femeninas), principalmente debido a un menor conocimiento de las medidas actuales sobre la transición digital.

Austria

La proporción de empresas austriacas iniciadas por mujeres está aumentando: del 39,5 % en 2010 al 44,5 % en 2017.

Sin embargo, **ciertamente existe una brecha de género en Austria**, ya que las mujeres tienen significativamente menos probabilidades que los hombres de poseer las habilidades empresariales necesarias para iniciar un negocio (41% frente a 58,1%), y las mujeres en general operan negocios más pequeños con menos empleados. ambiciones de capital y crecimiento que los hombres.

Los jóvenes en Austria tienen uno de los niveles más bajos de autoempleo en la UE: 3,3 % en comparación con 6,5 %. Los jóvenes tienen una probabilidad un poco menor

que los adultos de poseer las habilidades empresariales necesarias para iniciar un negocio (45 % frente a 49,6 %), pero es más probable que tengan habilidades digitales significativamente mejores en comparación con los adultos en promedio. El 13,7% de los adultos austriacos indicaron que no tenían experiencia previa con computadoras o que carecían de habilidades informáticas muy básicas.

Las personas mayores en Austria tienen menos probabilidades de trabajar por cuenta propia que el promedio de la UE: 15,5 % en comparación con 17,7 %, con un salto a la edad de jubilación de 65 años, las personas mayores de 65 años tienen significativamente menos probabilidades de ser emprendedores activos.

Los inmigrantes nacidos en otro estado miembro de la UE solían tener una tasa de autoempleo más alta que el promedio, pero ya no es así. La tasa de autoempleo de los inmigrantes nacidos fuera de la UE siempre ha sido menor, con una diferencia cercana al 4%.

La competencia en alfabetización y aritmética alcanza su punto máximo entre las personas de 25 a 34 años, mientras que la competencia de las personas de 55 a 64 años es generalmente la más baja de todos los grupos de edad. Austria ha desarrollado su propio modelo de competencia para habilidades digitales, denominado "Marco de competencias digitales para Austria - DigComp 2.2 AT".

3. Resultados de la Investigación: Buenas Practicas

Se mencionaron muchas mejores prácticas en los informes nacionales de cada país. Más específicamente, hay iniciativas y proyectos que están dirigidos a mujeres, jóvenes, inmigrantes y personas mayores. Algunos ejemplos son:

Francia

- La Transición Digital del Sector Voluntario (Iniciativa) – Grupo objetivo: PYMES y microempresas. La Asociación ofrece un servicio de autodiagnóstico sencillo y gratuito que permite a las pymes/microempresas

evaluar su nivel de madurez digital en la Web y obtener un plan de acción personalizado en menos de 10 minutos.

- Mujeres en las profesiones digitales (Iniciativa) – Grupo objetivo: Mujeres que deseen iniciar su propio negocio. Brinda apoyo a largo plazo a mujeres que desean iniciar su propio negocio, acceder a capacitación o primeros empleos, o buscar un cambio de dirección; un compromiso que a veces se extiende mucho más allá de Francia.

Portugal

- PEI - Proyecto de Promoción del Emprendimiento de Inmigrantes (Proyecto) – Grupo objetivo: ciudadanos inmigrantes dispuestos a estructurar una idea de negocio e implementarla. Su objetivo es fomentar el espíritu empresarial entre las comunidades de inmigrantes, con especial atención a los que viven en los barrios más vulnerables.
- Emprender 45-60 (Proyecto) – Público objetivo: Individuos en el grupo de edad de 45-60 años, particularmente con altos niveles de cualificación.

España

- Cibervoluntarios: Cibervoluntarios que impulsan el voluntariado tecnológico en España (Iniciativa) – Público objetivo: personas mayores, personas con discapacidad, mujeres emprendedoras y estudiantes de primaria y secundaria, educadores y padres. 1.500 voluntarios de toda España detectan necesidades de habilidades digitales, organizan talleres y forman ciudadanos en competencias digitales.
- donar dispositivos (Proyecto) – Grupo objetivo: escolares de entornos desfavorecidos. AMETIC, en colaboración con el Ministerio de Educación y Formación Profesional está movilizando a sus miembros para donar dispositivos como tabletas, portátiles y líneas telefónicas de alta capacidad para ser distribuidos a escolares de entornos desfavorecidos.

Chipre

- CYPRUSINNO (Proyecto) – Grupo objetivo: jóvenes, emprendedores sociales y empresas emergentes. Es una plataforma digital que ofrece a los empresarios y solucionadores de problemas chipriotas en toda la isla la oportunidad de conectarse con innovadores afines, establecer contactos e incluso publicar en el sitio.
- Inclusión social de jóvenes y migrantes a través del espíritu empresarial – MYSITE (Proyecto) – Grupo objetivo: Tercer país Jóvenes nacionales y locales interesados en el espíritu empresarial. Este proyecto aborda el emprendimiento como una herramienta hacia la integración. Uno de los objetivos del proyecto es promover el emprendimiento juvenil como vía de empleo y autonomía económica

Italia

- #HERE (Proyecto) – Público objetivo: Huéspedes del centro de acogida SPRAR ENEA. Creación de una instalación permanente dedicada a las nuevas tecnologías – al servicio de los huéspedes y operadores del centro SPRAR ENEA para fortalecer las habilidades digitales y experimentar nuevas formas de socializar y aprender de forma creativa e innovadora.
- Be-Win (Business Entrepreneurship Women In Network) (Proyecto) – Grupo objetivo: Nuevas jóvenes empresarias italianas. El proyecto tiene como objetivo desarrollar una "red italiana de mujeres empresarias" para apoyar, gracias a las oportunidades de comunicación que ofrecen las nuevas tecnologías, la transferencia de experiencias y conocimientos de 32 mujeres que han adquirido una experiencia significativa en el campo de la gestión y el campo empresarial (Mentores), a 64 nuevas emprendedoras en el mundo del emprendimiento

Austria

- aws (Programa) – Grupo destinatario: PYME, posibles empresarios. Apoya a las empresas en la implementación de sus proyectos innovadores ofreciendo préstamos blandos, subvenciones y garantías, particularmente en los casos en que los fondos requeridos no pueden obtenerse suficientemente a través de financiamiento alternativo.

- fit4internet (Plataforma) – Grupo objetivo: jóvenes, empleados y personas que se reincorporan a la fuerza laboral, personas mayores. fit4internet es la plataforma que contribuye al aumento de las competencias digitales de diferentes maneras, en particular mediante la agrupación de diferentes fuerzas. Las herramientas f4i ofrecen la posibilidad de obtener una orientación sobre el propio nivel de competencia y, por lo tanto, continuar aprendiendo y mejorando uno mismo en un objetivo común.

4. Resultados de la Investigación: Cuestionario

Se proporcionó un cuestionario para distribuirlo en todos los países socios. El objetivo era tener al menos 40 cuestionarios recopilados de cada país socio para un total de 240, pero logramos llegar al total de 267 cuestionarios. En concreto, en cada país socio se debían recoger al menos 5 cuestionarios de cada uno de los grupos sociales a los que se dirige el proyecto (mujeres, jóvenes, mayores, inmigrantes). Los cuestionarios se distribuyeron de acuerdo con el plan de acción propuesto. El cuestionario se proporcionó como un cuestionario en línea en Google Form para recibir respuestas más rápido y poder analizar los resultados de manera más eficiente.

Casi el 78 % de las personas que respondieron al cuestionario en **Francia** tenían entre 18 y 34 años, el 6 % entre 35 y 44, y el 16 % entre 45 y 54 y entre 55 y 64 años. El 67 % de los encuestados eran franceses, mientras que el 33 % restante procedían de países de la UE y de fuera de la UE. El 97% de todos ellos tenían nivel de estudios superior (universitario y superior). Más del 79% de los participantes se considera muy familiarizado con el término del emprendimiento y más del 83% está familiarizado con la creación de una empresa. Sin embargo, la mayoría de los encuestados todavía prefieren mantenerse al margen del emprendimiento digital, siendo la incapacidad para permitirse el lujo de iniciar un negocio y la falta de conocimiento las principales razones que les impiden tomar la iniciativa.

En **Portugal**, los encuestados fueron los siguientes: Mujeres: 28 respuestas; Jóvenes – 25 respuestas; Mayores – 7 respuestas e Inmigrantes – 8 respuestas. En cuanto a su trayectoria empresarial, los resultados mostraron un equilibrio. En cuanto al término “Emprendimiento Digital”, la mayoría de los participantes se sienten bastante familiarizados con él. Afirmaron que el campo del Emprendimiento Digital tiene un atractivo potencial de negocios, tiene una mayor proximidad a las necesidades de los clientes, siendo un sector de crecimiento de bajo costo con mejor alcance y practicidad. Se le dio alta importancia a las habilidades relacionadas con Comunicación, Finanzas, Gestión de Operaciones y además, la opción más alta elegida fue la de Gestión de Proyectos.

Casi el 70% de los participantes del cuestionario en **España** tenían entre 18 y 34 años, el 11% más de 65 y el 7% cada uno de los rangos de edad restantes 35-44, 45-54 y 55-64. En cuanto al género, el 70% de los participantes eran mujeres y el 30% eran hombres. El 60% de todos ellos tenían nivel de educación terciaria. De los que fueron empresarios en el pasado, el 9% la cerró y el 36% la vendió. Las razones mayoritarias aducidas para no tener un negocio en funcionamiento en este momento son de índole financiera (50%) o relacionadas con la falta de otros recursos como energía (29%), tiempo (18%) y otros problemas operativos (24%). El 17% de los participantes afirman la falta de conocimiento sobre la creación y gestión de empresas. Solo el 14% de los participantes se considera familiarizado con el emprendimiento digital aunque casi la mitad de los participantes lo ha considerado como una opción interesante para emprender. El análisis completo de las habilidades existentes percibidas y la relevancia de las habilidades nos da una idea bastante clara de las habilidades necesarias. Podemos observar que los participantes se declaran más hábiles en comunicación, diseño y gestión de proyectos y productos que en finanzas, análisis de datos, marketing digital o desarrollo web. Al mismo tiempo, muestran claras necesidades para cerrar la brecha de conocimiento que perciben que tienen en esas áreas, ya que consideran estas habilidades relevantes para la creación del negocio.

En **Chipre**, el 40 % de los participantes cubría el rango de edad de 25 a 34 años, mientras que solo el 5 % tenía entre 18 y 24 años. En cuanto al género, el 67% de los encuestados eran mujeres y el 33% hombres. Las principales razones por las que los participantes encuestados no poseen un negocio hoy en día son financieras y operativas. Los participantes que todavía son dueños de un negocio tienen una duración de 2 años. Solo 12 de 40 participantes nunca han considerado ingresar al Emprendimiento Digital. El resto de ellos está considerando pasarse a lo digital, porque puede ofrecer oportunidades comerciales y financieras relevantes. Con este fin, tienen la intención de ampliar sus conocimientos de cómo iniciar una empresa digital. Cuando se pidió a las personas que calificaran su conocimiento y familiaridad práctica con algunas habilidades, la mayoría indicó estar muy familiarizada con el término comunicación y gestión de proyectos. Sin embargo, muchos participantes

no poseen habilidades relacionadas con el desarrollo web, el análisis de datos y el desarrollo de servicios de productos.

En **Italia** se entrevistó a 53 personas, de las cuales 29 eran mujeres y 23 hombres, y de nacionalidad mayoritariamente italiana. Alrededor del 70% de los encuestados pertenecen al grupo de edad joven (18-34 años), el resto pertenece al grupo de edad 35-64 y solo un encuestado declaró una edad superior a los 65 años. El 25% de los encuestados afirma tener conocimientos altos relacionados con la creación de empresas, el 47% afirma tener conocimientos medios y el 28% afirma tener conocimientos bajos. Alrededor del 30% de los encuestados afirman estar bien familiarizados con el término emprendimiento, el 59% tiene familiaridad media y el 11% familiaridad baja. El 15% de los encuestados afirma estar familiarizado con el término emprendimiento digital, el 60% afirma familiaridad media y el 25% familiaridad baja. Esto sugiere que los encuestados están menos familiarizados con el mundo del emprendimiento digital que con el mundo más amplio del emprendimiento: alrededor del 15 % de los encuestados que dijeron estar familiarizados con el término emprendimiento pasaron al grupo de los que dijeron que no estaban familiarizados con el término de emprendimiento digital. Algunas otras habilidades relacionadas con el emprendimiento digital sugeridas por los encuestados como 1) Resolución de problemas en situaciones de emergencia; 2) Creación de contenido, habilidades blandas, empatía; 3) Habilidades lingüísticas; 4) Trabajo en equipo; 5) Innovación.

Los encuestados en Austria estaban casi perfectamente divididos por género. En cuanto a la edad, todos los grupos de edad están representados, siendo los de 35-44 años los más activos, mientras que los encuestados mayores de 65 años son los menos representados. 29 encuestados (62%) nacieron en Austria. La gran mayoría de ellos (83%) no posee un título universitario. Las principales razones para el cierre de empresas han estado relacionadas con el mercado y la incapacidad para cumplir con las obligaciones financieras. Dicho esto, varias empresas cerraron por motivos personales: sus propietarios no podían seguir el ritmo de vida exigente de un empresario y no estaban preparados para hacer más sacrificios. El 70% de los encuestados califican su conocimiento del emprendimiento como significativo, y la mitad de ellos como el más alto posible. Más de la mitad de los encuestados calificó sus competencias en

emprendimiento digital como insuficientes y solo el 13% le dio un resultado máximo. Las oportunidades comerciales y financieras existentes, así como la relativa facilidad para iniciar un negocio en línea, son los principales factores de atracción. Sin embargo, la mayoría de los encuestados aún prefieren mantenerse al margen del emprendimiento digital debido a la incapacidad de permitirse iniciar un negocio y la falta de conocimiento. En el lado negativo, los encuestados mencionaron: una falta de interés en el emprendimiento digital en general, ya sea por la seguridad laboral del empleo o por los planes de jubilación; falta de ideas de negocios concretas; falta de oportunidades; y la falta de conocimientos.

Esta sección comprende las conclusiones y recomendaciones de cada país. Estructurado de esta manera, este informe ofrece una descripción detallada de las brechas y necesidades en el área del emprendimiento digital para grupos subrepresentados en los países de la UE. Una de las ideas más importantes que ofrece este informe es que, a pesar de las diferencias en las situaciones entre los países socios, ciertas cuestiones relacionadas con las actividades empresariales parecen ser comunes en todos los contextos nacionales. Por ejemplo, se señaló que existen muchas iniciativas relevantes para aumentar el nivel de habilidades digitales, pero es necesario desarrollarlas.

5. Conclusiones y Recomendaciones

Con base en los resultados de la investigación, hay dos recomendaciones clave que deben aprovecharse para impulsar la participación de los grupos de población poco representados (mujeres, inmigrantes, jóvenes y adultos mayores) en el emprendimiento digital.

1. En primer lugar, se deben implementar iniciativas gubernamentales más adaptadas que apoyen a los emprendedores para que se adapten mejor a las necesidades de los posibles emprendedores.
2. Además, el hecho de que una parte significativa de las partes interesadas tenga bajas habilidades en materia de emprendimiento y, más específicamente, en emprendimiento digital, crea un desafío y una barrera para que los emprendedores

potenciales inicien su propio negocio. Por lo tanto, otra recomendación es establecer cursos y programas de capacitación y desarrollo de capacidades sobre habilidades relevantes y bajo demanda para empresarios digitales potenciales para garantizar que posean los conocimientos y habilidades necesarios para iniciar negocios digitales. Este tipo de enfoque puede contribuir a adaptar el mercado y su fuerza laborales al mundo digital.

En conclusión, en orden de prioridad, las habilidades más importantes con las que los encuestados no están familiarizados son:

- Análisis de datos
- Desarrollo web
- Finanzas
- Publicidad digital
- Desarrollo de servicios de productos

Para obtener una lista extensa de brechas de habilidades por país del consorcio, puede visitar el Anexo 1.

Anexo 1: Resumen de brechas de habilidades.

Finalmente, con respecto a la investigación que se realizó a través de los cuestionarios, los participantes respondieron algunas preguntas importantes que se mencionan a continuación. Por lo tanto, se notan algunas recomendaciones con la importante tabla resumen de brechas de habilidades por país socio.

Francia – 36 cuestionarios

Una cuestión importante que debía estudiarse era la P7, que se refería a la familiaridad con la creación de una empresa. La mayoría en Francia está familiarizada con eso.

Otra pregunta notable fue la Q13, que preguntaba sobre la familiaridad con el término Emprendimiento digital y la mayoría está familiarizada con el término, aunque hubo algunas respuestas por debajo de 5.

La pregunta que debía hacerse para que entendiéramos las necesidades era la P17, sobre el conocimiento y la familiaridad práctica con las habilidades que podrían tener. A continuación podemos ver en una lista las habilidades con las que los participantes no están familiarizados con las que están más familiarizados.

una.

- a. Finanzas
- b. desarrollo web
- c. Marketing digital (Branding, Logística, Distribución)
- d. desarrollo de servicios de productos
- e. análisis de datos
- f. Manejo de redes sociales
- g. Redes de negocios
- h. Pensamiento de diseño/Creatividad
- i. Comunicación
- j. Gestión de proyectos

Portugal – 42 questionnaires.

P7: hay una variación de los encuestados que están familiarizados con la creación de un negocio. Muchos de ellos respondieron el número 5 (8 personas) que es el número medio de la escala, mientras que muchos de ellos respondieron más de 6 (22 personas).

P13: la mayoría (27 personas) está familiarizada con el término Emprendimiento digital, aunque hubo algunas respuestas <5 (10 personas).

- a. desarrollo web
- b. desarrollo de servicios de productos
- c. Pensamiento de diseño/Creatividad
- d. Redes de negocios
- e. análisis de datos
- f. Marketing digital (Branding, Logística, Distribución)
- g. Jefe de operaciones
- h. Manejo de redes sociales
- i. Finanzas
- j. Gestión de proyectos
- k. Comunicación

España – 45 cuestionarios

P7: la mayoría está familiarizada con la creación de una empresa.

P13: la mayoría está familiarizada con el término Emprendimiento digital, aunque hubo algunas respuestas <5.

- a. Finanzas
- b. Jefe de operaciones
- c. desarrollo web
- d. análisis de datos
- e. Marketing digital (Branding, Logística, Distribución)
- f. Gestión de proyectos
- g. desarrollo de servicios de productos
- h. Redes de negocios

- i. Manejo de redes sociales
- j. Pensamiento de diseño/Creatividad
- k. Comunicación

Chipre – 43 cuestionarios

P7: la mayoría de ellos están familiarizados con la creación de una empresa.

P13: la mayoría de ellos están familiarizados con el término Emprendimiento digital, aunque hubo algunas respuestas <5.

- a. desarrollo web
- b. Analítica de datos
- c. Marketing digital (Branding, Logística, Distribución)
- d. desarrollo de servicios de productos
- e. Jefe de operaciones
- f. Redes de negocios
- g. Manejo de redes sociales
- h. Finanzas
- i. Pensamiento de diseño/Creatividad
- j. Gestión de proyectos
- k. Comunicación

Italia – 53 cuestionario

P7: la mayoría de ellos no están familiarizados con la creación de una empresa.

P13: la mayoría de ellos no están tan familiarizados con el término Emprendimiento Digital (24 de 53 respondieron 5-6).

- A. desarrollo web
- B. desarrollo de servicios de productos
- C. Redes de negocios
- D. análisis de datos
- E. Finanzas
- F. Marketing digital (Branding, Logística, Distribución)

G. Pensamiento de diseño/Creatividad

H. Jefe de operaciones

I. Manejo de redes sociales

J. Gestión de proyectos

K. Comunicación

Austria – 48 cuestionarios

P7: la mayoría de ellos están familiarizados con la creación de una empresa.

P13: hubo una variedad de encuestados que están familiarizados con el término Emprendimiento digital.

A. análisis de datos

B. desarrollo web

C. Marketing digital (Branding, Logística, Distribución)

D. Pensamiento de diseño/Creatividad

E. Redes de negocios

F. Manejo de redes sociales

G. desarrollo de servicios de productos

H. Finanzas

I. Jefe de operaciones

J. Gestión de proyectos

K. Comunicación

Anexo 2: Habilidades IO1 con DigComp y EntreComp.

Mediante el uso de la Garantía Europea de Calidad en la Educación y Formación Profesional (EQAVET), el objetivo del proyecto es proporcionar una visión general de las habilidades y competencias relevantes para el emprendimiento digital. Con este fin, el consorcio mapeó las habilidades analizadas dentro de IO1 junto con dos marcos de competencias europeas clave:

- [The European Entrepreneurship Competence Framework \(EntreComp\)](#): ofrece una descripción completa de los conocimientos, habilidades y actitudes de una mentalidad emprendedora.
- [The European Digital Competence Framework \(DigComp\)](#): ofrece los componentes clave para una visión compartida sobre lo que son las habilidades digitales.

Los resultados de las habilidades coincidentes analizadas dentro de IO1 junto con DigiComp se pueden encontrar en las tablas a continuación.

TME Skills	Relación con EntreComp		
	Área	Competencia	Descripción
A. Financiero: Habilidad para recolectar, integrar e interpretar información financiera relevante de una variedad de fuentes.	2. Recursos	2.4. Educación financiera y económica (desarrollar conocimientos financieros y económicos)	Estimar el costo de convertir una idea en una actividad de creación de valor Planificar, implementar y evaluar decisiones financieras a lo largo del tiempo Gestionar la financiación para asegurarme de que mi creación de valor la actividad puede durar a largo plazo
B. Desarrollo web: Capacidad para crear y mantener sitios web.	No hay enlace directo		
C. Marketing digital: habilidad que combina diferentes prácticas de marketing, como diseño web, SEO, marketing en redes sociales, redacción de contenido, etc.	2. Recursos	2.5. Movilizar a otros (Inspirar, entusiasmar y hacer que otros participen)	Inspirar y entusiasmar a las partes interesadas relevantes Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos Demostrar comunicación efectiva, persuasión, negociación y liderazgo
D. Desarrollo de servicios de productos: Habilidad para definir un servicio para un nuevo producto, este es un modelo de negocio/modelo de entrega adecuado./	1. Ideas y oportunidades	1.1. Detectando Oportunidades (Use su imaginación y habilidades para identificar oportunidades para creando valor)	Identificar y aprovechar oportunidades para crear valor mediante la exploración del paisaje social, cultural y económico. Identificar las necesidades y los desafíos que deben cumplirse. Establecer nuevas conexiones y unir elementos dispersos del paisaje para crear oportunidades para crear valor

	2. Recursos	2.3. Movilización de recursos (Reunir y gestionar los recursos que necesita)	<p>Obtenga y administre los recursos materiales, no materiales y digitales necesarios para convertir las ideas en acción</p> <p>Aproveche al máximo los recursos limitados</p> <p>Obtenga y gestione las competencias necesarias en cualquier etapa, incluidas las competencias técnicas, legales, fiscales y digitales</p>
E. Análisis de datos: Habilidad para visualizar datos de manera efectiva y presentarlos de manera que fluyan como una historia coherente y brinden información valiosa.	1. Ideas y oportunidades	1.1. Detectando Oportunidades (Use su imaginación y habilidades para identificar oportunidades para creando valor)	<p>Identificar y aprovechar oportunidades para crear valor mediante la exploración del paisaje social, cultural y económico.</p> <p>Identificar las necesidades y los desafíos que deben cumplirse.</p> <p>Establecer nuevas conexiones y unir elementos dispersos del paisaje para crear oportunidades para crear valor</p>
F. Gestión de redes sociales: Capacidad para gestionar las redes sociales llegando a la audiencia adecuada, involucrándolos y liderando un servicio o marca en las redes sociales..	2. Recursos	2.5. Movilizar a otros (Inspirar, entusiasmar y hacer que otros participen)	<p>Inspirar y entusiasmar a las partes interesadas relevantes</p> <p>Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos</p> <p>Demostrar comunicación efectiva, persuasión, negociación y liderazgo</p>
G. Dirección de operaciones: Capacidad para coordinar equipos, proyectos, presupuestos y analizar y tomar decisiones al respecto.	2. Recursos	2.1. Autoconciencia y autoeficacia (cree en ti mismo y sigue desarrollándote)	<p>Reflexiona sobre tus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, mediano y largo plazo.</p> <p>Identifique y evalúe sus fortalezas y debilidades individuales y grupales.</p> <p>Cree en tu capacidad para influir en el curso de los acontecimientos, a pesar de la incertidumbre, los contratiempos y los fracasos temporales.</p>
		2.2. Motivación y perseverancia. (Mantente enfocado y no te rindas)	<p>Estar decidido a convertir las ideas en acción y satisfacer su necesidad de lograr</p> <p>Esté preparado para ser paciente y seguir intentando lograr sus objetivos individuales o grupales a largo plazo.</p> <p>Sea resistente bajo presión, adversidad y fracaso temporal</p>
		2.3. Movilización de recursos (Reunir y gestionar los recursos que necesita)	<p>Obtenga y administre los recursos materiales, no materiales y digitales necesarios para convertir las ideas en acción</p> <p>Aproveche al máximo los recursos limitados</p> <p>Obtenga y gestione las competencias necesarias en cualquier etapa, incluidas las competencias técnicas, legales, fiscales y digitales</p>
		2.4. Educación financiera y económica	<p>Estimar el costo de convertir una idea en una actividad de creación de valor</p>

		(desarrollar conocimientos financieros y económicos)	Planificar, implementar y evaluar decisiones financieras a lo largo del tiempo Gestionar la financiación para asegurarme de que mi creación de valor la actividad puede durar a largo plazo
		2.5. Movilizar a otros (Inspirar, entusiasmar y hacer que otros participen)	Inspirar y entusiasmar a las partes interesadas relevantes Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos Demostrar comunicación efectiva, persuasión, negociación y liderazgo
	3. en Acción	3.1. Tomando la iniciativa (A por ello)	Iniciar procesos que creen valor aceptar desafíos Actuar y trabajar de forma independiente para lograr objetivos, apegarse a las intenciones y llevar a cabo las tareas planificadas.
		3.2. Planificación y gestión (priorizar, organizar y dar seguimiento)	Establece metas a largo, mediano y corto plazo Definir prioridades y planes de acción Adaptarse a los cambios imprevistos
		3.3. Hacer frente a la incertidumbre (tomar decisiones relacionadas con incertidumbre, ambigüedad y riesgo)	Tomar decisiones cuando el resultado de esa decisión es incierto, cuando la información disponible es parcial o ambiguo, o cuando existe el riesgo de resultados no deseados Dentro del proceso de creación de valor, incluya formas estructuradas de probar ideas y prototipos desde las primeras etapas, para reducir los riesgos de fallar. Manejar situaciones de rápido movimiento con prontitud y flexibilidad.
		3.4. Trabajando con otros (hacer equipo, colaborar y trabajar en red)	Trabajar juntos y cooperar con otros para desarrollar ideas y convertirlas en acción. Red Resolver conflictos y hacer frente a la competencia de forma positiva cuando sea necesario
		3.5. Aprendiendo a través de la experiencia (aprender haciendo)	Utilice cualquier iniciativa para la creación de valor como una oportunidad de aprendizaje Aprende con otros, incluidos compañeros y mentores. Reflexionar y aprender tanto del éxito como del fracaso (el propio y el de otras personas)
H. Redes comerciales: Habilidad para construir y mantener relaciones de trabajo, asociaciones o redes de contactos efectivas y	3. en Acción	3.4. Trabajando con otros	Trabajar juntos y cooperar con otros para desarrollar ideas y convertirlas en acción. Red

constructivas con personas que son, o podrían ser algún día, fundamentales para lograr objetivos relacionados con el trabajo. También conocido como creación de redes/relaciones/redes de negocios.		(hacer equipo, colaborar y trabajar en red)	Resolver conflictos y hacer frente a la competencia de forma positiva cuando sea necesario
I. Creatividad / Pensamiento creativo: Capacidad de descubrir nuevas oportunidades y soluciones a problemas mirando más allá de las prácticas actuales y utilizando el pensamiento innovador.	1. Ideas y oportunidades	1.2. Creatividad (desarrollar ideas creativas y con propósito)	Desarrollar varias ideas y oportunidades para crear valor, incluidas mejores soluciones para los desafíos existentes y nuevos. Explore y experimente con enfoques innovadores Combinar conocimientos y recursos para lograr efectos valiosos
J. Comunicación: Habilidad para lograr objetivos comunicativos de una manera socialmente adecuada, adaptada al público objetivo.	2. Recursos	2.5. Movilizar a otros (Inspirar, entusiasmar y hacer que otros participen)	Inspirar y entusiasmar a las partes interesadas relevantes Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos Demostrar comunicación efectiva, persuasión, negociación y liderazgo
K. Gestión de proyectos: Capacidad de planificar, organizar y gestionar recursos para lograr la finalización exitosa de un proyecto específico.	2. Recursos	2.1. Autoconciencia y autoeficacia (cree en ti mismo y sigue desarrollándote))	Reflexiona sobre tus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, mediano y largo plazo. Identifique y evalúe sus fortalezas y debilidades individuales y grupales. Cree en tu capacidad para influir en el curso de los acontecimientos, a pesar de la incertidumbre, los contratiempos y los fracasos temporales.
		2.2. Motivación y perseverancia. (Mantente enfocado y no te rindas)	Estar decidido a convertir las ideas en acción y satisfacer su necesidad de lograr Esté preparado para ser paciente y seguir intentando lograr sus objetivos individuales o grupales a largo plazo. Sea resistente bajo presión, adversidad y fracaso temporal
		2.3. Movilización de recursos (Reunir y gestionar los recursos que necesita)	Obtenga y administre los recursos materiales, no materiales y digitales necesarios para convertir las ideas en acción Aproveche al máximo los recursos limitados Obtenga y gestione las competencias necesarias en cualquier etapa, incluidas las competencias técnicas, legales, fiscales y digitales
		2.4. Educación financiera y económica (desarrollar conocimientos financieros y económicos)	Estimar el costo de convertir una idea en una actividad de creación de valor Planificar, implementar y evaluar decisiones financieras a lo largo del tiempo Gestionar la financiación para asegurarme de que mi creación de valor

			la actividad puede durar a largo plazo
		2.5. Movilizar a otros (Inspirar, entusiasmar y hacer que otros participen)	<p>Inspirar y entusiasmar a las partes interesadas relevantes</p> <p>Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos</p> <p>Demostrar comunicación efectiva, persuasión, negociación y liderazgo</p>
	3. en Acción	3.1. Tomando la iniciativa (A por ello)	<p>Iniciar procesos que creen valor</p> <p>aceptar desafíos</p> <p>Actuar y trabajar de forma independiente para lograr objetivos, apegarse a las intenciones y llevar a cabo las tareas planificadas.</p>
		3.2. Planificación y gestión (priorizar, organizar y dar seguimiento)	<p>Establece metas a largo, mediano y corto plazo</p> <p>Definir prioridades y planes de acción</p> <p>Adaptarse a los cambios imprevistos</p>
		3.3. Hacer frente a la incertidumbre (tomar decisiones relacionadas con incertidumbre, ambigüedad y riesgo)	<p>Tomar decisiones cuando el resultado de esa decisión es incierto, cuando la información disponible es parcial o ambiguo, o cuando existe el riesgo de resultados no deseados</p> <p>Dentro del proceso de creación de valor, incluya formas estructuradas de probar ideas y prototipos desde las primeras etapas, para reducir los riesgos de fallar.</p> <p>Manejar situaciones de rápido movimiento con prontitud y flexibilidad.</p>
		3.4. Trabajando con otros (hacer equipo, colaborar y trabajar en red)	<p>Trabajar juntos y cooperar con otros para desarrollar ideas y convertirlas en acción.</p> <p>Red</p> <p>Resolver conflictos y hacer frente a la competencia de forma positiva cuando sea necesario</p>
		3.5. Aprendiendo a través de la experiencia (aprender haciendo)	<p>Utilice cualquier iniciativa para la creación de valor como una oportunidad de aprendizaje</p> <p>Aprende con otros, incluidos compañeros y mentores.</p> <p>Reflexionar y aprender tanto del éxito como del fracaso (el propio y el de otras personas)</p>

TME Skills	Relación con DigiComp		
	Área	Competencias	Descripción

A. Financiero: Habilidad para recolectar, integrar e interpretar información financiera relevante de una variedad de fuentes.	1. Información y alfabetización de datos	1.1 Navegación, búsqueda y filtrado de datos, información y contenidos digitales	<p>Articular necesidades de información, buscar datos, información y contenidos en entornos digitales, acceder a ellos y navegar entre ellos.</p> <p>Crear y actualizar estrategias de búsqueda personal.</p>
	1. Información y alfabetización de datos	1.2 Evaluación de datos, información y contenido digital	<p>Analizar, comparar y evaluar críticamente la credibilidad y fiabilidad de las fuentes de datos, información y contenidos digitales.</p> <p>Analizar, interpretar y evaluar críticamente los datos, la información y los contenidos digitales.</p>
	1. Información y alfabetización de datos	1.3 Gestión de datos, información y contenidos digitales	<p>Organizar, almacenar y recuperar datos, información y contenidos en entornos digitales.</p> <p>Organizarlos y procesarlos en un entorno estructurado.</p>
B. Desarrollo web: Capacidad para crear y mantener sitios web.	3. Creación de contenido Digital	3.1 Desarrollo de contenido digital	Para crear y editar contenido digital en diferentes formatos, para expresarse a través de medios digitales.
	3. Creación de contenido Digital	3.2 Integración y reelaboración de contenidos digitales	Para modificar, refinar, mejorar e integrar información y contenido en un cuerpo de conocimiento existente para crear contenido y conocimiento nuevo, original y relevante.
	5. Resolución de Problemas	5.2 Identificación de necesidades y respuestas tecnológicas	<p>Valorar necesidades e identificar, evaluar, seleccionar y utilizar herramientas digitales y posibles respuestas tecnológicas para solucionarlas.</p> <p>Para ajustar y personalizar los entornos digitales a las necesidades personales (por ejemplo, accesibilidad).</p>
C C. Marketing digital: habilidad que combina diferentes prácticas de marketing, como diseño web, SEO, marketing en redes sociales, redacción de contenido, etc.	2. Comunicación y Colaboración	2.1 Interactuando a través de tecnologías digitales	Interactuar a través de una variedad de tecnologías digitales y comprender los medios de comunicación digital apropiados para un contexto dado.
	2. Comunicación y Colaboración	2.2 Compartir a través de tecnologías digitales	<p>Para compartir datos, información y contenido digital con otros a través de tecnologías digitales apropiadas.</p> <p>Actuar como intermediario, para conocer las prácticas de referenciación y atribución.</p>
	2. Comunicación y Colaboración	2.3 Comprometerse con la ciudadanía a través de las tecnologías digitales	<p>Participar en la sociedad mediante el uso de servicios digitales públicos y privados.</p> <p>Buscar oportunidades de autoempoderamiento y de ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.</p>

	2. Comunicación y Colaboración	2.4 Colaborando a través de tecnologías digitales	Utilizar herramientas y tecnologías digitales para procesos colaborativos, y para la co-construcción y co-creación de recursos y conocimientos.
	2. Comunicación y Colaboración	2.5 Netiqueta	<p>Ser consciente de las normas de comportamiento y los conocimientos técnicos al utilizar tecnologías digitales e interactuar en entornos digitales.</p> <p>Adaptar las estrategias de comunicación al público específico y ser consciente de la diversidad cultural y generacional en los entornos digitales.</p> <p>Ser consciente de las normas de comportamiento y los conocimientos técnicos al utilizar tecnologías digitales e interactuar en entornos digitales.</p> <p>Adaptar las estrategias de comunicación al público específico y ser consciente de la diversidad cultural y generacional en los entornos digitales.</p>
	3. Creación de contenido Digital	3.1 Desarrollo de contenido digital	Para crear y editar contenido digital en diferentes formatos, para expresarse a través de medios digitales.
	3. Creación de contenido Digital	3.2 Integración y reelaboración de contenidos digitales	Para modificar, refinar, mejorar e integrar información y contenido en un cuerpo de conocimiento existente para crear contenido y conocimiento nuevo, original y relevante.
D. Desarrollo de servicios de productos: Habilidad para definir un servicio para un nuevo producto, este es un modelo de negocio/modelo de entrega adecuado.	1. Información y alfabetización de datos	1.1 Navegación, búsqueda y filtrado de datos, información y contenidos digitales	<p>Articular necesidades de información, buscar datos, información y contenidos en entornos digitales, acceder a ellos y navegar entre ellos.</p> <p>Crear y actualizar estrategias de búsqueda personal.</p>
	1. Información y alfabetización de datos	1.2 Evaluación de datos, información y contenido digital	<p>Analizar, comparar y evaluar críticamente la credibilidad y fiabilidad de las fuentes de datos, información y contenidos digitales.</p> <p>Analizar, interpretar y evaluar críticamente los datos, la información y los contenidos digitales.</p>
	3. Creación de contenido Digital	3.4 Programación	Planificar y desarrollar una secuencia de instrucciones comprensibles para que un sistema informático resuelva un problema dado o realice una tarea específica.
E. Análisis de datos: Habilidad para visualizar datos de manera efectiva y presentarlos de manera que fluyan como una historia coherente y brinden información valiosa.	1. Información y alfabetización de datos	1.1 Navegación, búsqueda y filtrado de datos, información y contenidos digitales	<p>Articular necesidades de información, buscar datos, información y contenidos en entornos digitales, acceder a ellos y navegar entre ellos.</p> <p>Crear y actualizar estrategias de búsqueda personal.</p>

	1. Información y alfabetización de datos	1.2 Evaluación de datos, información y contenido digital	<p>Analizar, comparar y evaluar críticamente la credibilidad y fiabilidad de las fuentes de datos, información y contenidos digitales.</p> <p>Analizar, interpretar y evaluar críticamente los datos, la información y los contenidos digitales.</p>
	1. Información y alfabetización de datos	1.3 Gestión de datos, información y contenidos digitales	<p>Organizar, almacenar y recuperar datos, información y contenidos en entornos digitales.</p> <p>Organizarlos y procesarlos en un entorno estructurado.</p>
F. Gestión de redes sociales: Capacidad para gestionar las redes sociales llegando a la audiencia adecuada, involucrándolos y liderando un servicio o marca en las redes sociales..	2. Comunicación y Colaboración	2.1 Interactuando a través de tecnologías digitales	Interactuar a través de una variedad de tecnologías digitales y comprender los medios de comunicación digital apropiados para un contexto dado.
	2. Comunicación y Colaboración	2.2 Compartir a través de tecnologías digitales	<p>Para compartir datos, información y contenido digital con otros a través de tecnologías digitales apropiadas.</p> <p>Actuar como intermediario, para conocer las prácticas de referenciación y atribución.</p>
	2. Comunicación y Colaboración	2.3 Comprometerse con la ciudadanía a través de las tecnologías digitales	<p>Participar en la sociedad mediante el uso de servicios digitales públicos y privados.</p> <p>Buscar oportunidades de autoempoderamiento y de ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.</p>
	2. Comunicación y Colaboración	2.5 Netiqueta	<p>Ser consciente de las normas de comportamiento y los conocimientos técnicos al utilizar tecnologías digitales e interactuar en entornos digitales.</p> <p>Adaptar las estrategias de comunicación al público específico y ser consciente de la diversidad cultural y generacional en los entornos digitales.</p> <p>Ser consciente de las normas de comportamiento y los conocimientos técnicos al utilizar tecnologías digitales e interactuar en entornos digitales.</p> <p>Adaptar las estrategias de comunicación al público específico y ser consciente de la diversidad cultural y generacional en los entornos digitales.</p>
G. Dirección de operaciones: Capacidad para coordinar equipos, proyectos, presupuestos y analizar y tomar decisiones al respecto	1. Información y alfabetización de datos	1.1 Navegación, búsqueda y filtrado de datos, información y contenidos digitales	<p>Articular necesidades de información, buscar datos, información y contenidos en entornos digitales, acceder a ellos y navegar entre ellos.</p> <p>Crear y actualizar estrategias de búsqueda personal.</p>

	1. Información y alfabetización de datos	1.2 Evaluación de datos, información y contenido digital	<p>Analizar, comparar y evaluar críticamente la credibilidad y fiabilidad de las fuentes de datos, información y contenidos digitales.</p> <p>Analizar, interpretar y evaluar críticamente los datos, la información y los contenidos digitales.</p>
	1. Información y alfabetización de datos	1.3 Gestión de datos, información y contenidos digitales	<p>Organizar, almacenar y recuperar datos, información y contenidos en entornos digitales.</p> <p>Organizarlos y procesarlos en un entorno estructurado.</p>
	2. Comunicación y Colaboración	2.1 Interactuando a través de tecnologías digitales	Interactuar a través de una variedad de tecnologías digitales y comprender los medios de comunicación digital apropiados para un contexto dado.
	2. Comunicación y Colaboración	2.2 Compartir a través de tecnologías digitales	<p>Para compartir datos, información y contenido digital con otros a través de tecnologías digitales apropiadas.</p> <p>Actuar como intermediario, para conocer las prácticas de referenciación y atribución.</p>
	2. Comunicación y Colaboración	2.3 Comprometerse con la ciudadanía a través de las tecnologías digitales	<p>Participar en la sociedad mediante el uso de servicios digitales públicos y privados.</p> <p>Buscar oportunidades de autoempoderamiento y de ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.</p>
	5. Resolución de Problemas	5.1 Resolución de problemas técnicos	Identificar problemas técnicos al operar dispositivos y utilizar entornos digitales, y solucionarlos (desde la resolución de problemas hasta la resolución de problemas más complejos).
H. Redes comerciales: Habilidad para construir y mantener relaciones de trabajo, asociaciones o redes de contactos efectivas y constructivas con personas que son, o podrían ser algún día, fundamentales para lograr objetivos relacionados con el trabajo. También conocido como creación de redes/relaciones/redes de negocios.	2. Comunicación y Colaboración	2.3 Comprometerse con la ciudadanía a través de las tecnologías digitales	<p>Participar en la sociedad mediante el uso de servicios digitales públicos y privados.</p> <p>Buscar oportunidades de autoempoderamiento y de ciudadanía participativa a través de tecnologías digitales apropiadas.</p>
I. Creatividad / Pensamiento creativo: Capacidad de descubrir nuevas oportunidades y soluciones a problemas mirando	2. Comunicación y Colaboración	2.4 Colaborando a través de tecnologías digitales	Utilizar herramientas y tecnologías digitales para procesos colaborativos, y para la co-construcción y co-creación de recursos y conocimientos.

<p>más allá de las prácticas actuales y utilizando el pensamiento innovador.</p>	<p>5. Resolución de Problemas</p>	<p>5.3 Uso creativo de tecnologías digitales</p>	<p>Utilizar herramientas y tecnologías digitales para crear conocimiento e innovar procesos y productos.</p> <p>Involucrarse individual y colectivamente en el procesamiento cognitivo para comprender y resolver problemas conceptuales y situaciones problemáticas en entornos digitales.</p>
<p>J. Comunicación: Habilidad para lograr objetivos comunicativos de una manera socialmente adecuada, adaptada al público objetivo.</p>	<p>2. Comunicación y Colaboración</p>	<p>2.2 Compartir a través de tecnologías digitales</p>	<p>Para compartir datos, información y contenido digital con otros a través de tecnologías digitales apropiadas.</p> <p>Actuar como intermediario, para conocer las prácticas de referenciación y atribución.</p>
	<p>2. Comunicación y Colaboración</p>	<p>2.4 Colaborando a través de tecnologías digitales</p>	<p>Utilizar herramientas y tecnologías digitales para procesos colaborativos, y para la co-construcción y co-creación de recursos y conocimientos.</p>
<p>K. Gestión de proyectos: Capacidad de planificar, organizar y gestionar recursos para lograr la finalización exitosa de un proyecto específico.</p>	<p>1. Información y alfabetización de datos</p>	<p>1.1 Navegación, búsqueda y filtrado de datos, información y contenidos digitales</p>	<p>Articular necesidades de información, buscar datos, información y contenidos en entornos digitales, acceder a ellos y navegar entre ellos.</p> <p>Crear y actualizar estrategias de búsqueda personal.</p>
	<p>1. Información y alfabetización de datos</p>	<p>1.2 Evaluación de datos, información y contenido digital</p>	<p>Analizar, comparar y evaluar críticamente la credibilidad y fiabilidad de las fuentes de datos, información y contenidos digitales.</p> <p>Analizar, interpretar y evaluar críticamente los datos, la información y los contenidos digitales.</p>
	<p>1. Información y alfabetización de datos</p>	<p>1.3 Gestión de datos, información y contenidos digitales</p>	<p>Organizar, almacenar y recuperar datos, información y contenidos en entornos digitales.</p> <p>Organizarlos y procesarlos en un entorno estructurado.</p>