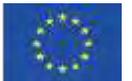


# Reconocer, evaluar y entrenar las habilidades empresariales dentro de EntreComp



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



**Panagiota Polymeropoulou y Natali Lokou**  
**Grupo de investigación DAISSy - Hellenic Open University**

Código n. Unidad 4 Unidad 1  
SU1.2



# Resumen

## Resumen

Objetivos

Lo que aprenderá - RApr

Palabras clave

Antecedentes

## Sección 2

**Preguntas abiertas y  
consejos**

Preguntas abiertas y  
reflexión

Principales conclusiones

## Sección 1

**Reconozca, evalúe y  
entrene las  
habilidades  
empresariales con  
EntreComp**

## Sección de cierre

Lista de referencias

Nombres de los autores  
y créditos

# Finalidad y objetivos

En esta presentación, le presentaremos:

El concepto de espíritu empresarial, entendido en principio como una forma híbrida de actividad profesional creativa, que combina competencias digitales y empresariales.

La atención se centrará en la forma en que un profesional del patrimonio cultural debe pensar para hacer frente a los cambios, desarrollar una estrategia y gestionar los posibles riesgos.

Al final, el enfoque se centra en cómo EntreComp puede ser adaptado en el sector, incluyendo las instituciones del patrimonio cultural como organizaciones sin ánimo de lucro.

## Qué aprenderá (resultados del aprendizaje)

Al final de esta presentación, usted será capaz de:



- Resultado 1: Analizar tres competencias de cada una de las áreas de EntreComp como la capacidad de convertir las ideas en acción.



- Resultado 2: Evaluar las competencias más adecuadas de las quince competencias de EntreComp, según las necesidades de los profesionales del patrimonio cultural.



- Resultado 3: Reconocer las similitudes y las diferencias entre las organizaciones culturales con y sin ánimo de lucro.

# Palabras clave

EntreComp

Competencias transversales

Competencia digital

Innovación

Organizaciones sin ánimo de lucro



## Antecedentes

El mundo es un lugar cada vez más interconectado, ocupado con la movilidad y el cambio rápido. A medida que la globalización va atrayendo a regiones con una historia industrial y unas tradiciones culturales diversas para que se completen y complementen en un mismo mercado, existen similitudes en la conformación de la reproducción cultural que implican a los artistas, el empresario, las autoridades locales y el público.



# SECCIÓN 1

Reconocer, evaluar  
y entrenar las  
habilidades  
empresariales con  
EntreComp



## ¿Cuáles son las competencias del empresario?

El concepto de espíritu empresarial en el mundo moderno, salvo que está entrelazado con la iniciativa individual, también está relacionado con el emprendimiento y el desarrollo de acciones innovadoras.

El espíritu empresarial se refiere a la habilidad de **organizar, diseñar y poner en práctica una idea para** ofrecer un producto o servicio de forma inteligente innovadora, competitiva y eficaz.

El espíritu empresarial incluye el proceso de **descubrimiento y explotación de** oportunidades de negocio, el desarrollo de la innovación, la búsqueda de formas de reducir la incertidumbre para conseguir beneficios, la ventaja empresarial, las características personales del empresario, la sociedad y el entorno empresarial y económico.



## ¿Por qué EntreComp?

El Marco **EntreComp** es importante, porque forma competencias transversales que son esenciales no sólo para crear una organización, sino que son cruciales a lo largo de toda la vida. EntreComp define el espíritu empresarial como una competencia transversal, que se aplica a todas las esferas de la vida: desde alimentar el desarrollo personal, hasta participar activamente en la sociedad, pasando por la (re)incorporación al mercado laboral como empleado o como autónomo, y también por la puesta en marcha de empresas (culturales, sociales o comerciales).

**EntreComp** proporciona una estructura para mapear la formación y los servicios existentes en materia de emprendimiento de acuerdo con las quince (15) competencias del marco y proporciona una lista de comprobación para quienes participan en el desarrollo de nuevas iniciativas de formación o de apoyo a la empleabilidad en general, no sólo a nivel de resultados de aprendizaje sino también a nivel estratégico.

El marco crea valor al proporcionar un contexto sólido y creíble y un enfoque innovador que sustenta las decisiones o propuestas para abordar el desarrollo de competencias relacionadas con EntreComp.





**EntreComp** ofrece una forma de entender las competencias empresariales que es amplia y completa y facilita el uso de un lenguaje común en la educación, la formación, las iniciativas de empleabilidad, la orientación profesional y el mundo del empleo.

Uso de EntreComp como herramienta de orientación para identificar las competencias que pueden o deben desarrollarse para apoyar el desarrollo de las habilidades empresariales y la mentalidad empresarial.

El EntreComp se puede adaptar en el sector del Patrimonio Cultural con tres (3) Competencias de las Áreas de Competencia como la capacidad de convertir **las Ideas en Acción**.



Imagen de  
©Unsplash

# IDEAS Y OPORTUNIDADES

## Creatividad

Desarrollar ideas creativas y propositivas.

Desarrollar varias ideas y oportunidades para crear valor, incluyendo mejores soluciones para los desafíos existentes y nuevos. Explorar y experimentar con enfoques innovadores. Combinar conocimientos y recursos para conseguir efectos valiosos.

## Visión

Trabaja en tu visión del futuro.

Imaginar el futuro. Desarrollar una visión para convertir las ideas en acción. Visualizar escenarios futuros para ayudar a guiar el esfuerzo y la acción.

## Valorar las ideas

Aprovecha las ideas y las oportunidades.

Juzgar qué es el valor en términos sociales, culturales y económicos. Reconocer el potencial que una idea tiene para crear valor e identificar las formas adecuadas de sacarle el máximo partido.

# RECURSOS

## Autoconciencia y autoeficacia

Cree en ti mismo y sigue desarrollándote.

Reflexionar sobre sus necesidades, aspiraciones y deseos a corto, medio y largo plazo. Identifica y evalúa tus puntos fuertes y débiles individuales y de grupo. Cree en su capacidad para influir en el curso de los acontecimientos, a pesar de la incertidumbre, los contratiempos y los fracasos temporales.

## Motivación y perseverancia

Mantén la concentración y no te rindas.

Esté decidido a convertir las ideas en acción y a satisfacer su necesidad de logro. Esté preparado para ser paciente y sigue intentando alcanzar tus objetivos individuales o de grupo a largo plazo. Sea resiliente bajo la presión, la adversidad y el fracaso temporal.

## Movilización de recursos

Obtenga y gestione los recursos que necesita.

Conseguir y gestionar los recursos materiales, inmateriales y digitales necesarios para convertir las ideas en acción. Aprovechar al máximo los recursos limitados. Conseguir y gestionar las competencias necesarias en cualquier fase, incluidas las competencias técnicas, jurídicas, fiscales y digitales (por ejemplo, mediante asociaciones adecuadas, redes, subcontratación y crowd-sourcing).

# EN ACCIÓN

## Tomar la iniciativa

Ve a por ello.

Inicie procesos que creen valor. Asumir retos. Actuar y trabajar de forma independiente para lograr objetivos, cumplir los propósitos y llevar a cabo las tareas previstas.

## Afrontar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo

Tomar decisiones con incertidumbre, ambigüedad y riesgo.

Tomar decisiones cuando el resultado de esa decisión es incierto, cuando la información disponible es parcial o ambigua, o cuando existe el riesgo de que se produzcan 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 fracaso.

Manejar con rapidez y flexibilidad las situaciones que cambian rápidamente.

## Trabajar con otros

Formen un equipo, trabajen juntos y establezcan una red.

Trabajar juntos y cooperar con otros para desarrollar ideas y convertirlas en acción. Trabajar en red. Resolver los conflictos y enfrentarse a la competencia de forma positiva cuando sea necesario.

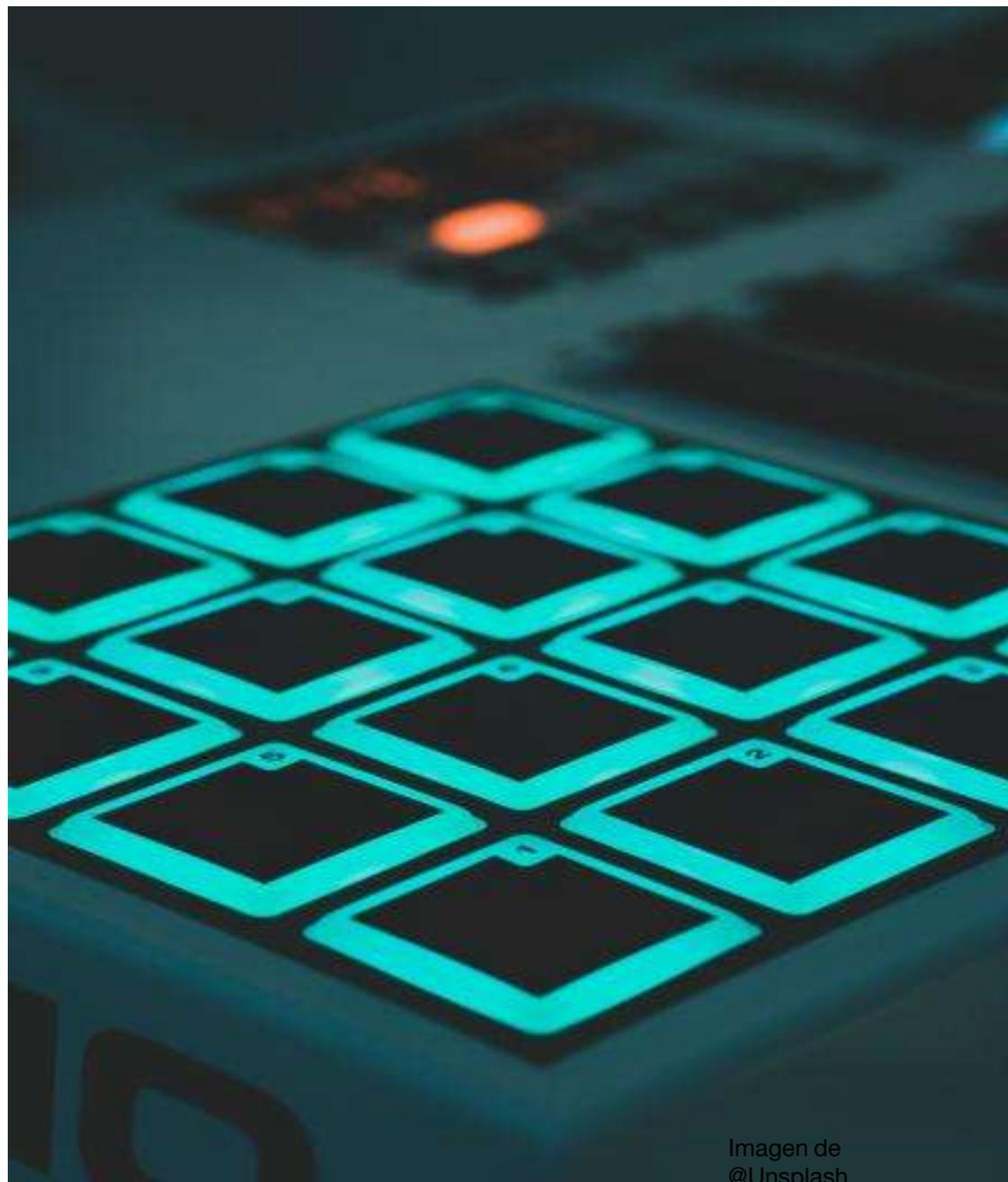


Imagen de  
@Insplash

## ¿Qué es la competencia digital?

La **competencia digital** ha sido reconocida por la Unión Europea como una de las ocho competencias clave. Las tecnologías digitales tienen el potencial de abrir el acceso a una gran cantidad de información y de ofrecer nuevas herramientas y oportunidades.

En el ámbito empresarial, la competencia digital está relacionada con el desarrollo de procesos, metodologías, uso de herramientas adecuadas y decisiones para la integración de las innovaciones digitales en su funcionamiento.

Como resultado, hay una serie de herramientas digitales que ofrecen importantes capacidades, pero sin su uso por parte de las personas adecuadas, no pueden aportar su valor.

Reconozca, evalúe y entrene las habilidades empresariales con EntreComp



@ EntreComp en el trabajo

# Las áreas de competencia digital

- 1. Información:** identificar, localizar, recuperar, almacenar, organizar y analizar la información digital, juzgando su relevancia y propósito.
- 2. Comunicación:** comunicarse en entornos digitales, compartir recursos a través de herramientas en línea, vincularse con otros y colaborar a través de herramientas digitales, interactuar y participar en comunidades y redes, conciencia intercultural.
- 3. Creación de contenidos:** Crear y editar nuevos contenidos (desde el tratamiento de textos hasta las imágenes y el vídeo); integrar y reelaborar los conocimientos y contenidos anteriores; producir expresiones creativas, resultados mediáticos y programación; tratar y aplicar los derechos de propiedad intelectual y las licencias.
- 4. Seguridad:** protección personal, protección de datos, protección de la identidad digital, medidas de seguridad, uso seguro y sostenible.
- 5. Resolución de problemas:** identificar las necesidades y los recursos digitales, tomar decisiones informadas sobre cuáles son las herramientas digitales más adecuadas según el propósito o la necesidad, resolver problemas conceptuales a través de medios digitales, utilizar las tecnologías de forma creativa, resolver problemas técnicos, actualizar las competencias propias y ajenas.

## La importancia de la innovación

La habilidad necesaria para el empresario cultural es la gestión de la **innovación**.

La innovación se define como el uso de nuevos conocimientos para ofrecer un nuevo producto o servicio y hacer nuevas combinaciones.

El proceso de innovación en el siglo XXI es un fenómeno impulsado por la sociedad, ya que los consumidores demandan nuevos productos y servicios, lo que intensifica la necesidad de actividades de innovación por parte de las organizaciones culturales.

El impacto de la innovación conduce a la introducción de nuevos métodos de creación y producción y a nuevos enfoques en la comercialización de productos culturales. La barrera de estos pasos estratégicos es que la innovación requiere una inversión de riesgo. Para el empresariado, la innovación es también un requisito previo para poder hacer frente a la competencia y satisfacer las exigencias del mercado moderno.

La obtención de una ventaja competitiva del empresariado a través de la innovación, le ayuda a hacer frente a los cambios diarios y a tener éxito en los retos del mercado. El rápido desarrollo de la tecnología ayuda a una pequeña empresa a adoptar la innovación e integrarla en su funcionamiento. La empresa innovadora puede desempeñar un papel importante en el crecimiento de diferentes tipos de actividades empresariales, haciendo hincapié en las formas alternativas de turismo, destacando los elementos de la tradición cultural y las costumbres a nivel local.





## ¿Qué hace una organización sin ánimo de lucro?

Las **organizaciones culturales sin ánimo de lucro** ayudan a la gente a recordar y celebrar sus experiencias, tradiciones, identidades, luchas y aspiraciones compartidas. Esto conduce a un mayor sentido de comunidad y a una razón vital para la sociedad civil y la vida pública.

También tienen el potencial de participar directamente en la economía creativa. El empresario cultural determina el enfoque a través del cual las actividades de innovación repercutirían en el mercado.



Las **organizaciones de patrimonio cultural** incluyen centros culturales y artísticos comunitarios, organizaciones de sensibilización étnica y cultural, y festivales. La mayoría de estas organizaciones se centran en promover y preservar las tradiciones étnicas, culturales, raciales, regionales, lingüísticas o religiosas.

Las organizaciones de patrimonio cultural están fundamentalmente orientadas a la comunidad, y su intención principal de preservar las comunidades y beneficiar a los jóvenes, los ancianos, los inmigrantes, los grupos étnicos, los barrios, los pueblos y las ciudades es explícita y se refleja en una amplia gama programática de actividades culturales, educativas y de servicios humanos más allá de las artes. La mayoría de las organizaciones de patrimonio cultural son pequeñas y carecen de recursos financieros en comparación con las organizaciones sin ánimo de lucro. Además, las organizaciones de patrimonio cultural presentan algunos retos especiales porque las diferencias culturales son fundamentales en sus actividades.

## Diferencias entre organizaciones con y sin ánimo de lucro

Una organización **sin ánimo de lucro** opera para servir a la sociedad, mientras que una **organización con ánimo de lucro** opera para obtener beneficios que se mantienen en el negocio, para futuras contingencias, en forma de reservas o se distribuyen a los propietarios. En una organización sin ánimo de lucro no hay propietarios. Está fundada por un grupo de personas que se reúnen para prestar un servicio a los miembros y a las comunidades. La mayoría de los "empleados" son voluntarios, pero algunos pueden ser remunerados. La dirección de la organización está formada por miembros que pretenden apoyar una perspectiva determinada y son directores, fideicomisarios, comités u órganos de gobierno. Pero hay más diferencias entre las organizaciones con y sin ánimo de lucro. Los ingresos de una organización sin ánimo de lucro proceden de donaciones, suscripciones, cuotas de socios, etc., mientras que los de una con ánimo de lucro proceden de la venta de bienes y servicios. Las organizaciones sin ánimo de lucro también pueden obtener exenciones fiscales y, a veces, las donaciones son deducibles.

## DIFERENCIAS ENTRE ORGANIZACIONES CON Y SIN ÁNIMO DE LUCRO

BASIS FOR COMPARISON	PROFIT ORGANISATION	NON-PROFIT ORGANISATION
Meaning	A legal entity, which operates for earning profit for the owner, is known as For-profit or Profit organisation.	A non-profit organisation is a legal entity, which operates for serving the society as a whole.
Motive	Profit motive	Service Motive
Form of organisation	Sole proprietorship, Partnership firm or company	Club, Trust, Public hospitals, society, etc.
Management	Sole proprietor, partners or directors, as the case may be.	Trustees, committees or governing bodies.
Source of revenue	Sale of goods and services.	Donation, subscription, membership fee etc.
Commenced through	Capital contributed by the owners.	Funds from donation, subscription, government grant and so on.
Financial Statement	Income statement, Balance Sheet and Cash flow statement	Receipt & Payment A/c, Income & Expenditure A/c and Balance Sheet.
Money earned over and above	Profit, is transferred to capital account.	Surplus is transferred to capital fund.



# SECCIÓN 2

Estudios de caso





## Lista de casos prácticos

Para saber más sobre los casos prácticos, puede leer:

EntreComp en acción. Inspírate Hazlo realidad, Parte C - Poner en marcha

EntreComp: <https://op.europa.eu/el/publication-detail/-/publication/4542fd58-20f3-11e8-ac73-01aa75ed71a1/language-en>

# SECCIÓN 3

Preguntas abiertas  
y consejos



# Preguntas y reflexiones abiertas



¿Qué cree que puede ofrecer una organización cultural sin ánimo de lucro a la ciudad donde vive?



¿Cuáles son las tres (3) competencias que crees que deberías desarrollar?



¿Qué cree que puede ofrecerle la tecnología digital y cómo?



¿Cómo puede la innovación ayudarle a crear un negocio saludable?



# Principales conclusiones

Esta presentación versó sobre la importancia de EntreComp, ya que forma competencias transversales, y sobre cómo se puede adaptar EntreComp en el sector del patrimonio cultural. Las formas en que un profesional del patrimonio cultural tiene que pensar para copiar con los cambios, desarrollar la estrategia y gestionar los riesgos potenciales y, por último, las diferencias entre las organizaciones culturales con y sin ánimo de lucro.

Ahora que has terminado de verlo, deberías ser capaz de hacerlo:

- Resultado 1: Analizar tres competencias de cada una de las áreas de EntreComp como la capacidad de convertir las Ideas en Acción.
- Resultado 2: Evaluar las competencias más adecuadas de las quince competencias de EntreComp, según las necesidades de los profesionales del patrimonio cultural.
- Resultado 3: Reconocer las similitudes y las diferencias entre las organizaciones culturales con y sin ánimo de lucro.



**Sección de cierre**

## Lista de referencias

Una visión general de la actividad empresarial en las organizaciones sin ánimo de lucro en el contexto internacional:

Diferencia entre organización con y sin ánimo de lucro:

<https://www.saipa.co.za/wp-content/uploads/2017/03/Difference-between-Profit-and-Non.pdf>

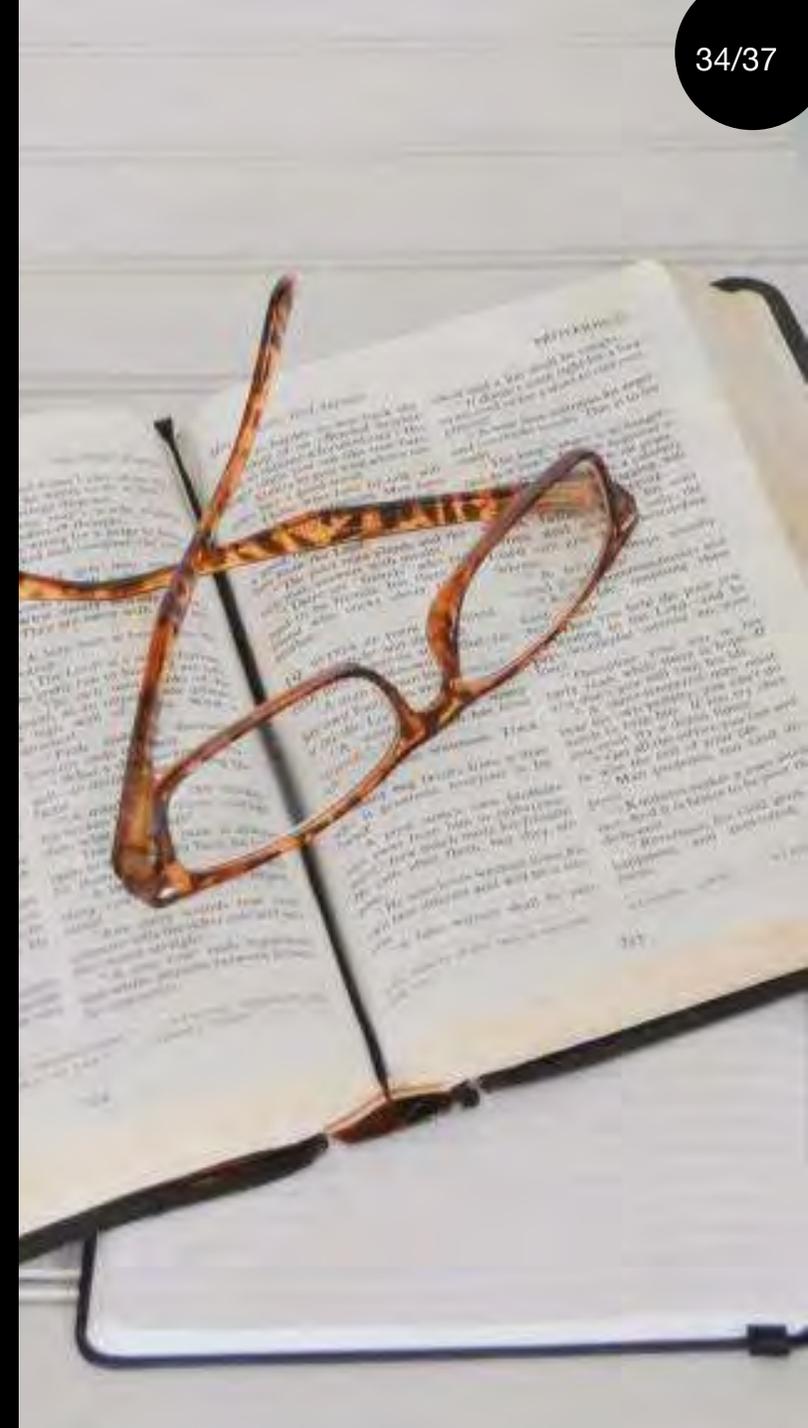
EntreComp: El marco de competencias empresariales

<https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework>

EntreComp en acción. Inspírate Hazlo realidad

EntreComp en el trabajo: El marco europeo de competencias empresariales en acción en el mercado laboral: una selección de estudios de caso:

<https://core.ac.uk/download/pdf/343467968.pdf>



## Del autor:

Panagiota Polymeropoulou, grupo de investigación DAISSy - Hellenic Open University

Panagiota es licenciada en Arqueología e Historia del Arte por la Universidad Nacional y Kapodistriaca de Atenas y posee un diploma de postgrado de Master of Science (MSc.) con honores en Informática y Comunicación Cultural con especialidad en Museología por la Universidad del Egeo, Mitilene, becada por la Fundación Estatal de Becas (IKY) para estudios de postgrado en Museología. Es candidata al doctorado en el Departamento de Ciencia y Tecnología de la Gestión de la Universidad de Patras.

Actualmente trabaja como investigadora principal en proyectos de la UE con DAISSy - Hellenic Open University.

## Del autor:

Natali Lokou, investigadora del grupo de investigación DAISSy - Hellenic Open University

Natali se licenció en Gestión y Economía en el Instituto de Educación Tecnológica de Creta, en Antropología Social en la Universidad Panteion de Atenas y en Historia y Arqueología en la Universidad de Creta. Se encargó de la excavación sobre el terreno, en representación del Instituto Arqueológico de Estudios Cretenses, y supervisó la documentación, la conservación y el estudio de los hallazgos arqueológicos pertinentes en el Instituto de Prehistoria del Egeo (INSTAP).

Colabora con el grupo de investigación DAISSy de la Hellenic Open University, participando en el proyecto EUHeritage como investigadora.



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

Número de proyecto  
601073-EPP-1-2018-1-IT-EPPKA2-SSA

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en ella.



Esta obra está autorizada bajo una licencia de Creative Commons

Licencia internacional de atribución-no comercial-compartida 4.0  
(CC BY-NC-SA 4.0)

[www.euheritage.eu](http://www.euheritage.eu)

