



Networking para la educación en emprendimiento



EntreComp
360

¿Qué encontrarás aquí?

Networking para la educación en emprendimiento

La colaboración como competencia

La Comunidad EntreComp

Creado en el proyecto EntreComp 360, coordinado por Haskoli Island, con el apoyo de la Unión Europea. <https://entrecomp360.eu>

Con la colaboración de Educación en Democracia y Derechos Humanos en Europa, Haskoli Island, Bantani Education, Consorzio Materahub Industrie Culturali e Creative, Innogate to Europe SL, The Women's Organisation Ltd (UK), y Not a Bad Idea Ltd.

Editor: Nils-Eyk Zimmermann ([red DARE](#)).

Apoyo editorial: Lisa McMullan, Candice Astorino. Reikiavik/Bruselas, 2022

Iconos: [Font Awesome](#) (Licencia CC BY 4.0)

El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.



Cofinanciado por el
programa Erasmus+
de la Unión Europea



Networking para la educación en emprendimiento

Esta guía tiene como objetivo apoyar a los actores de todos los sectores del sistema de aprendizaje permanente para mejorar el desarrollo, la validación y el reconocimiento de las competencias clave en materia de emprendimiento, tal y como se definen en el marco de competencias europeo, EntreComp. En concreto, esta guía se centra en la **creación de redes, el intercambio y la colaboración** como un aspecto importante en y para la educación en emprendimiento.

El **marco de EntreComp** pretende apoyar la educación y la formación para facilitar el espíritu emprendedor y la proactividad hacia el cambio social. Define el espíritu emprendedor como la “capacidad de actuar sobre las oportunidades e ideas para crear valor para otros. El valor creado puede ser social, cultural o financiero” (Bacigalupo et al., 2016). EntreComp describe una de las competencias clave identificadas por la UE como importantes para el aprendizaje permanente (Unión Europea, 2018). EntreComp detalla 5 competencias en cada una de las 3 áreas siguientes:

- 1** Actuar sobre las **oportunidades e ideas**
- 2** movilizandando diferentes **recursos**
- 3** para la **acción** hacia el impacto social, cultural o económico.

Por lo tanto, amplía el significado del espíritu emprendedor desde la enseñanza de la competencia para crear beneficios económicos, la alfabetización económica o una mentalidad (= educación económica clásica) para incluir la actividad social, cultural y económica destinada a crear valor o impacto para otros. Esta definición más amplia tiene el potencial de aumentar el **alcance de la educación en emprendimiento**, haciéndola más relevante e inclusiva para otros campos de la pedagogía activa como la educación ciudadana activa, la participación o la pedagogía cultural activa. También proporciona un marco para considerar cómo **se puede mejorar el aprendizaje en emprendimiento** trabajando con los interesados de campos relacionados que también están comprometidos con una pedagogía activa para el impacto social.

Los socios del proyecto EntreComp 360, procedentes de distintos ámbitos de la educación y con diferentes enfoques en su trabajo, están unidos por la idea de que la proactividad, la participación activa y el deseo de configurar el cambio social desempeñan un papel importante en la educación. Al poner de relieve las oportunidades y los beneficios de EntreComp para las diferentes partes interesadas, queremos **inspirar y popularizar la educación en emprendimiento** en todos los ámbitos del aprendizaje permanente. A partir de una encuesta que realizamos como parte de nuestro proyecto, constatamos que el marco de competencias de EntreComp se considera actualmente una herramienta importante para explicar la

educación en emprendimiento y aumentar la concienciación sobre la misma, inspirando a estudiantes, desarrolladores de planes de estudio y educadores (Seikkula-Leino et al., 2021, p. 16). Los encuestados del sector perciben que EntreComp es útil para explicar la educación en emprendimiento como concepto, por qué es necesaria e inspirar a los educadores y formadores para una educación activa orientada a la práctica y al impacto.

Partiendo de esta base, nos gustaría contribuir al intercambio, la información y la transferencia entre estas personas y organizaciones mediante la creación de una **Comunidad EntreComp**. Por ello, además de esta guía, hemos trabajado para poner en contacto a diversas partes y organizaciones interesadas en la educación en emprendimiento. En particular, llamamos su atención sobre la plataforma europea <https://entrecomp.com>, que se describe en el último capítulo.

ESPÍRITU EMPRENDEDOR, PROACTIVIDAD Y PARTICIPACIÓN ACTIVA

Los autores de EntreComp explican explícitamente que la oportunidad y el alcance del marco radican en su concepción transversal: “Esta definición se centra en la creación de valor, sin importar el tipo de valor o el contexto. Abarca la creación de valor en cualquier ámbito y cadena de valor posible. Se refiere a la creación de valor en los sectores privado, público y tercer sector y en cualquier combinación híbrida de los tres. Por lo tanto, abarca diferentes tipos de emprendimiento, incluyendo el intraemprendimiento, el emprendimiento social, el emprendimiento verde y el emprendimiento digital” (Bacigalupo et al., 2016).

El marco de EntreComp puede servir de inspiración, orientación y herramienta para cualquier enfoque que tenga como objetivo apoyar a los alumnos a tomar la iniciativa, crear un cambio social o implicarse activamente en la sociedad (participación social, cultural o económica).

| |
|---|
| ¿QUÉ ES UN EMPRENDEDOR? |
| Siguiendo esta definición abierta, cualquier persona que tenga como objetivo crear un cambio social, cultural y económico y que emprenda pasos hacia este objetivo puede considerarse como un emprendedor. Por ejemplo, |
| - Artistas que pretenden concienciar sobre un problema sociopolítico o que colaboran con otros hacia un objetivo social o |
| - Educadores y trabajadores juveniles, que facilitan una pedagogía activa hacia la participación en ámbitos políticos, culturales sociales o económicos |
| - Fundadores de organizaciones y empresas de nueva creación |
| - Cooperativas que comparten, venden o producen |
| - Redes que pretenden reunir a personas y organizaciones de diferentes orígenes |
| - Activistas por una causa en la sociedad civil o iniciativas civiles |
| ... |

INTRAEMPRENDEDOR

Asimismo, cuando una persona muestra iniciativa y busca cambiar una organización desde dentro, se le puede considerar emprendedor, de acuerdo con la definición de EntreComp. Se les suele llamar **intraemprendedores**. Pueden ser individuos que cambian un grupo u organización desde dentro, por ejemplo, promoviendo nuevas formas de colaboración, aportando enfoques innovadores al trabajo o introduciendo nuevas actividades en un entorno existente

HACIA LA COLABORACIÓN

Cambiar la sociedad es una empresa compleja y una tarea desalentadora para un individuo, así que ¿qué podemos hacer? El cambio suele comenzar dentro de una organización o grupo por parte de individuos que quieren hacer cambios y mejoras positivas y que son capaces de probar ideas internamente. Para consolidar y mantener el cambio, estos individuos tendrán que trabajar con otros para tener éxito. Por ejemplo, pueden unirse a redes, buscar otros grupos, solicitar apoyo o avanzar juntos. Los responsables del cambio (*change-makers*) que tienen éxito suelen formar parte de una comunidad más amplia, un grupo de apoyo o tienen una red que les ayuda a hacerse visibles, a llegar a otros actores clave, a movilizar a otros, etc. Por tanto, la colaboración y la cooperación son esenciales.

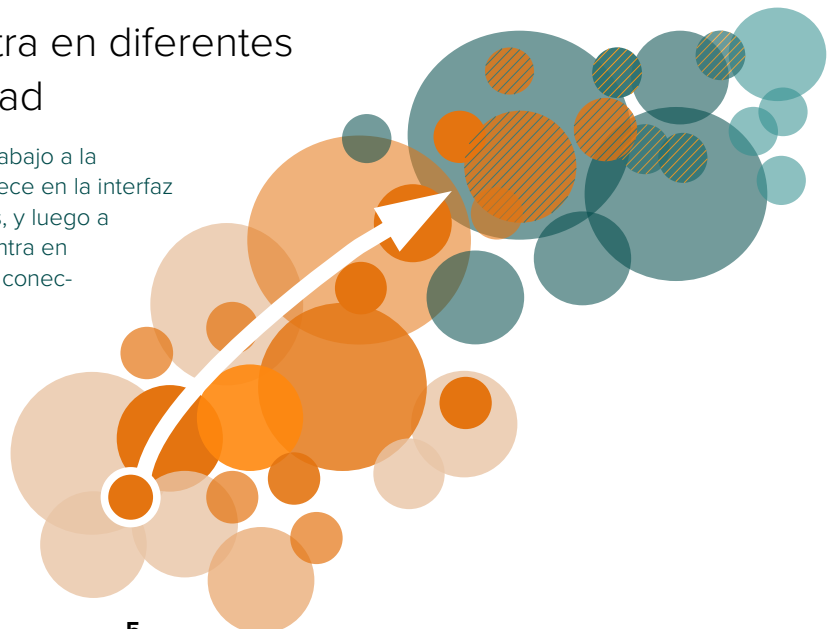
Cuando muchos avanzan juntos pueden tener un impacto, lograr un cambio social o desarrollar ideas creativas y con propósito, lo que también es clave para la educación en emprendimiento. El cambio social y la innovación se refieren a la puesta en práctica con éxito de una idea, así como a los medios por los que la idea puede tener un impacto social más allá del entorno directo en el que la idea se desarrolló o probó por primera vez.

Tras una fase de incubación, una idea también puede ganar adeptos más allá de las fronteras del sistema. Estos éxitos se denominan **innovaciones**. A menudo son “nuevas combinaciones o híbridos de elementos existentes, más que totalmente nuevos en sí mismos” y en su desarrollo “atravesaban las fronteras organizativas, sectoriales o disciplinarias” (Mulgan et al. 2007, p. 5).

Cómo una idea penetra en diferentes sectores de la sociedad




Una idea intraemprendedora original (abajo a la izquierda, en naranja) se extiende y crece en la interfaz con otros: a personas con ideas afines, y luego a redes más amplias en torno a éstas. Entra en un viaje a través de diferentes círculos conectados de diferentes maneras. En el camino puede cambiar, y puede cambiar estas otras áreas o sectores (aquí en turquesa).

El Networking (trabajo en red) es la capacidad de comunicarse en estas intersecciones.



En este sentido, el aprendizaje y la acción emprendedores están entrelazados. Por ello, algunos autores proponen hablar de **experimentos de transición**. “Un experimento de transición es un proyecto de innovación con un reto social como punto de partida para el aprendizaje destinado a contribuir a una transición” (Van den Bosch 2010, p. 58).

La colaboración y la creación de redes entre emprendedores en experimentos de transición siempre considera la acción como un proceso de aprendizaje, así como la acción abierta y en red. Van den Bosch y Rotmans (2008) identifican como mecanismos fundamentales la **profundización, la ampliación y el escalado**.

| ENFOQUES EN LA COLABORACIÓN EN RED PARA EL CAMBIO | |
|---|--|
| Profundizar en un proceso de aprendizaje mediante el cual los actores puedan aprender lo máximo posible sobre un experimento de transición dentro de un contexto específico. |  |
| Ampliación repitiendo un experimento de transición en diferentes contextos y vinculándolo a otras funciones o dominios. |  |
| Escalado Ampliación que integra un experimento de transición en las formas dominantes de pensar (cultura), hacer (prácticas) y organizar (estructura), a nivel de un sistema social. |  |
| Fuente: Van den Bosch, Rotmans 2008, págs. 64 | |

Un ejemplo del ámbito del compromiso civil es la idea de medidas positivas en relación con la representación de género. Por ejemplo, los activistas empezaron a utilizar listas de oradores con contribuciones iguales de hombres y mujeres en sus debates, otros introdujeron cuotas de género para los cargos.

Probada y perfeccionada originalmente en grupos de base, ampliada luego a pequeñas empresas y organizaciones de la sociedad civil, con el tiempo la idea fue ganando aceptación más allá de los grupos de sus ideadores y se fue generalizando, cambiando la composición de los órganos de gobierno en las empresas, la sociedad civil y la política (escalado). Desde 2003, la idea fue consagrada por ley en algunos países y cada vez son más los que la siguen. Como resultado, la infra-representación de las mujeres en los consejos de administración de las empresas se ha mitigado en cierta medida y su participación ha aumentado de alrededor del diez por ciento a aproximadamente un tercio (Arndt, Wrohlich 2019).

INGREDIENTES PARA UNA COLABORACIÓN EXITOSA

La colaboración se hace factible cuando confluyen una serie de factores; el éxito de la colaboración requiere que se trabaje en ellos, para fortalecerlos y armonizarlos. Los factores clave, o ingredientes para una colaboración exitosa, son los siguientes

Ver el objetivo común: entender cómo las actividades benefician a los demás y reconocer una situación en la que todos ganan.

Generar confianza: en los demás, por ejemplo, cuando los demás ven el compromiso y las acciones emprendidas para lograr el objetivo común, o cómo comparten objetivos y valores.

Comprender las propias necesidades: al ver y escuchar a los demás, podemos entender mejor lo que queremos conseguir en el futuro.

Aprendizaje mutuo: podemos inspirarnos en la forma en que otros planifican y gestionan sus proyectos y en cómo trabajan juntos.

Ver nuevos beneficios: por supuesto, los demás tienen lo que nosotros no tenemos: conocimientos específicos, contactos, alcance, credibilidad, dinero, espacios, personas que les apoyan... Podemos obtener nuevas perspectivas o crear una nueva calidad combinando experiencias.

Reforzar la conciencia y la promoción de una causa importante: al defender colectivamente una idea o un interés compartido, estamos en mejores condiciones de aumentar la concienciación sobre los problemas y llegar a un público más amplio.

Porque las partes de una red juntas **crean un efecto de red:** la red es más fuerte que sus partes.

“Los marcos de competencias dejan a los usuarios un amplio espacio para la adaptación. Sin embargo, las adaptaciones no se producen en el vacío y el éxito de las intervenciones se verá afectado en gran medida por elementos contextuales, como la aceptación institucional, la voluntad de los educadores de comprometerse con la educación basada en competencias, la disponibilidad de redes de pares y la comunidad de práctica en la que puede tener lugar el aprendizaje profesional”.

(Bacigalupo 2022)

Aumentar el impacto de la educación en emprendimiento

Los beneficios y las repercusiones más amplias de la colaboración para los educadores en materia de emprendimiento incluyen:

MEJORA DE LA PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

- ✘ Promover el espíritu emprendedor como competencia transversal (en particular, con la ayuda del marco EntreComp)
- ✘ Sensibilizar, reconocer y premiar los esfuerzos e iniciativas de la EE en diez campos de aprendizaje diferentes relacionados con el espíritu emprendedor.
- ✘ Intercambiar enfoques con las pedagogías activas vecinas, como la ciudadanía activa y la pedagogía cultural.

MÁS APRENDIZAJE Y APLICACIÓN DE LA EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

- ✘ Motivar y apoyar a los educadores/facilitadores/profesores y líderes de las instituciones educativas para que comprendan mejor por qué y cómo impartir la educación en emprendimiento y crear competencias en emprendimiento.
- ✘ Llegar a los líderes de las instituciones educativas y de las escuelas y comprometerse con ellos:

OBTENCIÓN DE UNA VISIÓN GENERAL DE LOS MÉTODOS, LAS POLÍTICAS Y EL IMPACTO

- ✘ Las instituciones de enseñanza superior podrían reforzar la investigación sobre la EE junto con su ecosistema.
- ✘ Colaboración entre la práctica y la investigación.
- ✘ Investigación paneuropea sobre métodos y políticas de EE para diferentes tipos de pedagogías relacionadas con el espíritu emprendedor.

MAYOR COOPERACIÓN COMUNITARIA PARA LA EDUCACIÓN EN EMPRENDIMIENTO

- ✘ Las instituciones educativas se conectan con la comunidad (local) y la involucran en las actividades de educación en emprendimiento.
- ✘ Las partes interesadas en la educación en emprendimiento podrían instigar y coordinar el intercambio intersectorial entre investigadores, profesionales y responsables políticos.
- ✘ Debatir y desarrollar tendencias, enfoques o planes de estudio de EE y acordar medidas comunes a nivel político.
- ✘ Emparejar posibles organizaciones asociadas en futuras colaboraciones.
- ✘ Fomentar y facilitar una amplia plataforma política europea para el trabajo sobre EE.

MEJORAR LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE

- ✘ Aprendizaje entre iguales entre educadores dentro y fuera de las instituciones educativas.
- ✘ Intercambio y colaboración en redes de aprendizaje entre iguales para la educación en emprendimiento (EE).
- ✘ Intercambio de conocimientos sobre EE a través de las fronteras nacionales o regionales en Europa - y entre sectores (incluyendo educadores, profesores, ministerios, organizaciones de la sociedad civil...)

Inspirado en ESMA 2021

La colaboración como competencia

El valor de la colaboración forma parte del marco de EntreComp, reconocido como una competencia necesaria para poner en práctica las ideas:

| | | |
|---|------------|--|
| TRABAJAR CON OTROS: TRABAJAR EN EQUIPO, COLABORAR Y CREAR REDES | | |
| Trabajar juntos y cooperar con otros para desarrollar ideas y convertirlas en acción. | Networking | Resolver los conflictos y enfrentarse a la competencia de forma positiva cuando sea necesario. |
| Fuente: EntreComp | | |

Por ello, sugerimos que la educación en emprendimiento promueva y apoye el desarrollo de esta competencia. Un punto de partida para animar a los alumnos a unirse a las redes y grupos es entender cómo funcionan, lo que puede describirse como una **alfabetización básica en redes**. Dependiendo de su tamaño, de la forma en que se organizan y de su densidad, las redes adoptan **formas** muy **diferentes y funcionan de forma distinta**. Una red apoyada por muchos individuos muy comprometidos funciona de forma diferente a otra en la que la influencia y el tamaño de los actores determinan su funcionamiento. La primera podría ser atractiva para muchos miembros pequeños y funcionar de forma muy deliberativa. La segunda podría aprovechar más fácilmente la influencia de sus miembros. Una red descentralizada o federada sirve para fines diferentes que una organizada de forma centralizada. También es útil entender cómo se organizan las redes, formal o informalmente.

El trabajo en red formalizado se produce cuando diferentes personas u organizaciones están unidas de manera formal, por ejemplo, mediante la afiliación, las reuniones periódicas, los estatutos u otros marcos formales. Las redes formales tienden a actuar como un organismo frente a otros actores corporativos y en representación de un interés social más amplio o incluso de todo un sector.

La mayoría de las personas u organizaciones no forman necesariamente parte de redes formales, sino que forman parte de muchos contextos diferentes de colaboración personal y profesional.

Por red informal se entiende, por ejemplo, cuando se conoce a alguien en una conferencia y se intercambian contactos, cuando los individuos se reúnen para llevar a cabo un proyecto conjunto o para consultarse mutuamente. A veces la cooperación da lugar a un vínculo más fuerte o a una ampliación de los contactos. En las redes informales, al igual que en las formales, también hay puntos centrales o menos centrales y personas más o menos influyentes en la red. A diferencia de los enfoques más formales del trabajo en red, éstos no suelen ser reconocibles a primera vista.

Competencias para el Networking intersectorial

Para que una idea creativa se abra paso más allá de las fronteras locales o sectoriales, o incluso de toda una sociedad, los autores y partidarios de la idea deben ser capaces de compartirla con los demás y convencerlos de su mérito. Los autores y los demás suelen utilizar un lenguaje interno, siguiendo una lógica interna, que puede percibirse como una especie de cultura desconocida o “lengua extranjera”. La competencia intersectorial (competencia entendida como la interacción de conocimientos, valores, habilidades y actitudes) puede ayudarnos a aprender y hablar estos idiomas (Zimmermann et al. 2018).

Quizás el término “habilidad blanda” (*soft skill*) se aplique aquí más que a otras áreas de competencia. Esta competencia requiere intuición, comprensión y empatía, y las relaciona con las competencias de acción en el sentido de crear o planificar. Consideramos que vale la pena destacar estos y otros “ingredientes” similares:

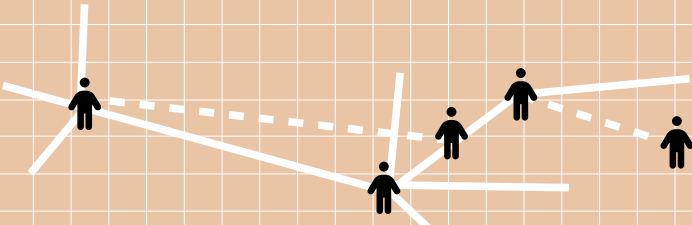
| |
|---|
| Conocimiento de los “lenguajes” y hábitos que cultivan o siguen las personas implicadas en otros contextos. → 2 Movilización de los demás |
| Una capacidad para afrontar la ambigüedad y los imprevistos, al estar rodeado de personas con otros hábitos. → 2 Tomar la iniciativa; 3 Afrontar la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo |
| Una apertura hacia las demandas y necesidades de otras personas o actores y para detectar oportunidades de colaboración. → 1 Detectar oportunidades; 1 Valorar ideas |
| Capacidad para crear junto con otros → 2 Movilizar a otros; 3 Trabajar con otros Una |
| Comunicación receptiva que incluya la “creatividad lingüística”: la capacidad de describir cosas nuevas o de describir cosas de una manera nueva, respondiendo a los hábitos, necesidades o intereses de los demás. → 1 Creatividad; 2 Movilizar a los demás |
| Construir relaciones, dar confianza y crear un marco en el que éstas puedan profundizarse mediante la interacción paso a paso. → 2 Movilizar a los demás, 3 Trabajar con los demás |
| La capacidad de situar la propia acción dentro de una visión social más amplia → 1 Visión; 1 Valor; 1 Pensamiento ético y sostenible |
| La capacidad de organizarse de forma adecuada (según las propias capacidades pero también según las necesidades de colaboración intersectorial), actuar estratégicamente. → 3 Planificación y gestión; 3 Aprender a través de la experiencia |
| Referente a las competencias de EntreComp: 1: ideas y oportunidades 2: recursos 3: a la acción |

Estos puntos indican que el impacto colectivo y las capacidades individuales son inter-dependientes. Si vemos la competencia como capacidad, conocimiento y actitud, entonces los tres son necesarios, la capacidad y el conocimiento por sí solos no son suficientes. Por ejemplo, quienes quieran crear buenos vínculos entre las personas establecerán relaciones, escucharán a los demás y, por tanto, aprenderán a conjugar sus propios objetivos e ideas sobre la cooperación. Sin embargo, los emprendedores y sus organizaciones, iniciativas o empresas suelen competir, por ejemplo, por la atención o el dinero. Esta competencia es a veces estimulante porque les motiva a desarrollar buenas ideas o implementaciones. Pero a menudo también les frena. El trabajo en red y la colaboración como **actitud** son formas de mitigar esta tensión.

Dado que las redes son creadas por seres humanos, influenciados por sus diferentes caracteres y talentos y debido a las diferentes necesidades y circunstancias en las que se encuentran, cumplen **diferentes funciones**. El reto y la característica principal de las redes de éxito es apreciar esta diversidad.

Inspirándonos en June Holley, también podemos echar un vistazo a las funciones específicas que se requieren en las redes para mantenerlas en funcionamiento y en movimiento.

ROLES EN UNA RED



El diagrama muestra un gráfico de red con cinco iconos de personas. Una línea centralizada conecta a los individuos, con líneas adicionales que se extienden desde cada persona, representando sus roles y conexiones dentro de la red.

CONECTOR: Apoyar a los demás para que se unan, compartan o participen, poniendo en contacto a las personas...

COORDINADOR DE PROYECTOS Y ENTRENADOR (COACH): organiza proyectos en una red, inicia actividades con otros. Gestiona procesos y personas...

FACILITADOR: crea y facilita las actividades en la red, sienta las bases para que los interesados integren una mentalidad de red.

APOYO: apoya a la dirección, tiene visión de conjunto, se asegura de que las cosas están en marcha, establece sistemas y canales de comunicación.

Inspirado por: Holley, J (2018). Kit de herramientas de red para tejedores de redes.

**“Toma un interés genuino en la otra persona.
Siente curiosidad por saber quién es y cómo piensa.
Disponte a ver el mundo desde su punto de vista”.**

The Women’s Organisation

Funciones del equipo

Basándose en una amplia investigación, Belbin identificó los Roles de Equipo como grupos de atributos de comportamiento que son eficaces para facilitar el progreso del equipo y el trabajo conjunto de forma efectiva. Existen diferentes roles en los equipos y en el trabajo en red que pueden mejorar el éxito de la colaboración si se comprometen a propósito o, a veces, ser una amenaza para el desarrollo constructivo:

ROLES SOCIALES



El investigador de recursos es comunicativo y entusiasta, establece contactos y, en la mayoría de los casos, tiene en mente un plan de contingencia. Sin embargo, puede perder rápidamente el interés una vez que se acaba la euforia inicial del proyecto.

El coordinador reúne a las distintas mentes del equipo. Son buenos fijando objetivos, asignando tareas y fomentando las decisiones. Pero también pueden ser manipuladores y amenazar con delegar demasiado trabajo a otros miembros del equipo.

El trabajador en equipo es cooperativo, diplomático, capaz de percibir los sentimientos de los demás, sabe escuchar y mantiene al equipo unido. Pero durante las crisis puede ser indeciso y le cuesta tomar una decisión.

ROLES DE PENSAMIENTO



La planta introduce ideas nuevas e innovadoras y es capaz de resolver problemas difíciles. Al hacerlo, también puede ser distraído y preocuparse demasiado por una comunicación eficaz.

El especialista está centrado y comprometido, proporciona conocimientos e información como experto, pero puede perderse en los detalles.

El monitor evaluador es sensato, crítico y piensa de forma estratégica, y juzga de forma justa porque considera todas las opciones. Pero rara vez es una fuente de inspiración o motivación.

ROLES DE ACCIÓN



El formador es bueno trabajando bajo presión y tiene la energía y el coraje suficientes para enfrentarse a los obstáculos. Pero también puede ser provocador y capaz de ofender los sentimientos de los demás.

El ejecutor realiza su trabajo de forma eficiente y disciplinada. Se puede confiar en ellos. Trabajan según el principio de "predicar con el ejemplo", pero también son bastante inflexibles y les cuesta adoptar nuevas ideas.

El completador trabaja con cuidado y a conciencia, detecta los más mínimos errores y es puntual. Tiende a pensar en todo y no se le da bien delegar el trabajo.

Método: Discurso del ascensor (*Elevator Speech*)

i El discurso de ascensor se ha utilizado con éxito para ejercitar la concisión y la precisión a la hora de compartir una idea o información principal en un tiempo limitado. Este es un ejemplo de dicho ejercicio:

Preséntese en menos de un minuto.

1. Tu nombre “Me llamo”

→ Mira a la otra persona a los ojos. Sonríe. Echa los hombros hacia atrás. Habla con confianza. La sinceridad y la pasión son cruciales para causar una fuerte impresión inicial.

2. El nombre de tu empresa “Trabajo para...” o “Mi empresa es”.

→ Alto y claro, orgulloso de nuevo. No preguntes “¿Has oído hablar de nosotros...?” ni esperes a que te reconozcan.

3. Con sede y cobertura donde “Tengo sede...” y “cubro”

→ Adapta el pueblo, la ciudad, la geografía a la situación. No tiene mucho valor mencionar un pueblo diminuto si estás en una reunión mundial, o tu cobertura mundial si estás en una reunión de un pueblo local. Hazlo relevante para la situación.

4. Tu especialidad personal y/o tu oferta, y tus objetivos.

→ Se diferente y especial y mejor en algún sentido que tus competidores. Se significativo para el evento o la situación o el grupo, y hasta donde puedas adivinar, se significativo para el contacto.

→ Expresa lo que ofreces en términos de resultados positivos para aquellos a los que ayudas o suministras, en lugar de centrarte en detalles técnicos desde tu propio punto de vista. Carga tus declaraciones aquí con beneficios o cualidades especiales.

→ Se positivo, orgulloso y ambicioso en tu forma de pensar y expresar lo que haces. Incluye en esta declaración cuáles son tus objetivos, para demostrar que tienes ambición y que sabes lo que buscas de los contactos de la red.

Después de tu discurso de ascensor, **termina de forma firme, positiva y constructiva**. Terminar con una pregunta permite que se produzcan más cosas que dejar que la discusión se desvíe hacia ninguna parte o hacia una charla educada.

Menos es más. Muchos puntos poderosos en muy pocas palabras tienen un impacto mucho mayor que una declaración extensa.

Crea una versión de esta presentación para *menos de 20 segundos*.

Fuente: [BusinessBalls](#)

Método: Exploración del paisaje

i Analizar el mercado y las competencias primarias del contexto:

Cuando se empieza a crear un nuevo producto, servicio o proyecto (o a mejorar uno ya existente), resulta útil **analizar el contexto, las necesidades, los retos y las carencias**. Esto incluye la realización de una investigación documental, estudios de casos y la recopilación de pruebas sobre productos o servicios similares o relacionados.

Entrega esta plantilla a tus alumnos para ayudarles a enmarcar su idea de un producto o servicio en un contexto más amplio. Rellenarla arrojará luz sobre los esfuerzos ya existentes y les permitirá aprender de las soluciones disponibles e informar sobre su propio enfoque y comprensión. Aconséjales que busquen en la red proyectos similares, analicen a los competidores, aprendan de otros proyectos y adapten otras ideas a su solución. La idea es entender el contexto del reto y ser conscientes de que puede haber otros trabajando en la misma línea. Tanto la historia como las innovaciones recientes pueden enriquecer su pensamiento.

| Exploración del paisaje: ¿Cómo es el contexto? ¿Cuáles son las ideas, productos u organizaciones con las que compite tu idea? | Tendencias: Ideas que ganan impulso | Ensayos: Soluciones experimentales | Faros: ideas y actores establecidos | Hitos: “sempre han estado ahí” |
|--|---|--|---|--|
| | | | | |

Fuente: [EntreComp Playbook](#), adaptado por Futures Nordkapp's Actionable Futures Toolkit <https://futures.nordkapp.fi/>

Método: Networking - Empresa social

i Objetivo: Comprender la importancia de la creación de redes y practicarla.

🚚 Grupo pequeño (equipos de 4-6) | aprox. 60 minutos | Requisitos: Espacio de presentación, Mesas de carrusel (pequeño grupo de trabajo), Exterior

Un **método interactivo orientado a la práctica** para introducir la habilidad y la importancia de la creación de redes (Networking) en una empresa social. Los estudiantes exploran el arte de la creación de redes en un entorno seguro, haciéndoles representar primero un papel y mantener una conversación en ese papel con los demás. A continuación, se establece un reto para que los estudiantes se agrupen y consideren las habilidades de su grupo.


Lee las instrucciones completas aquí: [ETC Toolkit: How To Guides & Case Studies](#)
Fuente: ETC Toolkit

Enfoque: Cadena de impacto de un proyecto

i Una cadena de impacto sólida nos muestra la forma en que una gran utopía social puede realizarse paso a paso a partir de las condiciones actuales mediante nuestro compromiso y el de otros. Crea una narrativa que conecta el impacto social previsto con la forma en que una organización o empresa quiere lograrlo (producto/resultado). Esto nos permite comunicarnos mejor con los demás y comprenderlos mejor, lo que constituye una base esencial para la cooperación.

Ayuda a los emprendedores tanto en relación con sus organizaciones y empresas, como para cualquier proyecto (de colaboración).

- **Recursos:** Nuestro punto de partida. Lo que una comunidad, los individuos o un emprendedor aportan a una comunidad o a una nueva colaboración: pueden ser recursos materiales e inmateriales como tiempo, trabajo voluntario o contribuciones en especie, una visión, contactos o recursos monetarios
- **Resultados (Output):** Servicios y productos. Lo que nosotros o las personas que participan activamente hacen o lo que ofrecen.
 - Reuniones, eventos y otras oportunidades en las que la gente pueda conectarse e intercambiar
 - Servicios o productos - como formaciones, consejos, servicios, bienes o guías como esta
 - Ideas y conceptos para las políticas
 - Mantenimiento de una organización, un proyecto o una red, por ejemplo, el mantenimiento de un huerto comunitario, un centro en emprendimiento o una ONG
- **Resultados (Outcome):** Cambio individual o local. Resultados a nivel de los grupos objetivo y de las personas implicadas
 - Cambio de perspectiva sobre una idea, un grupo social o un tema
 - Cambio en el pensamiento o el comportamiento de las personas. Los alumnos que participan en una formación inspiradora se comportan y piensan de forma diferente, los lectores de una guía dan después los primeros pasos desde la comprensión hacia la acción
 - Una iniciativa, comunidad, organización o empresa gana adeptos, visibilidad o reconocimiento. Por ejemplo, nuevos miembros activos, ser invitados a debates, ser mencionados en los medios de comunicación o ganar seguidores...
- **Impacto:** Efecto social general. Resultados a nivel social, el cambio a largo plazo instigado por las actividades
 - El impacto en un público secundario y terciario que no participó directamente en las actividades: por ejemplo, otras personas de otros sectores o países aplican una idea, ésta se convierte en la base de nuevas políticas, muchas personas que han oído hablar de ella ahora piensan o se comportan de forma diferente, u otras personas de otros países crean comunidades o redes similares...
 - Alcanzar el bien social superior que una colaboración quería abordar se vuelve más relevante en general
 - La forma en que las personas y las organizaciones colaboran empieza a cambiar, surgen nuevas redes y ganan influencia


 1. Empezar con la **visión y la misión**. A muchos les ha resultado útil, en lugar de contemplar su proyecto desde sus a menudo modestos recursos, mirar primero la visión más amplia. ¿Por qué trabajamos? ¿Para qué cambio?

2. En un segundo paso, se pueden buscar formas de **acercarse a esa visión** (cómo).

3. Una mirada crítica y creativa sobre **los recursos nos permite entonces establecer un plan** (qué).

Más: Social Impact Navigator de PHINEO <https://social-impact-navigator.org/>


Método: Lienzo de colaboración

 Esta herramienta se basa en el conocido [Business Model Canvas](#): un enfoque no lineal para la lluvia de ideas, la elaboración de estrategias y el desarrollo de nuevos proyectos. Te permite describir, diseñar, desafiar y (re)inventar tu proyecto de una manera muy visual.

El lienzo incluye 10 pasos de cualquier descripción básica del proyecto: partes interesadas y grupos destinatarios, presupuesto, etc. En esta forma aplicada se hace **hincapié en los aspectos de colaboración** en el desarrollo de proyectos o actividades. Con un lienzo completo se puede redactar eficazmente cualquier proyecto o plan de negocio.

Lea las instrucciones completas y descargue la plantilla aquí: [Collaboration Canvas – Competendo – Digital Toolbox](#)

Método: Análisis las partes interesadas

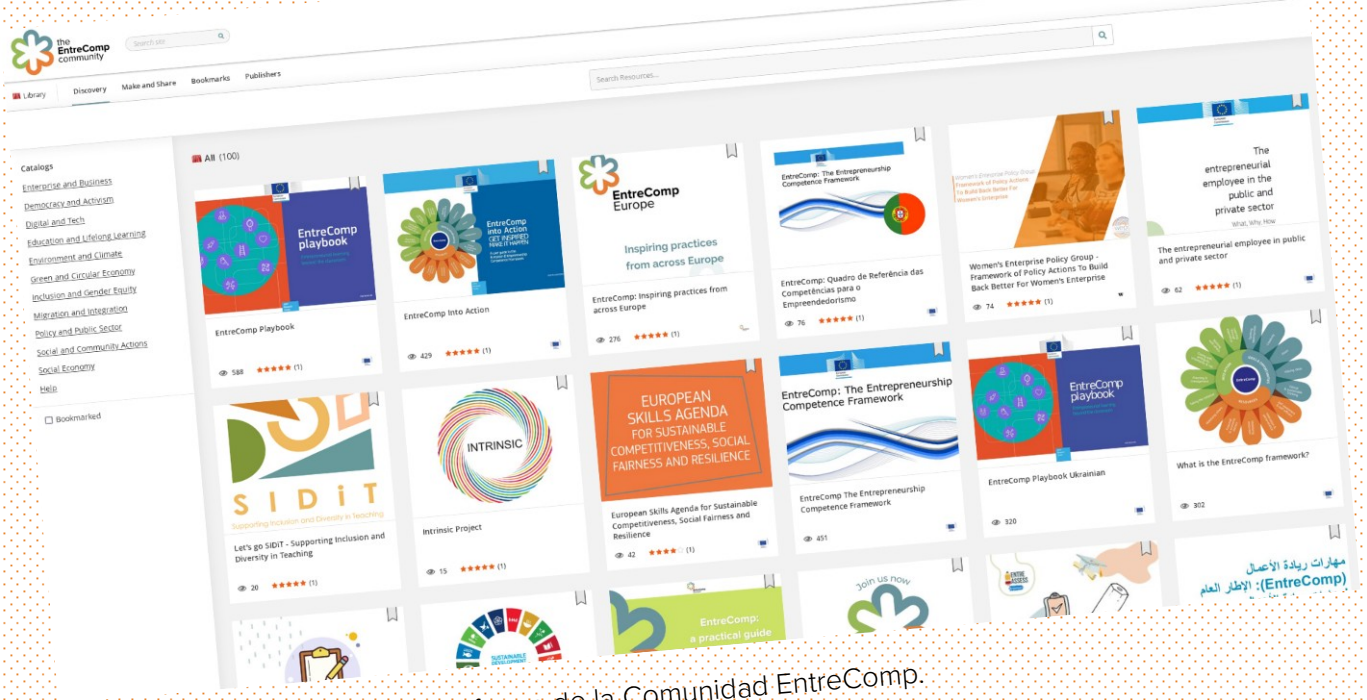
 Crear actividades y planes que incluyan un análisis de las partes interesadas ayuda a percibir el abanico de actores que tienen influencia en un proyecto: socios, público interesado, multiplicadores, expertos, donantes...

Este modelo evalúa a los interesados según dos criterios. **Poder** para influir en tu proyecto y aumentar su impacto e **interés** en querer influir o apoyar el proyecto. Cuando se analiza esto, se pueden sacar algunas conclusiones útiles. Por ejemplo, cómo organizar la comunicación con esas partes interesadas o en qué medida y cómo quieres incluirlas. Lee las completas aquí:

| | |
|---|---|
| + poder - interés -> consulta mantener satisfecho | + poder + interés -> participación gestionar de cerca |
| - poder - interés -> seguimiento | - poder + interés -> información apoyo |

Instrucciones: [Stakeholder Analysis and Communication – Competendo – Digital Toolbox](#)

Más inspiración:



Biblioteca EntreComp en la plataforma de la Comunidad EntreComp.

Redes y colaboraciones prosperan con la inspiración y el intercambio.

Aprende de los demás e informales sobre tu trabajo.



La Comunidad EntreComp

La Comunidad EntreComp es una plataforma de aprendizaje en emprendimiento, piensa en ella como tu ventanilla única para la educación en emprendimiento, las competencias en emprendimiento, el marco EntreComp y mucho más. La Comunidad EntreComp fue creada y desarrollada por un equipo de personas dedicadas a reunir varios proyectos europeos que trabajan en el ámbito del espíritu emprendedor. Conoce los principales proyectos que aportan contenidos, recursos y creación de comunidades a la plataforma de aprendizaje de la Comunidad EntreComp.

Nuestro objetivo es **involucrar, conectar, hacer crecer y mantener** la comunidad de aprendizaje en emprendimiento, reuniendo a diferentes actores de diversos sectores que están interesados, inspirados o que ya utilizan EntreComp para apoyar el aprendizaje en emprendimiento.

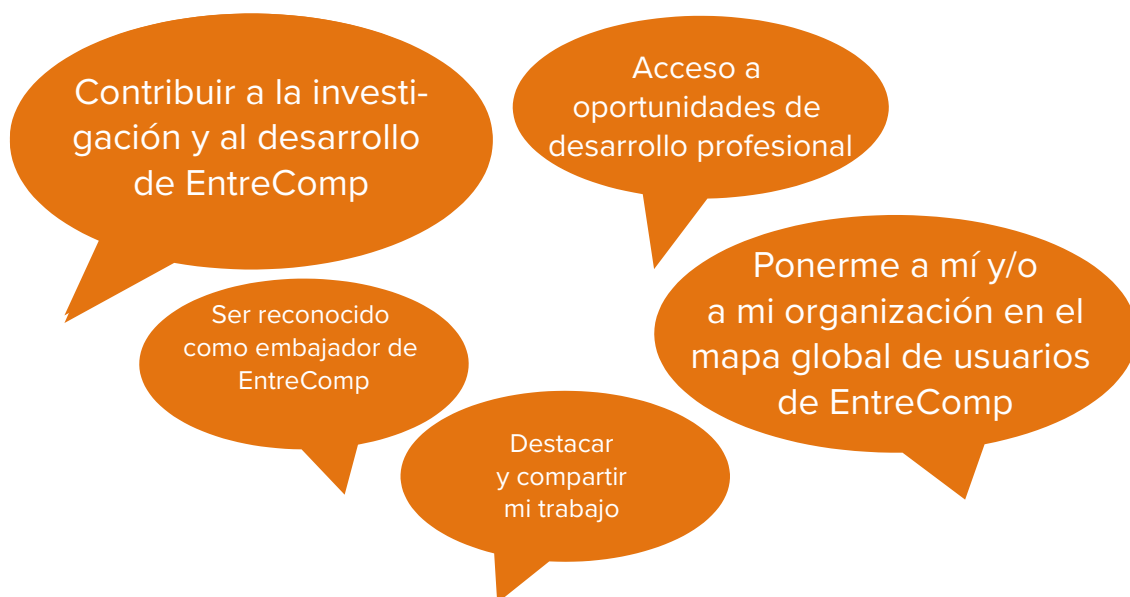
Aunque la biblioteca digital y los artículos son de acceso público, para sacar el máximo provecho de toda la plataforma de aprendizaje te sugerimos registrarte para obtener una cuenta personal. Sólo los usuarios registrados pueden acceder a los cursos, eventos, artículos, insignias y, lo que es más importante, a las redes (Networks), que son específicas del sector o de la ubicación y ayudan a conectar con personas afines.

Es la oportunidad de **crear sinergias y reunir** a públicos existentes y nuevos que sean relevantes o que ya estén comprometidos con la implementación de EntreComp o que estén interesados en el aprendizaje en emprendimiento y el espíritu emprendedor. La plataforma ofrece varias oportunidades:

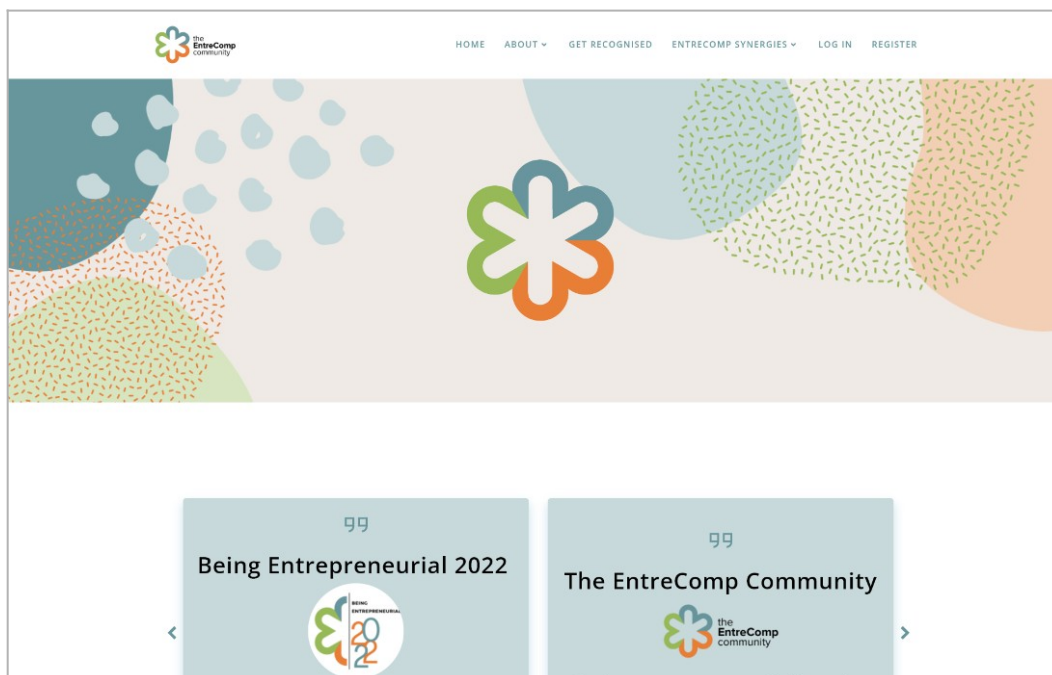
- Una biblioteca digital en la que todo el mundo puede explorar la Biblioteca EntreComp, donde encontrarás publicaciones, herramientas, estudios de casos, vídeos y mucho más, sin necesidad de tener una cuenta. Todos los recursos son gratuitos para ver, descargar y compartir. ¿Quieres sugerir un recurso? Utiliza el formulario.
- Trabajar en diferentes sectores y con socios para desarrollar tu capacidad y compromiso a través de eventos de aprendizaje innovadores y participativos. La **aplicación de eventos (Event app)** ofrece una visión general de las diferentes reuniones, oportunidades de formación y plazos pendientes. Cada miembro de la Comunidad EntreComp puede compartir sus eventos aquí. Calendario de eventos
- Interactuar y colaborar dentro de las comunidades de prácticas en línea y reconocer su progreso e impacto, a través de la **app Redes (Networks app)**. Únete a las comunidades (Networks) en función de tu región o áreas de interés, para descubrir prácticas y colaborar con otras organizaciones de todo el mundo.

Formar parte de la comunidad es fácil. En primer lugar, debes registrarte y crear una cuenta. Si ya tienes una cuenta, puedes conectarte. Para ayudarte a sacar el máximo partido a la plataforma de aprendizaje, echa un vistazo a las Guías de usuario.

Los beneficios de unirse a la Comunidad EntreComp



Fuente: Seikkula-Leino et al. 2021, p. 13; Resultados de la encuesta. Investigación/desarrollo n=165; visibilidad en el mapa n=163; desarrollo profesional n=136; reconocimiento n=115; elaboración de perfiles y puesta en común n=113; otros n=26



www.entrecomp.com

REFERENCIAS

- Arndt, P.; Wrohlich, K. (2019). Geschlechterquoten im europäischen Vergleich: Harte Sanktionen bei Nichteinhaltung sind am wirkungsvollsten. DIW Wochenbericht 38/2019; DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.; https://doi.org/10.18723/diw_wb:2019-38-4
- Bacigalupo, M. (2022). Competence frameworks as orienteering tools. RiiTE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa, (12), 20–33. <https://doi.org/10.6018/riite.523261>
- Bacigalupo, M & Kampilis, P. & Punie, Y. & Van den Brande, L.. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. Luxembourg: Publication Office of the European Union; EUR 27939 EN. <https://doi.org/10.2791/593884>
- Belbin Associates (nd.) The Nine Belbin Team Roles, <https://www.belbin.com/about/belbin-team-roles>
- BusinessBalls: Business networking tips and techniques for networking events and networking websites. <https://www.businessballs.com/conflict-negotiation-and-influencing/networking>
- European Commission, Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises, Lilischkis, S., Tømmerbakke, J., Melleri, M. (ESMA 2021). A guide for fostering entrepreneurship education : five key actions towards a digital, green and resilient Europe, Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2826/990680>
- European Union (2018). Council Recommendation of 22 May 2018 on key competences for lifelong learning (Text with EEA relevance.) ST/9009/2018/INIT OJ C 189, 4.6.2018, p. 1–13. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604(01))
- European Commission, Joint Research Centre, Bacigalupo, M., Weikert García, L., Mansoori, Y. (2020). EntreComp Playbook : entrepreneurial learning beyond the classroom, Publications Office. <https://data.europa.eu/doi/10.2760/77835>
- Enterprise Educators UK. Enterprise and Entrepreneurship Education Toolkit. <https://www.etctoolkit.org.uk/>
- Holley, J. (2018) Network Toolkit. For Network Weavers, October 2018. Network Weaver <https://networkweaver.com>
- Mulgan, G.; Tucker, S.; Ali, R.; Sanders, B. (2007). Social-Innovation – What It Is, Why It Matters and How It Can Be. Accelerated; Skoll Centre for Social Entrepreneurship/The Young Foundation; 2007
- PHINEO gAG; Rickert, A. (ed.); Kurz, B.; Kubek, D. (2016). Social Impact Navigator. Berlin. <https://www.social-impact-navigator.org/>
- Seikkula-Leino J, Salomaa M, Jónsdóttir SR, McCallum E, Israel H. EU Policies Driving Entrepreneurial Competences—Reflections from the Case of EntreComp. Sustainability. 2021; 13(15):8178. <https://doi.org/10.3390/su13158178>
- Van den Bosch, S.; Rotmans, J. (2008). Deepening, Broadening and Scaling Up: A Framework for Steering Transition Experiments. Knowledge Centre for Sustainable System Innovations and Transitions (KCT), <https://hdl.handle.net/1765/15812>
- Van den Bosch, Suzanne. (2010). Transition Experiments: Exploring societal changes towards sustainability. Thesis to obtain the degree of doctor at the Erasmus University Rotterdam, <https://repub.eur.nl/pub/20714>
- Zimmermann N., Leondieva E., Gawinek-Dagargulia M. (2018): Creativity Handbook. Building connections, drawing inspirations and exploring opportunities as individuals and groups. Facilitator Handbook #4 Competendo, Berlin, MitOst 2018 https://competendo.net/en/Creativity_Handbook



www.entrecomp360.eu

EntreComp 360 es un proyecto de:



HÁSKÓLI ÍSLANDS
MENNTAVÍSINDASVIÐ

BANTANI
EDUCATION



The Women's Organisation



dare

Democracy and
Human Rights Education
in Europe