

PROGRAMACIÓ DIDÀCTICA

Ciclo Formativo Superior	Año: 2024/2025
Especialidad: Gráfica Publicitaria	Curso: 2º
Asignatura: Empresa e Iniciativa Emprendedora	
Professorat: Àngel Vázquez Martínez	Horas semanales: 2
Email: vazquezan@easdalcoi.es	

PROGRAMACIÓ DIDÀCTICA

1. Introducción al módulo formativo 2. Objetivos 3. Contenidos 4. Planificación y temporalización 5. Metodología 6. Evaluación 7. Actividades extraescolares 8. Recursos 9. Bibliografía

1.-Introducción al módulo formativo.

Marco normativo

Identificación del título:

- Denominación: Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria. •
- Nivel: Grado superior de las enseñanzas profesionales de Artes Plásticas y Diseño. •
- Duración total del ciclo: dos mil horas.
- Familia profesional artística: Comunicación gráfica y audiovisual
- Referente europeo: CINE-5b (Clasificación Internacional Normalizada de la Educación).

Normativa aplicable:

- Real Decreto 1431/2012, de 11 de octubre, por el que se establece el título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual y se aprueban las correspondientes enseñanzas mínimas.
- Decreto 128/2013, de 20 de septiembre, del Consell, por el que se establece el currículo de las enseñanzas artísticas profesionales correspondientes al título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño en Gráfica Publicitaria, perteneciente a la familia profesional artística de Comunicación Gráfica y Audiovisual, en el ámbito de la Comunitat Valenciana.

Identificación del módulo formativo:

- Denominación: Empresa e Iniciativa Emprendedora.

<i>Módulos formativos</i>	<i>Horas lectivas</i>	<i>Secciones/semana</i>		<i>Créditos ECTS</i>
		<i>1.º</i>	<i>2.º</i>	
Fundamentos de la representación y la expresión visual	100	4	-	5
Teoría de la imagen	50	2	-	3
Medios informáticos	100	4	-	6
Fotografía	75	3	-	4
Historia de la ilustración	100	2	2	6
Dibujo aplicado a la ilustración	250	5	5	13
Representación espacial aplicada	100	2	2	5
Técnicas de exposición gráfica	125	-	5	7
Producción gráfica industrial	75	-	3	4
Técnicas gráficas tradicionales	75	-	3	4
Recursos interactivos aplicados a la ilustración	50	-	2	4
Teoría y práctica de la animación	75	3	-	4
Recursos tipográficos	75	3	-	4
Proyectos de ilustración	300	5	7	20
Proyecto integrado	100	-	4	12
Formación y orientación laboral	50	2	-	3
Empresa e iniciativa emprendedora	50	-	2	3
Idioma extranjero	100	2	2	5
Formación práctica en empresas	150	-	-	8
Total	2000	37	37	120

Presentación

El módulo formativo de Empresa e Iniciativa Emprendedora (junto con el módulo de Formación y Orientación Laboral del primer curso) dota al futuro profesional de los conocimientos, herramientas y destrezas necesarias para garantizar su correcta interacción en el mercado de trabajo. La finalidad última de este módulo es capacitar a dicho profesional para el acceso al empleo, ya sea como profesional autónomo o asalariado, y fomentar el espíritu emprendedor y la formación a lo largo de su vida.

Este propósito conlleva conocer los aspectos organizativos, económicos, jurídicos y de seguridad que inciden en el ejercicio profesional de su actividad, en las relaciones laborales y en el ámbito empresarial de su sector profesional.

2. Objetivos Pedagógicos.

El Decreto 128/2013 de 11 de octubre del Consell, determina cuales son los objetivos que se pretenden alcanzar con este módulo formativo:

1. Analizar las diferentes formas jurídicas vigentes de empresa señalando la más adecuada en función de la actividad económica y recursos disponibles.
2. Adquirir la capacidad de realizar tareas organizativas encaminadas a la optimización de los recursos disponibles en la empresa, conjugando adecuadamente los criterios de productividad y calidad dentro del marco legal.
3. Determinar las formas de contratación laboral más idóneas en función del tamaño: actividad y objetivos de la empresa.
4. Elaborar, organizar y gestionar la documentación necesaria para la constitución de una pequeña empresa y la generada en el desarrollo posterior de su actividad económica.
5. Valorar la influencia e interrelación de las diversas funciones de la actividad empresarial en el logro de los objetivos propuestos.
6. Aplicar las técnicas de relación con clientes y proveedores, que permitan resolver situaciones comerciales tipo: Negociar con proveedores y clientes buscando las condiciones más

ventajosas en las operaciones comerciales.

7. Crear, desarrollar y mantener buenas relaciones con clientes reales o potenciales. 8. Identificar en tiempo y forma las acciones derivadas de las obligaciones legales de una empresa.

9. Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, evaluando la posibilidad de implantación en función de la actividad, volumen de negocio, objetivos, recursos económicos.

3. Contenidos.

El Decreto 128/2013 de 11 de octubre del Consell establece cuales son los contenidos incluidos en este módulo formativo

1. Innovación y desarrollo económico. La cultura emprendedora como necesidad social. El carácter emprendedor. Factores claves de los emprendedores. El riesgo en la actividad emprendedora. 2. Concepto de empresario. Requisitos para el ejercicio de la actividad empresarial. Objetivos personales versus objetivos empresariales.

3. La empresa y su entorno. Funciones básicas de la empresa. La empresa como sistema. La cultura de la empresa: imagen corporativa. Responsabilidad social y ética de las empresas. 4. Creación y puesta en marcha de una empresa. Concepto y tipos de empresa. La fiscalidad en las empresas. Trámites administrativos y gestión de ayudas y subvenciones. Plan de empresa. 5. Concepto de contabilidad y nociones básicas. Obligaciones fiscales de las empresas. Gestión administrativa de una empresa.

Los contenidos anteriores se estructuran en las siguientes unidades didácticas para alcanzar de una manera óptima los objetivos perseguidos:

Unidades didácticas:

UD1. El espíritu emprendedor. La cultura emprendedora como necesidad social. La idea de negocio. Concepto de empresario.

UD2. La empresa y su entorno. Las funciones básicas de la empresa. La cultura de la empresa: imagen corporativa. Responsabilidad social y ética de las empresas.

UD3. Formas jurídicas de la empresa. Concepto y tipos de empresa. El empresario individual. Trámites para la puesta en marcha. El plan de empresa.

UD4. Obligaciones fiscales de las empresas. Clases de impuestos. Cuentas Anuales.

UD5. Fuentes de financiación en la empresa. Ayudas y subvenciones.

UD6. Introducción al Marketing.

4. Planificación y temporalización.

		UNIDADES DIDÁCTICAS					
		1	2	3	4	5	6
O B J E T I V O S P E D A G Ó G I C O S	Analizar las diferentes formas jurídicas vigentes de empresa señalando la más adecuada en función de la actividad económica y recursos disponibles.			X			
	Adquirir la capacidad de realizar tareas organizativas encaminadas a la optimización de los recursos disponibles en la empresa, conjugando adecuadamente los criterios de productividad y calidad dentro del marco legal.	X	X				
	Determinar las formas jurídica más idóneas en función del tamaño: actividad y objetivos de la empresa.			X			
	Elaborar, organizar y gestionar la documentación necesaria para la constitución de una pequeña empresa y la generada en el desarrollo posterior de su actividad económica.			X	X		
	Valorar la influencia e interrelación de las diversas funciones de la actividad empresarial en el logro de los objetivos propuestos.		X				
	Aplicar las técnicas de relación con clientes y proveedores, que permitan resolver situaciones comerciales tipo: Negociar con proveedores y clientes buscando las condiciones más ventajosas en las operaciones comerciales.		X				
	Crear, desarrollar y mantener buenas relaciones con clientes reales o potenciales.					X	X
	Identificar en tiempo y forma las acciones derivadas de las obligaciones legales de una empresa.				X		
	Elaborar un proyecto de creación de una pequeña empresa o taller, evaluando la posibilidad de implantación en función de la actividad, volumen de negocio, objetivos, recursos económicos.				X		

		CURSO 2021-2022											
		SEP	OCT	NOV	1º EV	DIC	ENE	FEB	MAR	2º EV	ABR	MAY	JUN
UNIDAD	UD. 1	X	X								PRÁCTICAS EMPRESA Y PROYECTO INTEGRADO		
	UD. 2		X										
	UD. 3			X									
	UD. 4					X	X						
	UD. 5						X	X					
	UD. 6							X	X				

5. Metodología didáctica.

Una parte del módulo formativo está compuesto por contenido teórico que se imparte mediante clases expositivas. Este contenido teórico se trabajará en el aula mediante su aplicación práctica. Esto permite a los alumnos comprobar y demostrar las competencias adquiridas en las distintas unidades didácticas.

- Clases teóricas: Clases de introducción a los diferentes temas que conforman el módulo.
- Clases prácticas :
 - Estudio de casos: planteamiento, debate y resolución de los casos utilizados.
 - Aprendizaje basado en problemas: planteamiento, debate y resolución de problemas prácticos.
 - Otros: Visionado de material audiovisual, debates, análisis de información (artículos de prensa, videos, etc.), búsqueda de información, etc.
- Tutorías: Los alumnos con dudas sobre los contenidos explicados y aplicados en las clases pueden acudir al profesor para su asesoramiento.

El autoaprendizaje será parte importante en la formación del alumno. La investigación y contraste de datos que pueda tener a su alcance contribuye a enriquecer tanto la base teórica como la base práctica del módulo formativo.

Este módulo formativo tratará de coordinarse con el resto de los módulos del ciclo a través de los proyectos que se realicen durante el curso. Se intentará aplicar a dichos proyectos aquellos contenidos explicados y trabajados en el aula que sean pertinentes al mismo.

6. Evaluación.

Consideraciones generales

La evaluación será continua y por tanto se tendrá en cuenta el progreso y la madurez académica del alumnado en relación con los objetivos específicos y los criterios de evaluación del módulo.

La aplicación del proceso de evaluación continua del alumnado requerirá de su asistencia regular a las clases y actividades programadas. Si un/a alumno/a supera el 20% de faltas de asistencia sin justificar perderá el derecho a la evaluación continua, por lo que se le evaluará en la evaluación final de junio donde deberá superar un examen junto con la presentación de todos los trabajos realizados a lo largo del curso.

Los resultados de la evaluación se expresarán de acuerdo con una escala numérica de cero a diez, considerándose positivas las calificaciones iguales o superiores a cinco y negativas las restantes.

Se realizará una sesión de evaluación inicial y dos sesiones de evaluación a la finalización del primer trimestre y del segundo trimestre, donde se calificará el módulo formativo y así se valorará el progreso del alumnado hasta ese momento. Además, se realizarán dos evaluaciones finales, una ordinaria y otra extraordinaria, ambas en junio.

El uso de auriculares, teléfonos móviles, tablets u ordenadores quedará restringido a las actividades de aula que así lo requieran, siempre con permiso del profesor, según la normativa vigente.

Criterios de evaluación

Se valorará la capacidad del alumno para:

Reconocer las capacidades asociadas a la iniciativa emprendedora, analizando los requerimientos derivados de los puestos de trabajo y de las actividades empresariales.

Definir la oportunidad de creación de una pequeña empresa, valorando el impacto sobre el entorno de actuación e incorporando valores éticos.

Realizar las actividades para la constitución y puesta en marcha de una empresa, seleccionando la forma jurídica e identificando las obligaciones legales asociadas.

Realizar actividades de gestión administrativa y financiera básica de una «pyme», identificando las principales obligaciones contables y fiscales y cumplimentando la documentación.

Fase de prácticas en empresas, estudios o talleres:

La fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres tiene como objetivos los siguientes: Completar la formación académica del alumnado mediante la integración en las rutinas diarias de trabajo de una empresa, agencia, editorial o estudio de ilustración y la realización de las funciones profesionales correspondientes a su nivel formativo.

Facilitar la toma de contacto de los alumnos y alumnas con el mundo del trabajo y la incorporación al sistema de relaciones sociales, laborales y técnicas de la empresa.

Contrastar los conocimientos, formación y capacitación adquiridos en el centro educativo con la realidad empresarial y laboral del sector de la ilustración.

Permitir al alumnado que, a través del contacto con la empresa, incorpore a su formación los conocimientos sobre la propia especialidad, la situación y relaciones del mercado, las tendencias artísticas y culturales, la organización y coordinación del trabajo, la gestión empresarial, las relaciones sociolaborales en la empresa, etc. necesarios para el inicio de la actividad laboral.

Adquirir los conocimientos técnicos de útiles, herramientas, materiales y maquinaria que, por su especialización, coste o novedad, no están al alcance del centro educativo.

Participar de forma activa en las fases del proceso de producción y edición audiovisual bajo las orientaciones del tutor o coordinador correspondiente.

Aplicar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos durante el período de formación teórica y práctica impartida en el centro educativo.

El seguimiento y la evaluación de la fase de formación práctica en empresas, estudios o talleres corresponderá al tutor de prácticas designado por el centro educativo quien tomará en consideración el grado de cumplimiento de los objetivos y la valoración que realice la empresa.

Instrumentos de evaluación

- **Registros actitudinales:** Se llevará un seguimiento (mediante una regular anotación de las observaciones) de la asistencia y puntualidad del alumno, de su actitud y grado de implicación con el módulo formativo, de su participación en clase y de sus aportaciones al buen desarrollo de la misma, etc.
- **Trabajos prácticos:** Si los hubiera deberán atender a las indicaciones formales y de contenido recogidas en el planteamiento de cada una de las actividades y reflejar un adecuado nivel competencial conceptual, técnico, procedimental, estético, etc.
- **Prueba teórico-práctica (examen):** El examen podrá combinar preguntas “tipo test” con otras de “respuesta corta” o “de desarrollo”. Así mismo podrá incluir supuestos prácticos.

Procedimiento de evaluación

La valoración del nivel alcanzado en las distintas competencias tomará como referencia los siguientes ítems (se refiere a los alumnos que alcancen el 80% de asistencia):

- En los registros actitudinales (**10 %** de la nota final), se valorará:
 - Puntualidad.
 - Participación coherente, reflexiva y crítica.
 - Cooperación, respeto y ayuda a los compañeros.
 - Llevar al día las actividades propuestas.
- En la elaboración y presentación de trabajos de forma individual o grupal (**40%** de la nota), se valorará:
 - Contenido y estructura: comprensión y expresión adecuada a los conceptos, argumentación, capacidad de análisis, bibliografía...
 - Presentación formal: claridad expositiva, diseño, originalidad, grado de elaboración...
 - Exposición oral en clase, tutorías, etc.
 - Plazo de entrega. No se aceptarán trabajos fuera del plazo establecido, salvo causa justificada. En dicho caso, el trabajo no entregado contará como 0 y hará media con el resto de los trabajos.
- En las pruebas teórico-prácticas (**50 %** de la nota final):
 - Dominio de los conocimientos teóricos para la resolución de tareas o situaciones prácticas.
 - Capacidad de análisis, comprensión y expresión adecuada (con particular atención a los errores sintácticos y ortográficos) de los conceptos fundamentales.
 - Capacidad de argumentación y de estructuración de las ideas, estableciendo relaciones entre las mismas.
 - Espíritu crítico en la presentación de los contenidos y la utilización del conocimiento teórico para la resolución de tareas o situaciones.

En todos los apartados de la evaluación deberán obtener al menos un 5 sobre 10 para poder superar la asignatura, salvo en la prueba teórico- práctica, que se aceptará un 4 sobre 10 para hacer media con el resto de los apartados.

En el supuesto de no superación de alguna evaluación, ésta se podrá recuperar en la evaluación final ordinaria de junio (prueba teórico- práctica).

En caso de pérdida de la evaluación continua, el alumno deberá de presentarse a la prueba general ordinaria de junio, en la que se le evaluará de todo el curso que no tenga superado, habiendo entregado previamente todos los trabajos que se le indiquen, con al menos, 15 días de antelación a la fecha del examen.

En caso de no superación de la evaluación continua o la prueba general ordinaria, el alumnado tendrá derecho a una prueba extraordinaria, tal como indica la normativa vigente.

COORDINACIÓN ENTRE ASIGNATURAS: Con el fin de conseguir una mejora en la enseñanza, se realizará una coordinación entre distintas asignaturas, por lo que podrán establecerse modificaciones en la secuenciación de la asignatura y consecuentemente en los instrumentos y criterios de evaluación.

7. Actividades extraescolares.

Visita a empresas relacionadas con el campo profesional del ciclo.

Visita a instituciones que pueden facilitar y ayudar al alumno en su camino hacia el mundo laboral y profesional: Cámara de Comercio, Ágora, Agencia de Desarrollo Local, CEEI, Aitex, Dato asociación, etc. Se concertará con dichas instituciones la posibilidad de recibir algún tipo de formación complementaria más especializada a través de la realización de seminarios, conferencias, talleres, jornadas, etc., por parte de sus profesionales.

Visita a la OAMI (Oficina de Armonización del Mercado Interior) en Alicante. Asistencia a exposiciones, ferias, jornadas, seminarios, etc., relacionados con el módulo formativo y el campo profesional del ciclo.

Esta propuesta de actividades se realizará en función de los recursos y de la disponibilidad de calendario tanto de la EASDAIcoi como de las empresas e instituciones señaladas. Queda igualmente condicionada a la evolución de la pandemia del COVID-19.

8. Recursos.

Para el normal funcionamiento de este módulo, dado su carácter teórico-práctico, se precisa de un aula suficientemente equipada con:

- Mesas y sillas (con posibilidad de variar su distribución).
- Pizarra y pantalla de proyección.
- Ordenador.
- Cañón de proyección.
- Conexión a internet de alta velocidad.
- Varios enchufes y regletas para la conexión de los ordenadores que traigan los alumnos.

El aula se debe poder dejar en penumbra para que las proyecciones alcancen la necesaria claridad. Por otra parte, sería conveniente que la biblioteca del centro estuviera dotada de al menos dos ejemplares de los títulos recogidos en la bibliografía básica y uno de aquellos que conforman la bibliografía complementaria.

9. Bibliografía

Bibliografía básica

- A.D.C.V. (2008). El valor del diseño. Valencia: Autor.
- A.D.C.V. (2009). Estudio sobre el perfil profesional del diseñador gráfico en la Comunidad Valenciana. Valencia: Autor.
- Asensio del Arco, Eva y Vázquez Blömer, Beatriz. (2020). Empresa e iniciativa emprendedora. Madrid:Paraninfo.
- CEEI. (2008-13). Manuales y guías CEEI. Valencia: Autor
- Chan Kim, W. / Mauborgne, R. (2005). La estrategia del océano azul. Barcelona: Granica, S.A.
- Clark, T., Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2012). Tu modelo de negocio. Barcelona: Deusto. ▸ Ferrazzi, K. (2010). Nunca comas solo. Barcelona: Amat Editorial.
- López Capel, F. (2012). El poder del networking. La Coruña: Netbiblo, S.L. ▸ Mochón, F. (2010): Principios de economía. Madrid: McGraw-Hill.
- Bueno, P. (2009). Emprendiendo hacia el 2020. Barcelona: Gestión 2000. ▸ Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2010). Generación de modelos de negocio. Barcelona: Deusto.
- Pinilla Más, F.M., Martínez Beorlegui, J.I. y Sangüesa Ortí, J. (2007). Proyecto empresarial. Madrid: McGraw Hill.
- Piscopo, M. (2008). Guía de marketing y promoción para ilustradores y diseñadores. Madrid: Divine Egg Publicaciones.
- Santesmases Mestre, M. (2007). Marketing, conceptos y estrategias. Madrid: Pirámide. ▸ Santesmases Mestre, M. y Merino Sanz, M.J. (2009). Fundamentos de marketing. Madrid: Pirámide.
- Suárez Sánchez-Ocaña, A. (2011). Ha llegado la hora de montar tu empresa. Barcelona: Deusto.
- VV.AA. (2007). Administración, gestión y comercialización de la pequeña empresa. Madrid: McMillan Heinemann.
- VV.AA. (2013). El libro de los emprendedores. Barcelona: Deusto. ▸ VV.AA. (2011). Nuevo libro blanco de la ilustración Gráfica en España. Madrid: FADIP.

Bibliografía complementaria

- Alcázar, P. (2009). Entre singles, dinkis, bobos y otras tribus. Barcelona: Planeta, S.A. ▸ Alonso Rivas, J. y Grande Esteban, I. (2004). Comportamiento del consumidor. Madrid: ESIC.
- Celaya, J. (2008). La empresa en la web 2.0. Barcelona: Gestión 2000. ▸ Córdoba-Mendiola, D. (2009). Coolhunting. Barcelona: Gestión 2000. ▸ Cornella, A. y Flores, A. (2007). La Alquimia de la innovación. Barcelona: Deusto. ▸ Dans, E. (2010). Todo va a cambiar. Barcelona: Deusto.
- Davila, T., Epstein, M. y Shelton, R. (2006). La innovación que sí funciona. Barcelona: Deusto.
- Ezquer Matallana, F y Alcoba González, J. (2012). La empresa creativa. La Coruña: Ed. Netbiblo, S.L.
- Flores, A. (2011). La actitud innovadora. La Coruña: Netbiblo, S.L. ▸ García Manjón, J. V. (2009). Gestión de la innovación empresarial. La Coruña: Netbiblo, S.L.
- García Manjón, J.V. y Rodríguez, J.A. (2011). El ABC de la innovación. La Coruña: Netbiblo, S.L.
- García- Milà, P. (2011). Está todo por hacer. Barcelona: Plataforma Editorial. ▸ Gil, V. y Romero, F. (2008). Crossuser. Barcelona: Deusto.
- Godin, S. (2002). La vaca púrpura. Barcelona: Gestión 2000.
- Labudovic, A. y Vukusic, N. (2009). El todo en uno del diseñador gráfico. Barcelona: Promopress.

- Levine, R., Locke, CH., Searls, D. y Weeinberger, D. (2001). El manifiesto Cluetrain. Barcelona: Deusto.
- Montaña, J. y Moll, I. (2007). El diseño en la empresa. Casos de éxito. Valencia: ADCV. • Montaña, J. y Moll, I. (2009). El diseño en la empresa. Casos de éxito II. Valencia: ADCV. • Monreal, C.A. (2001). Qué es la creatividad. Madrid: Biblioteca nueva. • Moskowitz, H y Gofman, A. (2007). Vendiendo elefantes azules. Barcelona: Gestión 2000. • Nafría, I. (2007). Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet. Barcelona: Deusto. • Sanagustín, E. (2009). Claves del nuevo marketing. Barcelona: Gestión 2000. • Sousa, S. (2011). Hazlo distinto. La Coruña: Netbiblo, S.L.
- Revista: Emprendedores.
- Prensa diaria: El País, El Mundo, Información, etc.

ENLACES (páginas web, bases de datos, documentación hemerotecas, etc.)

www.actualladeconomica.com

www.adecco.es

www.adtriboo.com

www.agenciatributaria.es

www.anuarioeco.lacaixa.comunicacions.com

www.apic.es/es

www.apiv.com

<http://aquiheytrabajo.rtve.es/>

www.autocontrol.es

www.barcelonactiva.cat

www.behance.net

www.bestiario.org

www.businessmodelgeneration.com

www.camaraalcoy.net

www.camaras.org

www.capital.es

www.cdicv.com

<http://ceeialcoi.emprenemjunts.es>

www.cepyme.es

www.cis.es

www.diarioinformacion.com

<http://disseny.ivace.es>

www.domestika.org

www.drawfolio.com

www.ec.europa.eu/eures

www.ec.europa.eu/eurostat

www.empleate.gob.es

www.emprendedores.es

www.espanol.doingbusiness.org

www.europass.cedefop.europa.eu

www.freelance.es

www.gemconsortium.org

www.globaltrends.com

www.gvajove.es

www.ideas.upv.es

www.ine.es

www.infojobs.net

www.ipyme.org

www.ivace.es www.kickstarter.com www.lanzanos.com <https://es.linkedin.com>

www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/propiedadintelectual.html

www.miguelsantesmases.com

<https://oami.europa.eu/ohimportal/es/home> www.ocu.org www.oepm.es

<http://portal.circe.es> www.premioseficacia.com

www.rtve.es/television/fabricadeideasdetve

www.seg-social.es

www.sepe.es www.servef.es
www.sistemanacionalempleo.es
www.springwise.com
www.trendwatching.com
www.twago.es
www.ventanillaempresarial.org
www.wipo.int/portal/es/index.html
www.yoriento.com
www.060.es
www.99designs.es