



## Programa de creación y consolidación de empresas en el ámbito del enoturismo

Febrero de 2012

1.	Presentación y objetivo .....	3
2.	Características generales del programa .....	5
2.1.	Destinatarios .....	5
2.2.	Número de participantes .....	5
2.3.	Duración .....	5
3.	Metodología, propuesta del contenido y desarrollo de los trabajos.....	7
3.1.	Metodología formativa .....	7
3.2.	Propuesta de contenido y desarrollo de los trabajos .....	8
3.3.	Evaluación y control de calidad .....	16
3.4.	Apoyo continuado durante los siguientes dos años .....	16
4.	Calendario orientativo .....	17
5.	Presupuesto .....	19

## 1. Presentación y objetivo

---

En un contexto económico complicado como es el actual, es fundamental aprovechar los recursos endógenos de los territorios para generar actividad económica con un enfoque de sostenibilidad como garante del desarrollo económico. Además, la competitividad y el crecimiento de las regiones pasa por que sus empresas adquieran esas mismas facultades –competitividad y crecimiento-, generando más empleos, ofertando más productos, expandiendo sus mercados,...

Este programa tiene en cuenta estas premisas y tiene como finalidad contribuir a desarrollar el turismo temático en torno al vino, actividad de interés cultural y gastronómico con amplia representación en Ciudad Real. Para ello se ayudará tanto a la mejora de nuevas iniciativas empresariales como a la consolidación de actividades empresariales ya existentes en este ámbito.

De forma más específica, se lograrán los siguientes objetivos:

- Formar a los participantes en técnicas específicas de gestión de la producción en empresas del ámbito de la enología o el turismo, orientados a una mayor eficacia y rentabilidad de su producción.
- Asesorar de forma individual a cada uno de los participantes, con el fin de que pueda contar con un diagnóstico afinado de la situación actual de su empresa en sus diversas áreas o departamentos.
- Asesorar de forma individual a cada uno de los participantes, con el fin de que pueda contar con un plan realista de mejora de las potencialidades y de la competitividad de su empresa en relación al mercado turístico actual.
- Asesorar a potenciales o actuales emprendedores en el mercado del enoturismo con el fin de que puedan desarrollar su plan de negocio.
- Proporcionar información sobre posibles incentivos, ayudas y subvenciones que apliquen a su territorio y a la rama específica de actividad del enoturismo.
- Asesorar a los participantes en aspectos de asociacionismo y cooperación competitiva en gestión de empresas de enoturismo.
- Proporcionar a los participantes herramientas para la mejora de la producción, promoción y comercialización en el entorno específico del

mercado actual del enoturismo y sus perspectivas de evolución previsibles.

- Proporcionar a los participantes perfiles de demanda de consumidores de enoturismo en función del mercado actual y de sus tendencias.
- Proporcionar a los participantes información sobre innovaciones en investigación de mercados, estrategias de marketing, promoción, comunicación y comercialización del enoturismo.
- Proporcionar a los participantes elementos de innovación y competitividad en el mercado del enoturismo basados en referencias reales del mercado español, europeo y del resto del mundo.
- Proporcionar elementos de creatividad e innovación de cara al fomento del emprendimiento y a la mejora de las estructuras empresariales actuales en el mercado del enoturismo.
- Proporcionar a los participantes estrategias de marketing asociado entre empresas.
- Proporcionar a los participantes estrategias de marketing asociado a redes comerciales externas en España y en los mercados internacionales.
- Proporcionar a los participantes estrategias de marketing asociado en colaboración con los entes públicos.

## 2. Características generales del programa

---

### 2.1. Destinatarios

- Empresarios y emprendedores en turismo rural, turismo interior y agroturismo.
- Empresarios y responsables de la gestión de pequeñas empresas de producción de vino con interés en recibir visitas y eventos turísticos.
- Empresarios y responsables de la gestión de empresas de enoturismo.
- Emprendedores en dichas actividades que cuenten ya con un proyecto definido, tanto si aborda de forma integral la producción de turismo rural y de enoturismo, como si aborda de forma parcial alguno de sus aspectos o servicios complementarios.

### 2.2. Número de participantes

- Un mínimo de veinte empresas/emprendedores y un máximo de veinticinco.

### 2.3. Duración

- 10 semanas consecutivas a un promedio de 32 horas semanales con la siguiente distribución de contenidos:

a. Sesiones de formación conjunta:

En estas sesiones conjuntas se impartirán los contenidos generales del programa, con el fin de proporcionar los conocimientos, herramientas y habilidades esenciales en cada una de las áreas de conocimiento y promover las sinergias e intercambios de experiencia entre los participantes en el mismo.

b. Acciones de acompañamiento y seguimiento individualizado

Con la consigna de la mayor flexibilidad y adaptación a cada uno de los alumnos participantes, se desarrollan actuaciones de seguimiento individualizado en los que se orienta a cada uno en función de su perfil profesional y de la actividad de cada empresa, en el proceso de aplicación e implementación de los

contenidos generales abordados a las sesiones conjuntas de formación.

### 3. Metodología, propuesta del contenido y desarrollo de los trabajos.

---

#### 3.1. Metodología formativa

Los programas serán impartidos por personas con amplia experiencia profesional y docente, siendo todos ellos consultores homologados por la Fundación INCYDE como formadores.

Los programas se desarrollarán en la modalidad **presencial**, si bien se recurrirá al uso de la plataforma de formación on-line de la Fundación INCYDE para impartir los módulos transversales de Prevención de Riesgos Laborales; Medio Ambiente; Igualdad de Oportunidades; y Redes Sociales y Comunicación On line.

La mejora de competencias de los participantes se trabaja mediante dos vías complementarias:

- **Formación genérica** que se imparte en sesiones de asistencia conjunta y
- **Formación específica y a “la medida”** durante la consultoría semanal mantenida con cada participante en su propio domicilio o sede social, o en la sede de la Cámara.

Tanto los contenidos teóricos como los prácticos de la formación conjunta se adaptarán a la formación previa y a los conocimientos de los participantes, de manera flexible y fomentando la participación, el debate y la búsqueda conjunta de soluciones y el desarrollo de casos prácticos. El planteamiento de experiencias e iniciativas en los distintos ámbitos de las empresas participantes permitirán examinar y discutir diferentes alternativas, analizando proyectos de éxito y las posibles causas de otros que han fracasado o no han alcanzado sus principales objetivos.

El trabajo en las tutorías individuales abordará el entorno en el que se enmarca el proyecto empresarial y las características específicas del mismo, abriendo vías de desarrollo y consolidación de la actividad realizada por el empresario, gestor profesional o emprendedor.

En las tutorías se aplicarán a cada caso individual los contenidos de los distintos módulos, enlazándolos con las herramientas y técnicas que los participantes deberán aplicar a sus respectivas situaciones y proyectos.

### **3.2. Propuesta de contenido y desarrollo de los trabajos**

#### INTRODUCCIÓN Y CONSULTORÍA INICIAL. AREA DIRECCION DE PROYECTOS

- Aportación de metodologías para el análisis del entorno de la empresa productora de turismo rural y de enoturismo en función de factores:
  - a. políticos,
  - b. administrativos,
  - c. sociales,
  - d. tecnológicos,
  - e. operativos,
  - f. ambientales y climáticos,
  - g. jurídicos,
  - h. recursos humanos disponibles,
  - i. y cualesquiera otros relevantes.
- Aportación de metodologías para el análisis interno de la empresa, en función de las capacidades de los empresarios, profesionales y emprendedores que les puedan llevar a una posición competitiva:
  - a. capacidades personales,
  - b. formación previa,
  - c. habilidades complementarias,
  - d. conocimientos,
  - e. actitudes hacia el aprendizaje y la innovación,
  - f. posibilidades financieras, etc.
- Diagnóstico DAFO de la situación actual de la empresa en cuanto a fortalezas y debilidades intrínsecas de la empresa o proyecto, y en cuanto a amenazas y oportunidades procedentes del entorno y del mercado.
- Aportación de metodologías para la elaboración de planes de mejora de la producción y la competitividad, en el mercado de la producción y comercialización del turismo rural y del enoturismo.

- Aportación de metodología para la elaboración de un estudio básico de viabilidad y plan de negocio destinado a las nuevas iniciativas emprendedoras en producción de actividades complementarias a la producción de turismo rural y de enoturismo.

#### AREA PRODUCTO DE ENOTURISMO

- Panorama productivo del sector del turismo cultural interior, del turismo rural y del enoturismo.
- Innovaciones en producción y tecnología ligadas al mundo del turismo cultural interior y del enoturismo.
- Conceptualización, diseño y desarrollo de nuevos productos y servicios ligados al turismo cultural interior y al enoturismo.
- Configuración de productos de turismo cultural interior y de enoturismo en función de los perfiles funcionales y motivacionales de la demanda: modas, tendencias, patrones de consumo, edad, nivel social, nivel cultural, etc.
- El producto de ocio y de turismo ligado al mundo del vino:
  - a. catas,
  - b. degustaciones,
  - c. festivales del vino,
  - d. festivales gastronómicos,
  - e. rutas del vino,
  - f. eventos turísticos en bodegas,
  - g. incentivos en bodegas.
- La interpretación del patrimonio como elemento del producto turístico cultural y del enoturismo.
- Estructuración de las visitas.
- Animación en bodegas.
- Benchmarking de productos de la competencia.
- Gestión de producción en la empresa de turismo cultural interior y enoturismo.
- Clubs de compra.

- Definición de productos y multi-productos.
- Formatos de producto.
- Diagnóstico del tipo de productos.
- Presentación y análisis de datos del mercado.
- Análisis de demanda de consumo del turismo cultural interior y del enoturismo: motivaciones y expectativas, variables funcionales, tendencias.
- Análisis de oferta e infraestructuras.
- Análisis de servicios generales y servicios básicos.
- Análisis de condicionantes operativos.

## AREA DE FINANZAS

- Estructura financiera básica de la empresa.
- Propuestas de organización del área administrativo-financiera.
- Los estados y documentos financieros:
- Balance de Situación
- Cuentas de Explotación y Resultados
- Concepto y acciones de Control de Gestión.
- Indicadores de gestión en las empresas del sector del turismo rural y del enoturismo.
- Política de precios.
- Estimación y presupuestos de ingresos y gastos.

## AREA DE CALIDAD, LEGISLACIÓN Y GESTIÓN ESPECÍFICAS DEL SECTOR TURÍSTICO

- Conceptos de calidad turística.
- Sistemas de calidad turística.

- Sistemas de calidad aplicados al turismo cultural interior, al turismo rural y al enoturismo.
- Sellos y marcas de calidad turística.
- La calidad como elemento del marketing del turismo cultural interior, del turismo rural y del enoturismo.
- Legislación y marco regulador aplicados al turismo rural y el enoturismo.
- La planificación del turismo rural y del enoturismo.
- El marco institucional y administrativo del turismo rural y del enoturismo.
- Asociacionismo en turismo rural y enoturismo

## AREA DE JURÍDICO – FISCAL EN LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN DE VINO Y DE ENOTURISMO

- Legislación general aplicable.
- Legislación específica aplicable.
- Sistemas de Estimación Directa, Indirecta y por Módulos.
- Relaciones con las Administraciones Públicas, Seguridad Social y Administración tributaria.
- Modelos de contratos empresariales y profesionales propios del sector del turismo rural y del enoturismo.

## AREA DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO Y GUIADO DEL ENOTURISMO, PRODUCTOS TÍPICOS AFÍNES

- Conceptualización, diseño y desarrollo de productos de turismo rural.
- El perfil de la demanda de turismo rural y agroturismo.
- Conceptualización, diseño y desarrollo de productos de agroturismo.
- Relaciones del turismo rural y del agroturismo con otras actividades productivas en el espacio rural y natural: turismo activo, deportes de

aventura en la naturaleza, turismo de naturaleza y ecoturismo, turismo cultural interior.

- Breve historia de la interpretación del patrimonio y de su evolución.
- La puesta en valor del patrimonio.
- Concepto y definición de interpretación del patrimonio.
- Técnicas fundamentales de interpretación del patrimonio.
- Tratamiento del patrimonio tangible.
- Tratamiento del patrimonio intangible (leyendas, tradiciones orales, mitos, etc.).
- La importancia de los mitos en la interpretación y la comunicación del patrimonio.
- Elementos básicos de la comunicación.
- La comunicación del patrimonio.
- El hecho diferencial.
- La relevancia al ego.
- La generación de interactividad.
- La interpretación del patrimonio como herramienta para el diseño de actividades de ocio cultural y de turismo cultural.
- La interpretación del patrimonio como herramienta para enriquecer eventos temáticos y culturales.
- Humanización y personalización de los mensajes.
- Interactividad entre la demanda y el patrimonio.
- El contacto privilegiado e íntimo con los recursos patrimoniales.
- Creación de experiencias emotivas y de vinculación emocional.
- La interpretación del patrimonio en el marketing de las emociones
- Infraestructuras de apoyo a la interpretación del patrimonio: senderos interpretativos, recorridos interpretativos, centros temáticos, centros de interpretación, centros de visitantes, centros de recepción y acogida, centros de recursos locales, mesas interpretativas, monolitos y tótems, etc.

- Materiales interpretativos; folletos/ brochures, mapas, topoguías.
- La tecnología en la interpretación: pantallas interactivas, recorridos geo-referenciados, audioguías, sistemas por teléfono móvil, realidad aumentada, etc.
- Señalización informativa.
- Señalización interpretativa.
- Textos informativos.
- Textos interpretativos.
- Interpretación del patrimonio inmaterial: eventos, actividades folklóricas, fiestas, tradiciones, ceremonias.
- Atención a la interculturalidad.
- El concepto de ecomuseo o museo vivo.
- Interpretación del patrimonio aplicada al turismo rural y al agroturismo.
- Interpretación del patrimonio aplicada al enoturismo.

## AREA DE MARKETING, PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ENOTURISMO

- Cómo elaborar un plan de marketing de empresa de turismo rural.
- Cómo elaborar un plan de marketing de empresa de enoturismo.
- Gestión de marketing avanzado, comercialización y distribución.
- Seminarios de producto.
- Presentaciones de destino.
- Estrategias de fijación de precios
- Comercialización y distribución directas.
- Comercialización informal y alternativa a través de clubs del vino, clubs gastronómicos, clubs de ocio, asociaciones, colectivos de intereses específicos, colectivos corporativos.
- Comercialización en Internet.
- Comercialización asociada.

- Redes comerciales nacionales e internacionales.
- Elementos de marketing.
- Redes de conocimiento de marketing e investigación de mercados de oferta y demanda en el sector del turismo rural y del enoturismo.
- Investigación de mercados de oferta y demanda.
- Posicionamiento y reposicionamiento de producto y de marca.
- Notoriedad.
- Sistemas de realización de benchmarking.
- Comunicación, imagen e identidad en el sector del turismo rural y del enoturismo.
- Definición de imagen corporativa.
- Estructuración de identidad corporativa y merchandising.
- Branding o política de marcas en el sector del turismo rural y del enoturismo.
- El plan de comunicación.
- La dirección de comunicación.
- Comunicación on line.
- Gestión de marketing avanzado: promoción y comercialización.
- Estructuración de campañas de publicidad.
- Preparación y rentabilización de la presencia en ferias, salones, exposiciones y otros eventos promocionales en el sector del turismo rural y del enoturismo.
- Promoción on - line.
- Estrategias y acciones de marketing específicamente aplicadas al turismo rural y al enoturismo.
- Rentabilización de la presencia en bolsas de contratación.
- Diseño de planes de marketing turístico aplicados a cada uno de los participantes.
- Análisis de sus planes de marketing turístico.

- Revisión de puntos fuertes y débiles.
- Identificación de oportunidades de mercado.
- Análisis de benchmarking de otros productos de turismo rural y de enoturismo, así como productos afines comparables y relevantes existentes en el mercado.

#### ÁREA APLICACIONES INFORMÁTICAS, GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN E INTERNET

- Diagnóstico de necesidades.
- Aplicaciones informáticas para el área de gestión de producción y gestión departamental.
- Aplicaciones informáticas para el área de marketing y comercialización.
- Uso de Internet.
- Aplicaciones informáticas para las áreas administrativas.
- Aplicaciones informáticas para el área económico-financiera.
- Estudio de necesidades informáticas.
- Presupuestación de hardware y software.
- Internet y TIC en la producción, promoción y comercialización aplicadas al sector del turismo rural y del enoturismo

#### AREA DE CALIDAD Y MEDIO AMBIENTE

- Normativa aplicable de seguridad. Adaptaciones y señalizaciones necesarias.
- Seguridad alimentaria.
- Normativa específica de Gestión Medioambiental para el sector de la producción de turismo rural, agroturismo y enoturismo.
- Calidad de destinos y de entornos/ marketing territorial/ marcas de territorio.
- Calidad de productos.

- Calidad de operaciones y procesos.
- Calidad de imagen.
- Calidad y profesionalidad en los recursos humanos.
- Evaluación y programación de necesidades formativas en seguridad, calidad, medio ambiente y gestión de la sostenibilidad.
- Accesibilidad universal.
- Marcas de calidad de destino y marcas de calidad de productos como herramienta de marketing en el sector del turismo rural y en el sector del enoturismo.
- Marcas asociadas y clubs de calidad.
- Calidad de imagen de destinos y productos.
- Recomendaciones específicas en materia de seguridad, calidad y gestión medioambiental aplicadas a cada tipo de empresa.

### **3.3. Evaluación y control de calidad**

Se requerirá a todos los participantes que evalúen a cada uno de los consultores que les han prestado servicios, utilizando para ello el sistema estandarizado de control de calidad de la Fundación INCYDE. Cualquier valoración por debajo de los valores mínimos aceptados será objeto de análisis específico y, si fuera necesario, de actuaciones de formación y/o apoyo complementarias para subsanar deficiencias en la prestación del servicio.

### **3.4. Apoyo continuado durante los siguientes dos años**

Como complemento al servicio de formación y asesoramiento, el equipo de consultores quedará a disposición de los participantes durante dos años desde la finalización del programa. Durante este tiempo contestará, por correo electrónico, cualquier duda que se le pueda plantear relacionada con la materia que haya impartido.

#### 4. Calendario orientativo

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 1	MAÑANA	Introducción y Consultoría Inicial. Área Dirección de Proyectos	Introducción y Consultoría Inicial. Área Dirección de Proyectos	Introducción y Consultoría Inicial. Área Dirección de Proyectos	Introducción y Consultoría Inicial. Área Dirección de Proyectos
	TARDE	Introducción y Consultoría Inicial. Área Dirección de Proyectos	Introducción y Consultoría Inicial. Área Dirección de Proyectos	CLASE de 19:00 a 21:00 H	Introducción y Consultoría Inicial. Área Dirección de Proyectos
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 2	MAÑANA	Área Producto de Enoturismo	Área Producto de Enoturismo	Área Producto de Enoturismo	Área Producto de Enoturismo
	TARDE	Producto de Enoturismo CLASE de 19:00 a 21:00 H	Área Producto de Enoturismo	CLASE de 19:00 a 21:00 H	Área Producto de Enoturismo
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 3	MAÑANA	Área Finanzas	Área Finanzas	Área Finanzas	Área Finanzas
	TARDE	Área de Finanzas CLASE de 19:00 a 21:00 H	Área Finanzas	Área de Finanzas CLASE de 19:00 a 21:00 H	Área Finanzas
<b>PRL ON LINE</b>					
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 4	MAÑANA	Legislación y Gestión específicas sector turístico	Legislación y Gestión específicas sector turístico	Legislación y Gestión específicas sector turístico	Legislación y Gestión específicas sector turístico
	TARDE	Área de Legislación y Gestión específicas del sector turístico CLASE de 19:00 a 21:00 H	Legislación y Gestión específicas sector turístico	Área de Legislación y Gestión específicas del sector turístico CLASE de 19:00 a 21:00 H	Legislación y Gestión específicas sector turístico
TODO EL DÍA	<b>PRL ON LINE</b>				
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 5	MAÑANA	Jurídico- Fiscal en la Empresa de Producción de vino y de Enoturismo	Jurídico- Fiscal en la Empresa de Producción de vino y de Enoturismo	Jurídico- Fiscal en la Empresa de Producción de vino y de Enoturismo	Jurídico- Fiscal en la Empresa de Producción de vino y de Enoturismo
	TARDE	Jurídico- Fiscal en la Empresa de Producción de vino y de Enoturismo CLASE de 19 a 21 h	Jurídico- Fiscal en la Empresa de Producción de vino y de Enoturismo	Jurídico- Fiscal en la Empresa de Producción de vino y de Enoturismo CLASE de 19 a 21 h	Jurídico- Fiscal en la Empresa de Producción de vino y de Enoturismo
TODO EL DÍA	<b>REDES SOCIALES Y COMUNICACIÓN ON LINE</b>				

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 6	MAÑANA	Consultoría Individual de Dirección de proyectos	Consultoría Individual de Dirección de proyectos	Consultoría Individual de Dirección de proyectos	Consultoría Individual de Dirección de proyectos
	TARDE	Consultoría Individual de Dirección de proyectos	Consultoría Individual de Dirección de proyectos	Consultoría Individual de Dirección de proyectos	
	TODO EL DÍA	<b>IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ON LINE</b>			
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 7	MAÑANA	Interpretación del Patrimonio y Guiado del Enoturismo, productos Típicos afines.	Interpretación del Patrimonio y Guiado del Enoturismo, productos Típicos afines.	Interpretación del Patrimonio y Guiado del Enoturismo, productos Típicos afines.	Interpretación del Patrimonio y Guiado del Enoturismo, productos Típicos afines.
	TARDE	Interpretación del patrimonio y Guiado del Enoturismo, productos típicos afines. CLASE DE 19 A 21 H	Interpretación del patrimonio y Guiado del Enoturismo, productos típicos afines. CLASE DE 19 A 21 H	Interpretación del Patrimonio y Guiado del Enoturismo, productos Típicos afines.	
	TODO EL DÍA	<b>IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ON LINE</b>			
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 8	MAÑANA	Marketing, Promoción y Comercialización del Enoturismo	Marketing, Promoción y Comercialización del Enoturismo	Marketing, Promoción y Comercialización del Enoturismo	Marketing, Promoción y Comercialización del Enoturismo
	TARDE	Área Marketing, Promoción y Comercialización del Enoturismo. CLASE DE 19 A 21 H	Área Marketing, Promoción y Comercialización del Enoturismo. CLASE DE 19 A 21 H	Marketing, Promoción y Comercialización del Enoturismo	
	TODO EL DÍA	<b>IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ON LINE</b>			
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 9	MAÑANA	Aplicaciones Informáticas, Gestión de la Información e Internet	Aplicaciones Informáticas, Gestión de la Información e Internet	Aplicaciones Informáticas, Gestión de la Información e Internet	Aplicaciones Informáticas, Gestión de la Información e Internet
	TARDE	Área Aplicaciones Informáticas, Gestión de la Información e Internet. CLASE DE 19 A 21 H	Aplicaciones Informáticas, Gestión de la Información e Internet. CLASE DE 19 A 21 H	Aplicaciones Informáticas, Gestión de la Información e Internet	
	TODO EL DÍA	<b>IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ON LINE</b>			
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
SEMANA 10	MAÑANA	Tutoría Individual Final. Área Dirección de Proyectos	Tutoría Individual Final. Área Dirección de Proyectos	Tutoría Individual Final. Área Dirección de Proyectos	Tutoría Individual Final. Área Dirección de Proyectos
	TARDE	Tutoría Individual Final. Área Dirección de Proyectos	Tutoría Individual Final. Área Dirección de Proyectos	Tutoría Individual Final. Área Dirección de Proyectos	
	TODO EL DÍA	<b>IGUALDAD DE OPORTUNIDADES ON LINE</b>			