



**EDUCACIÓN FINANCIERA & NUEVOS  
MODELOS DE NEGOCIO PARA APOYAR  
MUJERES EMPRENDEDORAS**

# Guía de Actividades para Facilitadores y Me

## Sumario

Quiénes son los socios del proyecto	4
EL PROGRAMA FIT	5
INTRODUCCIÓN A LA GUÍA DE ACTIVIDADES DE FIT	6
CAPÍTULO 1 FORJANDO UNA EMPRENDEDORA SMART	8
MÓDULO 1.1: EMPRENDIMIENTO SMART/ECONOMÍA CIRCULAR	8
ACTIVIDAD 1. Conócete como emprendedor	9
ACTIVIDAD 2. Colaboración en los Negocios.	13
ACTIVIDAD 3. Mi visión empresarial sostenible	15
MÓDULO 1.2 CREACIÓN DE VALOR	21
ACTIVIDAD 1. Mi visión empresarial: investigación crítica	22
ACTIVIDAD 2. Proyecto de equipo “Listado de ideas creativas”	24
ACTIVIDAD 3. Mi visión empresarial: investigación crítica	28
MÓDULO 1.3. QUÉ ES LA ECONOMÍA CIRCULAR <sup>30</sup>	
ACTIVIDAD 1 “Economía Lineal y Circular” <sup>31</sup>	
ACTIVIDAD 2 “Economía Lineal y Circular para tu futura actividad” <sup>32</sup>	
MÓDULO 1.4 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO	34
ACTIVIDAD 1 “Modelos de negocio antiguos y nuevos”	35
ACTIVIDAD 2 “Coméntalo con tu compañero de escritorio”	37
ACTIVIDAD 3 “Enumerar las ventajas y desventajas de los nuevos modelos de negocio”	38
CAPÍTULO 2 NEGOCIO SOSTENIBLE	45
MÓDULO 2.1 INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN SOSTENIBLE	45
ACTIVIDAD 1 Averiguar qué es la empresa después de su funcionamiento	46
ACTIVIDAD 2 Juego de roles: ética empresarial	47

ACTIVIDAD 3 Economía circular: oportunidades y amenazas (discusión)	48
MÓDULO 2.2 LIDERAZGO Y ESTILOS DE LIDERAZGO	50
ACTIVIDAD 1 Fortalezas y debilidades de una mujer empresaria	51
ACTIVIDAD 2 Lluvia de ideas silenciosa: segregación de basura	52
ACTIVIDAD 3. Campaña social en el entorno local por la ecología	53
MÓDULO 2.3 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS	54
ACTIVIDAD 1 Discusión sobre la influencia del estilo de gestión en la estructura de la organización	55
ACTIVIDAD 2 Disposiciones importantes en el contrato de trabajo	57
MÓDULO 2.4 CONCEPTO DE MARKETING	58
ACTIVIDAD 1 ¿Qué es un mercado?	59
ACTIVIDAD 2 ¿Qué es el marketing?	62
ACTIVIDAD 3 ¿Por qué es tan importante el Análisis FODA?	63
MÓDULO 2.5 ESTRATEGIAS DE COMBINACIÓN DE MARKETING	66
ACTIVIDAD 1 ¿Qué es un concepto de marketing mix? Describir las “7 P” y su importancia	67
ACTIVIDAD 2 Discusión en clase: Ventajas y desventajas de la comercialización.	68
ACTIVIDAD 3 Describir la competencia de marketing, la ventaja competitiva de la empresa y las estrategias de obtención de ventaja competitiva	70
CAPÍTULO 3 CREACIÓN DE SINERGIAS	73
MÓDULO 3.1 COMUNICACIÓN EFECTIVA	73
ACTIVIDAD 1 Presenta tu idea de negocio	74
ACTIVIDAD 2 Negocia tu problema comercial	76
ACTIVIDAD 3 Imagina tu historia empresarial inteligente	78
ACTIVIDAD 4 Plantilla: Presente su idea de negocio	81
ACTIVIDAD 5 Revise la misión de su empresa	83
MÓDULO 3.2 ESTRATEGIA DE RED	84
ACTIVIDAD 1 Mapa Estratégico de Networking Empresarial	85
ACTIVIDAD 2 Estrategia de red offline	86
ACTIVIDAD 3 Estrategia de Redes Sociales	89
MÓDULO 3.3 REDES SOCIALES Y PRESENCIA EN LÍNEA	92
ACTIVIDAD 1 Huella digital	94

ACTIVIDAD 2: Plan de redes sociales	94
MÓDULO 3.4 RED	101
ACTIVIDAD 1 Superando el miedo al networking	104
ACTIVIDAD 2 Networking BINGO	104
MÓDULO 4 FINANZAS EMPRESARIALES Y NUEVAS HERRAMIENTAS FINANCIERAS	111
MÓDULO 4.1 FINANZAS EMPRESARIALES INTRODUCCIÓN	111
ACTIVIDAD 1 IDENTIFICACIÓN DE INVERSIONES SEGURAS E INVERSIONES DE RIESGO	112
ACTIVIDAD 2 COMPRENDER EL ANÁLISIS FINANCIERO	113
MÓDULO 4.2 CONTABILIDAD ANALÍTICA	114
ACTIVIDAD 1 Planifica tus gastos	115
ACTIVIDAD 2 Cómo administrar un negocio y obtener ganancias	116
MÓDULO 4.3 DECISIÓN FINANCIERA PARA NEGOCIOS SOSTENIBLES.	117
ACTIVIDAD 1 Mapeo de decisiones financieras	119
ACTIVIDAD 2 Elaboración de un plan de inversión	119
MÓDULO 4.4 CREACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS	120
ACTIVIDAD 1 Entendiendo los Elementos Clave del Plan de Negocios	122
ACTIVIDAD 2 ¡Crea tu propio lienzo de plan de negocios!	122

# ¿Quiénes son los socios del proyecto?

Somos un equipo de 6 organizaciones provenientes de: Grecia, Italia, Malta, Polonia, Lituania y España. Cada organización está especializada en áreas como el empoderamiento, las habilidades empresariales de las mujeres, la innovación, los valores sostenibles y las ciencias sociales. Unimos nuestros conocimientos y recursos con el apoyo de la Unión Europea para traerte una propuesta estructurada para capacitar a tus participantes.

Consulta más sobre nosotros en [Sitio web del proyecto FIT](#).



# EL PROGRAMA FIT

El programa FIT ofrece una experiencia de aprendizaje de calidad a las mujeres que desean iniciar un negocio o que necesitan obtener una nueva ventaja competitiva.

El programa FIT la economía circular y la educación financiera para ayudar a las MUJERES a adquirir las habilidades empresariales que necesitan para iniciar o remodelar su negocio. El programa combina actividades en línea y fuera de línea, estudio individual y trabajo en grupo para permitir a los participantes desarrollar las habilidades y competencias necesarias para administrar un negocio, de manera práctica.

Al participar en el PROGRAMA FIT, las mujeres emprendedoras se enfocarán en potenciar sus habilidades personales, definir su estilo de liderazgo, fortalecer su confianza en sí mismas, la capacidad de liderar con propósito y el pensamiento estratégico-sostenible, favoreciendo así el crecimiento económico mediante la construcción de un amplio movimiento de apoyo a las empresas propiedad de mujeres.

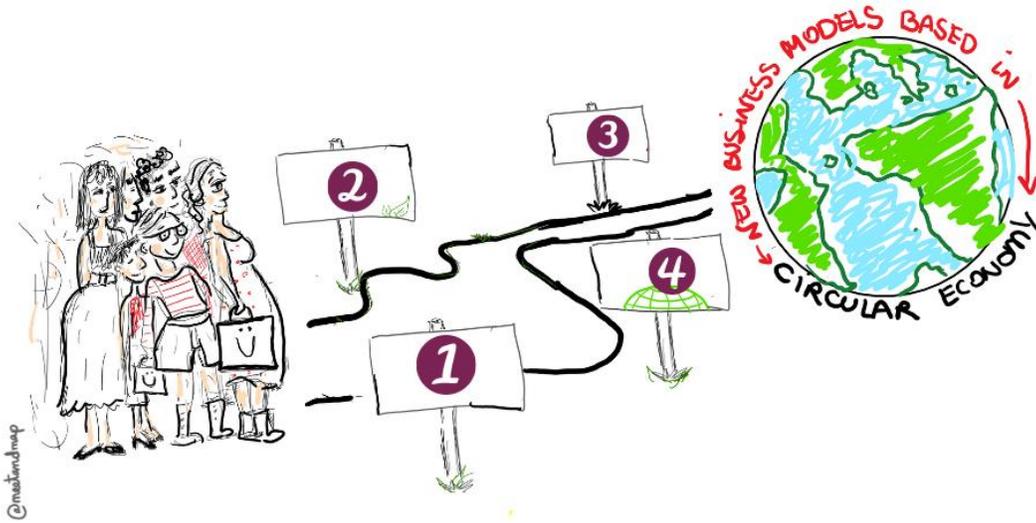
A lo largo del programa, los participantes obtendrán el apoyo estructurado de diferentes mentores y se pondrán en contacto con diferentes partes interesadas y otros actores para acompañarlos en la creación de su red de apoyo de forma estructurada.

El programa FIT se divide en 4 fases, cada una asociada con el conocimiento, los resultados de aprendizaje específicos y la expectativa de que se produzcan resultados específicos para ser 'admitidos' en la siguiente sección. Cada fase contiene elementos clave de diferentes especialidades, para ofrecer una experiencia de aprendizaje única y completa que permita a los participantes crecer como profesionales, aprender qué tipo de apoyo necesitan para cumplir con su plan y poder discutir cara a cara con los profesionales que vienen de otra especialización.

El programa no convertirá a los participantes en diseñadores expertos en finanzas o economía circular. Los elementos que se ofrecen en el programa están destinados a ofrecer una base sólida para la toma de decisiones informadas y ayudarlos a obtener el apoyo profesional que necesitan en cualquier aspecto de su negocio. Esto también debería limitar la interferencia de aquellos que los consideran inadecuados e 'inadecuados' para ser líderes empresariales.

La tutoría múltiple y las reuniones rápidas se han incluido en el proceso para motivar y apoyar a los participantes en la creación de competencias variadas. Tanto las reuniones rápidas como la exposición a diferentes mentores ofrecerán mejores y más duraderas posibilidades de networking, mientras aceleran y multiplican la tasa de éxito de las empresas FIT. Tener más de un mentor es valioso, ya que ninguna persona tiene los dones, talentos, tiempo o capacidad para asesorar sobre todos los aspectos del programa de desarrollo de los participantes.

# INTRODUCCIÓN



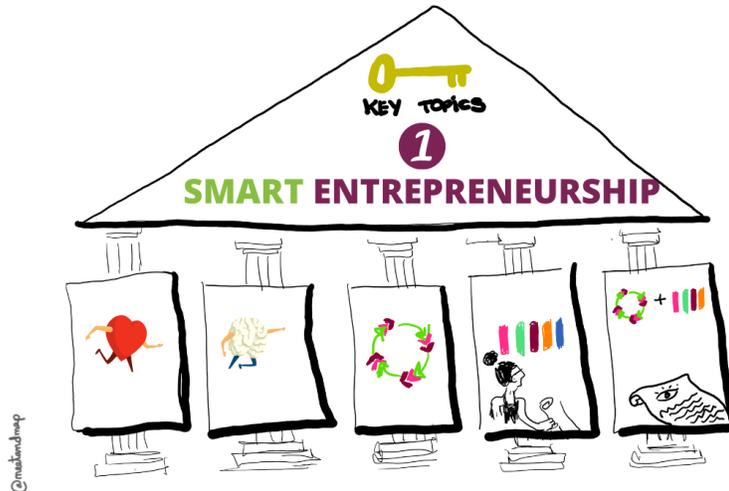
En esta Guía encontrarás referencias y propuestas para desarrollar talleres que lleven a las mujeres a alinearse con sus valores, construir y practicar colectivamente su visión.

**Los 4 temas principales: Emprendimiento Inteligente, Negocios Sostenibles, Creación de Sinergias y Planificación Empresarial** se transformarán en actividades prácticas guiadas por formadores y mentores. Se recomienda que cada actividad termine con una evaluación de mentores y participantes que encontrará al final de la guía.

El empoderamiento económico de las mujeres es una piedra angular de la Agenda para el Desarrollo Sostenible. Líderes de diferentes países impulsan a las mujeres como motores y almas de la transición entre economía lineal y circular. La combinación de ambos aspectos es un desafío prometedor impulsado por un propósito que abordamos con el Programa FIT.

**Programa AJUSTE** es transversal; cruzamos las perspectivas privadas y sociales de los modelos de negocio en todos nuestros materiales y actividades. La multiplicidad de voces de las partes interesadas requiere un mayor enfoque en la diversidad, la equidad, la inclusión y un enfoque de autoevaluación para permitir que florezcan los proyectos sostenibles. Por favor, recuerda complementar esta guía con la Parte Teórica; los folletos y las presentaciones de cada módulo también están disponibles en la plataforma IED Academy.

Este manual será su hoja de ruta para la aventura de descubrir o volver a imaginar el futuro de cada mujer líder que tenga en su grupo. FIT contribuye a empoderarlos individualmente, colectivamente y ojalá entre ellos a nivel internacional a través de nuestras redes que también están disponibles para ti, a partir de ahora.



# CAPÍTULO 1 FORJANDO UN EMPRENDEDOR INTELIGENTE

## MÓDULO 1.1: EMPRENDIMIENTO INTELIGENTE/ECONOMÍA CIRCULAR

### ¿Cuál es el propósito de la sesión?

La sesión invita a descubrir el potencial de su personalidad para ser co-creador del valor que el emprendimiento inteligente aporta a la sociedad al habilitar sus competencias personales y reflejar sus preocupaciones personales de sostenibilidad.

Las actividades planificadas deben desarrollar todo el concepto de visión empresarial a los ojos de cada participante. Siga la secuencia de comprensión del participante de "yo en el negocio", después de "yo mismo o en sociedad", luego "mi propósito sostenible del negocio".

### Objetivos de aprendizaje

- ✓ Reconocer las competencias y habilidades asociadas al “concepto” de “emprendedor inteligente”;
- ✓ Analizar sus competencias y motivación para avanzar en su vida/carrera;
- ✓ Puede comenzar a redactar su visión y su camino hacia la creación de empresas;
- ✓ Reflexionar sobre objetivos sociales, culturales y económicos sostenibles a largo plazo y el curso de acción tomado.

### Duración

Duración total- 2 horas: la parte teórica- 30 min; la parte práctica y cierre- 1 hora 30 min.

## ¿Qué necesitan los educadores para preparar la sesión?

No hay requisitos especiales que hacer antes de la sesión. Algunas recomendaciones específicas de preparación se dan en la descripción de cada actividad.

### Lista de metodologías aplicadas

Métodos de enseñanza aplicados: lectura, presentación, cuestionario en línea, interpretación de datos, análisis de casos en video, lluvia de ideas; mapas mentales.

### Sobre los mentores

La tarea de los mentores es liderar el proceso de aprendizaje. Se requieren habilidades de presentación, habilidades para hacer preguntas y la capacidad de guiar a los participantes en situaciones ambiguas. Los mentores deben estar motivados por objetivos de sostenibilidad global. Se valorará la sesión dirigida por una persona creativa e inspiradora.

## ACTIVIDAD 1. Conócese como emprendedor

Test de personalidad: Los rasgos y habilidades personales que le permitirán hacer negocios.

Esta tarea se asigna para revisar sus características personales y habilidades asociadas con el espíritu empresarial. Usemos el cuestionario preparado por el banco BDS sobre la base de investigaciones y observaciones de las características de los empresarios canadienses.



### Duración

Duración total- 30 min. El cuestionario tomará 10 min, una interpretación- 20 min.

### Descripción paso a paso

Realice el cuestionario, utilizando el enlace en la web:

<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential>

Una vez realizada la prueba, se recopilarán las respuestas y se presentará la evaluación de los rasgos emprendedores en tres pilares: motivaciones, aptitudes y actitudes que tienen una composición más detallada de los rasgos con el detalle de las puntuaciones.

Los resultados de la prueba deben discutirse en la siguiente sesión.

### Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma

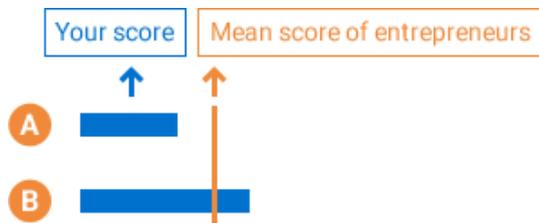
El cuestionario consta de 50 afirmaciones. Los participantes deberán evaluar estas afirmaciones eligiendo en qué medida les corresponden: 1- totalmente en desacuerdo; 2- algo en desacuerdo; 3- algo de acuerdo; 4- totalmente de acuerdo. Pida a los participantes que sean honestos consigo mismos. La recomendación es usar la gama completa de opciones posibles, menos concentradas en el medio.

**Las declaraciones son estas:**

1. Me gusta ponerme desafíos cuando asumo un nuevo proyecto.
2. Me siento bastante cómodo en situaciones difíciles.
3. Donde otros ven problemas, yo veo posibilidades.
4. Siempre me preocupo por lo que pensarán los demás antes de hacer algo importante.
5. Soy curioso y estoy continuamente en busca de descubrimiento.
6. Soy mucho menos efectivo en situaciones estresantes.
7. Quiero construir algo que sea reconocido públicamente.
8. Ante las dificultades, busco soluciones alternativas.
9. Para mí, lo que cuenta es la acción.
10. Para mí, es posible influir en el propio destino.
11. Soy capaz de imaginar cómo podemos hacer que las cosas funcionen.
12. Cuando asumo un proyecto tengo confianza en que lo llevaré a cabo con éxito.
13. Busco la excelencia en todo lo que hago.
14. Según yo, de alguna manera creamos nuestra propia suerte.
15. En general, desconfío de mis instintos.
16. No tengo ningún problema en trabajar para otra persona.
17. Trato de ser el primero o el mejor en mi área de competencia.
18. Para mí, arriesgarse es como comprar un billete de lotería: es una cuestión de azar
19. Soy capaz de ver muchas soluciones a un problema.
20. Prefiero tener la última palabra.
21. Siempre trato de aprender lecciones de mis fracasos.
22. Para mí, todo es posible si creo que puedo hacerlo.
23. Prefiero usar las buenas formas antiguas de hacer las cosas.
24. El éxito es principalmente suerte.

25. Cierta nivel de estrés me estimula.
26. Me resulta fácil motivar a otros para que trabajen conmigo.
27. A menudo me siento atrapado en una situación difícil.
28. Puedo imaginar fácilmente muchas formas de satisfacer una necesidad.
29. Después de un fracaso, soy capaz de levantarme y empezar de nuevo.
30. No siempre estoy dispuesto a hacer sacrificios para tener éxito.
31. No me gusta influir en los demás.
32. Para estar satisfecho conmigo mismo, asumo proyectos fáciles.
33. Cuando asumo un proyecto, no siempre estoy convencido de poder llevarlo a cabo con éxito.
34. Me gusta liderar a otros..
35. Siempre trato de tomar riesgos calculados
36. Me cuesta desenvolverme en situaciones inciertas o ambiguas.
37. Siempre estoy en medio de lanzar nuevos proyectos.
38. Me cuesta anticiparme a eventos, tendencias.
39. Disfruto mucho de las situaciones en las que hay reglas que respetar.
40. Hoy, sin mucho dinero, no podemos asumir mucho.
41. Ser demasiado ambicioso a menudo se percibe mal.
42. Tengo tendencia a posponer las tareas difíciles para más tarde.
43. Soy el tipo de persona que ve el vaso medio vacío en lugar de medio lleno.
44. Hay un tiempo para pensar pero la acción es más importante.
45. No tengo miedo de tomar iniciativas.
46. No importa lo que hagamos, no depende de nosotros.
47. Prefiero ser mi propio jefe.
48. No me considero más ambicioso que los demás.
49. Siempre doy lo mejor de mí en todo lo que hago.
50. Manejo bien mi estrés en situaciones ambiguas e inciertas.

Los resultados se mostrarán con las bandas azules. La vertical roja muestra la puntuación media de un empresario típico en acción.



Las puntuaciones se agrupan en tres unidades:

- ✓ Puntuación mínima, que alerta de la posible falta de la característica;
- ✓ Puntaje promedio, que refleja la característica de una persona que ya está en el negocio
- ✓ Puntuación máxima: el resultado más alto de la prueba.

Las puntuaciones de la prueba se pueden comparar en este rango.

### Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión

El mentor debe interpretar los puntajes para poder dar una explicación más amplia o ejemplos sobre lo que estas características aportan a los emprendedores en sus vidas.

Las características se dividen en tres apartados: motivaciones, aptitudes y actitudes relacionadas con la persona emprendedora. El puntaje general de esto se presenta al final de la prueba. Se distinguen algunas partes integrantes de las características para especificarlas de manera más detallada.

1. **Motivaciones** son factores que determinan el comportamiento. Son las razones subyacentes que inducen a alguien a actuar.
  - 1.1. **Necesidad de logro/éxito.** La necesidad de lograr se demuestra por un deseo de progresar, sobresalir y desempeñarse. A una persona que tiene esta característica le gusta establecer sus propios objetivos y obtener retroalimentación sobre lo que está haciendo para sobresalir. Estas personas suelen ser muy competitivas, especialmente consigo mismas.
  - 1.2. **Apelación de poder/control.** Las personas a las que les gusta el poder y el control a menudo están imbuidas del deseo de liderar e influir. En términos concretos, estas personas quieren organizar y coordinar acciones y movilizar recursos. También les gusta despertar admiración y adquirir estatus social.
  - 1.3. **Necesidad de retos / ambición.** El desafío y la ambición están estrechamente relacionados con la necesidad de lograr. Estas personas buscan constantemente formas de asumir proyectos difíciles, alcanzar sus sueños. Tienen una necesidad constante de aprender.
  - 1.4. **Autosuficiencia / libertad.** Las personas que buscan independencia y libertad quieren ser sus propios jefes y poder tomar sus propias decisiones, establecer sus propias limitaciones; en resumen, tomar decisiones de forma independiente.
2. **Aptitudes** son inclinaciones naturales, competencias, habilidades. Ciertas aptitudes predisponen a alguien a ser emprendedor.

- 2.1. **Perserverancia** se demuestra en la persistencia en los propios esfuerzos, determinación constante para encontrar soluciones a los problemas. Las personas que perseveran y están decididas mostrarán tenacidad y podrán recuperarse rápidamente.
- 2.2. **Autoconfianza / entusiasmo.** La confianza en sí mismo le da a alguien la creencia en sus propios recursos y habilidades, lo hace sentir orgulloso de sí mismo. Alguien que tiene confianza en sí mismo conoce su propio valor y es optimista acerca de su capacidad de logro.
- 2.3. **Tolerancia a la ambigüedad / resistencia al estrés.** Esta es una característica importante en un perfil emprendedor. Las personas que pueden tolerar la ambigüedad pueden manejar y manejar el estrés creado por la incertidumbre. Son muy adaptables.
- 2.4. **Creatividad / imaginación.** La creatividad a menudo se evidencia a través de alguien que es curioso, inquisitivo, capaz de anticipar cosas e imaginar varias soluciones a un problema.
3. **Actitudes** se componen de percepciones, nuestros sentimientos acerca de algo. Son juicios que hacemos, formas en que vemos las cosas.
  - 3.1. **Percepción para actuar sobre el propio destino.** Algunas personas atribuyen su éxito a la suerte, otras lo atribuyen a sus propios esfuerzos. Las personas con perfil emprendedor tienden a creer que tienen el poder de influir en los acontecimientos a través de las acciones que realizan.
  - 3.2. **Acción orientada.** Una característica fundamental del emprendedor es su orientación a la acción. El entusiasmo por actuar y la diligencia son rasgos bastante comunes de los empresarios. Creen que tienen que actuar para tener éxito.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

La tarea de los participantes es hacer una lista de fortalezas y debilidades personales de acuerdo con los puntajes del cuestionario. Se les podría aconsejar que hicieran cualquier forma de la lista.

Es importante vigilar el estado de ánimo de los participantes, no permita que se molesten.

Por favor, no dé por sentado el hecho de obtener o carecer de las características meticulosamente. Ninguna prueba puede abarcar todos los factores que juegan un papel en el emprendimiento, como circunstancias personales, experiencias, etc. Los resultados le permitirán comparar sus respuestas con el grupo de emprendedores. Está preparado para explicar que ninguna prueba puede indicar todo el potencial de la personalidad. Cada experiencia, tiempo y factores ambientales pueden dar una ventaja.

Una indicación estimada debe ser considerada como un punto de posible desarrollo en el futuro o un objetivo para dirigir las acciones de mitigación.

### **Antecedentes / referencias / fuentes**

<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential>.

## ACTIVIDAD 2. Colaboración en los Negocios.

El objetivo de la tarea es definir el valor de la asociación en los negocios, para encontrar cómo los diferentes roles de los grupos se unen para lograr los objetivos mutuos.

### **Duración**

30 minutos

### **Descripción paso a paso**

Se propone a los participantes trabajar en un caso breve, presentado en formato de vídeo. Visite el sitio web "Mujeres emprendedoras en todo el mundo", <https://www.thefewgroup.com/>, o el canal de Youtube para abrir el registro de video llamado "Cualidades de una asociación comercial exitosa" de Sarah y Fiona Zhuang, las cofundadoras de la empresa "Sarah Zhuang Jewellery".

**Se pueden elegir dos opciones para esta actividad.**

**Ejercicio 1.** Pida a los alumnos que escuchen la charla de 5:15 a 10:05 min. y haga una lista de 5 consejos importantes que las hermanas comparten sobre los factores de éxito en los negocios.

Haga una breve discusión en un grupo. Pida a los participantes que recuerden situaciones similares que podrían haber aprendido de los amigos u otras personas que ilustran estos consejos en sus vidas.

**Ejercicio 2.** Pida a los participantes que escuchen el diálogo de 10:25 a 14:20 min. Identificar las lecciones aprendidas por las hermanas en su negocio.

Discuta los posibles contratiempos y desafíos que han superado.

Pida a las participantes que hagan una lista de al menos 4 desafíos que las hermanas superaron juntas.

Concluya la discusión con las ventajas que podría traer una asociación exitosa.

Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

Los participantes encontrarán fácilmente el video en Youtube.

### **Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión**

Para escuchar el video con anticipación antes del taller. No se necesita nada más especial.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

**Ejercicio 1.** Los participantes deben enumerar estas respuestas:

- 1) Sueño grande;
- 2) mantente apasionado;
- 3) seguir aprendiendo;
- 4) trabaja duro;

5) ser uno mismo.

**Ejercicio 2.** Las respuestas deben ser similares a:

- 1) no tengas miedo de salir de tu zona de confort;
- 2) a veces está absolutamente "bien" decir NO;
- 3) mantener el equilibrio trabajo-vida;
- 4) No hay problemas irresolubles.

La lista de posibles debilidades a preparar por cada participante.

Hágales pensar en las instrucciones para entrenarse o encontrar un compañero que pueda fortalecer las debilidades. Una lista de acciones de mitigación que deben realizar para superar posibles desafíos en sus vidas.

### **Otros comentarios**

Los mentores pueden usar opcionalmente el ejercicio 1 o el ejercicio 2. El ejercicio 2 debe tomarse como una prioridad. Ambos ejercicios podrían alcanzar el objetivo máximo de la actividad.

### **Antecedentes / referencias / fuentes**

<https://www.thefewgroup.com/>

<https://www.youtube.com/watch?v=6Y0FPkgoX8w>

## **ACTIVIDAD 3. Mi visión empresarial sostenible**

El objetivo de la tarea es visualizar la naturaleza de su posible negocio que sea compatible con sus objetivos e impulso personales.

### **Duración**

20 minutos

### **Descripción paso a paso**

Visita el sitio web: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>.

Pida a los participantes que revisen la lista de los 17 ODS, los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que están en acción en la UE. Asegúrese de que comprendan dónde se encuentran las posibilidades de negocio. Recuerde el concepto de emprendimiento inteligente discutido al final de la parte teórica.

Pida a los participantes que elijan una o dos secciones que se acerquen más a su personalidad, a su interés. ¿De quién se preocupan? ¿Tienen algunas soluciones?

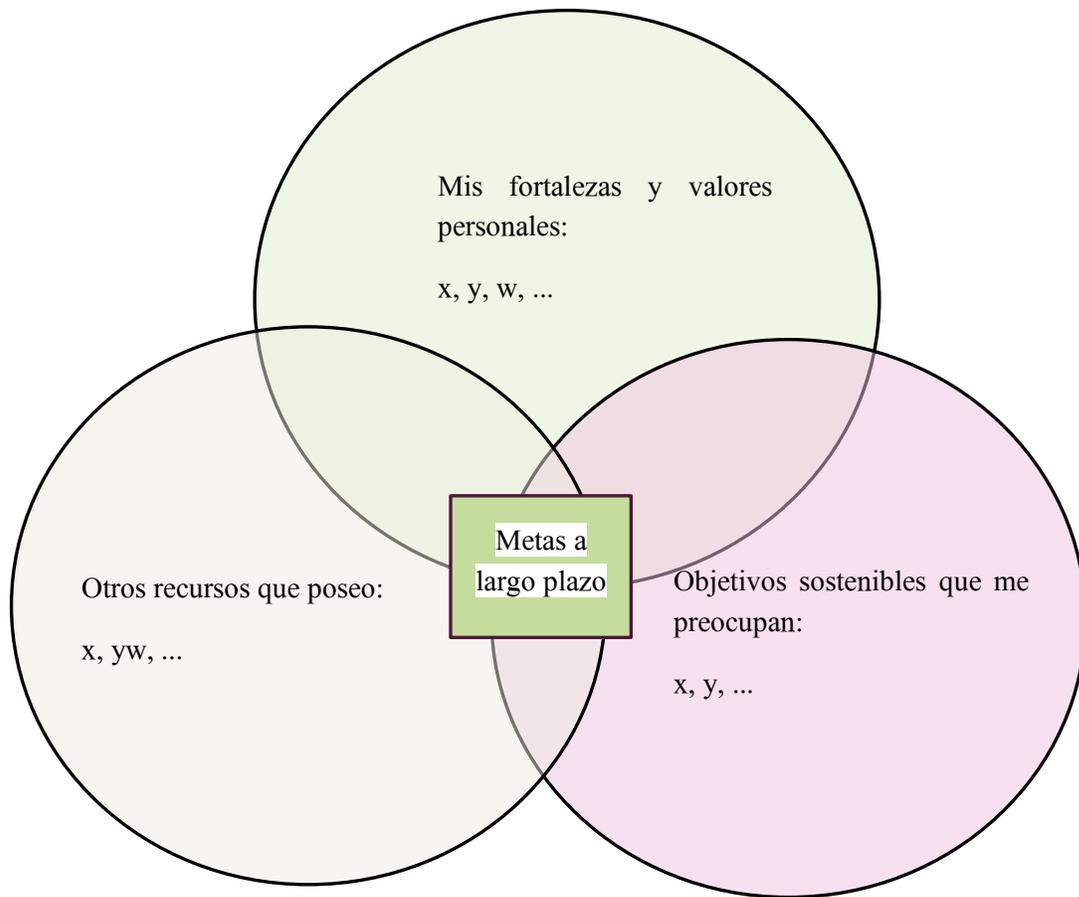
El siguiente paso es establecer una meta de por vida para generar una visión empresarial que parezca útil para cada participante. Sus objetivos deben coincidir con las aspiraciones personales, todos los recursos que poseen, como habilidades personales, experiencia, relaciones, redes, suministros materiales, etc.

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Los participantes encontrarán un archivo en Moodle con una descripción de la tarea.

**Ejercicio 1.** Siguiendo las actividades anteriores en esta sesión los participantes deberán indicar sus características en tres grupos:

- 1) Mis fortalezas y valores personales:
- 2) Otros recursos que poseo:
- 3) Objetivos sostenibles que me preocupan:



De acuerdo con estas características personales, los participantes deben establecer sus metas a largo plazo.

MIS METAS A LARGO PLAZO:

1.....  
.....

**Una visión empresarial se presenta como una imagen en la que se centran los empresarios.**

El borrador de la visión empresarial contiene estos elementos:

- 1) Área y ámbito de negocio;
- 2) Enfoque y propósito de sostenibilidad;
- 3) Misión personal y autorrealización;
- 4) Relaciones con los demás.

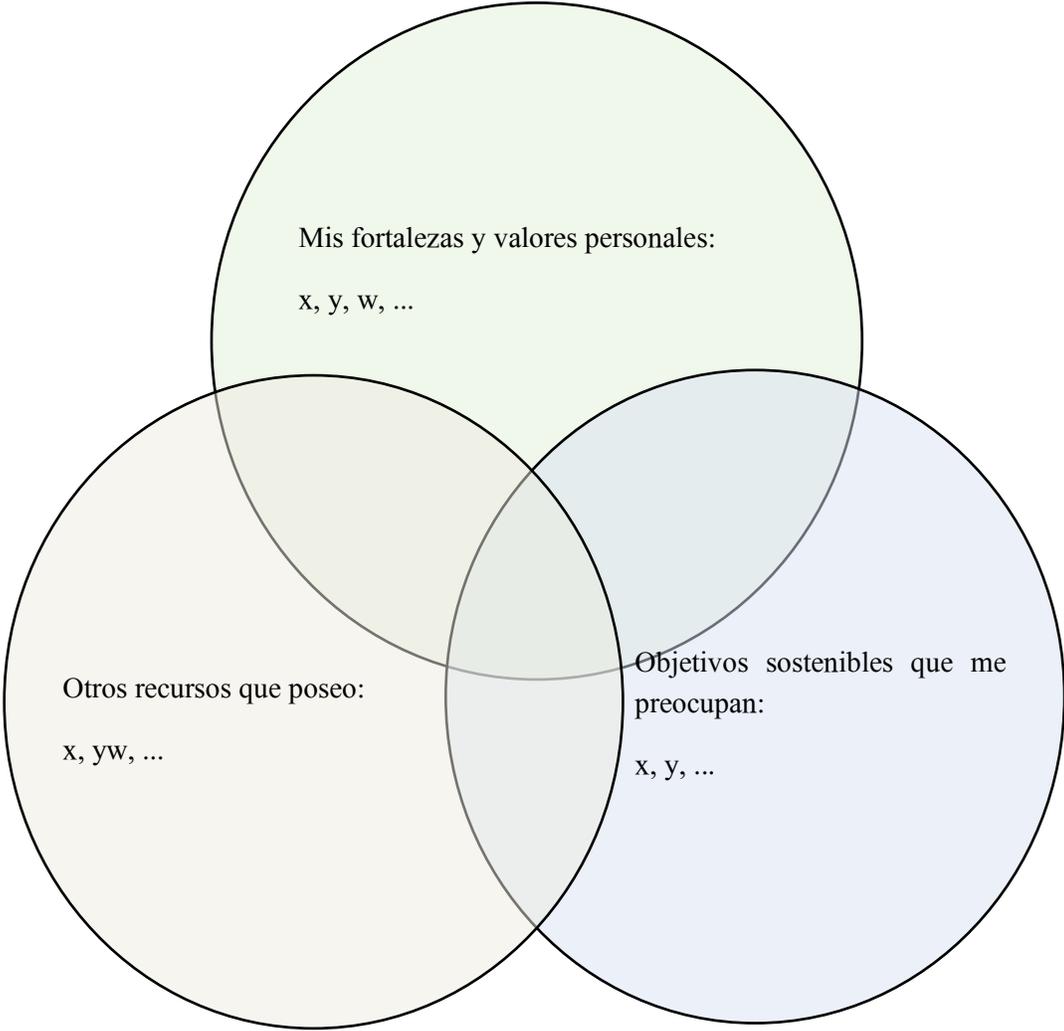
Pida a los participantes que utilicen estos elementos para hacer un borrador de su visión empresarial.

Pida utilizar el formato de declaración de visión que se proporciona en la plantilla del ejercicio, o puede pedir a los participantes que adopten cualquier otra forma para redactar la visión, por ejemplo, un mapa mental.

**Plantilla Actividad 3: Redacte su visión empresarial sostenible**

Tarea 1. Establecer los objetivos a largo plazo

Opción 1: Elige el formulario a llenar para escribir una visión de negocio.



MIS METAS A LARGO PLAZO:

1.....

2.....

3.....

## MI VISIÓN DE NEGOCIO SOSTENIBLE

Una oración debe contener:

Área y ámbito de negocio;

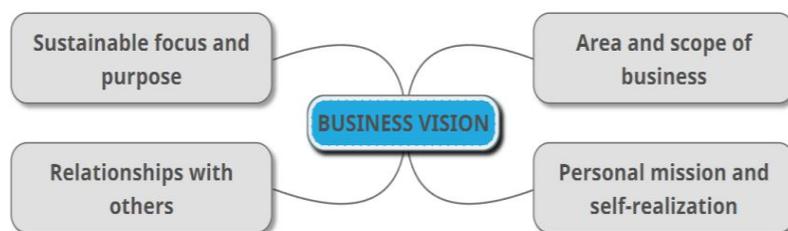
Enfoque y propósito de sostenibilidad;

Misión personal y autorrealización;

Relaciones con los demás.

.....  
.....  
.....

**Opción 2:** Elija una aplicación para hacer un mapa mental de su visión empresarial, como <https://app.mindmup.com/> o similares.



Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión

Para estar al tanto de los 17 Objetivos Globales de Sostenibilidad, prepárese para explicar.

Se solicita la comprensión de los recursos relacionados con el negocio.

Para estar al tanto de posibles aplicaciones u otras tecnologías de uso de herramientas de mapas mentales.

**Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Una lista de fortalezas y debilidades personales con acciones de mitigación planificadas para superar posibles desafíos (considerando la necesidad de relacionarse con los demás).

Una lista de las metas a largo plazo basadas en problemas sociales, culturales y económicos reales.

Un mapa O una declaración de una visión comercial potencial hecha por los participantes, que contenga: área y alcance del negocio; enfoque y propósito de sostenibilidad; misión personal y autorrealización; relaciones con los demás.

### Otros comentarios

Si los recursos y las características de la participante hacen que esté a punto de perder el ánimo o caer, ayúdela a enfocarse en la creación de valor en cualquier posible problema de sostenibilidad institucional.

La redacción de la visión empresarial debe traerles satisfacción como resultado del trabajo realizado por ellos mismos PARA ellos mismos.

### Antecedentes / referencias / fuentes

<https://sdgs.un.org/goals>

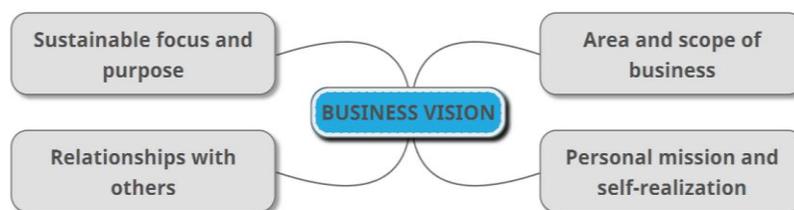
<https://www.mindmup.com/>

### Plantilla Actividad 3: Redacte su visión empresarial sostenible

Tarea 2: combinar elementos de visión

El borrador de la visión empresarial puede tener diferentes formas. Elige el que más te guste.

- 1) El camino de los mapas mentales. Es fácil de usar aplicaciones, como: <https://app.mindmup.com/map/nuevo>, u otras personas.



- 2) Use una forma de escribir una declaración de visión empresarial, combinando los elementos de la visión.

## MI VISIÓN DE NEGOCIO SOSTENIBLE

Una oración debe contener:

Área y ámbito de negocio;

Enfoque y propósito de sostenibilidad;

Misión personal y autorrealización;

Relaciones con los demás.

.....	.....
.....	.....
.....	.....

### **Puntos de control de aprendizaje/evaluación**

Se debe evaluar el mapa final de la visión del negocio.

Las variables de valoración (peso de la misma sobre el total):

- 1) identificación de las características relacionadas con el negocio en el perfil de uno - 25 %;
- 2) las acciones de mitigación de las debilidades identificadas- 25 %;
- 3) metas a largo plazo que incluyen fortalezas personales y metas de autorrealización, preocupaciones sobre la sostenibilidad, recursos disponibles, necesidad de asociación: 25 %;
- 4) el borrador de la visión empresarial de 4 caras- 25 %.

### **DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA**

Quiz es un método de cuestionamiento utilizando el cuestionario desarrollado. Se recomienda utilizar un formulario digital del cuestionario en forma de declaraciones dadas listas para recopilar las respuestas de los participantes y evaluar los puntajes de acuerdo con el sistema propuesto en él.

Un método de caso proporciona una forma de indagación que eleva una visión de la vida en su complejidad. Es importante enfatizar las lecciones aprendidas en la experiencia comercial real y trabajar con los participantes para extraer los valiosos consejos.

La lluvia de ideas como método de enseñanza puede entenderse como “la reflexión de ideas por parte de una o más personas en un intento de idear o encontrar una solución a un problema” (Merriam-Webster Dict.). Utilice este método para las partes creativas de la sesión.

Los mapas mentales son una forma de vincular conceptos clave mediante imágenes, líneas y enlaces. Un concepto central se vincula mediante líneas con otros conceptos que a su vez se vinculan con otras ideas asociadas. El mapeo mental utiliza el concepto de "pensamiento radiante", es decir, los pensamientos se irradian desde una sola idea, a menudo expresada como una imagen. Sugerimos usar este método de forma interactiva (aplicaciones).

### **Cualquier comentario adicional**

Resalte la importancia de que los participantes sean creativos, abiertos a sí mismos y anímelos a la acción, sin importar cuán atrevidas o lentas sean sus decisiones.

### **Fuentes / referencias**

<https://www.thefewgroup.com/>

<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/business-assessments/self-assessment-test-your-entrepreneurial-potential>

<https://www.youtube.com/watch?v=6Y0FPkgoX8w>

<https://sdgs.un.org/goals>

<https://www.mindmup.com/>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/brainstorming>

<https://www.emeraldgroupublishing.com/how-to/study-skills/mind-map>

## **MÓDULO 1.2 CREACIÓN DE VALOR**

### **¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general**

El objetivo del taller es extraer el máximo valor de la visión de negocio planteada en el taller anterior. La sesión invita a las personas a practicar el proceso de creación de valor mediante la aplicación de habilidades de pensamiento crítico. Un modelo de creación de valor de la idea de negocio requerirá aplicar el enfoque de pensamiento de diseño. Los participantes trabajarán en el proyecto del equipo excediendo el tiempo del taller para preparar su modelo de creación de valor para implementar la idea de negocio inteligente y sostenible.

### **Objetivos de aprendizaje**

- ✓ Practicar el pensamiento crítico y creativo para investigar el proceso de creación de valor;
- ✓ Crear un modelo de creación de valor de una idea de negocio innovadora;
- ✓ Seleccione las principales actividades de creación de valor para implementar una idea de negocio inteligente y sostenible.

### **Duración**

Duración total- 2 horas.

La parte teórica durará unos 30 min.

Las actividades prácticas de esta sesión están previstas de dos formas:

- ✓ taller en duración de 1 hora 30 min;

✓ También se espera de los participantes trabajo en equipo fuera del taller.

### **Lo que los educadores deben hacer para prepararse para la sesión**

Los mentores deben informar a los participantes para que traigan su mapa/declaración de visión empresarial realizada en la sesión anterior.

La preparación para explicar el Modelo de Creación de Valor en una situación práctica es imprescindible.

Prepárese para guiar a los participantes en el uso de las plantillas de tareas en la plataforma.

Lista de metodologías aplicadas

Métodos de enseñanza aplicados: lectura, presentación, trabajo en equipo, lluvia de ideas, método de entrevista.

### **Sobre los mentores**

La tarea de los mentores es liderar el proceso de aprendizaje. Se requieren habilidades de presentación, habilidades para hacer preguntas y la capacidad de guiar a los participantes en situaciones ambiguas. Los mentores deben ser críticos y solidarios.

## **ACTIVIDAD 1. Mi visión empresarial: investigación crítica**

La tarea se da para aplicar habilidades de pensamiento crítico. El objetivo es tener una visión empresarial más fundamentada investigando los posibles problemas de los autocríticos y tratando de verificarlos mediante la argumentación crítica.

### **Duración**

30 minutos. (el tiempo para recolectar respuestas de las autoridades no está incluido)

### **Descripción paso a paso**

La tarea requiere del participante un trabajo de autoinvestigación individual continuado por las acciones de verificación de los demás.

La actividad se inicia cuando los participantes toman sus borradores de visión empresarial que se han realizado en la sesión anterior.

Aplicando la clasificación conductual del pensamiento crítico, piden a los participantes que demuestren la identificación de problemas, la recopilación de información, la exploración de opciones y la toma de decisiones finales.

El primer paso es identificar qué hace que la visión empresarial sea poco clara o dudosa. NOTA: es de gran importancia aplicar habilidades de pensamiento crítico para fundamentar las suposiciones con argumentos precisos: ¿por qué crees eso? ¿En qué tipo de hechos basa su suposición?

El siguiente paso es recopilar información y explorar las opciones sobre los mismos argumentos por parte de las autoridades que tienen. Puede ser cualquier experto o practicante de negocios, familiares o amigos,

dependiendo de la problemática a investigar. Cuide que los argumentos recopilados sean específicos y razonables.

El resultado de esta actividad es una serie de argumentos para ser confirmados o negados como a. Si estos resultados pueden influir en la visión del negocio, realice los cambios en ella.

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Desde mi punto de vista		Cómo lo ven los demás		Verificación
Problemas/ Preguntas	mis argumentos	Autoridad en la que confío	Argumentos de autoridad	Decisión final
1.				
2.				
...				
...				
Mi visión empresarial sostenible:				

A continuación se presenta una tabla que los participantes encontrarán en la plataforma:

Se pide a los participantes que llenen los espacios vacíos de la tabla.

La sección gris se enfoca en el punto de vista personal, las dudas como los problemas para implementar su visión empresarial.

La sección rosa es para completar la información de las autoridades.

En la zona verde deberán dejar constancia de la decisión final tras el proceso de verificación.

La última línea es para la declaración revisada de su visión empresarial (si es necesario).

**Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión**

Sugerimos que los educadores echen un vistazo a la mesa en la plataforma para estar listos para instruir a los participantes.

Resultados concretos que los participantes deben preparar

El resultado final es una visión empresarial clarificada, moldeada por el proceso de verificación crítica.

**Antecedentes / referencias /fuentes**

Bandyopadhyay, S., Szostek, J. Pensar críticamente sobre el pensamiento crítico: evaluar el pensamiento crítico de los estudiantes de negocios utilizando múltiples medidas. - Revista de Educación Empresarial de los Negocios. <https://scholarworks.iu.edu/dspace/bitstream/handle/2022/26470/jeb-subir-critical.pdf?sequence=1>

## ACTIVIDAD 2. Proyecto de equipo “Listado de ideas creativas”

El objetivo del proyecto es practicar el proceso de la Rueda de Creación de Valor para formular el valor concreto de las ideas de negocio. Como parte importante del proyecto, se debe considerar el valor de la asociación para obtener una ventaja competitiva sostenible en el negocio. Finalizando el trabajo del proyecto, las actividades clave a realizar para obtener el valor del negocio.

### Duración

60 min para trabajar en el taller.

El proyecto en equipo puede tomar hasta 2 horas adicionales en caso de que los miembros del equipo encuentren dificultades de trabajo en equipo o dibujen un campo de creatividad demasiado extenso.

### Descripción paso a paso

El proyecto está diseñado para pasar por el proceso de creación de valor utilizando el

**Rueda de creación de valor** modelo. Hay una plantilla de proyecto dada en la plataforma.

La tarea se prepara como un proyecto de equipo. Los miembros del equipo tienen que contribuir a cada una de las tareas. Las tablas dadas en la plantilla deben cumplirse de manera consistente.

**Tarea 1** requiere que establezcan el valor del problema o desafío que quieren resolver al hacer el negocio. Límite de tiempo preferido: 5 min. El problema como preocupación de sostenibilidad puede trasladarse desde la visión empresarial.

**Tarea 2** requiere generar numerosas ideas de negocio. Pida a los miembros del equipo que piensen creativamente y hagan una lista de ideas de negocios. Aconséjeles que tengan una lista de al menos 5 ideas de negocios diferentes. Aunque no es un problema tener menos números, en este caso la tarea 3 podría reducirse. Límite de tiempo- 30 min.

**Tarea 3** pide seleccionar las mejores ideas de negocios, clasificándolas de acuerdo con la lista definida de posibles criterios o filtros. El valor de una posible asociación podría ser un criterio importante. El límite de tiempo es de aproximadamente 10 min.

**Tarea 4** requiere dejar pasar las ideas de negocio por un embudo de filtros clasificados hasta encontrar la solución final. Los participantes tienen que fundamentar el valor final de la idea de negocio. Límite de tiempo- 15 min. La tarea 4 es la última que se planeó realizar en el taller.

**Tarea 5** invita a buscar el valor operativo en los negocios. Considere la posibilidad de que las 3M (Manpower, Minute & Money) puedan ser validadas a su idea de negocio final, definiendo las actividades para la implementación de la solución final. Se debe indicar el valor de los socios comerciales.

como **tarea 5** se deja para el desarrollo fuera de los marcos del taller, asegúrese de que los participantes comprendan los requisitos de la tarea.

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Los participantes encontrarán la siguiente construcción del proyecto en la plataforma:

**Tarea 1.** Presente un diagnóstico de su visión de negocio sostenible.

Fase de VCW	Acciones a realizar
Descubra valor	Un reto o problema de sostenibilidad en el que te enfocas:

**Tarea 2.** Generar numerosas ideas de negocio. Definir los criterios/filtros para resolver el desafío.

Fase de VCW	Acciones a realizar
Crear valor	La lista de las ideas de negocio (aprox. 5-6):

**Tarea 3.** Seleccione las ideas de la lista completa. Clasifique los criterios/filtros para resolver el desafío.

Fase de VCW	Acciones a realizar
Analizar valor	2-3 ideas seleccionadas: Filtros utilizados para la selección: Posibilidades de asociación:

**Tarea 4.** Las ideas seleccionadas pasan por un embudo de filtros clasificados hasta encontrar la solución final.

Fase de VCW	Acciones a realizar
Valor de tierra	Última idea de negocio: Posibilidades de asociación:

**Tarea 5.** Considere las 3M (Manpower, Minute & Money) y el valor de la asociación para su idea de negocio.

Fase de VCW	Acciones a realizar
valor de operación	Mano de obra: Tiempo: Dinero: Socios:

### Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión

Decidir el principio de hacer los equipos. Se recomienda agruparlos de acuerdo con el problema/preocupación empresarial que están comprometidos a resolver. Otros métodos también están disponibles.

Antes de comenzar las actividades del proyecto, recuerde a los participantes que el éxito empresarial se basa en un triángulo de creación de valor: valor para los propietarios, valor para los empleados, valor para los clientes.

Esté preparado para explicar el papel de 3M (Manpower, Minute, Money) en la gestión empresarial, si es necesario.

NOTA: Los valores de la idea deben coincidir con los valores de las oportunidades.

### Resultados concretos que los participantes deben preparar

Los participantes deben tener una decisión: la idea de negocio final.

La etapa final del proyecto debe presentar el modelo de creación de valor de una empresa innovadora. Deben definirse los valores concretos, incluido el valor de la asociación.

Los resultados pueden dar a los participantes el esbozo de su modelo de negocio aunque esto es necesario en este módulo.

### Plantilla: proyecto de equipo LISTADO DE IDEAS CREATIVAS

Los miembros del proyecto del equipo tienen que contribuir a cada una de las tareas.

Las 5 tareas tienen que ser cumplidas consistentemente. Siga las secciones, complete las líneas.

Aplicar habilidades de pensamiento crítico y creativo.

**Tarea 1.** Presente un diagnóstico de su visión de negocio sostenible.

Fase de VCW	Acciones a realizar
-------------	---------------------

Descubra valor	Un reto o problema de sostenibilidad en el que te enfocas:
----------------	--

**Tarea 2.** Generar numerosas ideas de negocio. Definir los criterios/filtros para resolver el desafío.

Fase de VCW	Acciones a realizar
Crear valor	La lista de las ideas de negocio (aprox. 5-6):

**Tarea 3.** Seleccione las ideas de la lista completa. Clasifique los criterios/filtros para resolver el desafío.

Fase de VCW	Acciones a realizar
Analizar valor	2-3 ideas seleccionadas:  Filtros utilizados para la selección:  Posibilidades de asociación:

**Tarea 4.** Las ideas seleccionadas pasan por un embudo de filtros clasificados hasta encontrar la solución final.

Fase de VCW	Acciones a realizar
Valor de tierra	Última idea de negocio:  Posibilidades de asociación:

**Tarea 5.** Considere las 3M (Manpower, Minute & Money) y el valor de la asociación para su idea de negocio final.

Fase de VCW	Acciones a realizar
-------------	---------------------

valor de operación	Mano de obra:
	Tiempo:
	Dinero:
	Socios:

### Otros comentarios

Los mentores deben preocuparse por el proceso de trabajo en equipo, apoyo en la resolución de problemas.

Se recomienda seguir el marco de tiempo y alertar a los participantes durante el proceso.

Antecedentes / referencias / fuentes

Lages, Luis Filipe (2016), “VCW-Rueda de Creación de Valor: Innovación, tecnología, empresa y sociedad”, *Revista de investigación empresarial*, 69(11).

### Puntos de control de aprendizaje/evaluación

Las variables de valoración (peso de la misma sobre el total):

- 1) la razonabilidad de los argumentos - 20 %;
- 2) el conjunto de criterios que filtra las ideas de negocio a la final - 20 %;
- 3) capacidad de generar ideas de negocios - 30 %;
- 4) identificación de los valores concretos de la idea de negocio- 30 %.

### DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA

El método de entrevista puede entenderse como una “conversación entre personas en la que una persona tiene el papel de investigador” (Arksey y Knight, 1999).

La lluvia de ideas como método de enseñanza puede entenderse como “la reflexión de ideas por parte de uno o más individuos en un intento de idear o encontrar una solución a un problema”. Utilice este método para la generación de ideas de negocio.

El trabajo en equipo como método debe implementarse por su significado esencial como “el trabajo realizado por personas que trabajan juntas como un equipo para hacer algo”.

### Fuentes / referencias

Lages, Luis Filipe (2016), “VCW-Rueda de Creación de Valor: Innovación, tecnología, empresa y sociedad”, *Revista de investigación empresarial*, 69(11).

Arksey, Hilary y Peter Knight (1999). Entrevistas para científicos sociales: un recurso introductorio con ejemplos. Londres: SAGE., <https://methods.sagepub.com/book/interviewing-for-social-scientists>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/brainstorming>

<https://www.merriam-webster.com/dictionary/teamwork>

### ACTIVIDAD 3. Mi visión empresarial: investigación crítica

1. La sección gris es para sus dudas sobre si se puede implementar la visión de negocio. Decide todas las dudas que te surjan, menciona los argumentos que sostienes para persuadirte.
2. La sección rosa es para completar el nombre de la persona que es la autoridad en este tema para que pueda recopilar sus argumentos sobre los mismos temas. Pídeles que sean honestos.
3. La zona verde es para establecer decisiones verificadas que tienen el potencial de aclarar su visión empresarial.
4. Rellena los espacios vacíos de la tabla. Revise la declaración de su visión empresarial si es necesario.

Desde mi punto de vista		Cómo lo ven los demás		Verificación
Problemas/ Preguntas	mis argumentos	Autoridad en la que confío	Argumentos de autoridad	Decisión final
1.				
2.				
3.				
...				
...				
Mi visión empresarial sostenible:				

# MÓDULO 1.3. QUÉ ES LA ECONOMÍA CIRCULAR

## ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

La sobreexplotación de los recursos naturales necesarios para lograr el crecimiento económico y el desarrollo ha tenido un impacto negativo en el medio ambiente y ha afectado adversamente su disponibilidad y costo.

El objetivo de la sesión es:

**Al principio**, para entender la diferencia entre economía lineal y circular;

### Durante la sesión

- ✓ definir la sustentabilidad y su vínculo con el sobreconsumo y la sobreproducción desde el punto de vista empresarial y económico;
- ✓ definir los fundamentos de una economía circular y las características de un modelo de negocio circular.
- ✓ para describir los beneficios comerciales de la transición a un modelo comercial circular.

### Al final

- ✓ comprendido cómo construir una cultura sostenible en las organizaciones, incluyendo cómo incorporar otras estrategias comerciales al proceso.

### Objetivos de aprendizaje

- ✓ Identificar los principales elementos que caracterizan la economía circular
- ✓ Reconocer la terminología principal en CE y su interrelación con los impulsores: habilitadores y aceleradores.
- ✓ Saber qué es el pensamiento circular y enumerar sus beneficios para el “sistema”
- ✓ Reconocer y adaptar un modelo de negocio y hacerlo 'circular'
- ✓ ¿Cuáles son los efectos y beneficios de una economía circular?
- ✓ Relacionar su idea de negocio y sus planes con un sistema de 'bucle cerrado'
- ✓ Diseñar un plan para la mejora de su negocio o productos basado en el enfoque de CE

**Duración: 4 horas.**

### Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión

Deben haber estudiado la parte teórica; tener claro cuáles son los principales elementos de la economía circular.

### Sobre los mentores

La situación actual de Covid 19 y sus restricciones requieren que los mentores del proyecto FIT sigan cuidadosamente a los participantes durante las lecciones.

Los mentores, elegidos por los socios externos o internos al proyecto, deben:

- Haber estudiado “qué es la economía circular”;





Actividad 2	“Escribe otro breve e interesante informe sobre la diferencia entre economía lineal y circular para el sector que abrirás la propia actividad”
45 min. Trabajo individual	

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Los participantes tendrán que producir resultados fiables mediante la economía circular para su propio negocio futuro.

Las actividades n. 1 e s. 2 te ayudará a familiarizarte con los diferentes modelos de economía (lineal y circular).

### **Puntos de control de aprendizaje / Evaluación**

- ✓ observación del comportamiento;
- ✓ Valoración del mentor: Los mentores podrán rellenar un formato -refiriéndose a ellos- por cada participante del curso, con el fin de evaluar su progreso “en itinerario”
- ✓ La sesión finalizará con una prueba de evaluación en forma de autoevaluación. Cada participante se autoevaluará en qué medida han aumentado sus competencias: complete la evaluación de Autoevaluación adjunta (se encuentra al final de esta Guía del taller).

Una simple escala graduada ayudará al participante en la operación.

### **Metodologías aplicadas**

En este módulo, la metodología utilizada se denomina aprendizaje basado en la investigación (RBL); consiste en un marco que ayuda a preparar a los estudiantes para que sean investigadores y aprendices de por vida. El término “investigación”, que a menudo evoca una imagen de estudiantes escribiendo informes de investigación, se define aquí como una forma de pensar sobre la enseñanza y el aprendizaje, una perspectiva, un paradigma.

Es un enfoque específico de la enseñanza en el aula que pone menos énfasis en el aprendizaje de contenido y hechos centrado en el maestro y mayor énfasis en los estudiantes como investigadores activos.

## CHART ONE

Teacher's Role	Classroom Activities	Student Outcomes
<b>Identify and clarify issues and questions with students.</b>	Use engaging activities to introduce key questions and develop curiosity and interest.	Student involvement and engagement. Ownership of questions.
<b>Help students find and process information.</b>	Conduct research, use search engines, read and examine a variety of texts to use as research materials.	Learn research and note-taking skills. Learn how to read for understanding and find key information and ideas.
<b>Help students to think critically and creatively.</b>	Use activities that support evaluation, interpretation, analysis, compare and contrast, creative thinking.	Learn to detect misinformation, to be more creative, think outside the box, think logically, write effectively.
<b>Help students apply knowledge and ideas and draw conclusions</b>	Use activities that help students synthesize information, write summaries, work on an authentic task, solve problems and make decisions.	Learn to synthesize and summarize, write and organize information, use problem solving skills, complete tasks and projects.
<b>Help students communicate results</b>	Use activities that support the development of summary products, student presentations, writing papers, oral presentations.	Learn to make presentations, communicate results orally, and write and organize papers.

Aprenden a leer para comprender, formar interpretaciones, desarrollar y evaluar hipótesis y pensar de manera crítica y creativa. Aprenden a resolver problemas, desafíos y dilemas. Finalmente, desarrollan habilidades de comunicación a través de la escritura y la discusión.

Los maestros juegan un papel clave en el éxito de la instrucción basada en la investigación al comprometer e involucrar a los estudiantes en la recopilación y el procesamiento de información. Si bien los maestros ocasionalmente pueden proporcionar información a través de conferencias y los libros de texto se utilizan como fuente de información, se hace hincapié en que los estudiantes aprendan a buscar y procesar recursos por sí mismos.

## MÓDULO 1.4 NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

### ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

El propósito de la sesión es pensar en nuevas teorías de producción para crear oportunidades y valor económico. Además, se desarrollarán ideas que incluyan soluciones ya existentes en el mercado y nuevos retos.

### Objetivos de aprendizaje

- ✓ Cree en tu capacidad para influir en el curso de los acontecimientos, a pesar de la incertidumbre, los contratiempos y los fracasos temporales. Desarrollar ideas y oportunidades para crear valor, incluidas mejores soluciones para los desafíos existentes y nuevos.
  - ✓ Estar decidido a convertir las ideas en acción y satisfacer su necesidad de lograr.
  - ✓ Identifique y evalúe sus fortalezas y debilidades individuales y grupales.
  - ✓ Reflexione sobre cuán sostenibles son los objetivos sociales, culturales y económicos a largo plazo, y seleccione un curso de acción.
- Sea resistente bajo presión, adversidad y fracaso temporal.

- ✓ Use la herramienta de mapeo de modelos comerciales circulares para visualizar la planificación del ciclo de vida del producto y evaluar cómo cambiará la oferta circular durante cada ciclo de uso

**Duración 4 horas**

**Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión**

- ✓ Los educadores habrán estudiado economía lineal y circular;

**Sobre los mentores**

- ✓ Los mentores han estudiado Economía Lineal y Circular;
- ✓ Los mentores ayudan a los participantes en relación a la especificidad de su idea de negocio: a través de su acompañamiento, aportan ideas y sugerencias, aclaran dudas o puntos difíciles, ayudan al participante a entender cómo hacer y qué hacer;
- ✓ La actividad del mentor acompañará al participante individual (o a los grupos, si se constituyeran) durante el desarrollo del módulo y dará respuesta a las necesidades surgidas durante el mismo.

## **ACTIVIDAD 1 “Modelos de negocio antiguos y nuevos”**

**“Escriba algunos ejemplos de modelos de negocios antiguos y nuevos”**

**Duración 20 min.**

**Descripción paso a paso**

[https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas\\_highsolution.jpg](https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highsolution.jpg)

# The Sustainable Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

On:

Version:

<p><b>Key Partners</b> </p> <p>Who are our key partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform?</p> <p><b>MOTIVATION FOR PARTNERSHIPS:</b> Optimization and economy Reduction of risk and uncertainty Acquisition of particular resources and activities</p>	<p><b>Key Activities</b> </p> <p>What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p><b>CATEGORIES:</b> Production Problem Solving Platform/Network</p>	<p><b>Value Propositions</b> </p> <p>What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying?</p> <p><b>CHARACTERISTICS:</b> Novelty Performance Customization "Getting the Job Done" Design Brand Status Price Care Reduction Risk Reduction Accessibility Convenience/Usability</p>	<p><b>Customer Relationships</b> </p> <p>What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How do they use them?</p> <p><b>EXAMPLES:</b> Personal Assistance Dedicated Personal Assistance Self Service Automated Services Communities Co-Creation</p>	<p><b>Customer Segments</b> </p> <p>For whom are we creating value? Who are our most important customers?</p> <p><b>POSSIBILITIES:</b> New Market Niche Market Segmented Democratized Multi-sided Platform</p>
<p><b>Key Resources</b> </p> <p>What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams?</p> <p><b>TYPES OF RESOURCES:</b> Physical Intellectual (brand patents, copyrights, ideas) Human Financial</p>		<p><b>Channels</b> </p> <p>Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?</p> <p><b>CHANNEL PHASES:</b> 1. Awareness 2. Evaluation 3. Purchase 4. Delivery 5. After Sales (post-purchase customer support) ... of products &amp; services and Value Proposition</p>		
<p><b>Cost Structure</b> </p> <p>What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are the most expensive? Which Key Activities are most expensive?</p> <p><b>IS YOUR BUSINESS MORE:</b> Cost Driven (focused on structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing) Value Driven (focused on value creation, premium value proposition)</p> <p><b>SAMPLE CHARACTERISTICS:</b> Fixed Costs (salaries, rents, utilities) Variable Costs Economies of Scale Economies of Scope</p>			<p><b>Revenue Streams</b> </p> <p>For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?</p> <p><b>TYPES:</b> Asset Sale Usage Fee Subscription Fee Licensing Freemium Usage Fee Lending/Renting/Licensing Brokerage Fees</p> <p><b>FIXED PRICING:</b> List Price Product feature dependent Customer segment dependent Volume dependent</p> <p><b>DYNAMIC PRICING:</b> Negotiation (B2B/B2G) Yield management Real-time Market</p>	
<p><b>Eco-Social Costs</b> </p> <p>What ecological or social costs is our business model causing? Which Key Resources are non-renewable? Which Key Activities use a lot of resources?</p> <p><b>EVALUATION INSTRUMENTS:</b> Life Cycle Assessment (of products and services) Common Good Balance Sheet</p>			<p><b>Eco-Social Benefits</b> </p> <p>What ecological or social benefits is our business model generating? Who are the beneficiaries? Are they potential customers? Can we transform the benefits into a Value Proposition? If yes, for whom?</p> <p><b>INSTRUMENTS:</b> Social Reporting Standard Common Good Balance Sheet</p>	

Based on: [www.businessmodelgeneration.com](http://www.businessmodelgeneration.com)

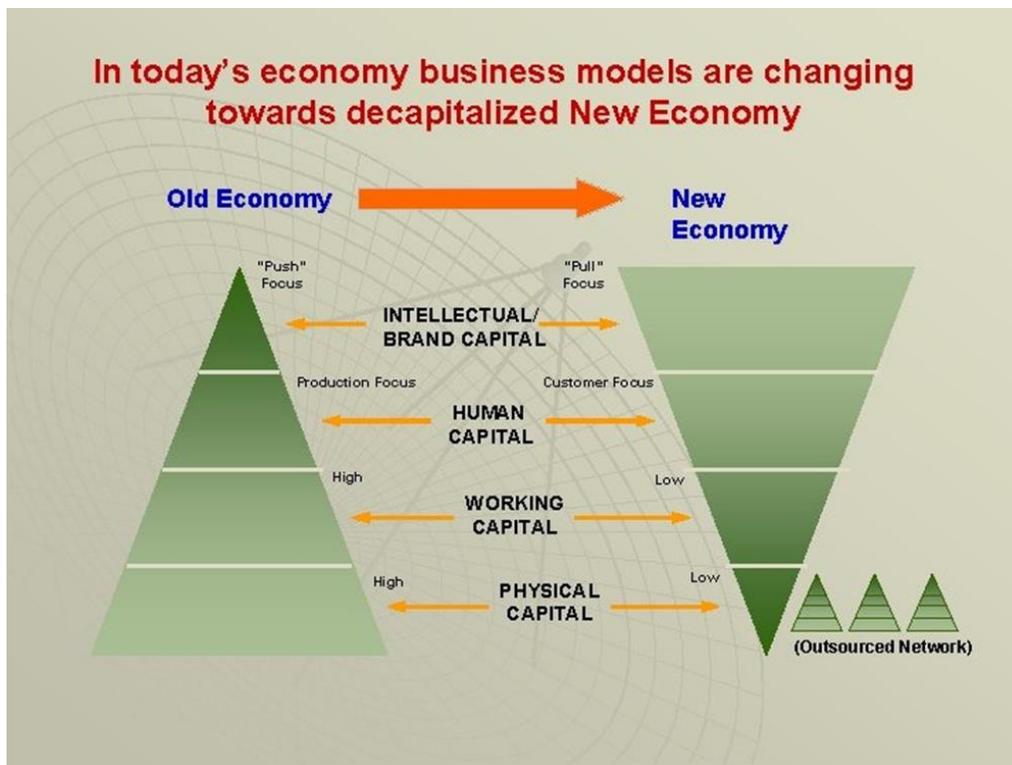
© 2010 Business Model Generation. All rights reserved. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 License. For more information, see <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/>

- ✓ Cada participante puede utilizar el anexo n. 3 después de describir brevemente algunos ejemplos de "Vieja y Nueva Economía" (puede usar la PC y cualquier material disponible).
- ✓ anexo no. 3 es un formato que cada participante debe llevar siempre consigo para integrarlo o corregirlo.
- ✓ Este documento se puede usar individualmente o en conjunto con otros participantes para marcar el progreso o las diferencias.

## Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

- ✓ Presentación de diapositivas;
- ✓ Lea la parte del manual;

## Anexo n. 4



Resultados concretos que los participantes deben preparar

- ✓ Un modelo de negocio innovador debe ser capaz de definir e identificar oportunidades de innovación.
- ✓ Los participantes, en base a lo aprendido en clase, deben realizar una tarea para casa que destaque algunos ejemplos (2 o 3) de modelos de negocio innovadores.
- ✓ La forma del papel es libre: se puede hacer a mano o en la pc; se les pedirá a los participantes que expliquen a la clase lo que encontraron.

**Antecedentes / referencias /fuentes**

<https://morethandigital.info/es/9-modelos-de-negocio-disruptivos-nuevas-oportunidades-para-las-empresas/>

<https://bernardmarr.com/los-9-modelos-de-negocio-más-exitosos-de-hoy/>

<https://connects.world/modelo-de-negocio/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007>

[https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas\\_highsolution.jpg](https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highsolution.jpg)

## **ACTIVIDAD 2 “Coméntalo con tu compañero de escritorio”**

**Duración 20 min.**

**Descripción paso a paso**

- ✓ Ahora, después de la actividad anterior, es importante compartir los resultados con su propio compañero de escritorio.

- ✓ Lea su formato y discútalos.
- ✓ Compara las diferencias entre la vieja y la nueva economía: marca los puntos anotados al compañero de escritorio.

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

- ✓ Presentación de diapositivas;
- ✓ Lea la parte del manual
- ✓ Tenga la tarea que acaba de hacer antes de usted (actividad n.1)

**Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión**

- ✓ Haber leído la parte teórica;

**Resultados concretos que los participantes deben preparar**

- ✓ Note las diferencias reales encontradas durante la comparación y evalúe su importancia;

**Antecedentes / referencias /fuentes**

<https://morethandigital.info/es/9-modelos-de-negocio-disruptivos-nuevas-oportunidades-para-las-empresas/>

<https://bernardmarr.com/los-9-modelos-de-negocio-más-exitosos-de-hoy/>

<https://connects.world/modelo-de-negocio/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007>

## **ACTIVIDAD 3 “Enumerar las ventajas y desventajas de los nuevos modelos de negocio”**

**Duración 20 minutos.**

**Descripción paso a paso**

“Piensa, y escribe, cuáles son las ventajas y las desventajas de esos modelos”

- ✓ Se invita a los participantes a detallar por escrito cuáles son las ventajas y desventajas de los nuevos modelos de negocio;
- ✓ Los participantes comparan sus trabajos;
- ✓ Discusión en clase;

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

- ✓ Los participantes pueden revisar las actividades que acaban de hacer y, si es necesario, investigar en la computadora;

**Resultados concretos que los participantes deben preparar**

- ✓ Saber reconocer tecnologías disruptivas, cambiar las preferencias de los consumidores y cambiar los escenarios competitivos generan una presión continua sobre los modelos de negocio de la empresa.

- ✓ Saber reconocer que los obstáculos a la innovación del modelo de negocio exitoso están ligados a las barreras de la conciencia, la investigación, el sistema, la lógica y la cultura. Muy a menudo, estas barreras no se reconocen como tales.

Antecedentes / referencias / fuentes

<https://morehandigital.info/es/9-modelos-de-negocio-disruptivos-nuevas-oportunidades-para-las-empresas/>

<https://bernardmarr.com/los-9-modelos-de-negocio-más-exitosos-de-hoy/>

<https://connects.world/modelos-de-negocio/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52016IP0007>

Prueba en clase; ENTRADA/SALIDA (anexo n. 5 – 6) <https://study.com/academy/practice/quiz-worksheet-characteristics-of-traditional-economies.html>

## Anexo n. 5 PRUEBA DE ENTRADA

<http://study.com/academy/practice/quiz-worksheet-characteristics-of-traditional-economies.html>

 Study.com

### Quiz & Worksheet - Characteristics of Traditional Economies

---

1. Which one is not a characteristic of a traditional economy?

- They rely on hunting and fishing
- They use barter and trade
- They often live in tribes
- They have a strong money system

2. Which one is not an advantage of a traditional economy?

- They know their role in the economy
- There is less destruction to the environment
- They know how resources will be distributed
- They are unaware of what they will receive in exchange for their job

3. Which one is a disadvantage of a traditional economy?

- There are too many animals to hunt
- Children do not want to learn how to hunt
- The change in weather
- They do not know how to fish for survival

---

Create your account to access this entire worksheet

A Premium account gives you access to all lessons, practice exams, quizzes & worksheets



Access to all  
video lessons



Quizzes, practice exams  
& worksheets



Access to experts for  
homework questions

© copyright 2003-2020 Study.com. All other trademarks and copyrights are the property of their respective owners. All rights reserved.

## Anexo n. 6 PRUEBA FINAL

1) Un incentivo

A) es lo opuesto a una compensación.

B) podría ser una recompensa pero no podría ser una pena.

C) podría ser una recompensa o una penalización.

D) podría ser una pena pero no podría ser una recompensa.

**2) El problema económico más fundamental es**

Una garantía.

B) el hecho de que Estados Unidos compra más bienes a los extranjeros de los que vendemos a los extranjeros.

C) salud.

D) escasez.

**3) La escasez requiere que la gente deba**

Un comercio.

B) competir.

C) cooperar.

D) tomar decisiones.

**4) El análisis del comportamiento de las unidades individuales de toma de decisiones es la definición de**

A) microeconomía.

B) macroeconomía.

C) economía positiva.

D) economía normativa

**5) El término "costo de oportunidad" señala que**

A) puede haber tal cosa como un almuerzo gratis.

B) los ejecutivos no siempre reconocen las oportunidades de ganancias tan rápido como deberían.

C) cualquier decisión sobre el uso de un recurso implica una elección costosa.

D) no todos los individuos aprovecharán al máximo las oportunidades de la vida porque algunos no lograrán

**DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA**

**Servicio de aprendizaje:** El aprendizaje-servicio es un enfoque educativo que combina los objetivos de aprendizaje con el servicio comunitario para proporcionar una experiencia de aprendizaje pragmática y progresiva mientras se satisfacen las necesidades de la sociedad. El Consejo Nacional de Liderazgo Juvenil define el aprendizaje de servicio como "una filosofía, pedagogía y modelo para el desarrollo comunitario que se utiliza como una estrategia de instrucción para cumplir con las metas de aprendizaje y/o los estándares de contenido".

<https://www.learnlife.com/methodologies/service-learning>

**Aprendizaje basado en la investigación:** En el contexto de esta lista, el aprendizaje basado en la investigación se refiere a involucrar a los alumnos directamente en proyectos de investigación auténticos. Esto tiene un impacto en

una variedad de niveles. El alumno obtiene potencialmente una motivación significativa como resultado de su participación en la investigación de la vida real.

Se ha visto que esto es el catalizador para que los alumnos profundicen en los temas.

Además, a través de su participación en la investigación real, los alumnos adquieren conocimientos sobre la naturaleza de la investigación y su papel como investigadores. Las técnicas de investigación se presentan a los alumnos en tantos contextos como sea posible, con el fin de desarrollar sus habilidades de interpretación, análisis y aplicación.

<https://www.learnlife.com/methodologies/research-based-learning>

**Aprender haciendo** Tradicionalmente, la formación de los empleados sigue una estructura rígida. Los trabajadores se reúnen en una sala de conferencias, escuchan una conferencia y salen para realizar una nueva tarea o seguir un nuevo procedimiento. La formación es necesaria para establecer expectativas e inculcar la cultura de empresa, pero no todo el mundo se adapta a este estilo de aprendizaje. Es por eso que muchas organizaciones utilizan el aprendizaje experiencial, un proceso en el que los empleados practican una nueva tarea en entornos del mundo real y luego se toman un tiempo para reflexionar sobre su desempeño. Este método tiene numerosas ventajas, incluida la creación de un entorno de capacitación más atractivo y, por lo tanto, la creación de conexiones y recuerdos más fuertes relacionados con el material enseñado. “El aprendizaje experiencial brinda una oportunidad para el aprendizaje y la mejora continuos.

<https://www.the-learning-agency-lab.com/the-learning-curve/learning-by-doing/#:~:text=What%20is%20learning%20by%20doing,again%20alone%20in%20el%20estudio>

**Aprendizaje entre pares** Para los estudiantes, el aprendizaje entre pares puede conducir a mejores actitudes y una experiencia de aprendizaje más personalizada, atractiva y colaborativa, todo lo cual puede conducir a un mayor rendimiento. Para los maestros compañeros, la experiencia puede profundizar su comprensión del tema e impartir confianza.

<https://www.summertech.net/benefits-of-peer-teaching/#:~:text=For%20students%2C%20peer%20learning%20can,the%20subject%20and%20impart%20confidence>

**Entrenamiento** El propósito del coaching es desbloquear el potencial de las personas para maximizar su propio desempeño. Es ayudarlos a aprender en lugar de enseñarles o decirles. Tome aprender a caminar como un ejemplo: la mayoría de las personas no aprenden a caminar con instrucciones.

Al ayudar al cliente a comprometerse con la acción y al ser una caja de resonancia de sus experiencias, el coaching le brinda al individuo el espacio personal y el apoyo que necesita para crecer y desarrollarse. El papel clave del entrenador a menudo es ayudar al cliente a mantener la motivación y el compromiso necesarios para lograr sus objetivos.

<https://new.coachingnetwork.org.uk/information-portal/what-are-coaching-and-mentoring/>

(Anexo n. 3)

**agujón**

[https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas\\_highsolution.jpg](https://www.case-ka.eu/wp/wp-content/uploads/2017/05/SustainableBusinessModelCanvas_highsolution.jpg)

(sigue el anexo n. 3)

ASOCIACIONES CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	VALOR PROPOSICIÓN	CLIENTE RELACIONES	SEGMENTOS DE CLIENTES
<p>¿Cómo podría fortalecer sus alianzas con organizaciones a lo largo de la cadena de valor para beneficiarse de la circularidad (flujos de materiales, información y capital) en el sistema?</p> <p>¿Qué asociaciones nuevas o inesperadas puede formar para aumentar la circularidad dentro de su organización y el sistema?</p>	<p>¿Qué actividades podrían ayudarlo mejor a lograr su propuesta de valor?</p> <p>¿Cuáles podrían ser las externalidades positivas (es decir, las consecuencias de sus acciones sobre los demás) de sus actividades? ¿Y cómo podría monitorear y descartar cualquier externalidad negativa?</p> <p>¿Cómo podría crear nuevas formas de capital humano, natural o financiero?</p>	<p>Empieza por preguntarte: ¿cuáles son las necesidades que pretendes cubrir? ¿Se requiere un producto o un servicio para satisfacer estas necesidades?</p> <p>¿Hay algo asociado con su producto/servicio que tenga un valor potencial para otros?</p> <p>¿Cómo crearé una historia convincente sobre su propuesta de valor?</p> <p>¿Cómo podría mejorar su propuesta de valor desde el principio diseñando para la adaptabilidad y la evolución continua?</p>	<p>¿Qué circuitos de retroalimentación creará con sus clientes para volverse más ágil y adaptable a sus comentarios?</p> <p>¿Cómo podría conectar a los clientes con otras partes del viaje de su producto/servicio o materiales?</p>	<p>¿Quiénes serán los principales clientes o usuarios de su producto/servicio?</p> <p>¿Quién más podría beneficiarse o verse afectado por sus materiales/producto/servicio? Considere también a los beneficiarios más allá de su cadena de valor e industria inmediatas.</p>
	<p> <b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>¿Cómo podría crear un equipo multidisciplinario dentro o entre organizaciones para crear valor en una economía circular? ¿Cómo podría adoptar la conectividad?</p> <p>¿Qué capacidades necesita para</p>		<p><b>CANALES</b></p> <p>¿Cómo podría rediseñar su relación con su cadena de suministro?</p> <p>¿Cómo podría crear circuitos de retroalimentación directamente en su producto/servicio que le permitan identificar nuevas oportunidades?</p> <p>¿Qué papel podría desempeñar en la cadena de logística inversa?</p>	

	<p>permitir flujos circulares y mecanismos de retroalimentación y administrar su organización con éxito a corto y largo plazo?</p> <p>¿De dónde vendrán sus recursos (fuente renovable o finita) y qué pasará con ellos después de su uso?</p>			
<p> <b>COSTOS</b></p> <p>¿Qué costos podrían compartirse o reducirse a través de otros usuarios y socios?</p> <p>¿Podría pasar de un modelo de propiedad de activos infrutilizados a un modelo de pago por acceso y uso?</p> <p>¿Cómo podría reducir la volatilidad de los costos y la dependencia del uso de recursos finitos? ¿Qué puede hacer para mitigar el riesgo?</p>	<p> <b>INGRESOS</b></p> <p>¿Cómo podría diversificar las oportunidades para aumentar la resiliencia, el crecimiento y la innovación?</p> <p>¿Cómo podría “hacer crecer el pastel” (a través de la creación de valor en otras partes del sistema) impactar favorablemente en su propio éxito futuro?</p> <p>¿Cómo podría su modelo de negocio ayudar a crear otros tipos de valor? ¿Capital humano, social o natural?</p> <p>¿Cómo podrían los nuevos servicios aumentar los ingresos de los productos, activos o sistemas de entrega existentes?</p>			

**Fuentes / referencias**

<https://www.americanexpress.com/en-us/business/trends-and-insights/articles/7-ways-to-build-a-strong-network/>

<https://www.linkedin.com/learning/professional-networking/how-to-build-a-significative-connection>

<https://www.businessknowhow.com/marketing/better-networking.htm>

<https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs/>

[https://www.ted.com/talks/tanya\\_menon\\_the\\_secret\\_to\\_great\\_opportunities\\_the\\_person\\_you\\_haven\\_t\\_met\\_yet](https://www.ted.com/talks/tanya_menon_the_secret_to_great_opportunities_the_person_you_haven_t_met_yet)

<https://study.com/academy/practice/quiz-worksheet-characteristics-of-traditional-economies.html>

# CAPÍTULO 2 NEGOCIO SOSTENIBLE



## MÓDULO 2.1 INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN SOSTENIBLE

### ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

El objetivo de esta sesión es familiarizar a los alumnos con los temas de gestión inteligente y sostenible, que tiene un gran impacto en el desarrollo económico del país, Europa y el mundo. Por lo tanto, se tomarán temas que introduzcan y expliquen la esencia de la gestión. Al principio, se introducirá a los participantes en el tema de la gestión en general, el concepto de cultura organizacional y tipos de estilos de gestión. Luego se tomará el problema de la ética empresarial, que es un reflejo de tales actividades empresariales que traen equidad y honestidad para todos los participantes del mercado. Finalmente, se abordará el tema del uso sostenible y eficiente de los recursos y la planificación del desarrollo sostenible.

Los temas abordados se discutirán teóricamente, mientras que los participantes también tendrán la oportunidad de adquirir habilidades prácticas. Contribuirá a una adecuada comprensión de los problemas de formación presentados.

### Objetivos de aprendizaje (conectados al programa de estudios / parte teórica)

La parte teórica incluye los siguientes objetivos:

- ✓ Conocer el tema de la gestión,
- ✓ Problemas de aprendizaje relacionados con el concepto de cultura organizacional
- ✓ Comprender los tipos de estilos de gestión.
- ✓ Ampliar el conocimiento de la ética empresarial en términos de actividades comerciales que brinden justicia y honestidad a todos los participantes del mercado.

- ✓ Estudio de los temas relacionados con el uso sostenible y eficiente de los recursos y la planificación para el desarrollo sostenible.

### **Duración**

4 horas

### **Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión**

Los educadores necesitan:

- ✓ preparación sustantiva
- ✓ Portátil con conexión a internet
- ✓ proyector y pantalla
- ✓ Rotafolio

### **Sobre los mentores**

En toda la formación participarán los mentores, en calidad de expertos, que son los encargados de velar por la correcta recepción de los temas formativos por parte de los demás participantes. Su tarea será observar a los participantes de la capacitación, sus declaraciones y la corrección del desempeño de las tareas. También servirán como expertos con experiencia práctica para resumir cada lote de capacitación tanto en partes teóricas como prácticas.

El proyecto también tiene beneficios para los mentores. Al participar en la capacitación, se beneficiarán de la interacción con otros educadores de los países socios y con el grupo objetivo de participantes.

## **ACTIVIDAD 1 Averiguar qué es la empresa después de su funcionamiento**

Los participantes se dividen en pequeños grupos, de 3 a 5 personas. Es importante que haya al menos un mentor en cada grupo. Cada grupo recibe un texto con una descripción de las operaciones de la empresa. Después de leer el texto, los participantes determinan cuál es la fortaleza y la debilidad de administrar la empresa. Lo escriben en las hojas. Después de 20 min. trabajo en grupos, un representante de cada grupo presenta los resultados del trabajo a los demás participantes, cuya tarea es nombrar qué estilo de gestión domina en la empresa en cuestión. En el resumen, los participantes determinan cuál de las empresas presentadas es más efectiva en el logro de sus objetivos.

### **Duración**

30 minutos.

### **Descripción paso a paso**

1. División de los participantes en grupos.
2. Asignación de texto con la descripción de la empresa a cada grupo (cada grupo tiene un caso diferente).
3. Explicar a los grupos la tarea: identificar las fortalezas y debilidades de la empresa.
4. Trabajo propio en grupos con notas en las hojas de papel de las fortalezas y debilidades de la empresa (20 min.).

5. Informes sobre el trabajo de los grupos individuales.

6. Resumen: discusión: cuál de las empresas presentadas es la más efectiva en términos de negocios.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Descripción de los estilos de gestión.

### **Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión**

Para realizar el ejercicio necesitas:

- ✓ Formadores con competencias sustantivas, es decir, conocimiento de cuestiones de gestión, incluida la cultura organizativa y los estilos de gestión, y un enfoque abierto y amistoso con los participantes.
- ✓ Una sala de formación técnicamente equipada: ordenador, proyector, pantalla, rotafolio, hojas de papel, rotuladores, mesas, sillas.
- ✓ Una sala más grande, donde es posible trabajar libremente para varios grupos al mismo tiempo.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Se espera que los participantes produzcan resultados en la forma de capturar las fortalezas y debilidades de la empresa con el uso del análisis FODA.

## **ACTIVIDAD 2 Juego de roles: ética empresarial**

Los participantes se dividen en dos grandes grupos. A un grupo se le asigna la tarea de preparar el escenario y representar éticamente el comportamiento en los negocios, mientras que al otro grupo se le asigna lo contrario. Luego, cada grupo se dividirá en grupos más pequeños (5-6 personas), en los que los participantes prepararán los escenarios, y luego cada grupo interpretará sus roles. Los temas de juego de roles están relacionados con la parte sustantiva y son:

- ✓ **Honestidad**- ninguna acción fraudulenta es la base para construir una relación basada en la confianza. Una atmósfera de trabajo justa es uno de los factores más importantes para hacer negocios;
- ✓ **transparencia**- tanto en relación con los destinatarios como con los empleados de la empresa, es sumamente importante informar clara y claramente sobre las actividades más importantes. Esto le permite verificar la honestidad antes mencionada;
- ✓ **justicia**- todos los beneficiarios y todas las personas empleadas en la empresa deben tener igual acceso a todos los sectores de actividad. Aquí nadie puede ser favorecido ni discriminado. Esta es otra manifestación de la ética empresarial;
- ✓ **responsabilidad**- Debes ser consciente de tus acciones. Si es necesario, debe defenderlos o disculparse por los errores. Este enfoque empresarial hace que sea más fácil confiar en él;
- ✓ **respeto de propiedad**: el derecho a la propiedad debe respetarse tanto dentro de la empresa como hacia los clientes. Esto incluye elementos tangibles e intangibles (como datos personales);
- ✓ **cumplimiento de la ley**- ninguna entidad debe infringir las órdenes o prohibiciones. Se establecen para facilitar el funcionamiento en sociedad. El incumplimiento puede resultar en ostracismo y sanciones legales.

Los juegos de roles se guardarán en la cámara y luego se reproducirán. Las grabaciones están destinadas a crear la posibilidad de tomar distancia antes de analizar el material grabado. Una vez finalizada esta parte de la formación, el registro se eliminará por motivos de protección de datos.

Después de la proyección, los participantes definirán los valores a los que se refieren los roles.

### **Duración**

45 minutos

### **Descripción paso a paso**

1. La división de los participantes en dos grupos.
2. Definición de la tarea para cada grupo: ambos deben crear escenarios interesantes y desempeñar sus roles, sin embargo, un grupo debe presentar un comportamiento comercial apropiado y el otro, no ético.
3. Hay una división adicional dentro de ambos grupos en grupos más pequeños (5-6 personas).
4. Cada grupo recibe 20 minutos. para crear un guión y prepararse para interpretar un papel.
5. Los grupos juegan sus roles.
6. Resumen: reconocer el comportamiento empresarial correcto e incorrecto en los escenarios presentados.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Valores empresariales con su descripción.

### **Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión**

Para realizar el ejercicio necesitas:

- ✓ Formadores con competencias sustantivas, es decir, conocimiento de cuestiones de gestión en el campo de la ética empresarial, conocimiento del método de juego de roles y un enfoque abierto y amistoso con los participantes.
- ✓ Una sala de formación equipada técnicamente: ordenador, proyector, pantalla, hojas de papel, rotuladores, mesas, sillas, escenografía según la idea del formador.
- ✓ Una sala más grande, donde es posible trabajar libremente para varios grupos al mismo tiempo.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Los participantes deben poder identificar comportamientos correctos e inapropiados en los negocios y poder evaluarlos inequívocamente.

### **Antecedentes / referencias /fuentes**

Barbara Broszkiewicz/ Jerzy Jarek: "Warsztaty Edukacji Teatralnej", wyd. Europa 2001 Breslaviaław 2. Zofia Wójcik: "Zabawa w teatr", wyd. Didesko, Varsovia 2002

## **ACTIVIDAD 3 Economía circular: oportunidades y amenazas (discusión)**

El capacitador puede ser el moderador de la discusión o puede designar a otra persona para que lo haga.

Antes de que comience, debe establecer las reglas de la discusión, que deben incluir: tratarse con respeto, escuchar a los demás, controlar el exceso de emociones, no interrumpir al interlocutor, etc.

La discusión debe versar sobre el tema formulado y el moderador debe vigilarlo. Una vez terminada la discusión, se resume. Esto puede hacerlo el moderador o una persona designada por él.

### **Duración**

15 – 20 min.

### **Descripción paso a paso**

1. Preparación para la discusión, presentación del tema y principios de la discusión: anuncio del formador.
2. Indicación de quién es el moderador de la discusión.
3. Inicio de la discusión por parte del moderador: al iniciar la discusión, debemos referirnos al tema principal y, si es posible, también al objetivo que nos fijamos. Asumiendo la responsabilidad de conducir la discusión, lo mejor es formular el propósito y el tema como parte de una propuesta para otros participantes en la reunión, por ejemplo:
4. "Me gustaría que habláramos hoy sobre las oportunidades y amenazas de la economía circular".
5. Estimular la conversación: la introducción de un tema es el comienzo de estimular la conversación, por lo general no es suficiente para iniciar una discusión efectiva. El siguiente paso es proponer cómo debe proceder la discusión. Por ejemplo: "Sugiero que cada uno de nosotros tenga '3 minutos para presentar su posición. Escribiremos comentarios en la pizarra y luego tomaremos una decisión por votación". Una habilidad más específica... para estimular una conversación es preguntar o pedir una opinión sobre un tema.
6. Compartiendo sus propias opiniones: durante la discusión, los participantes deben compartir abiertamente sus opiniones. Esto también se aplica al facilitador de la discusión.
7. Resumir los hallazgos: este elemento de conducir la discusión, en el caso de que se esté discutiendo un tema, generalmente se combina con el cierre de la discusión. Para varios temas que han surgido o para un tiempo de conversación más largo, un comportamiento importante del facilitador de la discusión es resumir sistemáticamente los acuerdos.
8. Cierre de la discusión: la discusión debe terminar con un agradecimiento por participar en la discusión y resaltar los aspectos positivos, incluso si las partes no llegaron a un acuerdo sobre alguno de los temas planteados. Esto debe cuidarse, entre otras cosas, para mantener buenas relaciones y preparar un terreno positivo para futuras discusiones.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Reglas de la economía circular

### **Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión**

Debido a la especificidad del tema, el formador o moderador designado por él debe tener conocimientos detallados sobre economía circular. Además, están obligados a conocer los principios de la comunicación eficaz.

La sala de capacitación debe estar equipada con un rotafolio para registrar los resultados de la discusión. Sin embargo, el factor más fuerte para hacer este ejercicio es el factor humano.

Resultados concretos que los participantes deben preparar

Los participantes exploran el tema de la economía circular y piensan en sus ventajas y desventajas.

### **Puntos de control de aprendizaje/evaluación**

La sesión finalizará con una prueba de evaluación en forma de ficha de autoevaluación. Cada participante autoevaluará en qué medida han aumentado sus competencias en un tema determinado en una escala de cuatro puntos: mucho, bastante, mal. Consulte la plantilla al final de esta guía.

### **DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA**

- ✓ **mini-conferencias en PowerPoint:** dedicadas a discutir el problema, incluyendo formas y la solución final a este problema. Se caracteriza por establecer un contacto más amplio entre el formador y los oyentes, lo que se refleja en su "diálogo interno" que consiste en seguir atenta y activamente la argumentación y el razonamiento del formador en paralelo con él. El formador piensa en voz alta, permitiendo así que los oyentes participen en la recopilación de las premisas, para seguir el curso de su pensamiento: desde la comprensión de la esencia del problema hasta su solución. La presentación en PowerPoint es un refuerzo para el contenido transmitido.
- ✓ **grupo**, ejercicios en pareja e individuales: una técnica de trabajo en grupo que posibilita el aprendizaje colaborativo. Es propicio para el aprendizaje independiente. El método requiere un trabajo sólido en el grupo, pues de ello depende que se pueda traspasar conocimientos como experto a los demás miembros del grupo. Es propicio para moldear la actitud de responsabilidad.
- ✓ **discusión:** consiste en el libre intercambio de puntos de vista entre el facilitador y los participantes y entre los participantes. Se caracteriza por la libertad de expresión. Los participantes intercambian sus puntos de vista y experiencias, y se brindan explicaciones que, si es necesario, son complementadas y corregidas por el moderador. Una vez finalizada la discusión, el capacitador o participante resume la discusión. La base de una buena discusión es su tesis bastante polémica y la muy buena preparación de sus participantes.
- ✓ **juego de rol:** la principal forma de trabajar en clase es representar papeles interpretados por personajes específicos. El juego de roles no es una puesta en escena. El participante no interpreta a alguien, sino que es él mismo en situaciones nuevas. La forma más fácil de estar en un rol es hablar o entrevistar sobre un tema específico en equipos de dos. Un estudio de pantomima puede ser un elemento del papel. Un grupo de una docena más o menos puede demostrar la llamada imagen vívida.
- ✓ **trabajar con una cámara y análisis del material obtenido:** consiste en grabar a los participantes del entrenamiento en la cámara durante los ejercicios. El material grabado es luego discutido y analizado para que cada persona pueda desarrollar sus habilidades sobre esta base.

### **Fuentes / referencias**

[https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9\\_metody-dydaktyczne.pdf](https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9_metody-dydaktyczne.pdf)

Opracowanie zbiorowe pod redakcją Marii Jadczyk „Interaktywne metody nauczania”, Toruń 2001.

Wincenty Okon, „Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej”, PWN Warszawa 1987.



## MÓDULO 2.2 LIDERAZGO Y ESTILOS DE LIDERAZGO

### ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

El objetivo de esta sesión es familiarizar a los participantes con los problemas del liderazgo moderno en una organización. Debido a que el tema es amplio, en esta parte se centrará la atención en la idea de dirección por objetivos, la responsabilidad empresarial personal de la mujer, un equipo motivado que garantice una gestión eficaz y un liderazgo eficaz. Además, se introducirá a los participantes en la responsabilidad social empresarial (RSE) como estrategia de gestión. En el contexto del tema abordado, también existen métodos relacionados con las competencias interpersonales, el trabajo en equipo y la participación.

Los temas abordados se discutirán teóricamente, mientras que los participantes también tendrán la oportunidad de adquirir habilidades prácticas. Contribuirá a una adecuada comprensión de los problemas de formación presentados.

### Objetivos de aprendizaje

- ✓ Conociendo el tema del liderazgo moderno,
- ✓ Problemas de aprendizaje relacionados con la idea de dirección por objetivos,
- ✓ Al notar las diferencias en la responsabilidad personal de las mujeres y los hombres de negocios,
- ✓ Ampliar el conocimiento sobre el trabajo del equipo,
- ✓ Explorar temas relacionados con la responsabilidad social corporativa (RSC),
- ✓ Ampliar conocimientos sobre métodos relacionados con las competencias interpersonales, el trabajo en equipo y la participación.

### Duración 4 horas

### Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión

Las competencias en el campo de la gestión, la sociología, la psicología y el coaching serán particularmente útiles aquí. También es importante la experiencia en la realización de formaciones en este campo, así como la práctica en la gestión empresarial.

En primer lugar, los docentes deben formular claramente los objetivos de formación que responderán a las necesidades de los participantes en la formación. Por lo tanto, deben conocer el perfil del destinatario para poder responder en la medida de lo posible a las expectativas del cliente con actividades educativas. Cuando son conscientes de las metas establecidas y los resultados esperados de la capacitación, deben responder a la pregunta de qué métodos y herramientas pueden utilizar para lograr estas metas y resultados, teniendo en cuenta también el contenido que se presentará durante la capacitación. Después de eso, se vuelve más fácil organizar el contenido y ajustar los ejercicios. Tal preparación del profesor antes de la clase debe estar a la altura de las expectativas y esperanzas de los participantes, lo que será confirmado por la evaluación final de la formación.

### Sobre los mentores

La participación de los mentores en esta parte de la formación tendrá una doble dimensión. En primer lugar, actuarán como asesores en consulta con los formadores y, en segundo lugar, actuarán como evaluadores.

Los capacitadores deben planificar aquellas partes de la capacitación en las que primero permitirán que los participantes de la capacitación comenten sobre varias soluciones y luego soliciten el consejo de los mentores que también participan en la capacitación. El formador, como experto, se referirá al trabajo de ambos grupos en el resumen de la parte dada. En contraste, los mentores como evaluadores evaluarán cada parte de la lección.

## **ACTIVIDAD 1 Fortalezas y debilidades de una mujer empresaria**

**Duración 30 min.**

### **Descripción paso a paso**

El ejercicio se desarrolla en dos etapas. En la primera etapa, se alienta a las participantes a informar libremente sobre las fortalezas y debilidades de las empresarias. El capacitador o una persona designada por él / ella escribe todas las ideas en un rotafolio. En la segunda etapa, los mentores participan en el trabajo, cuya tarea es revisar el registro e identificar las observaciones más precisas y discutir las en relación con la responsabilidad personal de las mujeres y los hombres en los negocios.

1. El profesor presenta la tarea en detalle. Habla del papel de los mentores como asesores.
2. Los participantes dan sus ideas y se anotan en la pizarra (15 min.).
3. Los mentores se unen y hacen una selección del material recopilado.
4. Comentarios de los mentores sobre el material seleccionado y el problema de la responsabilidad personal en los negocios para mujeres y hombres.
5. Resumen: discusión: oportunidades y amenazas del liderazgo de la mujer en los negocios.
6. Evaluación: los mentores discuten los efectos del ejercicio.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Descripción de los 5 pasos de la dirección por objetivos.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Se espera que los participantes produzcan resultados en la forma de capturar las fortalezas y debilidades de una empresaria con el uso del análisis FODA.

### **Antecedentes / referencias /fuentes**

Amstrong M. (2000), *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Cracovia.

B.ŁAPIńskie, M. Irlaszewski, Przywództwo a zarządzanie – różnica, [http://coachu.pl/669-Przywództwo\\_a\\_zarządzanie\\_roznice.htm](http://coachu.pl/669-Przywództwo_a_zarządzanie_roznice.htm)

Baskiewicz N. (2013), Kobiety con *Zarządzaniu organizacjami*, „Studia Ekonomiczne”, N° 161.

Fastnacht D., *Mimikie kompetencje w zarządzaniu*, „Zeszyty Naukowe Wyższej szkoły Zarządzania OchronaPracy w Katowicach”, N° 1(2)/2006.

## ACTIVIDAD 2 Lluvia de ideas silenciosa: segregación de basura

**Duración** 20 minutos.

### **Descripción paso a paso**

Es una SESIÓN de lluvia de ideas que enseña mindfulness y trabajo en equipo.

Dividimos a los participantes en grupos de 4-5 personas. Damos a cada grupo una hoja de papel y un bolígrafo y les pedimos que en silencio, sin hablar, completen la tarea de resolver el problema, por ejemplo, persuadiendo a las personas para que clasifiquen la basura. Todos en el grupo ingresan sus 3 sugerencias, pasándose una hoja de papel en el sentido de las agujas del reloj. Uno no debe hablar o duplicar las ideas de sus predecesores. El tiempo asignado para la tarea es de aproximadamente 15 minutos. Luego, los mentores discuten los resultados del trabajo y finalmente hacen una evaluación: qué ayudó a los participantes y qué obstaculizó el desempeño de la tarea.

1. La división de los participantes en grupos de 4-5 personas.
2. El capacitador explica de qué se trata la tarea. Cada grupo tiene la misma tarea: hacer en silencio, sin hablar, la tarea de resolver el problema: persuadir a las personas para que clasifiquen su basura. Todos en el grupo ingresan sus 3 sugerencias, pasándose una hoja de papel en el sentido de las agujas del reloj. No hables ni dupliques las ideas de tus antecesores (15 min.).
3. Durante la ejecución de la tarea, a cada grupo se le asigna un mentor (puede haber 2-3 mentores). Su tarea es seguir la ejecución de la tarea.
4. Conclusión: los mentores discuten la ejecución de la tarea en cada grupo. Evalúa el trabajo en equipo.
5. Evaluación por mentores: evaluación del desempeño de los participantes durante el trabajo y la efectividad del ejercicio.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Información sobre cómo formar un equipo eficaz y crear el espacio y las condiciones para un trabajo en equipo eficaz y eficiente.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Los participantes deben conocer las fases de formación de equipos e identificar las habilidades del equipo.

### **Antecedentes / referencias / fuentes**

*Od jednostki po sprawny zespół– rola przywódcy w tworzeniu siemi gruñón:* <https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-jak-byc-dobrym-przywodca-cz-7-od-jednostki-po-sprawny-zespol-rola-przywodcy-w-tworzeniu-sie-grupy>

Puszcz H., Zaborek M., EfektywnoCarolina del Surzespołtu Analiza Jakosci działania grupy pracowniczej. „Personal en Zarzadzanie”, N° 10/ 2016.

## ACTIVIDAD 3. Campaña social en el entorno local por la ecología

**Duración** 20-30 minutos

## **Descripción paso a paso**

El formador divide a los participantes en equipos de 6-7 personas y anuncia un ejercicio que consiste en preparar un proyecto de campaña social para una empresa socialmente responsable que quiere llamar la atención de un pequeño entorno local en el que opera sobre el problema social, relacionado con la ecología. Puede ser segregación de residuos, cuidado de los bosques, aire limpio, etc. La campaña se puede presentar en medios locales: radio local, periódico local, sitio web, Facebook, carteles en paneles informativos.

Durante el trabajo de los equipos, los mentores actuarán como asesores. Después de completar el ejercicio, lo evaluarán: ¿Cómo fue el trabajo del equipo y será efectiva la campaña social?

1. División en grupos.
2. Indicación de quién es el mentor de cada grupo.
3. Discusión de los ejercicios en detalle. Cada grupo define los objetivos de la campaña, los destinatarios y elige de forma independiente en qué forma se llevará a cabo la campaña y en qué medios. Si el grupo elige la radio o las redes sociales, depende del grupo preparar el guión. Cuando elija un cartel o periódico, debe presentar su diseño.
4. Discusión del papel de los mentores: asesoramiento y evaluación del ejercicio.
5. Los representantes del equipo discuten los efectos de su trabajo.
6. Resumen del formador: en qué medida los proyectos de campaña presentados cumplen los requisitos de las campañas sociales.
7. Evaluación por mentores: ¿Cómo funcionó el equipo y será efectiva la campaña social?

## **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Características de las campañas sociales.

## **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Los participantes explorarán el tema de las campañas sociales y reflexionarán sobre su eficacia.

## **Antecedentes / referencias /fuentes**

Czubała A., Jonas A., Wojnarowska H. (2017) *Marketing społeczny przedsiębiorstw komercyjnych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Cracovia,

HerbusI. (2016) *Działania reklamowe - od komercji do kampanii społecznych*, Zeszyty Naukowe Politechniki CzmiStochowskiej, CzmiStochowa.

kaminorteesquí J. (Luty 2015) *Jak bardzo społeczny broma marketing społeczny, cz.I*, Marketing i Rynek.

kaminorteesquí J. (Marzec 2015) *Jak bardzo społeczny broma marketing społeczny, cz. II*, Marketing i Rynek.

Szostek D. (Wrzesienorte2014) *segundoledy i trudnosci w stosowaniu marketingu społecznego na przykładzie kampanii społecznych w Polsce*, Marketing i Rynek.

Tarczydło B. *Kampania społeczna w teorii i praktyce*, AGH, Cracovia.

## **Puntos de control de aprendizaje/evaluación**

La sesión es evaluada sistemáticamente por los mentores como se describe anteriormente.

## DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA

**Lluvia de ideas**- pretende mejorar las decisiones de grupo; su ventaja indudable es la posibilidad de obtener un gran número de soluciones diversas a un problema dado en poco tiempo, además de estimular a los participantes a pensar creativamente. En la primera etapa, se alienta a los participantes a enviar ideas e intercambiar puntos de vista libremente, sin ningún tipo de crítica. Todas las ideas se guardan o la sesión se graba en una cinta. En la segunda etapa, un experto o un grupo de expertos que no participan en la primera etapa revisa los resultados y trata de filtrar las mejores ideas.

Otros métodos se describen en el capítulo de Gestión Inteligente y Sostenible.

### Fuentes / referencias

[https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9\\_metody-dydaktyczne.pdf](https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9_metody-dydaktyczne.pdf)

Opracowanie zbiorowe pod redakcją Marii Jadczyk „Interaktywne metody nauczania”, Toruń 2001.

Wincenty Okon, „Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej”, PWN Warszawa 1987.

## MÓDULO 2.3 GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

### ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

El objetivo de esta sesión es familiarizar a la audiencia con temas relacionados con la gestión de recursos humanos. Al principio, se discutirá el tema de la influencia del estilo de gestión de la organización en su estructura. Luego, se discutirá el contrato de trabajo en el contexto de las disposiciones que son importantes desde el punto de vista del empleado y del empleador. Finalmente, se discutirán las estructuras de empresas seleccionadas, así como los roles y responsabilidades más típicos.

Los temas abordados se discutirán teóricamente, mientras que los participantes también tendrán la oportunidad de adquirir habilidades prácticas. Contribuirá a una adecuada comprensión de los problemas de formación presentados.

### Objetivos de aprendizaje (conectados al programa de estudios / parte teórica)

La parte teórica incluye los siguientes objetivos:

- ✓ Conocer el tema de la gestión en el contexto de la influencia del estilo de gestión en la estructura de la organización
- ✓ Adquirir conocimientos sobre las disposiciones más importantes del contrato de trabajo
- ✓ Ampliar el conocimiento sobre estructuras de empresas seleccionadas y desempeñar roles típicos en ellas

### Duración 3 horas

Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión

Para realizar las sesiones, los educadores que necesitan:

- ✓ calificaciones adecuadas. Las competencias en el campo de la gestión y la psicología serán particularmente útiles aquí.
- ✓ experiencia en la realización de capacitaciones en este campo, así como práctica en gestión empresarial
- ✓ portátil con acceso a internet
- ✓ pantalla
- ✓ proyector
- ✓ cámara de video

#### **Lista de metodologías aplicadas**

- ✓ mini conferencias en PowerPoint
- ✓ ejercicios en grupo, en parejas e individualmente
- ✓ discusión
- ✓ juego de rol
- ✓ trabajo con la cámara y análisis del material obtenido
- ✓ mini videos de entrenamiento

#### **Sobre los mentores**

Los mentores participarán en la formación como expertos. Antes de la capacitación, su tarea será familiarizarse con el tema en detalle, y durante la capacitación hablarán y compartirán su experiencia con los capacitadores. Su papel será también de asesoramiento durante los ejercicios.

Los participantes podrán concertar consultas con mentores una vez finalizada la formación. Cada participante tiene derecho a 1 consulta de 1 hora.

## **ACTIVIDAD 1 Discusión sobre la influencia del estilo de gestión en la estructura de la organización**

El capacitador puede ser el moderador de la discusión o puede designar a otra persona para que lo haga.

Antes de que comience, debe establecer las reglas de la discusión, que deben incluir: tratarse con respeto, escuchar a los demás, controlar el exceso de emociones, no interrumpir al interlocutor, etc.

La discusión debe versar sobre el tema formulado y el moderador debe vigilarlo. Una vez terminada la discusión, se resume. Esto puede hacerlo el moderador o una persona designada por el moderador.

#### **Duración 20 min.**

#### **Descripción paso a paso**

1. Preparación para la discusión, presentación del tema y principios de la discusión: anuncio del formador.
2. Indicación de quién es el moderador de la discusión.

3. Inicio de la discusión por parte del moderador: al iniciar la discusión, debemos referirnos al tema principal y, si es posible, también al objetivo que nos fijamos. Asumiendo la responsabilidad de conducir la discusión, es mejor formular el propósito y el tema como parte de la propuesta para otros participantes en la reunión, por ejemplo:
4. "Me gustaría que habláramos hoy sobre el impacto del estilo de gestión en la estructura de la organización". Estimular una conversación: introducir un tema es el comienzo de estimular una conversación, por lo general no es suficiente para iniciar una discusión efectiva. El siguiente paso es proponer cómo debe proceder la discusión. Por ejemplo: "Sugiero que cada uno de nosotros tenga '3 minutos para presentar su posición. Escribiremos comentarios en la pizarra y luego tomaremos una decisión por votación". Una habilidad más específica para estimular una conversación es preguntar o pedir una opinión sobre un tema.
5. Compartiendo sus propias opiniones: durante la discusión, los participantes deben compartir abiertamente sus opiniones. Esto también se aplica al facilitador y, sobre todo, a los mentores.
6. Cierre de la discusión: la discusión realizada debe terminar • gracias por participar en la discusión y resaltar los aspectos positivos, incluso si las partes no llegaron a un acuerdo sobre alguno de los temas planteados. Esto debe cuidarse, entre otras cosas, para mantener buenas relaciones y preparar un terreno positivo para futuras discusiones.
7. Evaluación de los resultados de la discusión por parte de los mentores: cuáles son las observaciones más importantes sobre el impacto del estilo de gestión en la estructura de la organización.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Descripción del impacto de los estilos de gestión en la estructura de la organización.

Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión

#### **Para realizar el ejercicio necesitas:**

- ✓ Formadores con competencias sustantivas, es decir, conocimiento de cuestiones de gestión, incluidos estilos de gestión, estructuras organizativas y un enfoque abierto y amistoso con los participantes.
- ✓ Una sala de formación técnicamente equipada: ordenador, proyector, pantalla, rotafolio, hojas de papel, rotuladores, mesas, sillas.

#### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Se espera que los participantes desarrollen efectos en forma de conciencia de que el estilo de gestión tiene un impacto significativo en toda la organización, incluida su estructura.

#### **Antecedentes / referencias /fuentes**

Golany B., Shtub A., (2001), Estructura de descomposición del trabajo, Instituto de Tecnología de Israel.

Griffin RW (2017), Podstawy Zarzadzania organizacjami, Warszawa.

<https://poradnikprzedsiębiorcy.pl/-umowa-o-prace>.

<https://www.netinbag.com/pl/business/what-is-a-hybrid-organizational-structure.html>.

Jemielniak D., Latusek D. (2005), *Zarządzanie – teoria i praktyka od podstaw*, Varsovia.

Jemielniak D., Latusek-Jurczak D. (2014). *Klasyka teorii zarządzania. Cwiczenia, przykłady, irritable*.

Korzeniowski LF(2011), *Podstawy zarządzania organizacjami*, Varsovia.

Michalski E. (2013), *Zarządzanie przedsiębiorstwem*, Varsovia.

Nalepka A. (2001), *Struktura organizacyjna*, Cracovia.

## **ACTIVIDAD 2 Disposiciones importantes en el contrato de trabajo**

Los participantes se dividen en grupos según el país donde trabajan o viven. Los mentores designados de cada país que participa en la capacitación tienen plantillas preparadas previamente de contratos de trabajo que se encuentran en su país. Sobre su base, los participantes en grupos segregan el contenido en puntos importantes desde el punto de vista del empleador y del empleado. Y rechazan aquellos que no aportan nada de valor a ninguna de las partes. Los mentores trabajan con los participantes y responden cualquier pregunta, y también se aseguran de que las discusiones no se desvíen de la esencia de la tarea.

Al final del ejercicio, cada grupo presenta los resultados del trabajo. Otros grupos toman nota de las disposiciones más interesantes de los contratos de trabajo de otros países, para concluir resumiendo si valdría la pena introducirlas en su país o de las que se puede renunciar en su país.

**Duración 20 min.**

### **Descripción paso a paso**

1. División de los participantes en grupos según el país de origen.
2. Definición de la tarea para los grupos: sobre la base de las disposiciones de un modelo de contrato de trabajo, deben definir qué disposiciones son importantes desde el punto de vista del empleador y cuáles de los empleados.
3. Los grupos trabajan con mentores.
4. Los participantes presentan los resultados de su trabajo en grupos.
5. Conclusión: los mentores informan sobre el trabajo grupal en cuanto a lo que causó más dificultades.
6. Declaraciones libres de los participantes sobre lo que les parece útil que se aplique en su país en cuanto a las disposiciones del contrato de trabajo, y lo que les parece innecesario.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Modelos de contratos de trabajo.

### **Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión**

- ✓ Para realizar el ejercicio necesitas:
- ✓ Formadores con competencias sustantivas, es decir, conocimiento de cuestiones de gestión en el campo de los contratos de trabajo (especialista en recursos humanos).

- ✓ Una sala de formación técnicamente equipada: ordenador, proyector, pantalla, hojas de papel, rotuladores, mesas, sillas.
- ✓ Una sala más grande, donde es posible trabajar libremente para varios grupos al mismo tiempo.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Los participantes deben poder identificar las disposiciones pertinentes en el contrato de trabajo para garantizar el bienestar tanto del empleado como del empleador.

### **Antecedentes / referencias / fuentes**

Żukowski P. (2001), *Podstawowe metody i techniki organizacji i zarządzania: estilo kierowania*. Varsovia;  
Zieleniewski J. (1982), *Organizacja zespołów ludzkich: wstąpienie do teorii organizacji i kierowania*, Varsovia; 1982  
<http://mfiles.pl/pl/index.php/>

Umowa o pracę, <https://kadry.infor.pl/zatrudnienie/umowa-o-prace/2864422,Umowa-o-prace-2019-wzor.html>

### **Puntos de control de aprendizaje/evaluación**

La sesión finalizará con una prueba de evaluación en forma de ficha de autoevaluación. Cada participante autoevaluará en qué medida han aumentado sus competencias en un tema determinado en una escala de cuatro puntos: mucho, bastante, mal.

### **DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA**

Los métodos se describen en el capítulo Gestión Inteligente y Sostenible.

### **Fuentes / referencias**

[https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9\\_metody-dydaktyczne.pdf](https://www.wpia.uni.lodz.pl/files/articles/95/opisy/9_metody-dydaktyczne.pdf)

Opracowanie zbiorowe pod redakcją Marii Jadczyk „Interaktywne metody nauczania”, Toruń 2001.

Wincenty Okon, „Wprowadzenie do dydaktyki ogólnej”, PWN Warszawa 1987.

## **MÓDULO 2.4 CONCEPTO DE MARKETING**

### **¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general**

El objetivo de esta sesión es comprender el concepto de marketing. El concepto de marketing se preocupa por la idea de satisfacer las necesidades del cliente por medio del producto como solución al problema (necesidad) del cliente.

El concepto de marketing representa el mayor cambio en la orientación de la empresa actual que proporciona la base para lograr una ventaja competitiva.

En resumen, el concepto de marketing es importante porque define cómo su empresa impulsará el negocio y prosperará. Establece que el trabajo principal de una empresa es satisfacer las necesidades del cliente.

Esto se logra determinando lo que quiere el mercado y luego adaptando mejor su producto o servicio para que coincida.

## Objetivos de aprendizaje

- ✓ Aprenda SOBRE el mercado;
- ✓ Conozca los actores del mercado, los competidores;
- ✓ ¿Por qué es importante el mercado en los negocios?
- ✓ Aprende el Análisis SWAT;
- ✓ Mezcla de Mercadotecnia.

### Para esta sesión, cada participante necesita:

- ✓ Obtenga y gestione las competencias necesarias en cualquier etapa, incluidas las competencias técnicas, legales, fiscales y digitales;
- ✓ Reflexionar y aprender tanto de los éxitos como de los fracasos (propios y ajenos);
- ✓ Aprenda con otros, incluidos compañeros y mentores.

### Duración 4 horas

Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión

- ✓ Los educadores han estudiado la parte teórica;

### Sobre los mentores

- ✓ Los mentores han estudiado la parte teórica sobre “Marketing”
- ✓ Los mentores a través del coaching (individual y de equipo) ayudan a los participantes a comprender las dinámicas que rigen el mercado; esto con el fin de llevar al participante a una visión clara y bien definida de su idea de proyecto.
- ✓ Los mentores, en esta parte concreta del programa, ayudan a definir tareas, metas. apoyar la motivación en el participante, animar a los participantes a descubrir sus aspiraciones personales y profesionales.

Se recomienda a los mentores construir un formulario para cada participante donde anoten características, habilidades, motivación, etc. (anexo n. 1)

## ACTIVIDAD 1 ¿Qué es un mercado?

### Duración 40 min.

Descripción paso a paso

- ✓ Los participantes, divididos en grupos de 3 a 5 personas, deberán llenar el siguiente formato (anexo n. 2) con lo aprendido en clase y en el estudio de la parte teórica.
- ✓ Cada participante del grupo deberá hacer su aporte a la redacción del formato.
- ✓ Los grupos estarán acompañados por el mentor que facilitará, a través de preguntas y sugerencias, la comprensión del contenido del trabajo y su redacción.
- ✓ observación del comportamiento;

- ✓ Evaluación del mentor (anexo n. 1)
- ✓ Actividades debidamente realizadas;
- ✓ Discusión en clase;

#### Anexo n. 1

<p><b>Activity n. 1</b></p> <p>Groups from 3 to 5 people</p> <p>One mentor for each group</p>	<p><b>“What is a market? ”</b></p>
<p>30 mn.</p>	<p>You can use theoretical part, pc and internet connection,, access module “2.4 - Marketing concept and its importance in business” (i e-learning platform)</p>

#### Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

- ✓ Presentación de diapositivas;
- ✓ Formato de la actividad;
- ✓ Ubicación ideal para dividir grupos;
- ✓ Al final, una sesión de retroalimentación por parte de los mentores.

#### Resultados concretos que los participantes deben preparar

- ✓ Los participantes podrán preparar una plantilla de plan de marketing que es un documento que una persona puede usar para crear un plan de marketing.
- ✓ La plantilla del plan de marketing contendrá todos los elementos importantes y los diversos lenguajes necesarios con secciones en blanco.



<https://www.iedunote.com/plan-de-marketing>

Specific	<i>What do you want to achieve?  Who needs to be involved to accomplish this goal?  When do you want to have your goal finished?  Why should you achieve this goal exactly?</i>	
Measurable	<i>How can you measure progress and know if you've successfully met your goal?</i>	
Achievable	<i>Are you capable of achieving the goal?  Do you have the needed skills?  If you haven't, how can you build them?</i>	
Relevant	<i>Why should you achieve this goal?  What is the impact?</i>	
Timely	<i>What is the due date of your goal?  Can the goal be achieved until this date?</i>	
SMART Goal		

<https://www.addthis.com/academy/the-ultimate-marketing-plan-template-7-useful-examples/>

- ✓ Un usuario puede insertar su propia información relacionada con su negocio en las secciones en blanco para finalmente crear su propio plan de marketing.

#### Antecedentes / referencias /fuentes

<https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/marketing-definition-meaning/>

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2018/11/21/strategic-marketing-tactical-marketing-definitions-differences/>

<https://www.iedunote.com/plan-de-marketing>

<https://www.addthis.com/academy/the-ultimate-marketing-plan-template-7-useful-examples/>

## ACTIVIDAD 2 ¿Qué es el marketing?

**Duración 40 minutos**

**Descripción paso a paso**

- ✓ Después de una breve consideración por parte de los mentores, los participantes deben completar el formato adjunto dando su definición personal e idea.

**Anexo n. 3**

<b>Activity n. 2</b>	<b>“What is the marketing?”</b>
Individual job	
40 mn.	You can use theoretical part, pc and internet connection,, access to module “2.4 – Marketing concept and its importance in business” (in FIT- e-learning platform)

- ✓ El trabajo es individual.
- ✓ Los mentores están disponibles para aclaraciones y / o ideas.
- ✓ observación del comportamiento;
- ✓ Evaluación del mentor (anexo n. 1)
- ✓ Actividades debidamente realizadas;
- ✓ Discusión en clase;

#### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

- ✓ Presentación de diapositivas;
- ✓ Formato de la actividad;
- ✓ Ubicación ideal;
- ✓ Al final, sesión de retroalimentación por parte de los mentores.

#### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

- ✓ El plan de marketing ayuda al crecimiento del negocio al establecer estrategias de marketing adecuadas, como planes para aumentar la base de clientes.
- ✓ Indique y revise la combinación de marketing en términos de las 7 P del marketing: producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y rendimiento.
- ✓ El plan de marketing detalla la estrategia que utilizará una empresa para comercializar sus productos a los clientes.
- ✓ El plan identifica el mercado objetivo, la propuesta de valor de la marca o el producto, las campañas que se iniciarán y las métricas que se utilizarán para evaluar la eficacia de las iniciativas de marketing.
- ✓ ¿Qué esperar sin un plan de marketing? Sin un plan de marketing, el crecimiento de su empresa se ralentizará e incluso podría estancarse. Habrá muy pocos clientes nuevos, y es posible que los clientes existentes no conozcan los nuevos productos o las próximas ventas, lo que reduce sus posibilidades de convertirse en un cliente habitual.

#### **Antecedentes / referencias /fuentes**

<https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/marketing-definition-meaning/>

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2018/11/21/strategic-marketing-tactical-marketing-definitions-differences/>

### ACTIVIDAD 3 ¿Por qué es tan importante el Análisis FODA?

**Duración 60 min.**

**Descripción paso a paso**

- ✓ Después de realizar las dos primeras actividades, el participante tiene una idea de negocio más clara.
- ✓ Participante utilizando el anexo n. 4 ahora podrá evaluar los contenidos de los cuatro cuadrantes siempre referidos a su idea de negocio.
- ✓ Los mentores están a disposición del participante para brindarle instrucciones y consejos sobre la elaboración del formato.
- ✓ observación del comportamiento;
- ✓ Evaluación del mentor (anexo n. 1)
- ✓ Actividades debidamente realizadas;
- ✓ Discusión en clase;

Anexo n. 4

<p><b>Activity n. 3</b></p> <p>Individual job</p>	<p><b>“Why is so important the S.W.A.T. Analysis?”</b></p> <table border="1" data-bbox="399 1220 1248 1551"> <tr> <td data-bbox="399 1220 823 1392"> <p><b>STRENGHT</b></p> </td> <td data-bbox="823 1220 1248 1392"> <p><b>WEAKNESSES</b></p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="399 1392 823 1551"> <p><b>OPPORTUNITIES</b></p> </td> <td data-bbox="823 1392 1248 1551"> <p><b>THREATS</b></p> </td> </tr> </table>	<p><b>STRENGHT</b></p>	<p><b>WEAKNESSES</b></p>	<p><b>OPPORTUNITIES</b></p>	<p><b>THREATS</b></p>
<p><b>STRENGHT</b></p>	<p><b>WEAKNESSES</b></p>				
<p><b>OPPORTUNITIES</b></p>	<p><b>THREATS</b></p>				
<p>60 mn.</p>	<p>You can use theoretical part, pc and internet connection,, access to module “2.4 - Marketing concept and its importance in business” (in FIT- e-learning platform)</p>				

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Uno de los verdaderos beneficios de un análisis FODA es que es fácil de realizar.

Todo lo que realmente necesita es una forma de escribir ideas y la voluntad de mirar directamente a su negocio:

- ✓ Decide el objetivo de tu análisis FODA
- ✓ Investigue su negocio, industria y mercado.
- ✓ Haga una lista de las fortalezas de su negocio (¿Qué hace bien? ¿Qué recursos únicos puede utilizar? ¿Qué ven los demás como sus fortalezas?)
- ✓ Identifique las debilidades de su negocio (¿Qué podría mejorar? ¿Dónde tiene menos recursos que otros? ¿Qué es probable que otros vean como debilidades?)
- ✓ Haga una lista de oportunidades potenciales para su negocio (¿Qué oportunidades están abiertas para usted? ¿Qué tendencias podría aprovechar? ¿Cómo puede convertir sus fortalezas en oportunidades?)
- ✓ Enumere las amenazas potenciales para su negocio (¿Qué amenazas podrían dañarlo? ¿Qué está haciendo su competencia? ¿Qué amenazas le exponen sus debilidades?)
- ✓ Establecer prioridades a partir del FODA
- ✓ Desarrollar una estrategia para abordar los problemas en el FODA
- ✓ Revise sus 4 listas priorizadas preguntando:
  - ¿Cómo podemos utilizar nuestras fortalezas para aprovechar las oportunidades identificadas?
  - ¿Cómo podemos utilizar estas fortalezas para superar las amenazas identificadas?
  - ¿Qué debemos hacer para superar las debilidades identificadas a fin de aprovechar las oportunidades?
  - ¿Cómo minimizaremos nuestras debilidades para superar las amenazas identificadas?

#### **Concreto resultados que los participantes deben preparar**

- ✓ El análisis DAFO le ayuda a identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de su organización.
- ✓ Lo guía para aprovechar lo que hace bien, abordar lo que le falta, aprovechar nuevas oportunidades y minimizar los riesgos.
- ✓ Es bueno utilizar y aplicar un análisis FODA para evaluar la posición de su organización antes de decidirse por una nueva estrategia.

#### **Antecedentes / referencias /fuentes**

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2016/05/26/emprender-un-analisis-foda/>

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2020/06/24/finding-the-right-customers-with-stp-model/>

<https://www.business.qld.gov.au/starting-business/planning/market-customer-research/swot-analysis/conducting>

#### **METODOLOGÍA**

- **Entrenamiento individual/de equipo**

El propósito del coaching es desbloquear el potencial de las personas para maximizar su propio desempeño. Es ayudarlos a aprender en lugar de enseñarles o decirles. Tome aprender a caminar como un ejemplo: la mayoría de las personas no aprenden a caminar con instrucciones.

Al ayudar al cliente a comprometerse con la acción y al ser una caja de resonancia de sus experiencias, el coaching le brinda al individuo el espacio personal y el apoyo que necesita para crecer y desarrollarse. El papel clave del entrenador a menudo es ayudar al cliente a mantener la motivación y el compromiso necesarios para lograr sus objetivos.

<https://new.coachingnetwork.org.uk/information-portal/what-are-coaching-and-mentoring/>

- **Aprendizaje entre pares**

Para los estudiantes, el aprendizaje entre pares puede conducir a mejores actitudes y una experiencia de aprendizaje más personalizada, atractiva y colaborativa, todo lo cual puede conducir a un mayor rendimiento. Para los maestros compañeros, la experiencia puede profundizar su comprensión del tema e impartir confianza.

<https://www.summertech.net/benefits-of-peer-teaching/#:~:text=For%20students%2C%20peer%20learning%20can,the%20subject%20and%20impart%20confidence>

#### **Anexo n. 2**

Actividad núm. 1 Grupos de 3 a 5 personas Un mentor para cada grupo.	“¿Qué es un mercado? ”
30 min.	Puede utilizar la parte teórica, pc y conexión a internet, acceder al módulo “2.4 – Concepto de marketing y su importancia en los negocios” (en FIT – plataforma de e-learning)

#### **Anexo n. 3**

Actividad núm. 2 Trabajo individual	"¿Qué es el Marketing?"
40 min.	Puede utilizar la parte teórica, pc y conexión a internet, acceder al módulo “2.4 – Concepto de marketing y su importancia en los negocios” (en FIT – plataforma de e-learning)

#### **Anexo n. 4**

<p>Actividad núm. 3</p> <p>Trabajo individual</p>	<p>“¿Por qué es tan importante el análisis DAFO?”</p> <table border="1" data-bbox="431 218 1362 579"> <tr> <td data-bbox="431 218 898 405">FUERZA</td> <td data-bbox="898 218 1362 405">DEBILIDADES</td> </tr> <tr> <td data-bbox="431 405 898 579">OPORTUNIDADES</td> <td data-bbox="898 405 1362 579">AMENAZAS</td> </tr> </table>	FUERZA	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FUERZA	DEBILIDADES				
OPORTUNIDADES	AMENAZAS				
<p>60 min.</p>	<p>Puede utilizar la parte teórica, pc y conexión a internet, acceder al módulo “2.4 – Concepto de marketing y su importancia en los negocios” (en FIT – plataforma de e-learning)</p>				

### Puntos de control de aprendizaje/evaluación

Al final de la sesión se recomienda el uso de un formato de autoevaluación. Cada participante se autoevaluará sus competencias en los temas asignados.

### Otras fuentes / referencias

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2018/11/21/strategic-marketing-tactical-marketing-definitions-differences/>

## MÓDULO 2.5 ESTRATEGIAS DE COMBINACIÓN DE MARKETING

### ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

El propósito de la sesión es ayudar a comprender lo que su producto o servicio puede ofrecer a sus clientes.

Ayude a planificar una oferta de productos exitosa.

Ayuda con la planificación, el desarrollo y la ejecución de estrategias de marketing efectivas.

Ayude a aprender cuándo y cómo promocionar su producto o servicio a sus clientes.

Identificar y organizar los elementos de su mezcla de marketing permite que una empresa tome decisiones de marketing rentables en todos los niveles. Estas decisiones ayudan a una empresa a:

- ✓ Desarrollar sus fortalezas y limitar sus debilidades.
- ✓ Ser más competitivo y adaptable en su mercado
- ✓ Mejore la colaboración rentable entre departamentos y socios

Este TALLER ayudará a los participantes a comprender cómo iniciar su propia idea de negocio. También es importante elegir las mejores formas de satisfacer sus necesidades y concentrarse en ellas para hacer crecer su negocio.

El objetivo final de este módulo es obtener el mayor impacto para su negocio o StartUp y conectarse con clientes, clientes y partes interesadas a través de interacciones personalizadas y respuestas activas.

### **Objetivos de aprendizaje**

- ✓ Saber qué es un concepto de mezcla de marketing;
- ✓ Conoce cuáles son las “7 P” del Marketing Mix;
- ✓ Saber qué es una estrategia de marketing;
- ✓ Saber qué es una ventaja competitiva de la empresa;
- ✓ Saber cuáles son las estrategias de obtención de ventajas competitivas;

### **Duración**

Este módulo tomará 4 horas.

### **Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión**

Para completar este módulo, necesitará lo siguiente:

- ✓ Los educadores habrán estudiado la parte teórica (se debe invitar a educadores que tengan la titulación adecuada a impartir la sesión);

### **Sobre los mentores**

- ✓ Los mentores han estudiado la parte teórica sobre “Marketing”;
- ✓ Los mentores ayudarán a los participantes en relación con la especificidad de su idea de negocio;
- ✓ Las actividades de los mentores se pueden realizar individualmente o por los participantes en grupos.

Durante la duración del proyecto, los participantes serán seguidos por mentores para garantizar que sean guiados durante todo el curso.

Cada mentor y aprendiz discutirán la mejor manera de crear una relación mentor / aprendiz y diseñarán el plan más adecuado de acuerdo con sus necesidades.

El propósito de un mentor es ayudarte a crecer como persona y convertirte en la mejor versión de ti mismo. Esto puede implicar ayudarlo a lograr sus objetivos personales o profesionales, presentarle nuevas formas de pensar, desafiar sus suposiciones limitantes, compartir valiosas lecciones de vida y mucho más.

## **ACTIVIDAD 1 ¿Qué es un concepto de marketing mix? Describir las “7 P” y su importancia**

**Duración 60 min.**

### **Descripción paso a paso**

- ✓ Los participantes han aprendido la parte teórica;
- ✓ Pueden hacer preguntas a sus mentores cuando tengan dudas o no sepan;

- ✓ Los participantes eligen a su compañero de trabajo;

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

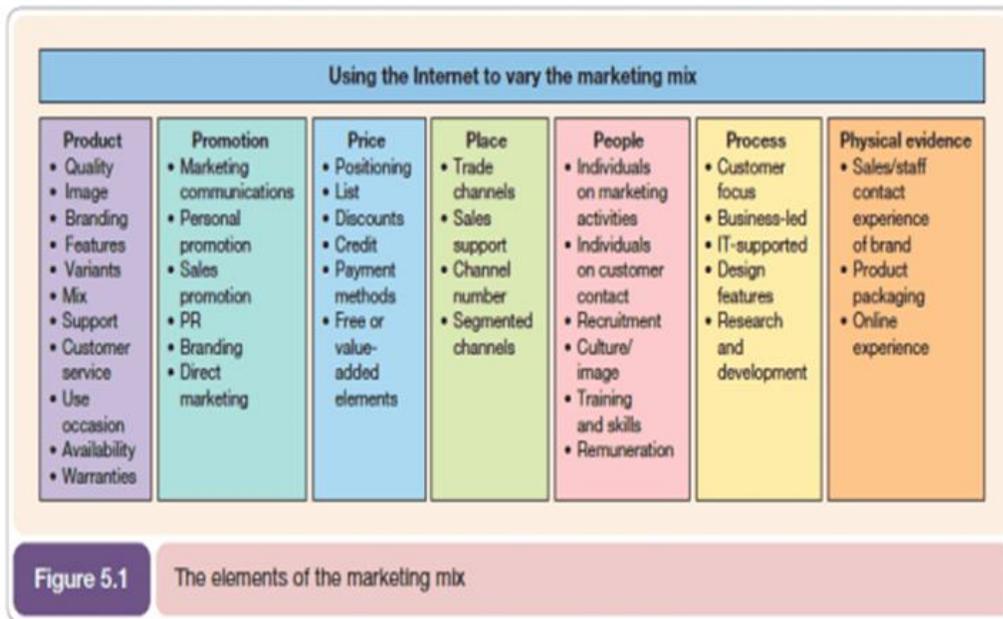
Después de esta actividad, los mentores organizarán una sesión de retroalimentación (actividad n. 2)

<b>Activity n. 1</b>	<b>“What is a marketing mix concept? Describe the “7 P” and their importance”</b>
Work in pairs	
60 mn.	Is it possible use the theoretical part - Access to Module 2.5 “Marketing Mix strategies” on FITE-learning platform

Arriba encontrará un ejemplo de la tabla que se completará con sus consideraciones. la tabla (anexo 2) se adjunta al material que se le entrega.

En el tiempo indicado, comparándose, respondan lo que se pide en el título.

Puede revisar los elementos de la mezcla de marketing en la siguiente tabla:



Después de esta actividad, los mentores organizarán una sesión de retroalimentación: los mentores, a través de preguntas específicas sobre la actividad recién realizada, ayudarán a abordar la actividad n. 2

Concreto resultados que los participantes deben preparar

- ✓ Los datos concretos lo mantienen enfocado en las oportunidades reales y lo ayudan a evitar esfuerzos improductivos.
- ✓ Cuando comprende a sus clientes, puede utilizar sus recursos para llegar a ellos de manera más efectiva, con menos riesgo de perder tiempo, dinero y esfuerzo en iniciativas de marketing que no funcionan.

#### **Antecedentes / referencias /fuentes**

<https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2020/06/24/finding-the-right-customers-with-stp-model/>

<https://fingerprintmarketing.com/por-que-es-importante-el-marketing/#:~:text=Marketing%20is%20important%20because%20it,how%20you%20can%20help%20them.&text=Without%20marketing%2C%20su%20negocio%20no%20tiene%20a%20voz.>

## **ACTIVIDAD 2 Discusión en clase: Ventajas y desventajas de la comercialización.**

**Duración 45 min.**

- ✓ 15 minutos para repasar la actividad anterior y marcar las ventajas y desventajas;
- ✓ 30 min. para debates en clase con educadores y mentores;

#### **Descripción paso a paso**

- ✓ Ahora, todos los participantes trabajan juntos.
- ✓ Podrán comparar sus ideas y sugerencias.
- ✓ Podrán utilizar un rotafolio para marcar lo que surgió del enfrentamiento.
- ✓ La pizarra quedará a disposición de los participantes para la continuación de las actividades.

#### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

A continuación encontrará un ejemplo de la tabla que se completará con sus consideraciones. la tabla (anexo 4) se adjunta al material que se le entrega.

**Activity n. 2****“Class discussion: Advantages and disadvantages of marketing”**

All together

Sharing of previous work done in pairs.

ADVANTAGES	DISADVANTAGES

**45 mn. thus divided:**

Use your previous format done in pairs;

- 15 mn. to review the previous activity and mark the advantages and disadvantages;

Mark the advantages and disadvantages of marketing in the table above

- 30 mn. for class discussion with educator and mentors

Concreto resultados que los participantes deben preparar

- ✓ El marketing que se investiga y se enfoca adecuadamente traerá clientes nuevos y recurrentes.
- ✓ Las opiniones de clientes actuales y anteriores pueden identificar áreas de mejora.
- ✓ Elevar el conocimiento de la marca.
- ✓ Permite una relación más personal entre la empresa y el cliente.
- ✓ Aumento de la cuota de mercado.

**Antecedentes / referencias /fuentes**

<https://smallbusiness.chron.com/advantages-disadvantages-marketing-strategy-53961.html>

## **ACTIVIDAD 3 Describir la competencia de marketing, la ventaja competitiva de la empresa y las estrategias de obtención de ventaja competitiva**

**Duración 45 minutos**

**Descripción paso a paso**

- ✓ Los participantes utilizando el formato a que se refiere el anexo n. 5 podrán contestar, individualmente, las preguntas del título.
- ✓ Los mentores estarán a disposición de los participantes para resolver sus dudas, aclarar dudas, profundizar conceptos.

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

**Annex n. 5**

<p><b>Activity n. 3</b></p> <p>Individual work</p>	<p><b>“Describe what are the marketing competition, the company competitive advantage and the competitive advantage gaining strategies”</b></p>
<p><b>45 mn.</b></p>	<p>If necessary, review the theoretical part</p>

**Resultados concretos que los participantes deben preparar**

- ✓ Los participantes al finalizar la sesión podrán reconocer y utilizar las ventajas de posicionamiento y competitividad de las estrategias de marketing.
- ✓ Las empresas tienen que competir por los clientes, lo que conduce a precios más bajos, bienes y servicios de mayor calidad, mayor variedad y más innovación.
- ✓ La competencia entre empresas puede estimular la invención de nuevos o mejores productos, o procesos más eficientes.
- ✓ Las empresas pueden competir para ser las primeras en comercializar una tecnología nueva o diferente.
- ✓ La innovación también beneficia a los consumidores con productos nuevos y mejores, ayuda a impulsar el crecimiento económico.
- ✓ Las fuerzas competitivas afectan la estrategia porque sus competidores reaccionan a las acciones estratégicas que realiza en el mercado y su empresa tiene que reaccionar a sus movimientos estratégicos.

**Información Adicional**

- ✓ Puntos de control de aprendizaje/evaluación
- ✓ observación del comportamiento;
- ✓ Evaluación del mentor.

**DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA**

**Aprendizaje basado en la investigación:**

En el contexto de esta lista, el aprendizaje basado en la investigación se refiere a involucrar a los alumnos directamente en proyectos de investigación auténticos. Esto tiene un impacto en una variedad de niveles. El alumno obtiene potencialmente una motivación significativa como resultado de su participación en la investigación de la vida real.

Se ha visto que esto es el catalizador para que los alumnos profundicen en los temas.

Además, a través de su participación en la investigación real, los alumnos adquieren conocimientos sobre la naturaleza de la investigación y su papel como investigadores. Las técnicas de investigación se presentan a los alumnos en tantos contextos como sea posible, con el fin de desarrollar sus habilidades de interpretación, análisis y aplicación.

<https://www.learnlife.com/methodologies/research-based-learning>

### **Aprendizaje entre pares**

Para los estudiantes, el aprendizaje entre pares puede conducir a mejores actitudes y una experiencia de aprendizaje más personalizada, atractiva y colaborativa, todo lo cual puede conducir a un mayor rendimiento. Para los maestros compañeros, la experiencia puede profundizar su comprensión del tema e impartir confianza.

<https://www.summertech.net/benefits-of-peer-teaching/#:~:text=For%20students%2C%20peer%20learning%20can,the%20subject%20and%20impart%20confidence>

### **Entrenamiento**

El propósito del coaching es desbloquear el potencial de las personas para maximizar su propio desempeño. Es ayudarlos a aprender en lugar de enseñarles o decirles. Tome aprender a caminar como un ejemplo: la mayoría de las personas no aprenden a caminar con instrucciones.

Al ayudar al cliente a comprometerse con la acción y al ser una caja de resonancia de sus experiencias, el coaching le brinda al individuo el espacio personal y el apoyo que necesita para crecer y desarrollarse. El papel clave del entrenador a menudo es ayudar al cliente a mantener la motivación y el compromiso necesarios para lograr sus objetivos.

<https://new.coachingnetwork.org.uk/information-portal/what-are-coaching-and-mentoring/>  
<https://www.smartinsights.com/marketing-planning/marketing-models/how-to-use-the-7ps-marketing-mix/#:~:text=The%207Ps%20helps%20companies%20to,for%20la%20mezcla%20digital%20marketing%20>.

### **Anexo n. 4**

<p>Actividad núm. 2</p> <p>Todos juntos</p>	<p>“Discusión en clase: ventajas y desventajas del marketing”</p> <p>Puesta en común de trabajos anteriores realizados por parejas.</p> <table border="1" data-bbox="469 264 1419 772"> <tr> <td data-bbox="469 264 943 772"> <p>VENTAJAS</p> </td> <td data-bbox="946 264 1419 772"> <p>DESVENTAJAS</p> </td> </tr> </table>	<p>VENTAJAS</p>	<p>DESVENTAJAS</p>
<p>VENTAJAS</p>	<p>DESVENTAJAS</p>		
<p>45 min. así dividido:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 15 min. repasar la actividad anterior y marcar las ventajas y desventajas;</li> <li>- 30 min. para discusión en clase con educadores y mentores</li> </ul>	<p>Usa tu formato anterior hecho en parejas;</p> <p>Marque las ventajas y desventajas del marketing en la tabla anterior</p>		

### Anexo n. 5

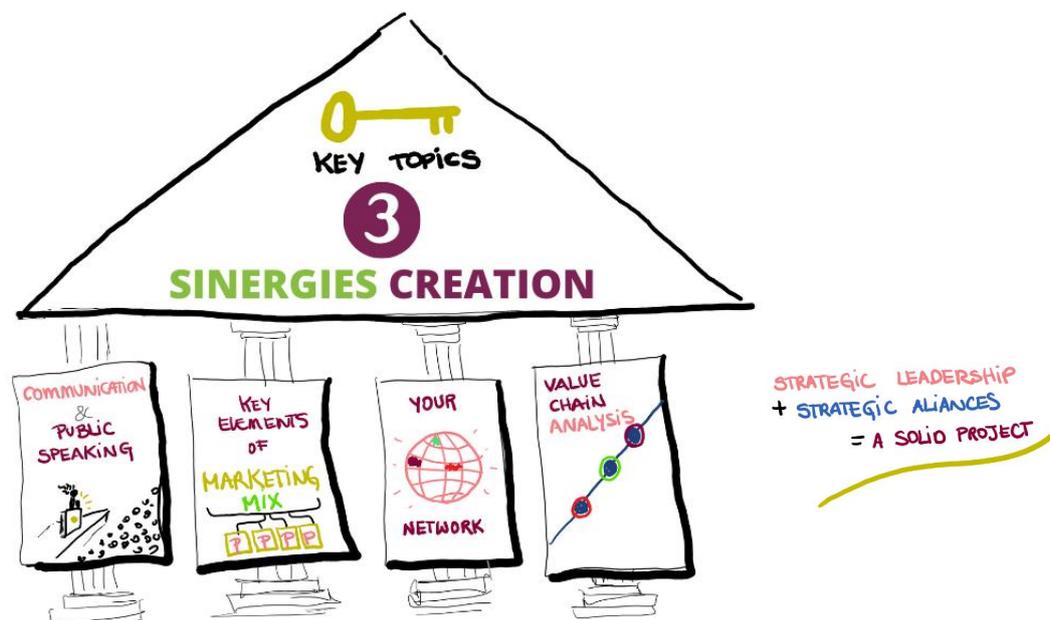
<p>Actividad núm. 3</p> <p>Trabajo individual</p>	<p>“Describir qué son la competencia de marketing, la ventaja competitiva de la empresa y las estrategias de obtención de ventaja competitiva”</p>
<p>45 min.</p>	<p>Si es necesario, repasar la parte teórica</p>

### Fuentes / referencias

<https://eu.patagonia.com>

Sitio web: "El papel de la logística en la mejora de la ventaja competitiva: un marco de cadena de valor para las cadenas de suministro globales" en International Journal Of Physical Distribution & Logistics Management 39(3): 202-226

# CAPÍTULO 3 CREACIÓN DE SINERGIAS



## MÓDULO 3.1 COMUNICACIÓN EFECTIVA

### ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

El objetivo de la sesión es aprender los principales conceptos de comunicación, negociación, storytelling y el uso de diversas formas de comunicación para lograr los resultados esperados en los negocios. Los elementos de la comunicación efectiva se aplicarán en la práctica durante tres tipos de talleres: dar un discurso público, negociar un tema y contar historias.

Objetivos de aprendizaje (conectados al programa de estudios / parte teórica)

- ✓ Inspirar y entusiasmar a las partes interesadas relevantes
- ✓ Obtenga el apoyo necesario para lograr resultados valiosos de la comunicación efectiva
- ✓ Demostrar comunicación efectiva: hablar en público, persuasión, negociación y narración de historias.

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

**Duración** 4 horas

### **Lo que los educadores deben hacer para prepararse para la sesión**

Los educadores tienen que estar preparados para entregar y reflejar los modelos teóricos de la comunicación. Se sugiere tener las plantillas de discurso exitoso, el plan de acción de negociaciones listo para ejecutar los talleres.

Cuidar los factores del entorno que influyen en la atención, apertura, sinceridad de los aprendices a despegar. Aprovéchelo al máximo para que tengan confianza y seguridad social.

### **Sobre los mentores**

Los mentores deben tener experiencia práctica en hablar en público y negociar. Deben conocer los principios y elementos principales de las diferentes formas de comunicación para poder dirigir los talleres, dar retroalimentación y evaluar los resultados de los participantes.

## **ACTIVIDAD 1 Presenta tu idea de negocio**

**Duración** Totalmente- 70 min; 30 min dedicados a hacer un esquema de un discurso de tono, 30 min- para practicar la presentación oral; 10 min – resumen de los resultados alcanzados y lecciones aprendidas.

### **Descripción paso a paso**

La actividad está diseñada para adquirir habilidades prácticas para hablar en público. Las etapas de hacer un esquema de discurso, dar un discurso en público y la evaluación de resultados son las partes de la actividad.

#### **Tarea 1. Defina el propósito de su discurso.**

Pida a los participantes que escriban el propósito principal y el valor adicional del discurso. Recomendamos hacer un pitch de su idea de negocio para inspirar y entusiasmar a los posibles stakeholders.

¿Cuáles son los resultados esperados de esta acción? Anotar las proporciones concretas previstas para un discurso exitoso.

#### **Tarea 2. Esquema del discurso de tono.**

El esquema de discurso exitoso debe tener estas partes: atracción de atención; proximidad a la audiencia; credibilidad del orador; declaración del tema principal; cuerpo del mensaje principal; conclusión enfatizando la idea principal; la fuerte frase de cierre. Se espera que los participantes pronuncien un discurso completo que incluya las partes del constructo.

Las secciones de la tabla incluyen las partes de la construcción del discurso con algunas breves explicaciones de cada una.

#### **Tarea 3. Dar el discurso de tono.**

La sesión práctica para experimentar hablar en público se organiza como una presentación oral en presencia de una audiencia de un grupo de personas, preferiblemente los miembros del mismo grupo de formación. Es

importante mantener el espíritu de autodescubrimiento en el presentador junto con el estado de ánimo de amabilidad y apoyo de la audiencia.

Se recomienda que la presentación oral de la presentación comercial se organice en roles de dos presentadores y oyentes. Los 60 minutos de tiempo total para este ejercicio se pueden dividir en: 5 minutos de presentación, 10 minutos de retroalimentación del oyente. Luego intercambie roles y pídale al oyente anterior que dé su discurso. El doble camino les dará a los participantes una claridad de dar y recibir diferencias para aprender en el futuro.

Para ayudar a los participantes a ser mejores oyentes y concentrarse en la presentación, puede facilitar el proceso utilizando la plantilla de los elementos principales de la comunicación efectiva. Lo encontrarás en la plataforma IED Academy. La plantilla muestra los elementos de la comunicación oral: respeto, proximidad a la audiencia, confianza, concisión de lenguaje y mensaje, lenguaje corporal. Esta hoja sirve para tomar notas.

En caso de limitaciones de tiempo y la necesidad de liderar un grupo más grande de participantes, la tarea podría organizarse simultáneamente en parejas. Este formulario solicitará una forma inteligente de recopilar los resultados de los miembros del grupo.

Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

Para cumplir con la Tarea 2, hay una mesa para los participantes en la plataforma. Deben preparar el esquema de un discurso comercial siguiendo la estructura dada escribiendo el texto en oraciones completas en la columna derecha de la tabla.

**Tabla 1.**

<b>Construcción del discurso</b>	
<b>Atracción</b>	Encuentre un punto para atraer a la audiencia hacia el tema para sentir favoritismo e interés en el discurso. Puede ser por hechos estadísticos, humor, referencia a una ocasión, personalidad, evento o cualquier otra referencia.
<b>Proximidad a la audiencia</b>	Brinde a los oyentes una razón para escuchar su discurso, aumente la motivación por el posible afecto por ellos.
<b>Credibilidad</b>	Ofrezca evidencia de su conocimiento, experiencia y pericia relacionada con el tema.
<b>Declaración del tema</b>	Una oración completa que le diga a la audiencia el tema de su discurso.
<b>cuerpo del mensaje</b>	Puntos principales, asegurando el beneficio, la necesidad y la importancia del mensaje.
<b>Conclusión</b>	Destaca la idea principal de tu discurso.

frase de cierre	Con la frase de cierre se refiere a la introducción o a un tema de atractivo inspirador.
-----------------	--

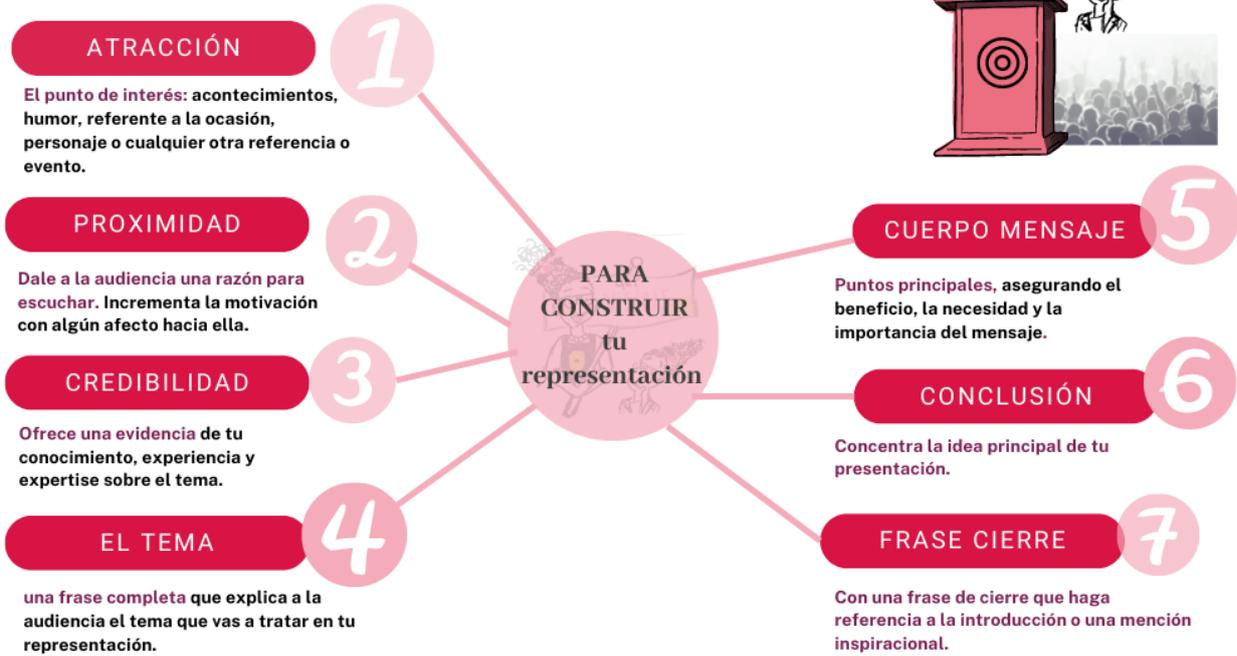
Para una Tarea 3 en un taller de dar un discurso público, se recomienda a los participantes que utilicen una plantilla, cuando estén en el papel de oyentes.

**Tabla 2.**

elementos de comunicacion	notas
Proximidad al público, respeto, confianza	
Estructura de un discurso: atención adjunta, mensaje principal, final	
Concisión del lenguaje: articulación, ritmo, pausas, tono	
Lenguaje corporal: postura, gestos, movimientos.	
Lenguaje corporal: contacto visual, expresión facial	

# COMUNICACIÓN EFECTIVA

## en tu representación, discurso u oratoria



# COMUNICACIÓN EFECTIVA

## en tu representación, discurso u oratoria

Erasmus+map



El papel del educador es dar retroalimentación al individuo o al grupo dependiendo del tamaño del grupo y el horario.

La sesión debe concluir enfatizando la importancia de desarrollar las habilidades útiles para hablar en público de manera efectiva en diversas situaciones y numerosos contextos.

### Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión

Los mentores tienen que ser capaces de hacer un discurso por sí mismos, demostrar algunos elementos del mismo, escribir y analizar la construcción del discurso. Se recomienda consultar previamente las tablas y requisitos de los ejercicios en la plataforma.

### Resultados concretos que los participantes deben preparar

Los participantes obtendrán las habilidades para construir sus discursos comerciales, ganarán algo de práctica para hablar de manera concisa, segura, respetuosa, utilizando gestos, en un tono amistoso, exponiendo la postura relajada del cuerpo, etc.

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

## Antecedentes / referencias / fuentes

Breeze, MH, Rudd, RD, Gifford, GT, Shoulders, CW (2011) Desarrolle sus habilidades para hablar en público: consejos para oradores principiantes, entrenadores de oratoria y jueces.

Jia-Jones, Kathy Keyi. 10 consejos para ayudar a los profesionales con educación internacional a mejorar sus habilidades para hablar en público (2012). Revista Profesional de RRHH.

## ACTIVIDAD 2 Negocia tu problema comercial

### Duración

Totalmente- 70 min; 60 min dedicados a jugar el escenario dado dentro del marco de negociación; 10 min – resumen de la sesión.

### Descripción paso a paso

La sesión presenta una estructura y naturaleza de negociación. Encontrar la forma racional de comunicarse en las situaciones en las que se discuten o incluso se discrepan claramente, es una habilidad crucial en los negocios para alcanzar sus objetivos. Los escenarios y las reglas del juego de roles se proponen para dar una oportunidad a los participantes de experimentar el arte de negociar.

**El juego de rol es adecuado para experimentar con el proceso de negociación basado en un guión elegido.**

**Tarea 1.** Los participantes deben recordar las etapas de negociación dadas en una parte teórica: preparación para las negociaciones; construir relaciones, aclarar objetivos, hacer la primera oferta; negociar hacia un resultado de ganar-ganar, llegando a un acuerdo. Deje en claro que entienden cuándo se termina una etapa para pasar a la siguiente.

Hay una recomendación para dividir las prácticas de aplicar una estrategia distributiva y una estrategia integradora enfatizando la idoneidad bajo diferentes condiciones. La estrategia distributiva se utiliza cuando el negociador tiene una ventaja más fuerte (BATNA) que el otro socio, o el trato es a corto plazo y no tiene posibilidad de prolongarse. Cuando ambas partes tengan el mismo poder y expectativas de colaboración futura, pídale que utilicen la estrategia integradora.

Tenga en cuenta la importancia de mantener a los participantes trabajando hasta que lleguen a un acuerdo responsable. Deben estar listos para explicar las ganancias y pérdidas incurridas.

**Tarea 2** debe ser la primera etapa del juego de roles: preparación para el proceso de negociación.

Decidir sobre asuntos comerciales reales que generalmente implican negociaciones. Sugerimos trabajar en las decisiones de venta, compra, reclutamiento y asociación. Ponga a los participantes en la piel de cualquier gerente y establezca las metas que deben alcanzar.

Utilice los escenarios del banco hechos con anterioridad al taller. Hay una fuerte recomendación de adaptar los guiones a los antecedentes y contexto de los participantes. Si el tamaño del grupo es pequeño, es posible probar diferentes temas según el nivel de complejidad.

Los mentores también pueden prescribir en secreto objetivos específicos para ambas partes negociadoras o para cualquier miembro en particular para que el juego sea intrigante. Esta es una forma de obtener experiencia adicional para los participantes más competentes.

Los mentores generalmente tienen que seguir el proceso de negociación, notar errores y éxitos para estar listos para recibir comentarios de todos.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Dependiendo de un entorno de enseñanza, las referencias del grupo y la experiencia del mentor, es opcional decidir: o poner el banco de escenarios de negociación en la plataforma, o no. El material de la plataforma puede ayudar a los estudiantes a prepararse antes del taller. De lo contrario, podría dejarse el momento de lo inesperado.

### **Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión**

El banco de diversas situaciones y asuntos comerciales ayudará a elegir el tema para una negociación. Si los participantes del taller están fijando sus negocios en diferentes sectores empresariales, haga los guiones adaptados a estas áreas.

Los negociadores siempre deben tener en cuenta que expandir BATNA es un objetivo importante porque aumenta el poder en la negociación. Decidir los casos de implementación de BATNA en algunos ejemplos de negocios.

Se debe estimar y tomar el nivel de complejidad en el proceso de negociación. Los mentores tienen que adaptar el contenido de la negociación o usar diferentes niveles para adaptar los escenarios a las necesidades de los participantes.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Los participantes tienen que conseguir:

- ✓ una experiencia de planificación y gestión del proceso de negociación;
- ✓ comprender el papel de BATNA para el éxito de la negociación;
- ✓ la utilidad de los acuerdos realizados con una estrategia distributiva y/o integradora.

### **Antecedentes / referencias / fuentes**

Beenen, G., Barbuto, JE Hagamos un trato: un ejercicio dinámico para practicar habilidades de negociación. Revista de educación para los negocios, 89: 149–155, 2014.

Lienzo vivo. proyecto de la UE:<http://live-canvas.eu/en/learning-area/full/24/6/1/etapas-en-negociación>.

## **ACTIVIDAD 3 Imagina tu historia empresarial inteligente**

### **Duración**

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

Totalmente- 70 min; 20 min dedicados a trabajar en la recepción de las palabras clave de una misión empresarial; 40 min establecidos para compilar una historia para ganar un público objetivo; 10 min – resumen de la sesión.

### Descripción paso a paso

Como reflejo de la necesidad de cualquier mujer de negocios de construir credibilidad propia o del negocio, en este capítulo se presenta la tarea de convencer una historia comercial valiosa. La forma de contar historias es una clave efectiva para llegar a nuestra audiencia, ya sea un colega, un equipo, un empleado de reclutamiento o un cliente objetivo. La necesidad de comunicar los valores comerciales centrales también es crucial en el contexto de un negocio inteligente y sostenible.

**Tarea 1.** La actividad parte de la revisión de la misión empresarial planteada en los módulos anteriores. En caso de que la misión no esté lista, siga el comentario a continuación en esta sección.

Los participantes deben centrarse en la declaración de su misión comercial utilizando la tabla que pueden encontrar en la plataforma IED Academy. Pídales que lo escriban y hagan un análisis. La tarea principal es transcribir las frases de la declaración de misión en tres partes de acuerdo con las preguntas dadas y sus extensiones:

**POR QUÉ?** Las razones para hacer negocios, aspiraciones, espíritu, sueños, etc.

**CÓMO?** La forma de hacer las cosas, inquietudes personales, estilo, singularidad, sostenibilidad, etc.;

**QUÉ?** Los resultados, valores, productos, impacto, etc.

Deben recoger las frases clave que transmitan el significado más valioso de la declaración en las secciones de la columna derecha de la tabla. Deben terminar la tarea diferenciando los resultados en dos secciones: pistas lógicas y pistas emocionales coloreándolas de diferentes colores. La tarea se realiza con éxito si encuentran al menos 1 pista lógica y 1 emocional para fundamentar su propósito comercial.

Nota: Los mentores deben ser conscientes de que las declaraciones de misión pueden ser simples y claras, pero también pueden expresarse en formas fraseológicas sólidas. Deje que los participantes se sientan cómodos en ambos sentidos.

**Tarea 2** amplía los resultados de la Tarea 1: las pistas lógicas y emocionales que los líderes empresariales quisieran comunicar. Los argumentos lógicos hacen pensar a la audiencia, por lo que es importante comunicarse con las partes interesadas de esa manera. Como método de narración requiere habilitar las pistas emocionales con el fin de movilizar a la audiencia para una acción y contribución.

Pídales a los participantes que compilen una historia única que revele sus rasgos comerciales de "por qué-cómo-qué" para interactuar con cualquier audiencia relacionada. La historia es valiosa y exitosa si tiene estas características y podría usarse como criterio de evaluación:

- ✓ Una historia es específica para la audiencia;
- ✓ Se refiere a un contexto relevante;
- ✓ Una historia se humaniza;

- ✓ Mantiene la humildad;
- ✓ Se mueve para una acción.

Es importante recalcar la necesidad de mostrar empatía a nuestro público objetivo, intentar ponernos en su piel antes de formular la historia. La audiencia debe sentir que el tema se aplica a ellos, es relevante para ellos.

**La tarea se puede hacer en cualquier forma escrita.**

Se sugiere a los educadores que guíen a los participantes a emplear los principios de una economía circular: longevidad, arrendamiento, reutilización, reciclaje u otras formas de aportar valores a la sociedad en su lista de valores comerciales y luego en sus historias.

**La actividad se puede ejecutar de dos maneras:**

- 1) como se describió anteriormente, comenzando con la revisión de la misión comercial y finalizando con la historia compilada para comunicar el negocio sostenible;
- 2) en caso de que la misión empresarial aún no haya comenzado, la actividad puede partir de la identificación de los valores del negocio, por lo que la etapa final sirve para crear la declaración final de la misión empresarial.

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Se coloca una mesa especial en la plataforma para ayudar a los participantes a trabajar en su declaración de misión empresarial. Se requiere el uso de diferentes colores para finalizar su trabajo.

Indique la misión de su negocio:	
¿POR QUÉ? Las razones para hacer negocios, aspiraciones, espíritu, sueños...	
¿CÓMO? La forma de hacer, inquietudes, estilo, singularidad	
¿QUÉ? Resultados, valores, productos, impacto	

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

## Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión

Algunos ejemplos relevantes pueden ayudar a los participantes a extraer los valores de un negocio inteligente y sostenible. Recomendamos utilizar casos de implementación exitosa de misiones comerciales de manera narrativa para explorar las comunicaciones de marketing con sus clientes.

## Resultados concretos que los participantes deben preparar

Los resultados consisten en:

- ✓ Declaración de misión empresarial revisada y finalizada;
- ✓ Una historia compilada para llegar a un público objetivo relevante, por ejemplo, una historia para formar una imagen comercial en el sitio web de una empresa.

## Antecedentes / referencias / fuentes

Esmee Dijt, <https://urbact.eu/storytelling-powerful-tool-quest-circular-economy>

Gothelf, J. Storytelling puede hacer o deshacer su liderazgo. <https://hbr.org/2020/10/storytelling-can-make-or-break-your-leadership>.

## Puntos de control de aprendizaje/evaluación

La evaluación de los resultados alcanzados en este taller consta de estas variables:

- ✓ El nivel de mostrar todas las características de la presentación oral:
  - 1) proximidad a la audiencia, respeto, confianza;
  - 2) estructura de un discurso: atención adjunta, mensaje principal, final;
  - 3) articulación, ritmo, pausas, tono;
  - 4) postura corporal, gestos, movimientos;
  - 5) contacto visual, expresión facial. Esto da el 40 por ciento de la evaluación total.
- ✓ El nivel de demostración de las habilidades de negociación:
  - 1) construir relaciones, declarar objetivos, hacer una oferta;
  - 2) declaraciones de negociación hacia un resultado de ganar-ganar,
  - 3) obtener el acuerdo;
  - 4) mantener las etapas, ritmo y espíritu de resultado constructivo. Esto da el 30 por ciento de la evaluación total.
- ✓ El atractivo de la historia empresarial:
  - 1) la misión empresarial revisada, declarando los valores sostenibles;
  - 2) la historia para comunicar los valores empresariales a través del efecto emocional de convencimiento. Esto da el 30 por ciento de la evaluación total.

## DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA

**Presentación oral** significa una forma de presentar información utilizando una voz a un público objetivo. Se pueden combinar algunos otros tipos de información (como presentación de diapositivas o guiones). En esta sesión recomendamos utilizar presentaciones orales cara a cara.

**Juego de roles** una "técnica que permite a los estudiantes explorar situaciones realistas interactuando con otras personas de forma controlada para desarrollar experiencia y probar diferentes estrategias en un entorno compatible". A los participantes se les dan roles particulares para jugar en una conversación u otra interacción. Se les pueden dar instrucciones específicas sobre cómo actuar o qué decir, o se les puede pedir que actúen y reaccionen a su manera, según los requisitos del ejercicio. Luego, los participantes representarán el escenario y luego habrá una reflexión y discusión sobre las interacciones, como formas alternativas de lidiar con la situación. Luego, el escenario puede representarse nuevamente con cambios basados en el resultado de la reflexión y la discusión" (Glover, I.).

**Cuentacuentos** entretiene al lector/espectador oyente, ganándose su interés. Las historias convincentes convierten el contenido seco y aburrido en gastos de tiempo que valen la pena. Hay muchos enfoques hacia la narración. La personificación, la narración en tercera persona, el periodismo incrustado y las metáforas son solo cuatro formas de animar el contenido (Livingston, G.).

### Fuentes / referencias

Beenen, G., Barbuto, JE Hagamos un trato: un ejercicio dinámico para practicar habilidades de negociación. Revista de educación para los negocios, 89: 149–155, 2014.

Breeze, MH, Rudd, RD, Gifford, GT, Shoulders, CW (2011) Desarrolle sus habilidades para hablar en público: consejos para oradores principiantes, entrenadores de oratoria y jueces.

Esmee Dijt, <https://urbact.eu/storytelling-powerful-tool-quest-circular-economy>

Glover, I. Juego de roles: un enfoque para la enseñanza y el aprendizaje. <https://blogs.shu.ac.uk/shutel/2014/07/04/role-play-an-approach-to-teaching-and-learning/>

Gothelf, J. Storytelling puede hacer o deshacer su liderazgo. <https://hbr.org/2020/10/storytelling-can-make-or-break-your-leadership>.

Jia-Jones, Kathy Keyi. 10 consejos para ayudar a los profesionales con educación internacional a mejorar sus habilidades para hablar en público (2012). Revista Profesional de RRHH.

Lienzo vivo. proyecto de la UE: <http://live-canvas.eu/en/learning-area/full/24/6/1/etapas-en-negociación>.

Livingston, G. Cuatro métodos de narración. <https://geofflivingston.com/2011/04/12/cuatro-storytelling-methods/>

## ACTIVIDAD 4 Plantilla: Presente su idea de negocio

**Tarea 2.** Prepare un esquema de un discurso de presentación de negocios siguiendo la estructura dada. Escriba el texto en oraciones completas en la columna derecha de la tabla.

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

Partes	Tu texto
<p><b>ATRACCIÓN</b> Encuentre un punto para atraer a la audiencia hacia el tema para que se sienta favorecida e interesada en el discurso. Puede ser por hechos estadísticos, humor, referencia a una ocasión, personalidad, evento, etc.</p>	
<p><b>PROXIMIDAD A LA AUDIENCIA</b></p> <p>Brinde a los oyentes una razón para escuchar su discurso, aumente la motivación por el posible afecto hacia ellos.</p>	
<p><b>CREDIBILIDAD</b></p> <p>Ofrezca evidencia de su conocimiento, experiencia y pericia relacionada con el tema.</p>	
<p><b>DECLARACIÓN DEL TEMA</b></p> <p>Una oración completa que le diga a la audiencia el tema de su discurso.</p>	
<p><b>CUERPO DEL MENSAJE</b></p> <p>Puntos principales, asegurando el beneficio, la necesidad y la importancia del mensaje.</p>	
<p><b>CONCLUSIÓN</b></p> <p>Destaca la idea principal de tu discurso.</p>	

<b>FRASE DE CIERRE</b>  Con la frase de cierre se refiere a la introducción o a un tema de atractivo inspirador.	
--	--

**Tarea 3.** Utilice una plantilla en un taller de dar un discurso público, cuando en el papel de oyente.

elementos de comunicacion	notas
Proximidad al público, respeto, confianza	
Estructura de un discurso: atención adjunta, mensaje principal, final	
Concisión del lenguaje: articulación, ritmo, pausas, tono	
Lenguaje corporal: postura, gestos, movimientos.	
Lenguaje corporal: contacto visual, expresión facial	

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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



## ACTIVIDAD 5 Revise la misión de su negocio

**Tarea 1.** Tome su declaración de misión empresarial. Por favor llene una columna vacía con su material textual. Su declaración de misión puede ser simple y clara, pero también puede expresarse en una fraseología sólida.

Transcriba las frases de declaración en tres partes de acuerdo con las preguntas dadas y sus extensiones. Seleccione las frases clave, que transmitan el significado más valioso, de la declaración a las secciones de la columna derecha de la tabla.

Termina la tarea diferenciando los resultados en dos secciones: pistas lógicas y pistas emocionales coloreándolas de diferentes colores.

Indique la misión de su negocio:	
<p><b>¿POR QUÉ?</b></p> <p>Las razones para hacer negocios, aspiraciones, espíritu, sueños...</p>	
<p><b>¿CÓMO?</b></p> <p>La forma de hacer, inquietudes, estilo, singularidad</p>	
<p><b>¿QUÉ?</b></p> <p>Resultados, valores, productos, impacto</p>	

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

## MÓDULO 3.2 ESTRATEGIA DE RED

### 3.2.1. CONSTRUYENDO UNA RED EFICAZ Y ESTABLE

#### ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

Las relaciones comerciales se pueden crear en un entorno y contexto comercial particular, desarrollado bajo las necesidades especiales de los negocios, por lo tanto, es un proceso más corto o más largo del desarrollo de una red comercial efectiva y estable.

La tarea de la parte práctica de esta sesión incluye establecer un plan paso a paso de la estrategia de red completa de negocios sostenibles, incluido el desarrollo de estrategias de redes fuera de línea y redes sociales.

#### Objetivos de aprendizaje (conectados al programa de estudios / parte teórica)

- ✓ Esclarecer las razones de la creación de redes fuera de línea como una naturaleza esencial y cargo de cualquier desarrollo empresarial.
- ✓ Para establecer toda una estrategia de networking empresarial.
- ✓ Construir un plan de conexiones comerciales significativas.
- ✓ Elaborar una estrategia para una red social media.

#### Duración

##### Totalmente- 3 horas 30 min (sin incluir la parte teórica):

- ✓ Actividad 1- Mapa estratégico de networking empresarial- 70 min de duración;
- ✓ Actividad 2- Red de negocios fuera de línea- 70 min;
- ✓ Actividad 3- Estrategia de Redes Sociales- 70 min de duración.
- ✓ Cierre- 10 min.

#### Lo que los educadores deben hacer para prepararse para la sesión

Los educadores deben ser conscientes de las teorías y prácticas de las redes, comprender los principios y conocer las peculiaridades de las redes sociales. En caso de que los educadores atiendan a los jóvenes empresarios de un área o sector comercial especial, sería útil presentarles a los participantes a los actores que desempeñan un papel importante en el área comercial específica.

Las sesiones de establecimiento de las estrategias de la red empresarial son limitadas. Durante las actividades, deje que los participantes entiendan que en la vida empresarial, diseñar su estructura de red estratégica lleva mucho tiempo y nunca se termina por completo, ya que van y vienen nuevos socios.

#### Lista de metodologías aplicadas

Mapas mentales, recopilación de datos.

#### Sobre los mentores

La tutoría exitosa utilizará las experiencias prácticas reales de las empresas. Compartir las lecciones y decisiones en la creación de asociaciones comerciales es valioso para aportar valor agregado a las sesiones.

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

La tutoría de la sesión también debe implicar la tutoría de los participantes para elegir las asociaciones para su perfil sostenible de negocio.

## ACTIVIDAD 1 Mapa Estratégico de Networking Empresarial

La construcción de redes es parte de su estrategia comercial. Esta sesión ayudará a los participantes a mapear toda la estrategia de su red comercial a partir de la red que tienen hoy y luego planificarán las intenciones para avanzar hacia donde les gustaría estar en el período de la estrategia.

### Duración

Tiempo total- 70 min.: 60 min de duración taller de mind-mapping, 10 min para una visión general.

### Descripción paso a paso

Para dibujar un mapa de una estrategia de redes de negocios completa, se deben considerar varios factores, como los propósitos y objetivos de las redes, el tipo y la estructura de la red, las decisiones de membresía, el estilo de gobierno, el establecimiento de un cronograma, etc. Estas consideraciones ayudan a enmarcar un plan completo.

Deje que los participantes comprendan estos factores para hacer una estrategia de networking:

**1. Los fines y propósitos que cumplen los tipos de red.** La creación de alianzas con otras organizaciones permite que las empresas compartan sus recursos, conocimientos, experiencias, coordinen diferentes acciones, aprovechen la influencia y aporten otras formas de valor.

La tarea es establecer los objetivos comerciales y definir los tipos de diferentes organizaciones para la creación de redes que mejor se adapten a los diferentes objetivos y propósitos. Estos diferentes tipos pueden incluir asociaciones, coaliciones, alianzas, cohortes, comunidades y más.

**2. Decisiones de membresía de la red.** Decidir quién es y quién debe ser miembro de la red puede ser una tarea muy compleja. Algunas redes tienen una membresía informal, con socios que van y vienen sin mucha administración. Otros tienen procesos de membresía formales, con reglas sobre quién puede unirse, un proceso para hacerlo y responsabilidades anteriores que pueden incluir cuotas de membresía y asistencia requerida a reuniones. La cuestión más importante es poder definir claramente quién es y quién no es miembro de la red.

**3. Estructura de la Red.** Podría haber dos tipos de conexiones con los socios: directa e indirecta. Guíe a los participantes para que elijan qué red debe consistir en conexiones directas y cercanas entre socios, y qué redes pueden ser escasas, conectadas indirectamente, podrían ser a través de intermediarios. No se enfoque solo en la densa nube de lazos como la mejor solución. Las ventajas de los lazos débiles, socios menos involucrados, también pueden verse como un beneficio para encontrar nuevos socios con menos costos de dinero y tiempo.

**4. Cronología de la Red.** Los participantes deben decidir qué redes de colaboración con socios son indefinidas y cuáles están claramente predefinidas. Es importante asegurarse de que los socios cumplan con los términos y tengan la intención de mantener la misma vida útil de la red.

**5. Gobernanza de la Red.** Algunas redes se autogobiernan, permitiendo que los miembros tengan autonomía, otras pueden ser gobernadas por unas autoridades, una junta, el cumplimiento de las reglas, la rendición de cuentas, el apoyo. Una gobernanza compartida también es un camino.

Los participantes de esta sesión tienen la tarea de dibujar un mapa de toda su estrategia de redes comerciales siguiendo la descripción de la tarea en la plataforma.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Se pide a los participantes que apliquen cualquier técnica de mapas mentales, como <https://www.mindmaps.app>, o cualquier otra instalación similar, para dibujar el mapa de una red comercial extendida. Al principio tienen que hacer una lista de los socios (si) que tienen hoy, describiéndolos a la luz de los factores de propósitos, metas, tipo de relaciones, cronograma. El segundo paso es ampliar la red mediante la identificación de otras asociaciones útiles que puedan ayudar a desarrollar una red comercial eficaz y estable.

### **Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión**

Los mentores deben estar preparados para explicar las diferencias de tipos de redes y factores de influencia. Las habilidades para usar técnicas de mapas mentales también pueden ser útiles. Preséntese con la descripción de la actividad para los participantes en la plataforma.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

La lista completa de asociaciones atractivas y disponibles debe crearse como un esquema claro para la implementación. Es importante seguir que la red extendida de las relaciones es la más efectiva para el negocio, por un lado, lo suficientemente amplia, por otro lado, no demasiado extensa, consumiendo demasiado tiempo, esfuerzos y recursos financieros.

### **Antecedentes / referencias / fuentes**

Derr, Alex. ¿Qué es una estrategia de red?<https://visiblenetworklabs.com/2021/03/01/que-es-una-estrategia-de-red/>

<https://www.mindmaps.app/>

## **ACTIVIDAD 2 Estrategia de red offline**

Las organizaciones forman diferentes tipos de relaciones. Los propósitos comerciales de tener proveedores, intermediarios y socios comerciales confiables se basan en la construcción y el desarrollo de relaciones cuidadosamente seleccionadas que utilizan contactos fuera de línea. Esta actividad está diseñada para crear una red de creación de valor de los contactos fuera de línea de su negocio.

### **Duración**

Tiempo total- 70 min: 60 min taller; Resumen de 10 minutos.

### **Descripción paso a paso**

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

La sesión de planificación de la red fuera de línea trae el enfoque gerencial para construir las relaciones esenciales con los socios clave.

Al principio, permita que los participantes entiendan las ventajas de la creación de redes en persona para desarrollar relaciones con y entre las empresas colaboradoras.

Las ventajas de las relaciones fuera de línea deben explotarse porque:

1. Las interacciones personales con socios son mucho más fáciles de iniciar y administrar que en línea y tienen un carácter más natural. La comunicación no verbal, incluido el lenguaje corporal, el tono de voz, da cierto color a las intenciones y sentimientos personales.
2. No todo el mundo usa los canales de las redes sociales, algunos no son tan activos como cabría esperar. Puedes perderte las valiosas conexiones de esos emprendedores experimentados que tienden a permanecer inactivos en las redes sociales.
3. Tales reuniones basadas en eventos como ferias comerciales, reuniones de la industria, conferencias, festivales comunitarios, etc., forjan fuertes conexiones locales arraigadas en la misma ciudad o región, abren nuevas oportunidades para colaborar. Esto tiene una gran ventaja para tener socios o un aviso relativamente corto.
4. La gente recuerda mejor las caras que las fotos de perfil. Un recuerdo valioso de ver a alguien en persona sirve como una ventaja crítica para causar una impresión duradera.
5. Equilibre sus redes y sus estrategias, alienando las conexiones fuera de línea con la comunicación en línea para aprovechar cada oportunidad para construir las mejores relaciones.

La tarea 1 de la actividad requiere generar la lista de socios potenciales, ya sean organizaciones o personas, que los participantes prevén como actores valiosos para obtener valor mutuo para el negocio. Los objetivos del negocio son el punto de partida para generar conexiones coincidentes para la colaboración.

Utilice fuentes de información externas, como bases de datos, directorios comerciales, publicaciones periódicas comerciales y más, para encontrar los socios comerciales relevantes. La experiencia compartida de los mentores en redes de negocios puede ser muy valiosa.

El segundo paso es establecer un plan de estrategia de red fuera de línea. Esta parte debería ayudar a los participantes a definir las capacidades básicas de cada socio que pueden contribuir a la red. Pida a los participantes que elaboren una Tarjeta del Socio, donde se establecen las acciones tácticas y los detalles de la colaboración. El número de tarjetas debe ser el mismo que el número de socios clave seleccionados para una relación fuera de línea. El conjunto de perfiles de socios cuidadosamente seleccionados debe conformar una red digna y eficaz para sus relaciones comerciales presenciales.

Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

La mesa de la tarea 1 se coloca en la plataforma para trabajar en la selección de socios comerciales potenciales para la comunicación fuera de línea. Las relaciones solicitadas deben cubrir las necesidades específicas de su negocio. Ayude a los participantes a describir los procesos comerciales clave para desbloquear la potencia de beneficiarse de los contactos personales.

Relaciones solicitadas	tu objetivo de negocio	Títulos de instituciones, nombres de personas	Sus prioridades, en su mayoría socios solicitados (nombre 1 o 2)
	Meta 1: Meta 2: ...	1. 2. 3.	
	Meta 1: ...	1. 2. 3.	

Técnicamente, los participantes deben dar forma a la tabla 1, dada en la plataforma, agregando o eliminando algunas líneas que reflejen la necesidad específica de su negocio.

La Tarea 2 continúa desarrollando la formación de su estrategia fuera de línea, involucrando las decisiones del proceso de comunicación, definiendo las capacidades clave para crear valor mutuo para ambos lados de la colaboración.

Guíe a los participantes en la elaboración de un plan de desarrollo de la colaboración indicando las acciones sobre estos factores:

SOCIO 1

Capacidades básicas del socio

Nuestro atractivo para asociarnos

Personas clave para colaborar

Formas de reunión (mesa redonda, desayuno de empresa, visitas,...)

Frecuencia de las reuniones

Otros detalles

Los participantes tienen que dibujar una tarjeta, perfil para cada uno de sus socios seleccionados.

### Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

Sería útil que los participantes compartieran los directorios de varias organizaciones empresariales, asociaciones industriales, cámaras y comunidades para guiar la definición de posibles actores en su industria. Preste atención a la adecuación de los socios seleccionados a los objetivos de crear valor para el cliente y a los objetivos de tomar una posición competitiva defendible.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Al final de la sesión, los participantes deben tener una lista de socios comerciales cuidadosamente seleccionados que son cruciales para su negocio y con quienes deben desarrollar la red fuera de línea.

Las tarjetas de cada uno de sus socios solicitados para la cooperación fuera de línea como un mapa de las acciones tácticas a tomar para mantener las conexiones fuera de línea son los productos finales de la sesión.

### **Otros comentarios**

Al planificar las reuniones fuera de línea, es importante que los participantes no se comprometan demasiado. Concéntrese en un enfoque específico en su lugar.

### **Antecedentes / referencias /fuentes**

<https://www.european-business.com/tips/networking-how-to-network-offline>

<https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs/>

## **ACTIVIDAD 3 Estrategia de Redes Sociales**

Las redes en línea brindan innumerables oportunidades para tener conexiones que nunca podrían conocerse en persona. Los jóvenes emprendedores confían en estas plataformas para encontrar e interactuar con otros profesionales para construir sus redes y crear más oportunidades. Las plataformas de redes sociales han alterado radicalmente la dinámica de las redes profesionales. La sesión te invita a establecer tu estrategia comercial de redes sociales.

### **Duración**

Tiempo total- 70 min: 60 min taller; Resumen de 10 minutos.

### **Descripción paso a paso**

Las redes sociales se han vuelto fundamentales para desarrollar la comercialización de cualquier producto y marca comercial. Esta actividad está diseñada para desarrollar un plan estratégico para construir relaciones con clientes objetivo y posibles fuentes de referencia.

La comunicación social de una empresa debe comenzar revelando los objetivos de marketing a largo plazo, como promover la misión corporativa, crear conciencia de marca, presentar nuevos productos, exponer una experiencia, compartir desafíos y experiencias de sostenibilidad, promover el equipo de la empresa, encontrar nuevos empleados, crear vínculos con las comunidades locales y más otros.

Objetivo de comunicación 1:

Objetivo de comunicación 2:

Objetivo de comunicación 3:

Objetivo de comunicación 4:

A medida que se establecen los objetivos de las conexiones sociales, el plan de networking ampliado incluye estos pasos:

- ✓ Seleccionar sitios de redes sociales apropiados;
- ✓ Desarrollar un plan de creación de contenido;
- ✓ Fijación de las responsabilidades de administración de la red social.

Para esta sesión, los participantes deben mapear su red social siguiendo los pasos anteriores.

La selección de un sitio de redes sociales apropiado debe reflejar el tipo de canal, que agregará valor a los objetivos de marketing de su empresa y atraerá a los clientes objetivo: LinkedIn, Instagram, Facebook, Pinterest, Google+, YouTube, TikTok, etc.

ELIJA SITIOS DE MEDIOS SOCIALES APROPIADOS VINCULADOS CON LOS OBJETIVOS: LinkedIn, Facebook, Instagram, Pinterest, YouTube, cualquier otro.

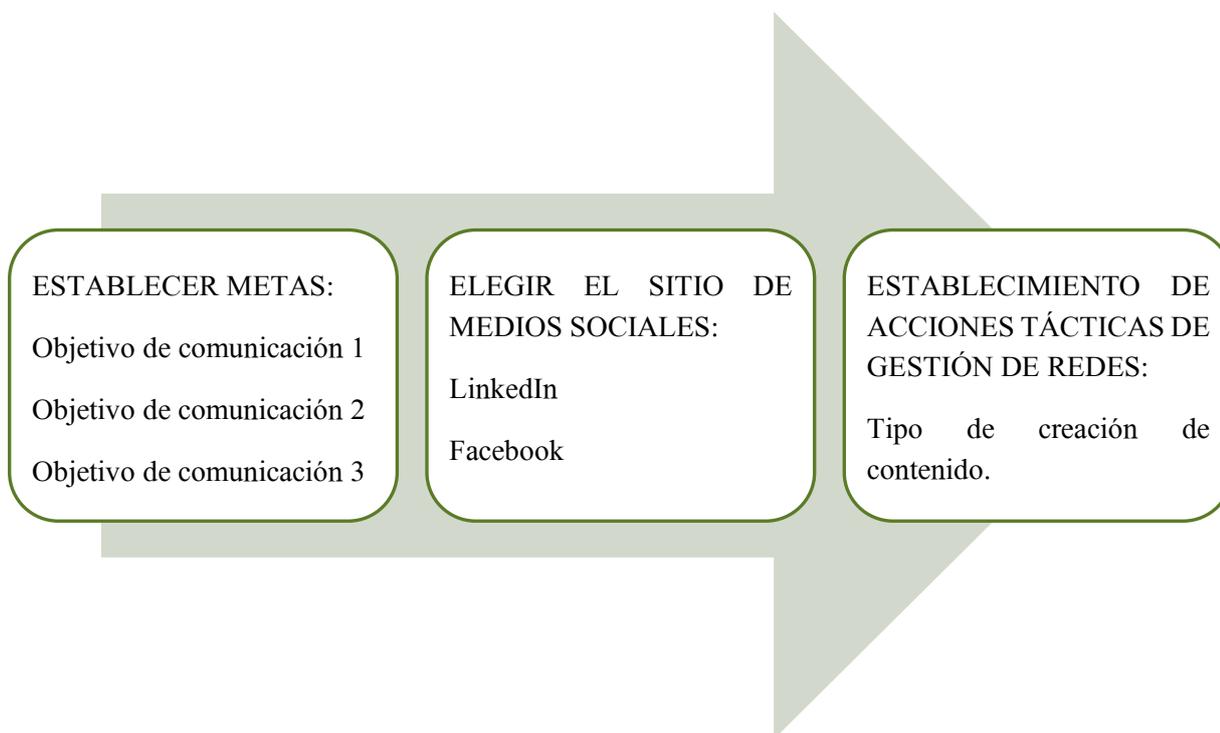
Los tipos de contenido que se pueden planificar para la red social pueden incluir:

- ✓ Próximos eventos de la empresa y la comunidad;
- ✓ Consejos y consejos de expertos para los clientes;
- ✓ Eventos y videos relevantes/en vivo;
- ✓ Representación de equipos de negocios y sus logros;
- ✓ Anuncios de nuevos productos/servicios;
- ✓ Enlaces a los sitios de interés del cliente, etc.

Además del tipo de contenido, los participantes deben planificar las acciones de gestión del networking. Las decisiones implican establecer la frecuencia de las publicaciones, los índices clave de rendimiento para evaluar la interacción esperada del usuario y definir las responsabilidades dentro del equipo.

### Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

Los participantes encontrarán la imagen que demuestra las etapas de elaboración del plan estratégico de networking en las redes sociales.



Pida a los participantes que elijan su forma preferida de hacer un mapa de decisiones y acciones estratégicas. El puede llenar las secciones elegidas de la tabla que puede ser digno de hacer para configurar la mejor red social. Deberán conformar la tabla bajo su solicitud/necesidad, eliminando o agregando las columnas de la misma.

sitio de redes sociales	LinkedIn	Facebook	Instagram	Pinterest	...
Objetivo de comunicación:					
Tipo de contenido:					

Calendario de publicación:					
Interacción esperada del usuario:					
Persona responsable:					

En lugar de la tabla, se puede proponer a los participantes que utilicen la técnica de mapas mentales para dibujar el mapa de su estrategia de gestión de redes sociales.

### Lo que debe hacer para prepararse para esta sesión

La recomendación es estar al tanto de los diferentes canales de redes sociales para estar listo para dar consejos a los participantes para hacer coincidir el sitio con el objetivo de comunicación y, si es posible, compartir las historias de su propia experiencia.

### Resultados concretos que los participantes deben preparar

Todo el plan de redes sociales debe desarrollarse y presentarse al final de la sesión. Puede tomar la forma de una tabla o un mapa. El mapa estratégico debe brindar una visión completa de las conexiones valiosas para alcanzar los objetivos comerciales inteligentes.

### Otros comentarios

Asegúrese de que la red de medios sociales se corresponda completamente con toda la estrategia de redes comerciales y respalde el éxito comercial.

Enfatice la importancia de establecer las conexiones correctas para beneficiar al negocio de una manera sostenible e inteligente.

### Antecedentes / referencias / fuentes

<https://socialnetworking.lovetoknow.com/about-social-networking/five-steps-creating-effective-social-media-content-plan>

### Puntos de control de aprendizaje/evaluación

La evaluación de los resultados alcanzados en este taller consta de estas variables:

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

- ✓ Capacidad para aplicar las habilidades de gestión estratégica mediante la definición de los objetivos comerciales correctos de comunicación: 40 por ciento de la evaluación total.
- ✓ Evaluación crítica de las ventajas y deficiencias de varias conexiones y canales de medios en el área comercial: 40 por ciento de la evaluación total.
- ✓ Habilidades demostradas para hacer un plan completo o visualización de acciones de comunicación comercial: 20 por ciento de la evaluación total.

## DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA

*Técnica de mapas mentales* requiere el uso de métodos creativos elegidos entre la amplia gama de posibilidades, incluidas las aplicaciones.

*Búsqueda* Se pueden utilizar varios tipos de información en línea u otros directorios comerciales para realizar las tareas prácticas.

Todas las actividades están interrelacionadas. Toda la estrategia establecida en la actividad 1 tiene que desarrollarse ejerciendo la configuración de red en ambas direcciones: fuera de línea y en línea. Si es necesario, puede realizar actividades adicionales solicitando establecer la estrategia de redes en línea como planificar el desarrollo del sitio web de la empresa. Es muy recomendable recalcar la importancia de establecer las conexiones adecuadas para beneficiar el carácter empresarial como sostenible e inteligente.

### Fuentes / referencias

Derr, Alex. ¿Qué es una estrategia de red? <https://visiblenetworklabs.com/2021/03/01/que-es-una-estrategia-de-red/>

<https://www.european-business.com/tips/networking-how-to-network-offline>

<https://startupnation.com/grow-your-business/offline-networking-essential-entrepreneurs/>

<https://socialnetworking.lovetoknow.com/about-social-networking/five-steps-creating-effective-social-media-content-plan>

## MÓDULO 3.3 REDES SOCIALES Y PRESENCIA EN LÍNEA

### ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

Este módulo cubrirá los siguientes aspectos:

- ✓ la creación de la propia huella digital
- ✓ como ser e-responsable
- ✓ las diferentes plataformas de redes sociales
- ✓ hacer y no hacer en las redes sociales
- ✓ crear una estrategia de marketing en línea utilizando el concepto de objetivos SMART que ayudará con el lanzamiento del negocio en línea

Esto ayudará a evitar trampas mientras fortalece la presencia en línea.

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

Este módulo también incluye una sesión práctica en la que los participantes tendrán la oportunidad de crear cuentas de redes sociales llamativas para su negocio o puesta en marcha. También se proporcionará una guía que ayudará a los participantes a mantener estos portales a medida que aumentan el tráfico a sus páginas. Los participantes también podrán participar en un cuestionario de autoevaluación en línea.

**Este módulo también incluye un glosario de términos en relación con las redes sociales.**

Objetivos de aprendizaje (conectados al programa de estudios / parte teórica)

En el siguiente módulo los participantes:

- ✓ crear una huella digital
- ✓ conocer las diferentes plataformas de redes sociales y sus respectivos usos
- ✓ aprender sobre el crecimiento de la base de clientes
- ✓ tomar conciencia de las trampas que deben evitarse
- ✓ aprenda a crear contenido multimedia interesante para atraer clientes
- ✓ ser capaz de mitigar quejas o desacuerdos en línea

### **Duración**

Este módulo tomará un máximo de 3 horas para completar.

### **Lista de metodologías aplicadas**

La metodología aplicada en este módulo es el método de observación/participación. Como ha argumentado Mac an Ghail (1994), el observador participante recopila datos participando en la vida diaria de aquellos a los que está estudiando. 'El enfoque es cercano a la interacción cotidiana, involucrando conversaciones para descubrir las interpretaciones de los participantes de las situaciones en las que están involucrados' (Becker 1958, p. 652). El objetivo de la observación participante es producir una "descripción densa" de la interacción social dentro de los entornos naturales. Al mismo tiempo, se anima a los informantes a utilizar su propio lenguaje y conceptos cotidianos para describir lo que sucede en sus vidas. Con suerte, en el proceso emerge una imagen más adecuada del entorno de investigación como un sistema social descrito desde las perspectivas de varios participantes (Geertz, 1973; Burgess, 1984). En otras palabras,

Los participantes observarán, leerán y participarán en la creación de sus respectivas cuentas de redes sociales.

### **Sobre los mentores**

Durante la duración del proyecto, los participantes serán asesorados por el socio local y su equipo para asegurarse de que sean guiados durante todo el curso. Teniendo en cuenta la situación actual de Covid 19, donde las interacciones cara a cara pueden estar restringidas, los mentores y los aprendices deben tener la oportunidad de interactuar en línea, ya sea en una de las plataformas de redes sociales como Facebook Chat, LinkedIn, WhatsApp o incluso por correo electrónico o en tiempo real en plataformas como Zoom, Teams y Google meet. Durante la reunión del mentor y el aprendiz, se debe idear un plan de cómo debe llevarse a cabo dicha tutoría de acuerdo con sus necesidades. El socio local también debe poder nominar a otros mentores de la comunidad local o de organizaciones locales de mujeres para que actúen como mentores de sus participantes.

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

El propósito de un mentor es ayudar al participante a crecer como persona y convertirse en la mejor versión de sí mismo. Esto puede ayudar a los participantes a lograr sus objetivos personales o profesionales, al tiempo que les presenta nuevas formas de pensar, lo que les permite desafiar sus propias suposiciones limitantes, así como compartir valiosas lecciones de vida, entre otras.

## ACTIVIDAD 1 Huella digital

### Duración

Se requieren aproximadamente 30 minutos para la revisión de los recursos proporcionados. Aunque se puede tomar más tiempo para profundizar en cada herramienta, se sugiere que se dediquen unos minutos a cada herramienta y se tomen notas sobre lo que se considera importante.

### Descripción de la tarea paso a paso

Esta actividad se llama minimizar tu huella digital.

Para entregar esta actividad:

- ✓ Pregunte a los participantes qué plataformas de redes sociales utilizan
- ✓ Pregunte a los participantes qué tipo de información creen que está disponible sobre ellos en Internet.
- ✓ muestre el primer recurso de video corto en este módulo: su huella digital (<https://www.youtube.com/watch?v=6TUMHplBveo>)
- ✓ Anime a los participantes a discutir sus sentimientos acerca de que los datos personales estén disponibles en Internet. ¿Qué datos estarían dispuestos a compartir y qué datos creen que están disponibles sin querer?
- ✓ Los participantes evalúan su huella digital a través de este cuestionario en línea. Esto debería tomar aproximadamente 30 minutos. Verifique su huella digital a la que se puede acceder en este enlace: <https://www.proprofs.com/quiz-school/personality/playquiz/?title=your-digital-footprint>

(Nota: el cuestionario puede estar disponible para los participantes en forma impresa o en forma digital)

Los participantes deben disponer de unos 30 minutos para completar el cuestionario. Se debe alentar a los participantes a que revisen sus propios resultados y se les recomienda que tomen nota de los hallazgos clave. Debe realizarse una sesión de retroalimentación después de la actividad en la que los participantes compartan y discutan sus hallazgos y los resultados del cuestionario.

### Antecedentes / referencias /fuentes

<https://www.proprofs.com/quiz-school/personality/playquiz/?title=tu-huella-digital>

<https://www.proprofs.com/quiz-school/personality/playquiz/?title=tu-huella-digital>

<https://www.cybers3c.pt/a-sua-pegada-digital-atraves-de-osint>

## ACTIVIDAD 2: Plan de redes sociales

**Duración: 1 a 2 horas**

### Descripción paso a paso

El objetivo de esta actividad es:

- ✓ entender cómo funcionan las redes sociales
- ✓ lo que las plataformas pueden ofrecer
- ✓ cómo se pueden usar las plataformas para obtener mejores ganancias
- ✓ cree un plan establecido para ayudar a los participantes a mantener las plataformas actualizadas.

La actividad se divide en diferentes secciones, cada una de las cuales le dará al participante una imagen detallada de las funciones individuales de cada red social.

Asigne 5 minutos para que el participante lea el ejercicio seguido de 10 minutos para completar cada elemento. Una lista de verificación para las diferentes plataformas seguirá a esta actividad que incluye tareas que pueden necesitar realizarse diariamente, semanalmente o según sea necesario. Asigne aproximadamente 60 minutos para que los participantes revisen esta lista de verificación.

### Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

Hoja de cálculo:

1

### DEFINE YOUR *target audience*

**Demographics:**

Age Range: \_\_\_\_\_ Income Level: \_\_\_\_\_ # of Employees: \_\_\_\_\_

Gender: \_\_\_\_\_ Education Level: \_\_\_\_\_ Type of Business: \_\_\_\_\_

Occupation: \_\_\_\_\_ Industry: \_\_\_\_\_ Revenue: \_\_\_\_\_

Identify the challenges they're struggling with:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Identify the most common questions they have (your sales team hears them all the time!):

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

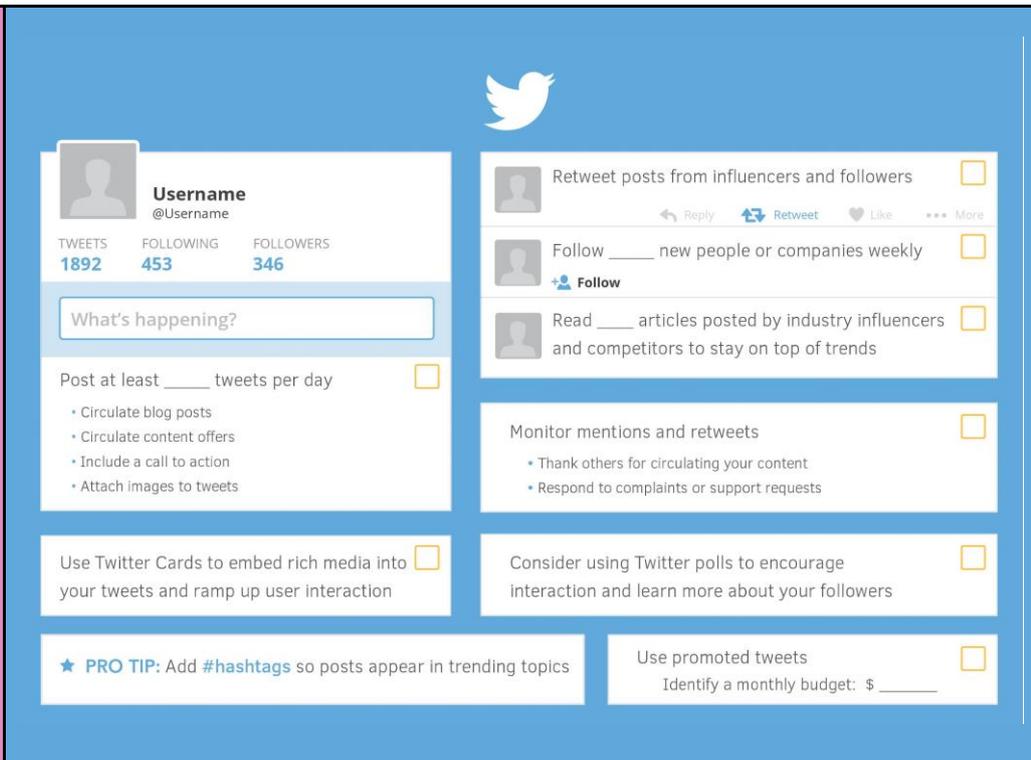
\_\_\_\_\_

★ **PRO TIP:** Focus your content and social posts on information that's relevant to your target audience. This is important: you don't want to annoy people or promote yourself too much!



2	<p style="text-align: center; font-size: 24px; font-weight: bold;">CREATE <i>interesting content</i> TO SHARE</p> <div style="background-color: white; padding: 10px; border: 1px solid #ccc; margin-top: 10px;"> <p>Address the pains of your target audience <input type="checkbox"/></p> <p>Answer frequently asked questions about your products, services, or industry <input type="checkbox"/></p> <p>Address common misconceptions about your industry <input type="checkbox"/></p> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 10px;">    </div>
3	<h2 style="text-align: center; margin: 0;">Facebook</h2> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 60%;"> <p><span style="background-color: #3498db; padding: 2px 5px; border-radius: 3px;">Update Status</span>   <span style="background-color: #f39c12; padding: 2px 5px; border-radius: 3px;">Add Photos/Video</span></p> <p>What's on your mind?</p> <p>Add a post to your company page ____ times per day <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p>Promote your posts and offers using Facebook Advertising <input type="checkbox"/></p> <p>Identify a monthly budget: \$_____</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promote content offers and blog posts to increase traffic to your website</li> <li>• Promote your company page to increase awareness and fans</li> <li>• Create an offer (discount, coupon, etc.) to drive sales</li> </ul> <hr/> <p>★ <b>PRO TIP:</b> Don't forget to tag people and pages in your posts</p> </div> <div style="width: 35%;"> <p><b>All</b> Invites Saved Hosting <span style="background-color: #2c5e8c; color: white; padding: 2px 5px; border-radius: 3px;">+ Create</span></p> <p>Add your events to your Facebook company page to help boost registration <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p><input type="text" value="Write a comment..."/></p> <p>Respond to follower comments <input type="checkbox"/></p> <hr/> <p>Ask people to comment, like, or share posts <input type="checkbox"/></p> <p style="text-align: right;"> Like</p> <hr/> <p>Use relevant <b>#hashtags</b> in your posts <input type="checkbox"/></p> </div> </div>

4



**Username**  
@Username

TWEETS **1892** FOLLOWING **453** FOLLOWERS **346**

What's happening?

Post at least \_\_\_ tweets per day

- Circulate blog posts
- Circulate content offers
- Include a call to action
- Attach images to tweets

Use Twitter Cards to embed rich media into your tweets and ramp up user interaction

Retweet posts from influencers and followers

Follow \_\_\_ new people or companies weekly

Read \_\_\_ articles posted by industry influencers and competitors to stay on top of trends

Monitor mentions and retweets

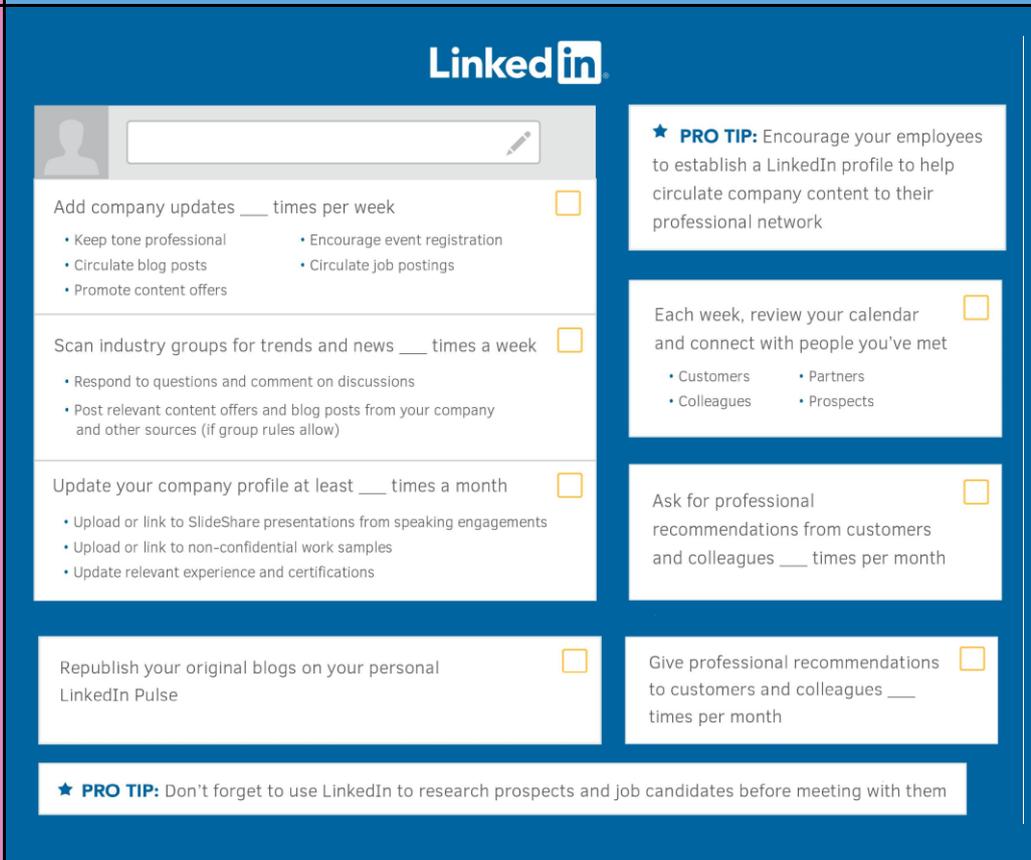
- Thank others for circulating your content
- Respond to complaints or support requests

Consider using Twitter polls to encourage interaction and learn more about your followers

★ **PRO TIP:** Add #hashtags so posts appear in trending topics

Use promoted tweets  
Identify a monthly budget: \$ \_\_\_\_\_

5



**LinkedIn**

Add company updates \_\_\_ times per week

- Keep tone professional
- Encourage event registration
- Circulate blog posts
- Circulate job postings
- Promote content offers

Scan industry groups for trends and news \_\_\_ times a week

- Respond to questions and comment on discussions
- Post relevant content offers and blog posts from your company and other sources (if group rules allow)

Update your company profile at least \_\_\_ times a month

- Upload or link to SlideShare presentations from speaking engagements
- Upload or link to non-confidential work samples
- Update relevant experience and certifications

★ **PRO TIP:** Encourage your employees to establish a LinkedIn profile to help circulate company content to their professional network

Each week, review your calendar and connect with people you've met

- Customers
- Partners
- Colleagues
- Prospects

Ask for professional recommendations from customers and colleagues \_\_\_ times per month

Republish your original blogs on your personal LinkedIn Pulse

Give professional recommendations to customers and colleagues \_\_\_ times per month

★ **PRO TIP:** Don't forget to use LinkedIn to research prospects and job candidates before meeting with them

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

6

**YouTube**

Find \_\_\_ new videos each week to share on Facebook, Twitter, and Google+

**What to Watch**

- My Channel
- My Subscriptions
- History

**Music**

Subscribe to new channels in your industry \_\_\_ times a month

**Education**

Plan a video that showcases an area of business expertise

Engage a videographer for company events—interview loyal customers and enthusiastic employees, and post testimonials to YouTube

★ **PRO TIP:** Keep the videos relevant to your industry, but don't forget to sprinkle in some fun

Use cards and annotations as powerful calls to action to drive traffic and leads to

7

**Pinterest**

Get discovered by millions of people looking for things to plan, buy and do.

Follow \_\_\_ new inspiring boards each week from users related to your industry

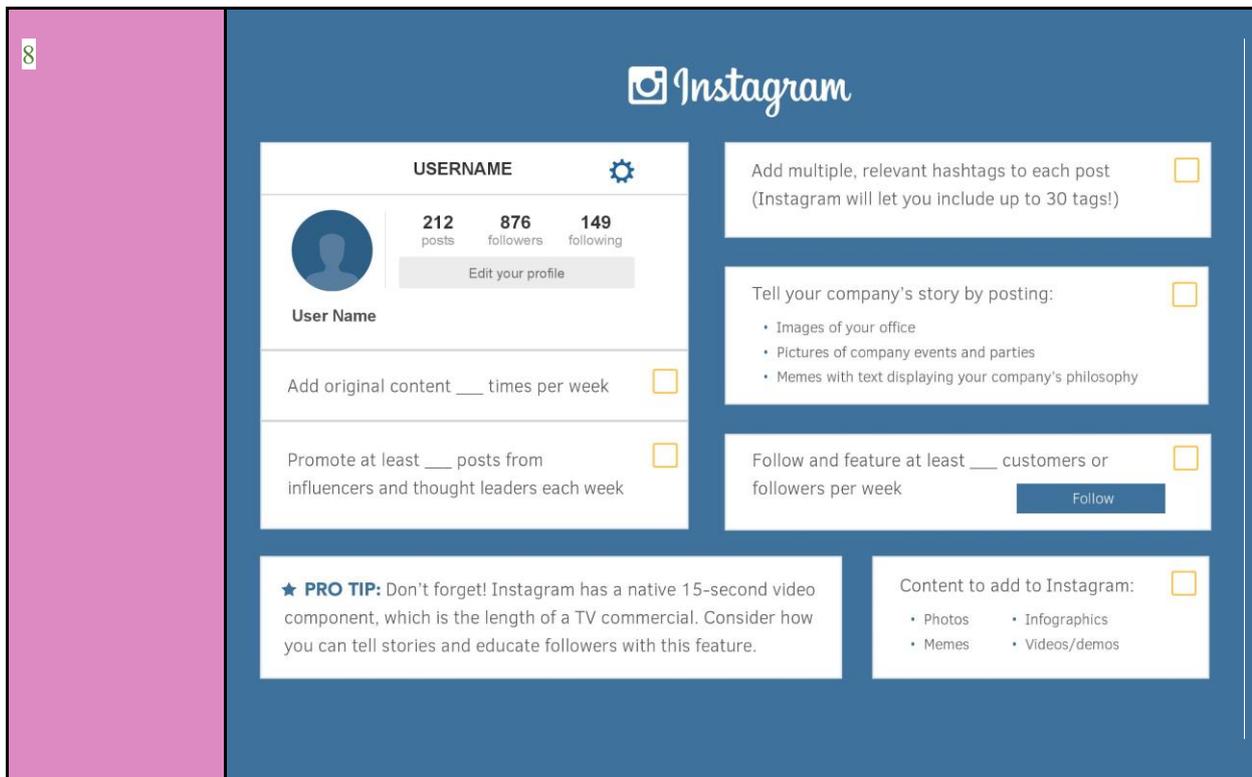
Each week, add \_\_\_ new pins and boards to your company page

- Infographics
- Images from blog posts (and link to the posts)
- Behind-the-scenes company photos
- Company videos and demos
- Memes with text displaying your company's philosophy

Always use keywords in your pin descriptions & board titles

Add boards that your clients would be interested in

★ **PRO TIP:** Make sure pins link back to your website to drive traffic



**Instagram**

**USERNAME** 

 **212** posts   **876** followers   **149** following  
[Edit your profile](#)

**User Name**

Add original content \_\_\_ times per week

Promote at least \_\_\_ posts from influencers and thought leaders each week

Add multiple, relevant hashtags to each post (Instagram will let you include up to 30 tags!)

Tell your company's story by posting:

- Images of your office
- Pictures of company events and parties
- Memes with text displaying your company's philosophy

Follow and feature at least \_\_\_ customers or followers per week  [Follow](#)

★ **PRO TIP:** Don't forget! Instagram has a native 15-second video component, which is the length of a TV commercial. Consider how you can tell stories and educate followers with this feature.

Content to add to Instagram:

- Photos
- Memes
- Infographics
- Videos/demos



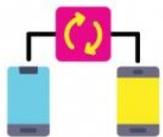
# Your Ultimate Social Media Checklist

... tick away and feel proud!



## Every day

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Check and update your posting calendar</li> <li><input type="checkbox"/> Reply to comments and questions</li> <li><input type="checkbox"/> Monitor your brand mentions online and react to them</li> <li><input type="checkbox"/> Discover industry-related keywords and threads</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Check what your competitors are posting</li> <li><input type="checkbox"/> Monitor industry news and hot topics</li> <li><input type="checkbox"/> Discover trending hashtags</li> <li><input type="checkbox"/> Monitor and comment on influencers' posts</li> </ul> |
|---|--|



## Every week



- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Synchronize with other teams' goals and upcoming activities</li> <li><input type="checkbox"/> Create a posting schedule for the week</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Identify your competitors' best-performing posts</li> <li><input type="checkbox"/> Track the results of your ongoing ad campaigns</li> </ul> |
|---|--|



Every month



- Collect monthly stats\*
- Analyze your competitors' social strategies\*\*
- Compare your performance against your competitors'

- Identify your previous month's successes and integrate them into your social strategy
- Define the next month's ratio of educational and entertaining content to product content
- Research upcoming news and events that can be used to promote your product



Every quarter



- Review and evaluate the last quarter's KPIs and see where you stand
- Make sure your brand image is consistent across all social channels

- Conduct audience analysis to see if you are targeting the right people
- Set your goals for the next quarter
- Define your KPIs for the next quarter



\* follower/engagement growth, your avg response time, social traffic

\*\* best-performing channels, top posts, posting times

### Resultados concretos que los participantes deben preparar

- ✓ los participantes deben ser más conscientes de las diferentes plataformas de redes sociales
- ✓ los participantes también completarán la lista de verificación provista

Antecedentes / referencias / fuentes

<https://www.semrush.com/blog/your-ultimate-social-media-checklist-semrush/>

<https://blog.hootsuite.com/plantilla-de-auditoria-de-redes-sociales/>

<https://www.emarketer.com/Chart/Methods-Used-Communicate-with-Customers-According-US-SMB-Professionals-Sep-2017-of-respondents/214982>

### Puntos de control de aprendizaje/evaluación

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

- ✓ los participantes se volverán más conscientes de las diferentes plataformas de redes sociales y cómo hacer uso de ellas
- ✓ los participantes crearán una estrategia de redes sociales para su negocio en línea
- ✓ los participantes crearán una serie de perfiles en las redes sociales
- ✓ los participantes crearán su propia lista de verificación para ayudarlos a mantener sus plataformas de redes sociales
- ✓ los participantes evaluarán la huella digital utilizando un cuestionario proporcionado

### Descripción de la metodología

El taller se llevará a cabo cara a cara y debe incluir la mayor participación posible de los asistentes. El taller contará con la participación activa de los asistentes a través de varios debates, así como el uso de la lista de verificación y la creación de los diferentes perfiles de redes sociales.

### Otras fuentes / referencias

- ✓ Plataformas de redes sociales para empresas:<https://optinmonster.com/mejores-plataformas-de-redes-sociales-para-negocios/>
- ✓ marketing en redes sociales para empresas:<https://www.wordstream.com/social-media-marketing>
- ✓ Consejos de redes sociales para pequeñas empresas:<https://blog.hootsuite.com/social-media-tips-for-small-business-owners/>
- ✓ Redes sociales para pequeñas empresas:<https://dr6j45jk9xcmk.cloudfront.net/documents/443/medi-booklet-social-media-accessible-e-final.pdf>

## MÓDULO 3.4 RED

### ¿Cuál es el propósito de la sesión? Descripción general

En esta sesión, aprenderemos de qué se trata la creación de redes, cómo podemos encontrar oportunidades de creación de redes y qué hacer y qué no hacer para mantenerlo en el camino correcto. Identificaremos los diferentes tipos de eventos de networking a los que podemos asistir, qué debemos preparar antes de estos eventos de networking y cómo actuar una vez que asistamos. Esta es una sesión muy práctica de lo que se debe y no se debe hacer para aprovechar al máximo su experiencia en redes.

La creación de redes es una actividad comercial socioeconómica mediante la cual los empresarios y los emprendedores se reúnen para formar relaciones comerciales y reconocer, crear o actuar sobre oportunidades comerciales, compartir información y buscar socios potenciales para empresas. A lo largo de su vida, hará contactos de redes que se convertirán en relaciones que incluyen amigos, colegas y prospectos profesionales. Para hacer networking tienes que salir y conocer gente.

Debido a que no todo el mundo nace extrovertido y gran comunicador, hemos creado algunos ejercicios que te ayudarán a superar tus dudas a la hora de entablar conversaciones con completos desconocidos.

El juego de roles y el lanzamiento de su idea de negocio al resto de los participantes es un buen comienzo para combatir su timidez y ansiedad al hablar con extraños. Crearemos un escenario ficticio de un evento de networking donde los participantes tendrán la oportunidad de practicar lo aprendido durante la sesión teórica.

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

## Objetivos de aprendizaje (conectados al programa de estudios / parte teórica)

- ✓ Aprende cuál es el propósito de las redes
- ✓ Conozca cómo la creación de redes puede ayudarlo a expandir sus oportunidades comerciales
- ✓ Encuentre formas de superar su ansiedad al hablar con extraños
- ✓ Conoce los diferentes eventos de networking a los que puedes asistir
- ✓ Aprende a relacionarte y sentirte seguro al hacer conexiones.
- ✓ Infórmate sobre las diferentes redes de mujeres en Europa

## Duración

Este taller durará 4 horas.

## Qué deben hacer los educadores para preparar la sesión

Para esta sesión, deberá haber realizado la parte teórica de este módulo para poder obtener el máximo beneficio de este taller.

Un capacitador que sea un ávido creador de redes podrá animar este ejercicio y podrá contar anécdotas de sus experiencias en redes.

**Esto se decide al principio.** Idealmente, el capacitador que modera este taller debe ser un empresario o alguien que haya tenido una amplia experiencia en oportunidades de trabajo en red de primera mano. No se trata de la teoría de cómo conectarse en red correctamente, sino de una guía práctica en situaciones de redes de la vida real.

- ✓ Laptop con una conexión a internet estable
- ✓ Papel y bolígrafos de colores.
- ✓ Rotafolio (Opcional)
- ✓ escenarios preparados

## Sobre los mentores

A cada participante se le asignará un mentor para que sea guiado a lo largo de todo el curso. Teniendo en cuenta la situación actual de Covid 19, donde las interacciones cara a cara pueden estar restringidas, los mentores y aprendices podrán interactuar en línea en una de las plataformas de redes sociales como Facebook Chat, LinkedIn, WhatsApp o incluso por correo electrónico o en tiempo real en plataformas como Zoom, Teams y Google meet. Cada mentor y aprendiz discutirán la mejor manera de crear una relación mentor / aprendiz y diseñarán el plan más adecuado de acuerdo con sus necesidades. El socio local también puede elegir mentores de la comunidad local o alguien de organizaciones locales de mujeres para que actúen como mentores de sus participantes.

El propósito de un mentor es ayudarte a crecer como persona y convertirte en la mejor versión de ti mismo. Esto puede implicar ayudarlo a lograr sus objetivos personales o profesionales, presentarle nuevas formas de pensar, desafiar sus suposiciones limitantes, compartir valiosas lecciones de vida y mucho más.

## ¿Qué hace a un buen mentor?

De acuerdo con 'virginstartup.org', "los buenos mentores están realmente comprometidos con el éxito de las empresas a las que ayudan y lo hacen para transmitir sus conocimientos, no porque les genere ganancias o los lleve adelante".

¿Qué métodos y estrategias puede utilizar el mentor?

Una estrategia eficaz es 'Speed Networking'. ¿En qué consiste?

## ¿Qué es Redes de velocidad?

Según 'mixerseater.com', "Speed Networking (Business Speed Dating) es una forma eficaz y que ahorra mucho tiempo de hacer contactos profesionales. El propósito de la creación de redes de velocidad es animar a los participantes a hacer tantas conexiones como sea posible.

La idea de Speed Networking se originó a principios de la década de 2000 por Tom Jaffee, quien introdujo el concepto de citas rápidas en el mundo empresarial. Sin embargo, la principal diferencia entre las citas rápidas y las redes rápidas radica en el propósito de conocerse. Mientras que en las citas rápidas, cada individuo tiene la intención de terminar con una conexión adecuada, durante las redes rápidas, el objetivo es hacer tantas conexiones relevantes como sea posible".

## Cómo ayuda Speed Networking

“Establecer conexiones profesionales es extremadamente importante para las personas que desean hacer crecer su negocio en el mundo actual. Por lo tanto, no sorprende ver que se están llevando a cabo muchos eventos de networking. Dichos eventos ayudan significativamente a las personas que de otro modo se sentirían demasiado tímidas para crear conexiones valiosas. Durante un evento de Speed Networking, todos los participantes se han reunido con un propósito predefinido. Por lo tanto, iniciar una conversación profesional sin bromas no se considera algo fuera de lo común.

Para los participantes, los eventos de Speed Networking aportan muchos beneficios. Para gestionar eficazmente su carrera, debe tener amplias conexiones profesionales. Sin embargo, independientemente de la inmensa disponibilidad de varias plataformas de redes sociales, todavía existe la necesidad de conocer gente cara a cara para crear conexiones realmente significativas.

Un evento de redes de velocidad le da a una persona acceso a numerosas personas en diferentes campos. Los profesionales intercambian fácilmente información de contacto durante estos eventos y, a veces, también organizan reuniones futuras. Esto abre las puertas a posibles oportunidades de crecimiento y asociaciones valiosas. Dado que todos los participantes asisten al evento con el único propósito de hacer conexiones, no hay necesidad de charlas triviales. Ponerse manos a la obra después de la reunión es la norma durante este tipo de eventos, algo que los profesionales aprecian mucho".

## Cómo organizar y gestionar un evento de Speed Networking

“Si está pensando en organizar un evento exitoso de redes de velocidad, primero debe informarse. Los organizadores utilizan diferentes métodos al planificar su evento de networking rápido. Existen tres modelos para organizar eventos de speed networking. Éstos incluyen:

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

## ronda robin

En tal modelo, las interacciones tienen lugar con una secuencia predefinida que te hace conocer a una variedad de personas. Las reuniones comienzan con un timbre y durante esta primera ronda, los participantes intercambian información esencial. Una vez que se completa la primera ronda, el anfitrión comienza la segunda ronda. La cantidad máxima promedio de contactos que un participante hace durante una sesión de una hora de duración es de 10. Sin embargo, no es necesario que todos los participantes que conozca provengan de un entorno relevante.

## Basado en estación

Durante un modelo de red de velocidad de este tipo, las reuniones entre los diferentes participantes se establecen antes del evento. Esto se hace posible a través de la información compartida en el cuestionario completado por los participantes de antemano. Los participantes también identifican a qué profesionales les gustaría conocer en el speed networking. La cantidad máxima promedio de contactos que hace un participante durante una sesión basada en una estación de una hora es 10.

## Basado en grupos

De los tres modelos, el modelo basado en grupos es el más efectivo. Una herramienta tecnológicamente avanzada, como MixerSeater, genera un sistema de asientos óptimo. Cada mesa puede constar de 4 a 10 sillas, y los participantes en cada mesa tienen un tiempo determinado para presentarse. Dado que la herramienta genera un plan de asientos que fomenta la creación de conexiones valiosas, la probabilidad de lograr el éxito durante este tipo de eventos es muy alta”.

## Antecedentes / referencias / fuentes

<https://www.virginstartup.org/>

[https://www.mixerseater.com/speed\\_networking](https://www.mixerseater.com/speed_networking)

## ACTIVIDAD 1 Superando el miedo al networking

### Duración 1 hora

### Descripción paso a paso

Comience viendo este video titulado "Cómo hacer networking como un profesional" haciendo clic en <https://www.youtube.com/watch?v=REA8Ac486O0>

Cuando termine el video, el facilitador leerá un escenario ficticio de un evento de networking e incluirá detalles de la razón por la que se lleva a cabo este evento y otros detalles relevantes.

Los participantes pasarán 10 minutos tomando notas de lo que les gustaría decir, ingeniosas líneas iniciales y planificando sus respectivos métodos para acercarse a los posibles contactos de la red.

Cuando terminen los 10 minutos, el espacio se recreará para parecerse lo más posible a un evento de networking, y los participantes comenzarán a mezclarse y hablar con los otros contactos y la red. El facilitador también debe mezclarse y dar su opinión durante este tiempo. Esta fase debe durar alrededor de 30 minutos.

Cuando se acaben los 30 minutos, los participantes se reagruparán, volverán a poner la sala en orden y pasarán de 10 a 15 minutos reflexionando sobre el ejercicio y tomando notas de lo que han aprendido y creando una estrategia de seguimiento.

La última parte de este ejercicio es una mesa redonda donde cada participante hablará sobre su experiencia en este ejercicio, la cantidad de información que han logrado recopilar y también hablarán sobre el plan de seguimiento que han diseñado.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Vídeo de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=REA8Ac486O0>

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Se espera que los participantes completen las cuatro etapas secuenciales de un buen trabajo en red que son: la investigación, el acercamiento, el seguimiento y la solicitud.

### **Antecedentes / referencias / fuentes**

<https://www.youtube.com/watch?v=REA8Ac486O0>

<https://blog.hubspot.com/marketing/networking-connections>

## **ACTIVIDAD 2 Networking BINGO**

### **Duración 1 hora**

### **Descripción paso a paso**

Entregue una hoja de trabajo de Networking BINGO adjunta aquí

Los participantes deben completar cada cuadrado escribiendo su respuesta al mensaje; Espere unos 2 minutos para que esto se complete.

Luego, los participantes se conectan en red, hablan con las personas para descubrir y compartir intereses mutuos y recopilan firmas de personas con las que encuentran cosas en común.

Según el tamaño del grupo y el tiempo asignado, informe a los estudiantes cuántos minutos tienen para trabajar en red. El primer estudiante en completar los 12 espacios en la cuadrícula gana. La mayoría (si los hay) no completarán la cuadrícula.

- i. Variaciones con firmas: Permita que cada participante tenga una firma por cuadrado, incluso si varios participantes comparten la misma característica. Permita que los participantes obtengan solo una firma de otro participante, incluso si tienen varias cosas en común.

- ii. Variaciones con estructura: Los participantes se alinearán en dos filas uno frente al otro. Una persona actuará como un "ancla". Configure un cronómetro y haga que los estudiantes pasen al siguiente estudiante cada vez que suene hasta que los estudiantes hayan interactuado con todos los compañeros de clase.

**Informe la actividad discutiendo cosas tales como:**

- ✓ quién obtuvo la mayor cantidad de firmas;
- ✓ cuál fue la coincidencia más fácil de encontrar;
- ✓ cuál fue la coincidencia más difícil de encontrar;
- ✓ si se perdieron oportunidades de networking;
- ✓ todos los elementos de BINGO estaban relacionados con el trabajo;
- ✓ cómo podrían estos temas tener un impacto en la búsqueda de empleo;
- ✓ revise las preguntas en la parte inferior de la hoja de trabajo con respecto a otras implicaciones, incluidas las redes sociales y las redes/presencia en línea y las consecuencias

**Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Sería ideal que los participantes ya hayan leído la parte teórica de este módulo para que vayan poniendo en práctica lo leído.

**HOJA DE TRABAJO DE BINGO EN RED**

Nombre del participante: \_\_\_\_\_

**INDIVIDUALMENTE**

1. Responda a cada pregunta (en lo que se refiere a su propia vida y experiencia) escribiendo su respuesta en la línea "Yo" en cada cuadro.
2. Tiene 5 minutos para completar esta parte del ejercicio.

**EN UN GRUPO**

3. Levántese, camine y hable con la gente. Esto se llama “redes”. Identifique a las personas que tienen la misma respuesta para cada casilla. Cuando encuentre a alguien que coincida con su respuesta, escriba su nombre en el cuadro. No puede tener el nombre de la misma persona más de UNA vez en la cuadrícula.
4. Tienes 10 minutos para conectarte y completar tu grilla. Grita "¡BINGO!" cuando todos los espacios en blanco están llenos.

TAMAÑO DEL ZAPATO	COMIDA FAVORITA	ANIMAL FAVORITO	HABILIDAD FUERTE	MÁS
Yo: _____	Yo: _____	Yo: _____	Yo: _____	
Nombre:	Nombre:	Nombre:	_____	

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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



_____	_____	_____	Nombre: _____
TU CARRERA IDEAL	EL TEMOR MÁS GRANDE	CIUDAD NATAL	HABILIDAD MÁS DÉBIL
Yo: _____	Yo: _____	Yo: _____	Yo: _____
Nombre: _____	Nombre: _____	Nombre: _____	Nombre: _____
COLOR FAVORITO	MÚSICA FAVORITA	HOBBY FAVORITO	MES DE CUMPLEAÑOS
Yo: _____	Yo: _____	Yo: _____	Yo: _____
Nombre: _____	Nombre: _____	Nombre: _____	Nombre: _____

### Resultados concretos que los participantes deben preparar

Los participantes podrán comprender la importancia de poder encontrar puntos en común y construir a partir de ellos para establecer conexiones con otros a fin de lograr el éxito profesional.

Antecedentes / referencias /fuentes

[http://www.wrksolutions.com/Documents/WhenIGrowUp/WIGU\\_PDFS/High-School/Lesson6-Networking-Bingo.pdf](http://www.wrksolutions.com/Documents/WhenIGrowUp/WIGU_PDFS/High-School/Lesson6-Networking-Bingo.pdf)

### Puntos de control de aprendizaje/evaluación

Esta sesión terminará con un cuestionario de opción múltiple. Las respuestas correctas están resaltadas en amarillo.

### Cuestionario de opción múltiple

#### Q1. La creación de redes es:

- Interactuar con otras personas para intercambiar información y desarrollar contactos, especialmente para avanzar en la carrera.
- El acto de componer, hablar, ejecutar o arreglar cualquier cosa sin preparación previa.
- Continuar un proceso sin interrupción.
- Una expectativa futura. Un cliente potencial, inversor, mentor, etc.

#### Q2. La improvisación es:

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

- a. Interactuar con otras personas para intercambiar información y desarrollar contactos, especialmente para avanzar en la carrera.
- b. El acto de componer, hablar, ejecutar o arreglar cualquier cosa sin preparación previa.
- c. Continuar un proceso sin interrupción.
- d. Una expectativa futura. Un cliente potencial, inversor, mentor, etc.

**Q3. Uno de los beneficios de la creación de redes efectivas es el "refuerzo de la experiencia", que significa:**

- a. Aunque es valioso aprender de tus errores, es más efectivo aprender de los errores de los demás.
- b. A medida que conozca a nuevas personas, es posible que se encuentre con personas que podrían convertirse en clientes o que conocen a clientes potenciales.
- c. Alguien a quien conoces mientras haces networking puede referirte a un proveedor de servicios que les ha brindado un buen servicio.
- d. Cuanto más te presentes a los demás, más confianza tendrás en ser proactivo.

**Q4. Otro beneficio de la creación de redes efectivas es el "radar de oportunidades comerciales", lo que significa**

- a. Aunque es valioso aprender de tus errores, es más efectivo aprender de los errores de los demás.
- b. A medida que conozca a nuevas personas, es posible que se encuentre con personas que podrían convertirse en clientes o que conocen a clientes potenciales.
- c. Alguien a quien conoces mientras haces networking puede referirte a un proveedor de servicios que les ha brindado un buen servicio.
- d. Cuanto más te presentes a los demás, más confianza tendrás en ser proactivo.

**P5. ¿Qué significa un "expansor de perfil"?**

- a. Cuanto más esté por ahí y conozca gente nueva, más conocida será su empresa.
- b. A medida que conoce gente nueva, puede encontrarse con personas que podrían convertirse en clientes o que conocen a clientes potenciales.
- c. Alguien que conoces mientras haces networking puede referirte a un proveedor de servicios que les ha brindado un buen servicio.
- d. Cuanto más te presentes a los demás, más confianza tendrás en ser proactivo.

**P6. Todas las siguientes son reglas para una red efectiva, excepto:**

- a. Sal de tu zona de confort.
- b. Use el rechazo como una insignia de honor.
- c. Considere la creación de redes como una búsqueda del tesoro de estilo libre

- d. Iniciar un negocio

**P7. El ciclo efectivo de creación de redes incluye todo lo siguiente, excepto:**

- a. Hacer nuevos contactos
- b. Evaluar contactos
- c. Priorizar el seguimiento
- d. Planificación Financiera

**P8. Si está iniciando un nuevo negocio o empresa, la mejor manera de comenzar es con referencias básicas de la red.**

Verdadero

Falso

**P9. Los líderes de pequeñas empresas y los empresarios se sienten cómodos llamando a los líderes comerciales que respetan para obtener referencias.**

Verdadero Falso

**P10. El componente más crítico de una red avanzada exitosa es:**

- a. Seguimiento rápido y proactivo
- b. Reunión de inversores
- c. Iniciar un negocio
- d. Salir de tu zona de confort

## YODESCRIPCIÓN DE LA TODOLOGÍA

### JUEGO DE ROL

En consonancia con 'yourdictionary.com', “El juego de roles es 'Una técnica de entrenamiento o psicoterapia en la que los participantes asumen y representan roles para resolver conflictos, practicar comportamientos apropiados para diversas situaciones, etc.’”

#### ¿Cuáles son sus beneficios?

“Estos son solo algunos de los beneficios de hacer que el juego de roles sea parte de su capacitación comercial, como se informa en 'trainingmag.com:

- **Genere confianza:** cuando su equipo hace juegos de roles, puede lanzarles cualquier cantidad de situaciones. El juego de roles proporciona un entorno seguro para encontrarse con estos escenarios por primera vez, lo que genera confianza en los miembros del equipo que pueden ayudarlos en sus roles cotidianos.

- Desarrolle habilidades para escuchar: un buen juego de roles requiere buenas habilidades para escuchar. Además de comprender las palabras que dice la otra persona, es importante prestar atención al lenguaje corporal y las pistas no verbales. Es mejor que su equipo desarrolle estas habilidades mientras juegan roles que cuando intentan actuar en el mundo real.
- Resolución creativa de problemas: no importa cuán extravagante sea la situación que cree en un entorno controlado, en general, algo aún más extraño sucederá en el trabajo. El juego de roles al menos le dará a su equipo la oportunidad de obtener algo de experiencia en el manejo de situaciones difíciles y en el desarrollo de habilidades creativas para resolver problemas”.

## MESA REDONDA DE DISCUSIÓN

Según el 'Diccionario Merriam Webster', una mesa redonda es: "una conferencia para la discusión o deliberación de varios participantes también: los participantes en dicha conferencia".

Las siguientes son las ventajas de una mesa redonda según 'the boss magazine.com':

- **“Todos pueden aprender de sus compañeros**

Las mesas redondas son excelentes porque brindan la oportunidad a todos los asistentes, y al público, si lo hay, de aprender de un grupo de compañeros. En lugar de escuchar hablar a una, dos o tres personas, los asistentes pueden intercambiar información con seis a 12 personas. Esto significa que existe la posibilidad de que más personas participen con preguntas, anécdotas y datos útiles.

“Un ejecutivo que asistió a una serie de mesas redondas con los principales CMO de todo el país señaló que los asistentes se beneficiaron enormemente porque todos fueron “transparentes y abiertos al aprendizaje”. Con la actitud correcta, cada persona sentada alrededor de la mesa puede ofrecer información valiosa y obtener la perspectiva de sus compañeros. Es una excelente manera de superar los desafíos relacionados con un tema central para que todos se vayan habiendo ampliado su comprensión”.

- **“Los moderadores pueden hacer que las cosas fluyan**

Las discusiones de mesa redonda tienen una naturaleza conversacional atractiva. Si la conversación fluye, habrá mucho toma y daca valioso entre los participantes. Como señala Poll Everywhere, los buenos moderadores de las mesas redondas pueden interrumpir educadamente a las personas si es necesario, al tiempo que obtienen contribuciones de las personas que reciben menos atención.

Cuando la conversación fluye sin problemas, es algo hermoso, y agregará un elemento dinámico a cualquier evento o conferencia”.

- **“Las mesas redondas permiten diferentes puntos de vista**

Ciertos temas pueden ser polémicos. Es muy raro, si no francamente imposible, que todos en un evento determinado sientan lo mismo sobre un tema determinado. Pero las mesas redondas pueden facilitar discusiones honestas entre los asistentes con diferentes experiencias y puntos de vista de primera mano.

Como escribe la revista Darling, las mesas redondas pueden permitirnos escuchar a personas que "inicialmente vemos como no identificables". Algo sobre discutir las cosas respetuosamente alrededor de una mesa tiende a

unir posturas mejor que, digamos, una sesión tensa de preguntas y respuestas o un panel de confrontación de personas que no están de acuerdo entre sí”.

- **“Una mesa redonda rompe jerarquías**

Piense en una mesa típica en una sala de reuniones para ejecutivos. Probablemente te estés imaginando una mesa larga con sillas alrededor. Hay una cabeza obvia de la sala donde se sienta el líder oficial o no oficial. Las personas pueden incluso sentarse en orden descendente de importancia.

Sentar a los participantes alrededor de una mesa redonda aporta una sensación muy diferente a la sala. Es más equitativo. No hay líder. Este formato de presentación alienta a todos a hablar, independientemente de su título. Si te invitan a la mesa, eres tan importante como cualquier otra persona sentada allí. Romper la jerarquía típica puede contribuir en gran medida a facilitar una conversación interesante, dando vuelta a nuevas piedras cuando las personas se sienten cómodas contribuyendo a la discusión colaborativa.

Puede fortalecer su próximo evento planificando una combinación saludable de conferencias, paneles de discusión y mesas redondas. Cada formato diferente brinda ventajas únicas a la mesa para los participantes y miembros de la audiencia, así que no olvide incluirlos cuando esté armando su alineación”.

## **GAMIFICACIÓN.**

Según 'biworldwide.com', “La gamificación consiste en añadir mecánicas de juego a entornos que no son de juego, como un sitio web, una comunidad en línea, un sistema de gestión del aprendizaje o una intranet empresarial para aumentar la participación. El objetivo de la gamificación es involucrar a los consumidores, empleados y socios para inspirar la colaboración, compartir e interactuar”.

Como se indica en 'learning industry.com' “La gamificación en el aprendizaje ofrece beneficios tanto para el alumno como para el formador.

Un gran beneficio de la gamificación es que los estudiantes se sienten dueños de su aprendizaje y están más relajados: saben que, en caso de que fallen, pueden volver a intentarlo. Es un hecho comprobado que la dopamina, una sustancia química que proporciona placer, se libera cuando las personas hacen algo cuyo resultado es incierto o si se divierten. La gamificación logró ambos y libera suficiente dopamina para alentarlos a continuar y aumenta la retención porque se sienten más conectados con el material. En última instancia, la gamificación convierte "tener que aprender" en "quiero aprender".

Otro beneficio es que el aprendizaje de los estudiantes es más visible debido a los "indicadores de progreso" que mencioné anteriormente. La gamificación también puede descubrir una razón más intrínseca para aprender. El aprendizaje también tiene lugar porque los estudiantes se sienten más cómodos en un entorno de juego que en el típico salón de clases.

La gamificación también tiene beneficios para situaciones del mundo real que los estudiantes enfrentarán en la fuerza laboral. Una gran ventaja que trae la gamificación es su capacidad para enseñar a los estudiantes cómo aprender y cómo pensar. Esas habilidades se traducen en habilidades del mundo real como la gestión del tiempo, la competencia y la comunicación, lo que genera creatividad e imaginación. La gamificación es compartir y genera confianza en el alumno utilizando herramientas colaborativas. Cuando los estudiantes juegan en grupos, aumenta la función del cerebro y promueve una actividad saludable en el cerebro.

Independientemente de la forma que adopten, la gamificación en el aprendizaje es un método educativo increíble y lo tiene todo: educación, aprendizaje y evaluación, todo envuelto en un entorno de aprendizaje dinámico”.

#### **Fuentes / referencias**

<https://quizizz.com/admin/quiz/5dee4d0dd35f40001b57834c/redes>

<https://www.yourdictionary.com/role-playing>

<https://trainingmag.com/3-benefits-of-making-role-play-part-of-training/>

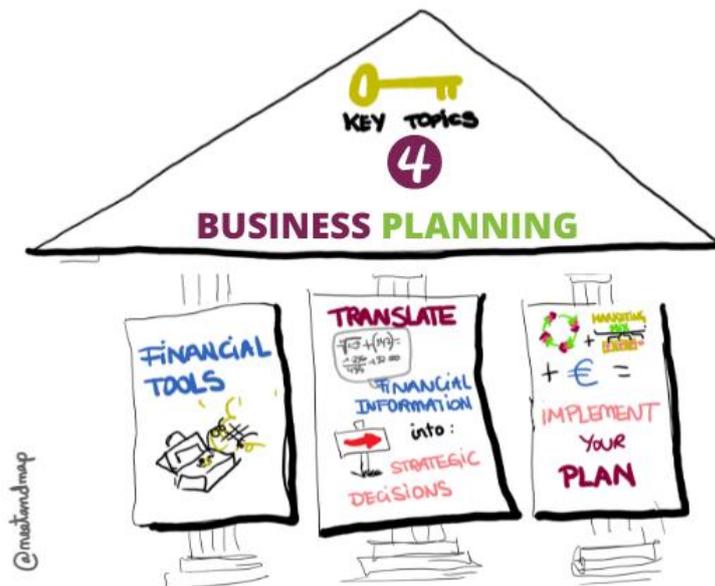
<https://www.merriam-webster.com/dictionary/roundtable>

<https://thebossmagazine.com/roundtable-discusiones/>

<https://elearningindustry.com/social-networking-impact-learning-gamification-communication-key>



# MÓDULO 4 FINANZAS EMPRESARIALES Y NUEVAS HERRAMIENTAS FINANCIERAS



## MÓDULO 4.1 FINANZAS EMPRESARIALES INTRODUCCIÓN

¿Cuál es el objetivo de esta sesión? Descripción general:

Durante esta sesión, revisará la gestión financiera general de una empresa. Aprenda a utilizar las diferentes herramientas y métodos financieros contemporáneos, así como los diferentes enfoques y estrategias para obtener beneficios. Más específicamente, revisará lo siguiente:

- ✓ Gestión financiera
- ✓ Inversiones
- ✓ Oportunidades de Financiamiento
- ✓ Decisiones de dividendos
- ✓ Estrategia de pago de deuda
- ✓ Posibilidades de financiación sostenible

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

- ✓ Herramientas y servicios financieros digitales Patrocinios.
- ✓ Recaudación de fondos.
- ✓ Microfinanzas.
- ✓ Fondos públicos y privados.

### Objetivos de aprendizaje

- ✓ determinar la cantidad total de activos que se mantendrán en su empresa.
- ✓ componen estos activos con la tez de riesgo de la empresa.
- ✓ seleccione tales fuentes de fondos que crearán una estructura de capital óptima.
- ✓ decidir cómo distribuir o retener las ganancias de su negocio.
- ✓ tomar las decisiones correctas con su dinero, para no endeudarse más.

### Duración 3 horas

### Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión

- ✓ Competencias en el ámbito de la gestión financiera y la contabilidad
- ✓ Experiencia en la entrega de capacitaciones en el campo de la gestión empresarial.
- ✓ Habilidades interpersonales y de comunicación desarrolladas
- ✓ Conocimiento de la legislación financiera del país en el que se realiza la formación
- ✓ Estudia el material teórico
- ✓ Preparar las actividades prácticas.
- ✓ Revise el PowerPoint y el folleto
- ✓ Habrá referencias explícitas al material teórico y redireccionamiento de los participantes a determinadas áreas del currículo a través de las presentaciones en Power Point.

Las actividades también se presentarán con referencias claras a las partes del plan de estudios a las que se refieren, y los mentores deben desempeñar un papel activo en la presentación de los resultados de las actividades, corrigiendo errores o ampliando la conversación conectando el submódulo con el alcance más amplio del módulo. .

### Sobre los mentores

Los mentores deben tener conocimiento de los cálculos financieros específicamente para esta sección. Por esta razón, se recomienda examinar cuidadosamente las herramientas y las instrucciones que se utilizarán en las actividades antes de las actividades. Para las actividades que requieren el uso de herramientas especiales, los mentores deben trabajar en cómo usar las herramientas con anticipación.

### Más específicamente, los mentores tienen que:

- ✓ Proporcionar apoyo y asesoramiento a los alumnos cuando sea necesario.
- ✓ Seguir las metas y objetivos de los entrenamientos con el fin de completarlos
- ✓ Evaluar el trabajo realizado por los alumnos.

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

- ✓ Anime a los alumnos a aplicar el trabajo en equipo.
- ✓ Consulte a los alumnos también después de la sesión de formación si es necesario.
- ✓ Animar a los aprendices a iniciar su propio negocio.

## ACTIVIDAD 1 IDENTIFICACIÓN DE INVERSIONES SEGURAS E INVERSIONES DE RIESGO

**Duración** Est. tiempo: 30 minutos

### Descripción paso a paso

El capacitador entrega varios artículos financieros a los participantes y les pide que completen un cuadro con la cantidad de dinero que tienen disponible para invertir. Tendrán que llenar los espacios en blanco en la tabla con (es decir, lo que debe incluirse en la tabla para dar en esta actividad y para ser llenada por los participantes):

- ✓ Rentabilidad que se obtendrá
- ✓ Ganancia/pérdida (cantidad de dinero ganada durante el año)
- ✓ Total, que es el dinero inicial a invertir más la ganancia/pérdida

Según los datos recopilados, deben clasificar cada producto como una inversión segura o riesgosa.

### Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

Los participantes completan el documento que contiene los instrumentos financieros (Cuentas corrientes, Cuentas de ahorro, Cuentas de mercado monetario, Certificados de depósito, Hipotecas, Préstamos con garantía hipotecaria, Préstamos para automóviles, Préstamos personales, Tarjetas de crédito, Tarjetas de débito, Tarjetas de cajero automático, Cheques de caja, Giros postales, Moneda Extranjera, Cambio, Cajas de Seguridad) de acuerdo a las reglas. De acuerdo con los datos obtenidos, se hace una distinción entre seguro y riesgoso.

### Resultados concretos que los participantes deben preparar

El principal producto concreto es el documento que se obtendrá al final de la actividad. En este documento se aprenderán los instrumentos financieros y se dividirán en seguros o riesgosos.

## ACTIVIDAD 2 COMPRENDER EL ANÁLISIS FINANCIERO

**Duración estimada tiempo:** 80 min.

### Descripción paso a paso

El propósito del análisis financiero es determinar si un negocio es estable, solvente, líquido o lo suficientemente rentable como para justificar una inversión financiera. Se utiliza para evaluar las tendencias económicas, establecer políticas financieras, desarrollar objetivos empresariales a largo plazo y encontrar empresas o proyectos de inversión potenciales.

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

1. Visitar <https://igostartup.com/>
2. Elija el paquete financiero y haga clic en Comprar
3. Utilice el código de cupón STARTUPNOW
4. ¡Consigue iGoStartup gratis!
5. Complete la herramienta en línea con todos los datos necesarios (incluidos los datos proporcionados en el ejercicio anterior) y obtenga un informe completo y personalizado que lo guiará a través de los pasos necesarios para el análisis financiero de un negocio.
6. Presente el análisis a sus compañeros de clase y explique sus puntos focales e importancia.

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Además del módulo de Business Finance y Nuevas Herramientas Financieras y de la parte teórica, la plataforma (<https://igostartup.com/>) que se utilizará en esta actividad ayudará a los participantes.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Los participantes deben utilizar el pensamiento crítico y comprender la forma concreta de un informe financiero y su relevancia con el alcance de su negocio para proporcionar con éxito el resultado deseado al obtener experiencia práctica con las herramientas financieras contemporáneas.

### **Antecedentes / referencias /fuentes**

<https://www.investopedia.com/terms/f/financial-analysis.asp#:~:text=The%20goal%20of%20financial%20analysis,projects%20or%20companies%20for%20investment.>

### **Puntos de control de aprendizaje/evaluación**

El método de medición de los resultados del aprendizaje lo llevará a cabo el experto financiero comprobando los resultados concretos. Por otro lado, quienes evaluarán pueden verificar desde la plataforma a continuación.

(<https://igostartup.com/dashboard/financial-pack/fn04>)

### **DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA**

Los participantes se involucrarán directamente en el proceso con el fin de adaptarlos al proceso y acelerar sus procesos de aprendizaje. En este contexto, se utilizará la metodología de aprender haciendo.

## **MÓDULO 4.2 CONTABILIDAD ANALÍTICA**

### **¿Cuál es el objetivo de esta sesión? Descripción general**

Durante este curso, aprenderá sobre los principios de contabilidad y cómo usar un balance y un estado de pérdidas y ganancias para adquirir una imagen clara del estado financiero de una empresa. También descubrirá

cómo realizar un seguimiento de las cuentas de gastos e ingresos por categoría para calcular las pérdidas y ganancias por actividad.

**Más específicamente, revisará lo siguiente:**

- ✓ Definición de cada línea de producto y servicio
- ✓ Costos y beneficios
- ✓ Crecimiento (dónde queremos estar en 3 años)
- ✓ Practica con casos reales
- ✓ Estimación de costes y recursos necesarios (ROI, ROE, ROS....)
- ✓ Plan financiero

**Objetivos de aprendizaje (conectados al programa de estudios / parte teórica)**

**Al completar esta sesión, los participantes podrán:**

- ✓ Comienza a tener una mentalidad económica.
- ✓ Comprender los temas básicos que pueden influir en el Plan Financiero
- ✓ Revisar todo tipo de ejemplos de costos en una organización.
- ✓ Coloque su visión a largo plazo para las decisiones estratégicas en la dirección correcta
- ✓ utilizar adecuadamente los fondos de su negocio para lograr el objetivo de maximizar la riqueza y minimizar el riesgo.
- ✓ Cálculo de costos reales
- ✓ Medición de riesgos
- ✓ Fusionado con el departamento de decisiones de gestión y marketing.

**Duración 4 Horas**

**Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión**

- ✓ Competencias en el ámbito de la gestión financiera y la contabilidad
- ✓ Experiencia en la entrega de capacitaciones en el campo de la gestión empresarial.
- ✓ Habilidades interpersonales y de comunicación desarrolladas
- ✓ Conocimiento de la legislación financiera del país en el que se realiza la formación
- ✓ A lo largo de las presentaciones de PowerPoint, habrá referencias explícitas al material teórico, así como la redirección de los participantes a áreas específicas del plan de estudios. Al describir las actividades, se hará referencia al plan de estudios. Por otro lado, los mentores corregirán los errores y ampliarán el alcance del tema refiriéndose al submódulo.

**Sobre los mentores**

Los mentores deben ser personas que tengan conocimientos sobre planificación de gastos y contabilidad analítica, puedan controlar los cálculos y transmitir el proceso con claridad.

**Más específicamente, los mentores tienen que:**

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

Proporcionar apoyo y asesoramiento a los alumnos cuando sea necesario.

- ✓ Seguir las metas y objetivos de los entrenamientos con el fin de completarlos
- ✓ Evaluar el trabajo realizado por los alumnos.
- ✓ Anime a los alumnos a aplicar el trabajo en equipo.
- ✓ Consulte a los alumnos también después de la sesión de formación si es necesario.
- ✓ Animar a los aprendices a iniciar su propio negocio.

## ACTIVIDAD 1 Planifica tus gastos

**Duración 50 minutos**

### Descripción paso a paso

En esta parte de la lección, los alumnos se centran en las estrategias de ahorro y la planificación de un presupuesto. La planificación financiera ayuda a las empresas a determinar si están bien encaminadas para cumplir sus objetivos y lograr el éxito financiero general. Ayuda a asegurar el futuro financiero de la empresa mediante el establecimiento y la priorización de objetivos financieros, así como la descripción de los procedimientos necesarios para alcanzarlos.

Para presentar la importancia de realizar un seguimiento de los ingresos y los gastos, el maestro reproduce un breve video humorístico. Posteriormente, el profesor plantea a los alumnos las siguientes preguntas (10'):

- ✓ ¿Qué opinas del vídeo?
- ✓ ¿Te ha pasado esto alguna vez?
- ✓ ¿Alguna vez abriste tu billetera, la encontraste vacía y no sabías a dónde fue a parar todo tu dinero?
- ✓ ¿Planificas tus gastos? Por que no)? Si lo hace, ¿cómo lo hace?
- ✓ ¿Qué es un presupuesto? ¿Hace alguna vez un presupuesto, una lista de sus ingresos y sus gastos?
- ✓ ¿En qué gastas tu dinero?

Después de esta discusión, los alumnos tienen 20 minutos para hacer su propio presupuesto mensual.

Deben incluir:

- ✓ sus ingresos
- ✓ gastos (comida, alquiler, coche, niños – dependiendo de su situación)
- ✓ meta(s) de ahorro: cómo pueden ahorrar dinero en cada categoría, si pueden

Pueden crear su propia plantilla de presupuesto o pueden usar la proporcionada en la Hoja de trabajo - Planificador de presupuesto (que se proporcionará).

Después de terminar su esquema de presupuesto, los alumnos evalúan la actividad respondiendo las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Te resultó útil esta actividad?

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

- ✓ ¿Qué es lo que más te gusta?
- ✓ ¿Qué no te gustó?
- ✓ ¿Qué encontraste?
- ✓ ¿Qué te gustaría aprender?

El video: <https://www.youtube.com/watch?v=6z2AXJVhNaI>

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

En esta sección, se harán algunas preguntas después del video que se mostrará a los participantes. Después de las respuestas a estas preguntas y el ambiente de discusión, se les proporcionará una plantilla para que hagan su propia planificación presupuestaria.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Para completar esta tarea con éxito, los participantes deben adoptar una actitud económica, realizar cálculos de costos reales y analizar todos los temas principales que pueden afectar un Plan Financiero.

### **Antecedentes / referencias /fuentes**

<https://www.bizinfong.com/business/importance-of-financial-planning-for-business/#:~:text=Financial%20planning%20helps%20companies%20to,goals%20and%20overall%20financial%20success.&text=Ayuda%20%20a%20asegurar%20los,pasos%20a%20lograr%20tales%20objetivos.>

## **ACTIVIDAD 2 Cómo administrar un negocio y obtener ganancias**

### **Duración 2 Horas**

### **Descripción paso a paso**

Para comenzar a obtener ganancias administrando su negocio, es necesario tener conocimientos precisos de cálculo y planificación financiera. Se requiere una comprensión básica de los principios contables fundamentales para monitorear la planificación financiera. En el pronóstico del presupuesto, es vital anotar los ingresos proyectados, los gastos directos e indirectos y los costos fijos y variables por lo menos para los próximos tres años.

En esta parte de la lección, los alumnos intentarán hacer una planificación financiera abriendo sus negocios en una plataforma virtual.

La plataforma PUSH es una plataforma donde los usuarios pueden crear y administrar su propia tienda emergente que ofrece una experiencia de la vida real.

1. Regístrese haciendo clic en <https://popup.test.arteneo.pl>.
2. En la página que se abre, verá 4 opciones de lugares diferentes. ¡Desarrolla tu perfil! Finalmente, puede comenzar la simulación leyendo la descripción de cada uno y eligiendo el lugar adecuado para usted.

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

3. Elige en qué eventos quieres participar. Recuerda que algunos de ellos son obligatorios.
4. Tomar decisiones en tres áreas: Producto, Marketing y Personal.
5. Recuerda que en la pestaña Informe puedes ver el informe de resultados del periodo anterior.
6. ¡Tenga en cuenta todos los aspectos contables y financieros que debe tener en cuenta para evitar la quiebra!

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Además de las enumeradas en la parte teórica, en esta actividad se utilizará una plataforma especial: PUSH UP Platform. (<https://popup.test.arteneo.pl>.) La plataforma debe usarse siguiendo las instrucciones anteriores. Esta plataforma de gamificación, que ofrece una experiencia de la vida real, tiene como objetivo proporcionar a los participantes una conciencia general sobre la gestión de su negocio y la obtención de beneficios.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

Los principales resultados concretos de esta actividad es gestionar correctamente el negocio en la plataforma y tratar de obtener beneficios y no ir a la quiebra. No hay salida que requiera documentación.

### **Puntos de control de aprendizaje/evaluación**

El indicador de que los aprendices comprenden el tema es que se les responde analizando los problemas. En este sentido, al final del taller, se les puede pedir que escriban un párrafo que describa brevemente lo que han aprendido de la capacitación.

### **DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA**

Los participantes participarán activamente en el proceso para ayudarlos a adaptarse y acelerar su aprendizaje. En este caso se aplicará el método de aprender haciendo.

### **Fuentes / referencias**

[https://docs.infor.com/ism/5.x/en-us/ism\\_onlinehelp/cei1464154169202.html](https://docs.infor.com/ism/5.x/en-us/ism_onlinehelp/cei1464154169202.html)

## **MÓDULO 4.3 DECISIÓN FINANCIERA PARA NEGOCIOS SOSTENIBLES.**

La gestión financiera se puede definir básicamente como el proceso de crear un plan de negocios y luego garantizar que todos los departamentos se mantengan en el camino correcto. El correcto establecimiento de la gestión financiera y la toma de decisiones acertadas fortalecen la sostenibilidad del negocio.

En este contexto, los participantes aprenderán la planificación financiera en este curso. Aprenderán cómo debe ser la estructura de capital, cómo encontrar y utilizar fuentes de financiación adecuadas, cómo distribuir y utilizar los beneficios.

Más específicamente, revisará lo siguiente:

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

- ✓ Gestión financiera
- ✓ Inversiones
- ✓ Oportunidades de Financiamiento
- ✓ Decisiones de dividendos
- ✓ Estrategia de pago de deuda

Objetivos de aprendizaje (conectados al programa de estudios / parte teórica)

Al completar esta sesión, usted podrá:

- ✓ determinar la cantidad total de activos que se mantendrán en su empresa.
- ✓ componen estos activos con la tez de riesgo de la empresa.
- ✓ seleccione tales fuentes de fondos que crearán una estructura de capital óptima.
- ✓ utilizar adecuadamente los fondos de su negocio para lograr el objetivo de maximizar la riqueza y minimizar el riesgo.
- ✓ decidir cómo distribuir o retener las ganancias de su negocio.

tome las decisiones correctas con su dinero, para que no se endeude más.

**Duración**4 horas

Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión

- ✓ Competencias en el ámbito de la gestión financiera y la contabilidad
- ✓ Experiencia en la entrega de capacitaciones en el campo de la gestión empresarial.
- ✓ Habilidades interpersonales y de comunicación desarrolladas
- ✓ Conocimiento de la legislación financiera del país en el que se realiza la formación
- ✓ Estudia el material teórico
- ✓ Preparar las actividades prácticas.
- ✓ Revise el PowerPoint y el folleto

**Sobre los mentores**

Los mentores que apoyarán a los participantes en las actividades deben tener conocimiento sobre el proceso de toma de decisiones financieras y el plan de inversión.

Más específicamente, los mentores tienen que:

- ✓ Proporcionar apoyo y asesoramiento a los alumnos cuando sea necesario.
- ✓ Evaluar el trabajo realizado por los alumnos.
- ✓ Anime a los alumnos a aplicar el trabajo en equipo.
- ✓ Consulte a los alumnos también después de la sesión de formación si es necesario.

## ACTIVIDAD 1 Mapeo de decisiones financieras

Hacer una lluvia de ideas e identificar todos los subtemas relevantes antes de tomar una decisión financiera ayudará a aclarar su vehículo de inversión. Antes de realizar una inversión, puede crear sus opciones y anotar los lados positivos y negativos. El uso de gráficos mientras realiza este ejercicio hará que su idea de negocio sea más memorable.

**Duración 1 Hora**

### Descripción paso a paso

Para definir claramente tu idea de negocio, en ocasiones puede ser necesario visualizarla y analizarla subdividiéndola. Cuando lo mostramos de esta manera, las ideas son más memorables. Puede utilizar el sitio web [mindmapping.com](https://mindmapping.com) para esta actividad. También puede usar esta herramienta de mapa mental de miro [https://miro.com/app/board/uXjVOQxuEyg=?invite\\_link\\_id=307253439462](https://miro.com/app/board/uXjVOQxuEyg=?invite_link_id=307253439462)

1. Escriba su idea empresarial (tema principal) en el centro de una página y desarrolle un mapa mental.
2. Identifique los subtemas que son importantes para su tema principal y ubíquelos alrededor de él.
3. Escriba ideas secundarias para cada subtema para comprender mejor su alcance.
4. Use activos gráficos para hacer que su diagrama sea amigable para el cerebro y fácil de recordar.
5. Mapa mental: <https://www.mindmapping.com/>

### Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

Acceso al módulo 4.3 Decisión financiera para asegurar la sostenibilidad empresarial

La herramienta principal que se utilizará en esta actividad es el mapa mental en esta plataforma: <https://www.mindmapping.com/>-  
[https://miro.com/app/board/uXjVOQxuEyg=?invite\\_link\\_id=307253439462](https://miro.com/app/board/uXjVOQxuEyg=?invite_link_id=307253439462)

### Resultados concretos que los participantes deben preparar

El principal resultado concreto que los participantes deben preparar es el mapa de decisiones financieras que crearán. Los participantes deben crear sus instrumentos financieros en el mapa mental y determinar sus aspectos positivos y negativos.

## ACTIVIDAD 2 Elaboración de un plan de inversión

**Duración 1 hora y 30 minutos**

### Descripción paso a paso

Para desarrollar un plan de inversión, debe poder identificar los elementos clave para una idea de negocio, como la situación financiera, los objetivos principales que deben alcanzarse y la estimación del tiempo necesario, los tipos de inversiones más adecuados y las estrategias que deben implementarse.

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

**Sigue los pasos a continuación y completa el ejercicio:**

1. Identificación de los elementos centrales del plan de inversión
2. Desarrollo del plan de inversiones
3. presentación del plano
4. El capacitador brindará apoyo durante todo el proceso cuando sea necesario.

Inspiración <https://www.ruleoneinvesting.com/blog/how-to-invest/get-started-investing-with-these-10-steps/>

### **Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos**

Dentro del alcance de esta actividad, se proporcionará a los participantes una plantilla para un plan de inversión y una plantilla de presentación.

### **Resultados concretos que los participantes deben preparar**

El principal producto concreto de esta actividad será el plan de inversión que desarrollarán los participantes. Además del plan de inversión, la comprensión del participante y la expresión de la información aprendida sobre planificación financiera, elaboración de presupuestos, determinación de riesgos financieros, tipos de gestión financiera, tipos de inversión y financiamiento pueden contarse entre los productos concretos.

### **Puntos de control de aprendizaje/evaluación**

Los principales indicadores del progreso del aprendizaje son aprender y explicar qué es el análisis de maximización de la riqueza y minimización del riesgo, y preparar y presentar un plan de inversión, aunque no sea detallado.

### **DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA**

Los participantes se involucrarán directamente en el proceso con el fin de adaptarlos al proceso y acelerar sus procesos de aprendizaje. En este contexto, se utilizará la metodología de aprender haciendo.

Habrá referencias explícitas al material teórico y redireccionamiento de los participantes a determinadas áreas del currículo a través de las presentaciones en Power Point. Las actividades también se presentarán con referencias claras a las partes del plan de estudios a las que se refieren, y los mentores deben desempeñar un papel activo en la presentación de los resultados de las actividades, corrigiendo errores o ampliando la conversación conectando el submódulo con el alcance más amplio del módulo. .

1. Identificación de los elementos centrales del plan de inversión
2. Desarrollo del plan de inversiones
3. presentación del plano
4. El capacitador brindará apoyo durante todo el proceso cuando sea necesario.

Inspiración <https://www.ruleoneinvesting.com/blog/how-to-invest/get-started-investing-with-these-10-steps/>

## MÓDULO 4.4 CREACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS

### ¿Cuál es el objetivo de esta sesión? Descripción general:

El objetivo principal de este curso es proporcionar información sobre cómo preparar un plan de negocios en línea con la información y los resultados obtenidos en otros talleres.

El propósito de un plan de negocios es determinar cómo se implementará su proyecto de empresa social (con o sin fines de lucro). El propósito del plan de negocios puede ser 'vender' o financiar el proyecto a inversionistas potenciales, o puede servir como guía para la fase de implementación del plan de negocios. Se puede utilizar para escalar y desarrollar, así como en las primeras etapas de un negocio.

- ✓ El resumen ejecutivo de un plan de negocios
- ✓ Qué incluir en un plan de negocios
- ✓ Consejos para preparar un plan de negocios y un lienzo de plan de negocios

### Objetivos de aprendizaje (conectados al programa de estudios / parte teórica)

#### Al completar esta sesión, usted podrá:

- ✓ Determinar los elementos clave de un plan de negocios.
- ✓ Crear un resumen ejecutivo de su plan de negocios, para que sus lectores puedan
- ✓ Comprender el plan de negocios como un todo.
- ✓ Elaborar un plan de negocios sustentable, con un sólido plan de marketing y financiero.
- ✓ ¡Integrando herramientas financieras, cálculos analíticos, proceso de gestión empresarial, proceso de toma de decisiones financieras y plan de inversión en el plan de negocios!

#### Duración 6 horas

Qué deben hacer los educadores para preparar el / para la sesión

- ✓ Revisar los resultados de otros módulos
- ✓ Categorización de los resultados de otros talleres
- ✓ Competencias en el ámbito de la gestión financiera y la contabilidad
- ✓ Experiencia en la entrega de capacitaciones en el campo de la gestión empresarial.
- ✓ Habilidades interpersonales y de comunicación desarrolladas
- ✓ Estudia los materiales teóricos

#### Sobre los mentores

Dado que esta sección es la etapa de síntesis para crear un plan de negocios, los educadores deben saber cómo incorporar cada resultado en este proceso. Por lo tanto, es importante revisar el proceso antes del taller. Es necesario transmitir con precisión y claridad a los participantes cómo se utilizarán en el plan de negocios los resultados de las actividades obtenidos dentro del alcance de cada taller.

#### Más específicamente, los mentores tienen que:

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

- ✓ Recordando lo que se hizo en otros talleres, resumiendo los resultados
- ✓ Proporcionar el material teórico.
- ✓ Dirigir las sesiones prácticas.
- ✓ Cuando sea necesario, proporcione asistencia y asesoramiento a los alumnos.
- ✓ Seguir las metas y objetivos de las sesiones de entrenamiento para completarlas.
- ✓ Examine el trabajo completado de los alumnos.
- ✓ Anime a los participantes a trabajar juntos.

## ACTIVIDAD 1 Entendiendo los Elementos Clave del Plan de Negocios

Algunos de los principales elementos requeridos por el plan de negocios han sido examinados en otros talleres. En esta sección, a los participantes se les enseñará cómo escribir un plan de negocios.

**Duración 3 horas**

### Descripción paso a paso

El capacitador proporcionará a los participantes una plantilla de plan de negocios. Sin embargo, los participantes deben hacer uso de todos los conocimientos adquiridos durante el programa en esta sección. La siguiente información debe completarse en la plantilla que se proporcionará a los participantes:

1. Idea de Proyecto - Productos o Servicios
2. Información empresarial interna (equipo, misión, visión y valores)
3. Plan de inversión
4. Plan Económico Financiero
5. Plan de marketing

### Materiales/herramientas que encontrarán en la plataforma y cómo usarlos

Acceso a la información de la parte teórica y otras salidas. Además, dentro del alcance de esta actividad, los participantes recibirán una plantilla para completar. Los participantes deben completar este documento por escrito de acuerdo con la información que han adquirido en otros talleres.

### Resultados concretos que los participantes deben preparar

El principal resultado concreto de esta actividad es el plan de negocios desarrollado por cada participante. (Si los participantes no tienen una idea de negocio específica en la vida real, los participantes pueden dividirse en grupos de 3 personas y realizar el trabajo en grupo).

## ACTIVIDAD 2 ¡Crea tu propio lienzo de plan de negocios!

En esta actividad se desarrollará un lienzo claramente comprensible con los conocimientos adquiridos en las actividades anteriores. Un plan de negocios detallado con análisis financiero, por supuesto, sirve como un estudio de factibilidad a pequeña escala. También facilita el acceso a inversores y fuentes de financiación. Sin embargo, la creación de un lienzo de plan de negocios reúne toda la información y proporciona una comprensión simple del plan de negocios.

**Duración 2,5 horas**

### Descripción paso a paso

Aquí se desarrollará un lienzo único utilizando la información de las actividades anteriores:

1. Ingresa a la plataforma <https://voil.startup.ngo/>
2. Ir a "Laboratorios"
3. Seleccionar laboratorio de co-creación y transformación
4. Seleccione Modelo de negocio y complete la información requerida
5. Presenta tu plan

### Resultados concretos que los participantes deben preparar

El principal resultado concreto de esta actividad es el lienzo del plan de trabajo. Al crear el plan de negocios, los participantes analizarán, identificarán y presentarán información sobre socios clave, actividades clave, propuesta de valor, relaciones con los clientes, clientes, recursos clave, canales, costos y flujos de ingresos.

### Antecedentes / referencias / fuentes

<https://voil.startup.ngo/plataforma>

### Puntos de control de aprendizaje/evaluación

El principal método de evaluación es verificar los productos desarrollados y presentados por los participantes por parte de los mentores, quienes dominaron previamente cada etapa del plan de negocios.

### DESCRIPCIÓN DE LA METODOLOGÍA

Los participantes desarrollarán un plan de negocios detallado y un lienzo de plan de negocios utilizando toda la información que han aprendido en este curso. En este sentido, la metodología es aprender haciendo.

Se requiere que los mentores completen un formulario para cada participante donde anoten características, trabajos, habilidades de entrada y salida.

### Ejemplo de formulario para mentores:

Nombre del participante \_\_\_\_\_

---

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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

HABILIDADES DE COMUNICACIÓN	SENTIRSE COMPETENTE	DISFRUTAR/ FAVORITO	3) LE GUSTARIA DESARROLLAR
Leer y seguir instrucciones/instrucciones			
Comparar o cotejar dos listas			
El llenado de formularios			
Cartas y memos correctamente			
Cómodamente hablando con otros que no conoces			
Tomar notas mientras alguien habla			
Encontrando información			
Explicar cosas a otras personas.			
escuchando a otros			
Otros (especificar:			
<b>HABILIDADES DE GESTIÓN/AUTOGESTIÓN</b>			
Administrar, establecer metas y prioridades, planificar o tomar decisiones			
Iniciar, evaluar necesidades, anticipar o crear cambios			
Ser paciente con los demás			
Mantener una actitud alegre			
Interesarse/entusiasmarse con las tareas en cuestión			

NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802

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



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

Ofreciendo ayuda cuando sea necesario			
Motivarme para hacer lo que hay que hacer			
Ayudar a motivar a otros a hacer el trabajo			
Priorizar tareas para que la meta más grande se cumpla a tiempo			
Siguiendo las reglas			
Otros (especificar:			
PERSONAS Y HABILIDADES SOCIALES			
Cuidar, tratar o cuidar a otros			
Guiar o escuchar a las personas.			
Dar la bienvenida o servir a los demás			
Resolver problemas, mediar o trabajar en red con personas			
Ayudar a las personas a completar una tarea			
Saber llevarse bien con diferentes personas/personalidades			
Otros (especificar:			
PENSAMIENTO CRÍTICO Y HABILIDADES DE INVESTIGACIÓN			

Analizar, usar la lógica, resolver problemas, examinar			
Evaluar, evaluar, probar, tasar, diagnosticar			
Observar, reflexionar, estudiar o notar			
Investigar, investigar, leer o entrevistar			
Otros (especificar:			

**Ejemplo de tarjeta de autoevaluación para que los participantes finalicen cada sesión:**

TARJETA DE AUTOEVALUACIÓN				
Mis competencias han cambiado de alcance:	Mucho	Mucho	suficientemente	mal
entender lo que significa dirigir un negocio				
Cultura organizacional y estilos de gestión.				
reconocer el comportamiento consistente con la ética empresarial				
uso sostenible y eficiente de los recursos; y la planificación del desarrollo sostenible				
	¡Felicidades! Puedes estar orgulloso de ti mismo.	¡Bravo! Es bueno pero podría ser mejor.	Estás en el camino correcto. Puedes hacerlo, pero trabaja.	¡Ponte a trabajar! Verás cuánto placer es no completar este apartado.

---

*NÚMERO DE PROYECTO: 2020-EL01-KA204-078802*

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



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



Esperamos que esta **Guía del taller** lo ayude como Entrenador, Educador, Facilitador o Mentor a descubrir cómo desarrollar nuevas percepciones y habilidades en sus participantes.

Nuestras redes y grupos están disponibles a nivel local e internacional para otras actividades relacionadas con este programa: empoderamiento de la mujer, nuevos modelos de negocio, visión sostenible, creación de sinergias y economía circular.





Educación financiera y nuevos modelos de negocios para impulsar las posibilidades de emprendimiento de las mujeres



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

