



SILVER UP

Digital solutions to support mentoring in social innovation
for senior entrepreneurs through Adult Education

2020-1-FR01-KA204-080520

IO1. Online Platform B-Learning Course / Practical activities



CONTENIDOS

| | |
|---|----|
| Introducción | 3 |
| Dimensión 1. Conciencia personal | 4 |
| Actividad 1. Laboratorio de ideas para los aspectos Mentor y Mentoring | 4 |
| Actividad 2. “Cómo te acercas?” Sesiones | 8 |
| Actividad 3. Preferencias personales | 11 |
| Actividad 4. Diálogo VS Debate | 14 |
| Dimensión 2. Desarrollo personal y Aprendizaje continuo | 18 |
| Actividad 1. Tengo lo que se necesita para ser un emprendedor? | 18 |
| Actividad 2. Primeros pasos para la tutoría formal | 21 |
| Actividad 3. Ponerse en acción: mi programa senior de mentoría emprendedora | 26 |
| Dimensión 3. Orientación a resultados y acción | 31 |
| Actividad 1. Emprender a partir de los 50: todavía es posible | 31 |
| Actividad 2. Mi mejor idea es el emprendimiento | 34 |
| Actividad 3. Mi plan de modelo de negocio social! | 36 |
| Actividad 4. Menos es más? | 41 |
| Dimensión 4. Herramientas y recursos digitales | 47 |
| Actividad 1. Uso de herramientas digitales para e-Mentoring | 47 |
| Actividad 2. Implementación de estrategia de marca para negocios sociales | 50 |
| Actividad 3. Estrategias de marketing electrónico en uso | 55 |
| Actividad 4. Uso de las redes sociales para la promoción y la creación de redes | 60 |

Introducción

Los recursos pragmáticos son actividades, ejercicios, herramientas, dinámicas o tareas en las que los emprendedores senior aprenden a aplicar conocimientos y habilidades para resolver un problema, encontrar una solución o realizar una demostración.

Los recursos pragmáticos se van a aplicar en el aula (formación presencial), por lo que no es necesaria una mayor adaptación al entorno de e-learning.

Estas actividades presenciales están dirigidas a los beneficiarios del proyecto SILVER UP.

Todas las actividades prácticas incluyen los siguientes elementos:

1. Objetivos de aprendizaje
2. Descripción detallada
3. Recursos útiles
4. Materiales necesarios
5. Herramientas de evaluación
6. Anexo (si procede)

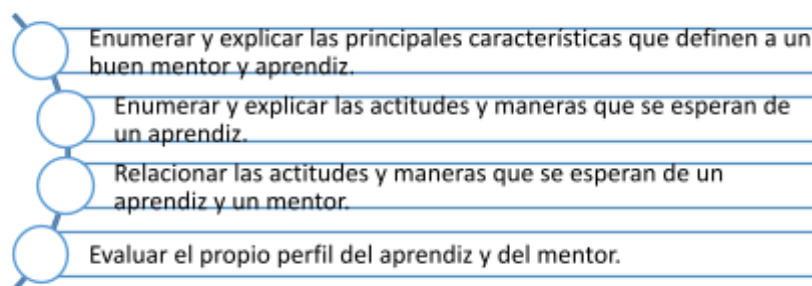
Este documento proporciona pautas para desarrollar solo los recursos pragmáticos sobre habilidades de tutoría para apoyar la innovación social para emprendedores senior, organizados en áreas, niveles y unidades (basado en el Marco de Competencias IO1/ IO1-Competence Framework)

Dimensión 1. Conciencia personal

Actividad 1. Laboratorio de ideas para los aspectos Mentor y Mentoring

Esta actividad cubre las Unidades de Aprendizaje 2 “Perfil del Mentor”, 3 “Perfil del Aprendiz” y 4 “Mentalidad de Mentoría: habilidades relacionales”.

1. Objetivos de Aprendizaje



2. Recursos pragmáticos

Duración: 2 horas 10 minutos

Preparación Previa: Si lo desea, se pueden imprimir las tarjetas para el juego de mentalidad empresarial. El ANEXO I debe imprimirse por alumno.

Descripción

Paso 1: (30 min.)

Pida a los alumnos que vean [el video aquí](#). Hágalos las siguientes preguntas:

- ¿Qué características de un aprendiz se mencionan en el video? ¿Qué más preferiría agregar como características de un aprendiz?
- Al hablar sobre el mentor y el aprendiz, ¿qué características de un mentor se pueden relacionar con el tema aquí? ¿Qué característica de un mentor puede facilitar el proceso para el aprendiz?
- ¿Qué buscas en un mentor o un aprendiz? ¿Qué tipo de persona sería la más adecuada?

Permítales explicar sus ideas y discutir entre ellos.

Paso 2: (20 min.)

Que formen un equipo de parejas. Distribuya la lista de verificación en el ANEXO I. Pídales que piensen en sus propias experiencias y completen la lista de verificación.

Pídales que compartan sus propias experiencias y reflejen los perfiles de aprendices y mentores que experimentaron en la tutoría y discuta con su pareja. Pídales que consideren e identifiquen las características en las que necesitan desarrollo profesional.

Pídales que presenten sus experiencias e ideas a toda la clase.

Paso 3: (30 min.)

En este paso, se espera que los alumnos realicen una lluvia de ideas inversa. Esta no es una técnica de lluvia de ideas "normal". En cambio, los alumnos tienen las peores ideas sobre el mentor y las características de la tutoría. Eso hace divertido en un grupo de estudiantes.

Un alumno seleccionado escribe todas las ideas en una pizarra.

A continuación, recopile todas las ideas y vuelva a invertirlas.

Evaluar las ideas con los alumnos.

Step 4: (20 min.)

Pida a los alumnos que hagan un análisis DAFO/SWAT de sus propias características de mentor y aprendiz.

| | |
|----------------------|--------------------|
| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| | |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| | |

Paso 5: (30 min.)

En este paso, se espera que los alumnos jueguen el [juego de mentalidad emprendedora](#). Hay 24 cartas de mentalidad en una baraja aquí. Se pueden imprimir oa través del generador de tarjetas. El juego se puede jugar de dos maneras:

- Cada jugador recibe 1 carta (impresa o a través del generador de cartas). Los jugadores se turnan para leer la definición de mentalidad y responder la pregunta de la tarjeta.
- A cada jugador se le reparten 2 cartas y se explica cómo se conectan las mentalidades de alguna manera. (Si las dos cartas tienen la misma mentalidad, ¡intercambia una carta!)

Elementos obligatorios y opcionales: Todos los pasos están diseñados en orden para facilitar la comprensión de los objetivos de aprendizaje por parte de los alumnos. Se recomienda seguirlos en orden.

Recomendaciones metodológicas: Explique el objetivo a los alumnos al principio. Hágalos saber acerca de cada paso. Reparta los materiales por paso justo antes. Dar las instrucciones, dar el tiempo necesario para que los participantes completen el ejercicio. Permítales explicar sus ideas libremente y traer sus propias experiencias al ambiente de aprendizaje. Observar al grupo durante las actividades para realizar una evaluación básica de la motivación, participación y compromiso.

3. Recursos utiles

- [Una guía abreviada para mentores y aprendices](#)
- [Un programa de mentores de las Naciones Unidas: Manual para aprendices](#)
- [Un programa de mentores de la ONU: Manual del Mentor](#)

4. Material requerido

- Ordenador portátil, conexión a Internet, una pizarra, un marcador de pizarra.

- Lista de verificación impresa del ANEXO I, tarjetas impresas del juego de mentalidad emprendedora o computadoras portátiles para ver la versión digital.

5. Herramientas de evaluación

A los alumnos se les hacen preguntas de autorreflexión basadas en la observación realizada durante la actividad.

- ¿Qué opinas de la actividad? ¿Te ayudó practicar los perfiles de mentor y aprendiz?
- ¿Cuál fue su principal motivación en esta actividad?
- ¿Qué fue agradable o difícil para ti? ¿Cómo fue el trabajo de la pareja?

6. Anexo

ANEXO I_Lista de verificación para un mentor y aprendiz

| LISTA DE VERIFICACIÓN PARA MENTOR | |
|---|-------|
| Características | Sí/No |
| Darse cuenta de que cada persona tiene una cultura única | |
| Sé consciente de tus prejuicios personales | |
| Reconocer las contribuciones y el valor de las diferentes opiniones | |
| Recuerda que no hay una sola verdad sobre cualquier tema | |
| Priorizar la sesión de mentoring | |
| Compartir recursos y experiencias | |
| Aparta tiempo y espacio | |
| Comunicar a través de la escucha activa | |
| Prestar total atención a la/el aprendiz | |
| Proporcione comentarios honestos | |
| Respetar los límites del aprendiz | |
| Mantener una relación profesional. | |
| LISTA DE VERIFICACIÓN PARA APRENDIZ | |
| Características | Sí/No |



| | |
|--|--|
| Escucha activa | |
| Establecimiento de metas | |
| Aprendiz continuo | |
| Colaboración con el mentor | |
| Comunicación clara | |
| Motivación para triunfar | |
| Confianza en si misma/o | |
| Flexibilidad | |
| Responsable | |
| Olvídate de los estereotipos generacionales | |

Actividad 2. “¿Cómo te acercas?” sesiones

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 4 “Mentoring Mindset: Relacional Skills”.

1. Objetivos de aprendizaje

- Construir una sesión de introducción exitosa entre un mentor y un aprendiz
- Encontrar la manera correcta de desarrollar la relación mentor-aprendiz
- Crear una atmósfera de apoyo y desafío que el aprendiz necesita
- Aprender a evitar sesiones de tutoría obstruivas
- Desarrollar dinámicas de grupo entre los participantes
- Crear un ambiente acogedor que permita a los participantes compartir sus opiniones libremente

2. Recursos pragmáticos

Duración: 2 horas

Preparación previa: Imprimir el ANEXO II

Descripción:

Paso 1 (1 hora)

Explicar todos los pasos a los participantes antes de comenzar la actividad.

Divídalos en pequeños grupos. (El facilitador puede decidir el número de personas en los grupos)

Distribute worksheets including suggested agenda of sample mentoring sessions

Paso 2 (30 min.)

Pida a los alumnos que lean la agenda y traten de preparar una sesión de tutoría de acuerdo con esta agenda.

Pida a dos voluntarios de cada grupo que estén al frente de la clase para dramatizar la sesión de tutoría. Esto durará 60 minutos.

Paso 3 (30 min.)

Después de ver todas las presentaciones, pídale a los alumnos que se encuentran debajo de las preguntas que tengan una sesión de discusión libre:

Teniendo en cuenta las presentaciones de juego de roles;

1. ¿Tuvo el mentor preguntas orientadoras durante la sesión?
2. ¿Le dio el mentor suficiente tiempo al aprendiz para que se expresara con claridad?
3. ¿El lugar de reunión fue adecuado para una sesión de tutoría?
4. ¿Tuvo el mentor objetivos claros para la primera sesión de mentoring?
5. ¿Fue el/la mentor/a empático/a?
6. ¿Se cubrieron todos los objetivos durante la sesión de tutoría?
7. ¿Qué otros pasos se pueden tomar durante la sesión?
8. ¿Cómo guiaría la sesión, si fuera el mentor en este caso?

3. Recursos útiles

- [My career](#)
- [How to approach your mentor meeting questions and best practices](#)
- [Mentors talk how to approach your 1st mentoring session focus on what's matter](#)
- [Mentee. First meeting checklist](#)
- [Mentor & Mentee. Meeting guide](#)

4. Material requerido

- Pizarra y rotuladores para anotar los principales títulos de los comentarios
- Dos sillas para que los voluntarios presenten el juego de rol de mentores y aprendices
- ANEXO II impreso que incluye ejemplos de agendas
- Lista de preguntas impresas para evaluación por alumno

5. Herramientas de evaluación

Discusiones en grupos pequeños

La clase debe dividirse en grupos más pequeños que incluyan 3-4 personas considerando el número total. Cada grupo analizará y evaluará la actividad y compartirá sus comentarios con todo el equipo. La discusión en grupos pequeños es una buena manera de lograr que los alumnos se involucren entre sí sin el temor de tener que dirigirse a un grupo grande. Al final de la sesión de discusión, cada grupo puede compartir sus comentarios y opiniones eligiendo un orador voluntario.

Técnicas de autoevaluación

Los alumnos pueden utilizar la técnica de autoevaluación para averiguar cuánto han progresado en las habilidades de tutoría. Requiere que los alumnos controlen sus propias habilidades y evalúen sus fortalezas y debilidades. También es una buena herramienta de evaluación para poner a los alumnos a cargo en gran medida de su propio desarrollo. Se sentirán más seguros de sus talentos.

Las siguientes preguntas se pueden utilizar para esta técnica:

(Teniendo en cuenta la sesión de tutoría de muestra y la parte de discusión)

1. ¿Dónde siente que necesita más apoyo?

2. ¿Cuál fue su enfoque más fuerte durante la sesión?
3. ¿Qué mejoras se podrían hacer para facilitar su función?
4. ¿Cuál debería ser su primer objetivo para guiar a un aprendiz de una manera mejor y más profesional?

(Algumas outras perguntas também podem ser adicionadas a esta lista pelos alunos)

Relatórios Escritos

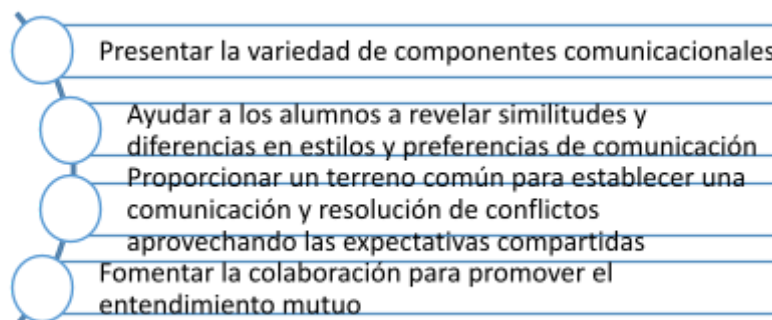
Cada aluno pode preparar um relatório escrito para si. O relatório pode incluir comentários de autoavaliação e revisão geral da atividade. Escrever o relatório ajudará os alunos a revisar todo o processo e compartilhar suas opiniões livremente.

Depois de preparar os relatórios, os voluntários podem ler os relatórios dos outros apenas para dar uma ideia aos outros. Dessa forma, a troca de opiniões tornará o grupo mais forte.

Actividad 3. Preferencias personales

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 5 “Mentoring mindset: communication skills”.

1. Resultados del aprendizaje



2. Recursos pragmáticos

Duración: 1 hora

Preparación previa: Recuerda imprimir el imprimible (ANEXO III) antes de iniciar la actividad.

Descripción

Paso 1 (10 min.)

Dé tiempo al aprendiz (aproximadamente 10 minutos) para completar la columna "Preferencias personales" de la tabla de las filas etiquetadas como "Aprendiz" con la forma en que prefieren manejar los diferentes tipos de comunicación.

Paso 2 (10 min.)

Y luego, dé tiempo al mentor (aproximadamente 10 minutos) para completar la columna "Preferencias personales" de la tabla de las filas etiquetadas como "Mentor" con la forma en que prefieren manejar los diferentes tipos de comunicación.

Paso 3 (20 min.)

En la siguiente fase, la pareja se reúne para revisar y comparar sus preferencias personales en cuanto a similitudes y diferencias.

Paso 4 (20 min.)

Y luego, la pareja completa la columna "Expectativas de la pareja". Esto guiará cómo abordarán cada tipo de comunicación en su asociación. La pareja debe usar sus preferencias personales y su conversación en el paso anterior como guía para llegar a estas expectativas.

Consejo: Las secciones tituladas "Otros" están disponibles como espacios en los que se pueden articular temas de comunicación no enumerados pero importantes para los participantes.

3. Recursos útiles

- [A compilation of 75 Tips to help build rapport and effective mentoring relationships](#)
- [Activities for Mentors & Mentees: Types & Benefits](#)

4. Material requerido

Bolígrafo y el imprimible correspondiente (ANEXO III. Cuadro de Preferencias y Expectativas)

5. Herramientas de evaluación

Revisión y discusión

Después de la sesión de revisión, comparación y compilación en la Tabla de Preferencias y Expectativas, las preguntas a continuación pueden usarse para evaluar los aspectos individuales y relacionales que contribuyen a la comunicación en el proceso de tutoría.

¿Podría haber otra forma de descubrir un terreno compartido con su mentor/aprendiz que no sea la exposición de manera directa? Si es así, ¿cuáles podrían ser esos?

¿Qué resultados se pueden esperar de construir un terreno para “expectativas compartidas” a partir de las preferencias individuales?

¿Cómo cree que la implementación de expectativas compartidas puede afectar su relación y comunicación mentor/aprendiz?

¿Qué tipo de conflictos crees que se pueden superar con la ayuda de esta actividad?

¿Cómo puede medir su relación de tutoría y comunicación mirando la perspectiva de cada uno?

Trabajo Escrito

Mirando la actividad anterior, construir un código de comunicación a partir de un terreno compartido de expectativas requiere adaptación y habilidades. Se puede pedir a los alumnos que reflexionen sobre sus fortalezas y debilidades en el proceso de

construir una relación de tutoría con la ayuda de habilidades de comunicación efectivas. ¿Qué habilidades potencian la comunicación efectiva? ¿El mentor/aprendiz considera estas habilidades como fortalezas o debilidades propias? ¿Cómo pueden hacer uso de las fortalezas de los demás y mejorar las debilidades de los demás?

6. Anexo

ANEXO III: Tabla de Preferencias y Expectativas

| TEMA DE COMUNICACIÓN | PREFERENCIAS PERSONALES | EXPECTATIVAS COMPARTIDAS |
|---|-------------------------|--------------------------|
| Email (Aprendiz) | | |
| Email (Mentor) | | |
| Cara-to-Cara (Aprendiz) | | |
| Cara-a-Cara (Mentor) | | |
| Actualizaciones de progreso del proyecto (Aprendiz) | | |
| Actualizaciones de progreso del proyecto (Mentor) | | |
| Resolución de problemas (Aprendiz) | | |

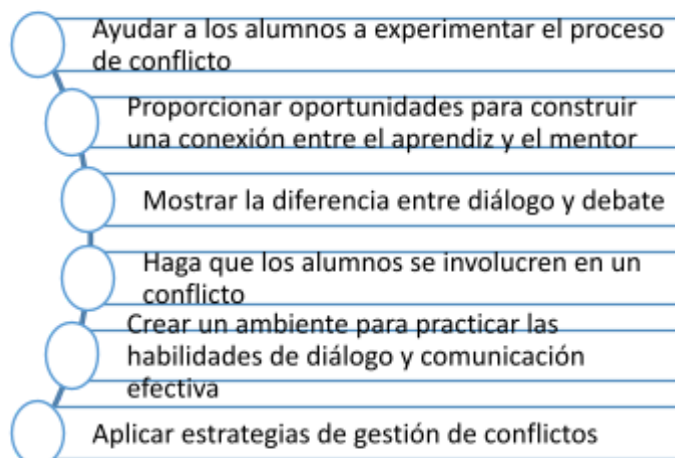


| | | |
|---|--|--|
| Resolución de problemas (Mentor) | | |
| La resolución de conflictos (Aprendiz) | | |
| La resolución de conflictos (Mentor) | | |
| Compartir el éxito (Aprendiz) | | |
| Compartir el éxito (Mentor) | | |
| Confidencialidad (Aprendiz) | | |
| Confidencialidad (Mentor) | | |
| Otros (Aprendiz) | | |
| Otros (Mentor) | | |

Actividad 4. Diálogo VS Debate

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 6 “Mentoring mindset: resolution skills”.

1. Objetivos de Aprendizaje



2. Recursos pragmáticos

Duración: 30 minutos

Preparación previa: Coloque 2 sillas una frente a la otra donde los alumnos puedan sentarse durante la actividad.

Descripción:

Paso 1 (10 min.)

Pida a los alumnos que formen parejas con un compañero.

Haga que cada pareja se siente en una silla cara a cara.

Paso 2 (20 min.)

Díales que griten el nombre del artículo que se les ocurra.

Después de gritar sus artículos, las parejas comienzan a debatir entre sí sobre por qué su artículo podría ser mejor o vencer al artículo del compañero.

Asegúrese de que las parejas continúen debatiendo durante 2 o 3 minutos, luego dé un breve tiempo de espera para discutir la diferencia entre debate y diálogo.

Explique que la diferencia esencial entre el debate y el diálogo es que el verdadero diálogo es colaborativo. Los participantes están trabajando hacia la comprensión compartida y la fuerza y el valor en las posiciones de los demás. Un debate es una discusión con el objetivo de persuadir o defender su propio punto de vista, intentar demostrar que la otra parte está equivocada y buscar fallas y debilidades en las posiciones de la otra parte. En el diálogo, la intención es realmente escuchar la perspectiva del otro con la voluntad de ser influenciados por lo que escuchamos. El diálogo permite a las personas desarrollar la comprensión de las perspectivas, pensamientos y sentimientos de los demás, así como reevaluar su propia posición a la luz de la comprensión del otro. Luego, pídale a las parejas que continúen con sus conversaciones, pero ahora anímelos a entablar un diálogo, haciendo preguntas y escuchando las respuestas, para llegar a un acuerdo entre ellos.

3. Recursos útiles

- [Resolving Conflict: The Power of Dialogue and Authentic Apology](#)
- [Using the Dialogue Method to Resolve Conflict in the Workplace:](#)
- [Comparing Debate, Discussion and Dialogue:](#)
- [Guide for Mentors \(TR\)](#)

4. Material requerido

- 2 sillas para las parejas

5. Herramientas de evaluación

Después de los procesos de debate y diálogo, se les pedirá a los alumnos que reflexionen sobre la experiencia de resolución de conflictos que tuvieron a través de las siguientes preguntas de discusión:

1. ¿Cómo reaccionaste a tu mini conflicto durante tu debate con tu pareja??
2. ¿Es así como actúas normalmente en situaciones de conflicto? ¿Por qué o por qué no?
3. ¿Cómo pudieron llegar a un consenso?
4. ¿Qué pasó cuando cambiaste del debate al diálogo?

5. ¿Es difícil escuchar cuando alguien no está de acuerdo contigo? ¿Por qué?
6. ¿Qué lo hizo más fácil en esta actividad?
7. ¿De qué manera podrías usar estas habilidades la próxima vez que estés en conflicto con otra persona y/o tu mentor?

Con estas preguntas, los alumnos tendrán la oportunidad de evaluar sus habilidades de comunicación y resolución necesarias para la resolución efectiva de problemas y conflictos.

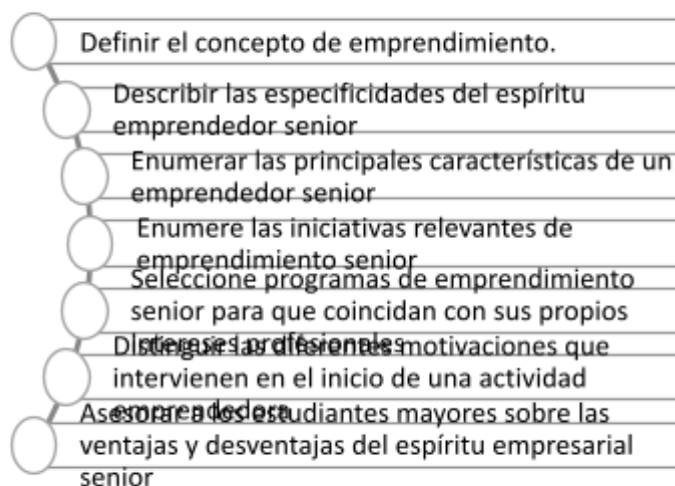
Otra variación podría ser que también se les puede pedir a otros estudiantes que reflexionen sobre estas preguntas desde su punto de vista como observadores.

Dimensión 2. Desarrollo personal y Aprendizaje continuo

Actividad 1. ¿Tengo lo que se necesita para ser un emprendedor?

Esta actividad cubre la Unidad 1 “Emprendimiento Senior”

1. Resultados del aprendizaje



2. Recursos pragmáticos

Duración: 4 horas

Preparación previa: Debe prepararse y adaptar las actividades sugeridas al contexto de sus participantes. Los enlaces proporcionados en la sección de recursos se pueden utilizar como lecturas esenciales para preparar cada uno de los pasos indicados en la sección de implementación.

Descripción

Paso 1. Ejercicio de teoría, visualización de videos y escritura de ideas (60 min.)

Presente brevemente los contenidos y los objetivos de la unidad de aprendizaje y presente a los participantes el siguiente video:

- Cómo me convertí en emprendedor a los 66 años | [Paul Tasner](#)

Después de la visualización del video, pida a los participantes que se reúnan en grupos de tres y/o cuatro para un ejercicio de escritura mental. En grupo, tendrán que escribir un enunciado respondiendo a la pregunta “**Qué define a un emprendedor?**”. Luego, cada grupo nombrará a un orador para que presente el texto a todo el grupo. Pida a los grupos que presenten declaraciones por turnos y tomen notas en una pizarra/rotafolio/tablero digital de las principales características descritas. El objetivo es tener una lista final que contenga las características del emprendedor delineadas por los participantes en sus respuestas. Mantenga esta lista visible durante el siguiente paso del ejercicio.

Paso 2. Ejercicio basado en la investigación (90 min.)

Los mismos grupos ahora llevarán a cabo investigaciones en línea para identificar fuentes de información relevantes sobre el **espíritu emprendedor senior**. Proporcionar a los participantes las siguientes indicaciones para realizar el ejercicio

- *Vaya a su motor de búsqueda web favorito y busque un artículo; una plataforma, un video u otra fuente de información sobre emprendimiento senior.*
- *Enumere tres recursos que considere relevantes.*
- *Seleccione uno para presentar al grupo.*
- *Explique por qué ha seleccionado este recurso, respondiendo a la siguiente pregunta guía: ¿qué tipo de información proporciona este recurso y por qué es relevante para usted?*
- *Danos la definición de tu grupo de emprendimiento senior.*

Mientras presenta esta parte de la actividad, también pida a los participantes que le envíen por correo electrónico los enlaces y los recursos que han seleccionado. Y mientras preparan la actividad para presentar a todo el grupo, haz una lista completa de los recursos que luego compartirás con todos los participantes.

Después de las presentaciones grupales, pregunte a los participantes si se relacionan con alguna de las características enumeradas en la primera parte (“¿Qué define a un **emprendedor?**”) de esta actividad y su propia definición de **emprendimiento senior**.

Paso 3. Ejercicio de debriefing y reflexión (90 min.)

Para concluir las actividades propuestas, completa una tabla donde compararás, junto con los participantes, las características de un emprendedor con las habilidades requeridas en un rol de mentor. Puede hacer este ejercicio usando una pizarra/rotafolio/tablero digital. El objetivo es tener un vínculo con las unidades de aprendizaje anteriores en la dimensión 1 "Conciencia personal" que se refiere a las habilidades básicas de tutoría.

Termine las actividades con la presentación de un estudio de caso relevante sobre el espíritu empresarial senior que se enumera en la sección de recursos y solicite a los participantes que completen un cuestionario de autoevaluación sobre habilidades empresariales. Involucre a los participantes para que compartan los resultados y reflexionen sobre cómo el emprendimiento senior puede potenciar su desarrollo personal y profesional.

3. Recursos útiles

- [EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework](#)
- [The Missing Entrepreneurs 2019 report. Senior's self-employment and entrepreneurship activities, p.119-147.](#)
- [Senior Entrepreneurship: The other side of the 50+](#)
- [Senior Entrepreneurship Good practices manual](#)
- [SILVER UP e-Directory](#)
- [OCDE Better Entrepreneurship platform: resources about inclusive and social entrepreneurship](#)

4. Material requerido

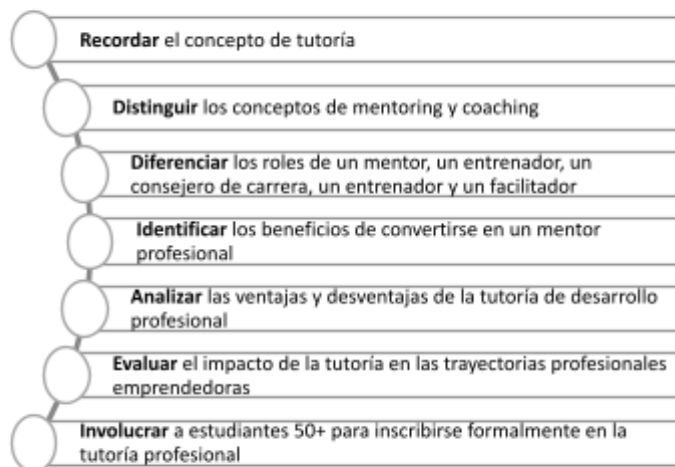
- PC/portátiles, teléfonos inteligentes y conexión a Internet
- Pizarra/rotafolio/pizarra digital

5. Herramientas de evaluación

Esta actividad no requiere una evaluación formal para probar el conocimiento de los participantes sobre los diferentes temas presentados. Alternativamente, le recomendamos que sugiera a los participantes que realicen la siguiente prueba en línea sugerida para que puedan evaluar su espíritu y/o mentalidad emprendedora:

- [Entrepreneurial potential self-assessment](#)
- [OCDE – Supporting unemployed in entrepreneurship](#)

Actividad 2. Primeros pasos para la tutoría formal



2. Recursos pragmáticos

Duración: 3 horas y 45 minutos

Preparación previa: Debe prepararse y adaptar las actividades sugeridas al contexto de sus participantes. Para implementar el paso 1, debe preparar una prueba de autoevaluación para que los participantes puedan evaluar en qué medida reúne las

competencias requeridas para ser un mentor. Para implementar el paso, el facilitador debe seleccionar previamente hasta tres casos de estudio y/o mejores prácticas sobre programas de mentoría dirigidos a promover el emprendimiento senior. Los enlaces proporcionados en la sección de recursos se pueden utilizar como lecturas esenciales para preparar cada uno de los pasos indicados en la sección de implementación.

Descripción

Paso 1. Teoría, recordando conceptos (45 min.)

Recuerde brevemente los conceptos principales presentados en la unidad de aprendizaje 1, reforzando que el espíritu empresarial y la tutoría han alineado un conjunto de competencias y comportamientos. Esto significa que las habilidades que definen a un buen mentor son las que se esperan de cualquier mentalidad emprendedora.

| Un/a mentor/a es: | Un/a emprendedor/a tiene que: |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">● Facilitador/a y professor/a● Solucionador/a de problemas● Motivador/a● Oyente● Guía● Influenciador/a● Networker | <ul style="list-style-type: none">● Ser curioso/a (mentalidad inquisitiva)● Estar dispuesto/a a aprender● Tener la capacidad de escuchar● Practica y aprende sobre gestión (comunicación, networking, finanzas, etc.)● Combinar habilidades interpersonales y habilidades blandas clave como el pensamiento estratégico, la perseverancia, el pensamiento crítico y creativo, la resolución de problemas y la capacidad de autodirección. |

Pida a los participantes que realicen la prueba de autoevaluación del mentor que ha preparado. Después de que los participantes realicen la prueba, lleve a cabo una conversación para que puedan presentar brevemente los resultados de la evaluación. Puede conducir la conversación usando las siguientes preguntas:

- ¿Consideraría convertirse en un mentor profesional?
- En caso afirmativo, ¿cuál es la experiencia relevante que le gustaría compartir?
- ¿Crees que combinas las habilidades de mentor y emprendedor?
- ¿Estaba dispuesto a ser mentor de otros adultos mayores?
- ¿Cuáles serían los beneficios de asesorar a otros adultos mayores?
- (...)

Tome tanta información como sea posible para introducir el próximo paso de la actividad.

Paso 2. Ejercicio basado en escenarios

Divida el grupo en grupos más pequeños y presente los escenarios descritos en el **anexo 1** a los participantes y pídale que completen el primer grupo de tareas. Luego se les pedirá a los grupos que presenten las soluciones que dieron a cada problema. Explique que pueden usar Internet para buscar recursos que los ayuden a completar las tareas.

Mientras pide aleatoriamente a los participantes que compartan los resultados, deberá presentar los siguientes conceptos e información relacionada:

- Diferencias entre las relaciones de tutoría formales e informales
- Ventajas de establecer una relación formal de tutoría
- Tipos y modelos de programas de mentoring
- ¿Qué es un acuerdo de tutoría?
- Reunión/sesiones de tutoría
- Supervisión de reuniones/sesiones de tutoría

Después de la presentación del tema, pida a los participantes que completen el segundo grupo de tareas proporcionadas en el material de trabajo 1. Se les pedirá una vez más a los grupos que compartan los resultados de su trabajo y los recursos que utilizan para completarlo. Complete esta parte de la actividad presentando otras plantillas utilizadas en la tutoría formal para que puedan comparar con los resultados de su trabajo.

Paso 3. Ejercicio de debriefing y autorreflexión

Seleccione hasta tres mejores prácticas relevantes de los programas de mentores destinados a impulsar el espíritu empresarial senior y luego pida a los participantes que las analicen centrándose en los siguientes aspectos

- Tipo de programa de tutoría
- Relevancia o ventajas para que se matriculen

Finalice las reflexiones de los participantes presentando el siguiente video, como otro ejercicio de reflexión pero este para guardarlo en privado: [What I Got Wrong About Mentorship | Simon Sinek](#)

3. Recursos útiles

- [EMMC Global Competence Framework, 2015](#)
- [ICF Core Competences, 2019](#)
- [Mentoring Competency Assessment \(MCA\) for self-reflection](#)
- [Self-assessment: how good a mentor are you?](#)

4. Material requerido

- PC/portátiles, smartphones y conexión a internet
- Pizarra blanca/rotafolio/pizarra digital
- Anexo 1: Ejercicios basados en escenarios

5. Herramientas de evaluación

Esta actividad no requiere una evaluación formal para probar el conocimiento de los participantes sobre los diferentes temas presentados. Alternativamente, le recomendamos que sugiera a los participantes que realicen la prueba en línea sugerida anteriormente para que puedan evaluar sus habilidades de tutoría.

6. Anexo

Escenario 1: Ruth Applegate, 54

Ha estado trabajando toda su vida en una fábrica y también fue voluntaria en el departamento de bomberos de su localidad. También es un miembro activo de su comunidad y, a menudo, se involucra en causas sociales. Desafortunadamente, la

fábrica en la que ha estado trabajando durante casi 25 años cerró, dejando a muchas personas sin empleo. Ruth ha estado buscando trabajo durante más de un año, sin éxito. Parece que es demasiado mayor para el mercado laboral. Mientras tanto, ha estado ayudando a una asociación cultural local a recaudar fondos para promover sus actividades que incluyen la preservación de una tradición ancestral de tejer pura lana. Verás, Ruth es una de las pocas personas en su pueblo que aprende este antiguo kraft. Y sepan que ella ha estado usando su tiempo libre para tejer suéteres y bufandas y otras cosas para vender y ayudar a mantener esta asociación local que está promoviendo la salvaguarda de esta tradición ancestral.

Escenario 2: Roberta Jones, 75

Ha sido propietaria de un fabricante de muebles durante casi 50 años. Dirigió su empresa familiar siguiendo el legado de su abuelo. Decidió retirarse y le pasó el negocio a su hijo e hija, quienes ahora lo dirigen. Pensó que ahora podría aprovechar el descanso para descansar y disfrutar de la vida, pero enseguida descubrió que no puede dejar de tener ideas... Extraña el negocio y también estar en contacto con sus empleados.

Primer grupo de tareas: ¿Por qué ser mentor?

- Analizar los dos casos presentados y:
 - o Explique cómo estas dos personas podrían beneficiarse de participar en una relación de tutoría.
 - o Si está de acuerdo en que podrían beneficiarse con una relación de tutoría, ¿quién sería el mentor y quién el aprendiz?
 - o Justifique su respuesta anterior brindándonos un ejemplo de programas de tutoría que sepa que están especialmente diseñados para personas mayores.
 - o ¿Puede explicar por qué estos programas son relevantes?

Segundo grupo de tareas: ¿Primeros pasos en la tutoría formal?

Escenario 3: Roberta Jones, 75

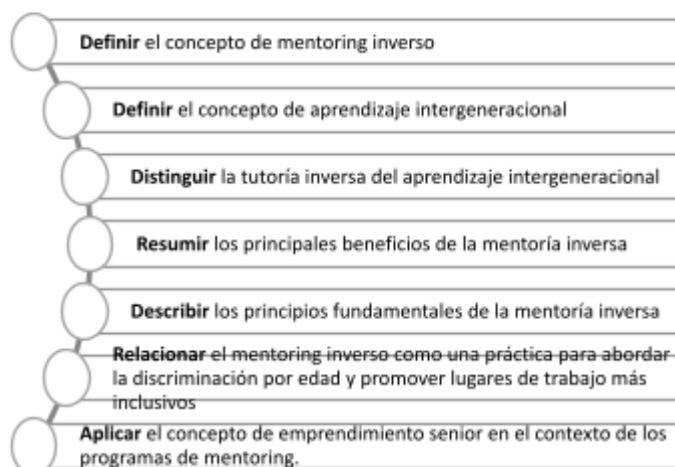
Roberta found out a new call... While she was participating in one of the activities promoted by local cultural association where Ruth is a volunteer, she immediately saw a social business opportunity there. According to her, they should be conducting a social business, i.e., keep the wool crafting tradition by selling the products. She recognised in Ruth the abilities to run this business. Primero para comenzar a enseñar a otros sobre el oficio, para que la tradición continúe; y luego crear un plan de negocios para la asociación. Pero Ruth tiene serias dudas al respecto... Es entonces cuando Roberta decide que será la mentora formal de Roberta.

- Teniendo en cuenta la decisión de Roberta, tendrá que redactar los materiales de apoyo que tendría que usar para llevar a cabo sus sesiones de tutoría, y esto incluye:
 - o una plantilla para un acuerdo de tutoría
 - o una plantilla para la implementación de una sesión de tutoría (registro de reunión de tutoría) con las respectivas hojas de trabajo de seguimiento

Actividad 3. Ponerse en acción: mi programa senior de mentoría empresarial

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 4 “Mentorización inversa”, la Unidad de Aprendizaje 5 “Planificar, implementar y evaluar un programa de mentoría para emprendedores sénior” y la 6 “Planificar, implementar y evaluar un programa de mentoría inversa”.

1. Objetivos de aprendizaje



2. Recursos pragmáticos

Duración: 4 horas

Preparación previa: Debe prepararse y adaptar las actividades sugeridas al contexto de sus participantes. Los enlaces proporcionados en la sección de recursos se pueden utilizar como lecturas esenciales para preparar cada uno de los pasos indicados en la sección de implementación. En esta actividad también deberá preparar con anticipación cómo evaluará la presentación de los proyectos de los participantes.

Descripción

Paso 1. Teoría, visualización de videos, mapas mentales y mapas conceptuales (60 min.)

Presente los conceptos de tutoría inversa, aprendizaje intergeneracional y discriminación por edad utilizando los siguientes videos:

- **Video 1:** #OldLivesMatter: a worldwide campaign against ageism - [Case 1](#)
- **Video 2:** #OldLivesMatter: a worldwide campaign against ageism - [Case 2](#)
- **Video 3:** #OldLivesMatter: a worldwide campaign against ageism - [Case 3](#)

Organice pequeños grupos de tres y/o cuatro y deles alrededor de 15 minutos para discutir el tema 'Cómo se ha manifestado la discriminación por edad en su lugar de

trabajo'. Después de las discusiones grupales, pídale que presenten sus hallazgos, ya sea verbalmente o usando cualquier otro soporte de visualización que consideren pertinente.

Como metodologías alternativas para introducir los temas de mentoring inverso, puede: utilizar procesos metacognitivos como mapas mentales y mapas conceptuales para presentar estos conceptos y también relacionarlos con conceptos presentados previamente como mentoring y coaching.

Paso 2. Actividad práctica para preparar el ejercicio basado en proyectos (90 min.)

Presente a los participantes los conceptos básicos de las fases de implementación de un programa de tutoría y proporcione algunos ejemplos (consulte la sección de recursos). Luego entregue a los participantes el folleto 2 “Lista de verificación para desarrollar un programa de mentoría formal”.

Utilice el folleto para explicar los objetivos del ejercicio basado en proyectos que tendrán que desarrollar. Esto requerirá que el facilitador prepare un ejercicio basado en escenarios (consulte la sección de recursos), en el que se les hace a los participantes la siguiente pregunta: ¿Cómo diseñaría e implementaría una relación de mentoría formal? El ejercicio basado en escenarios también deberá cubrir las siguientes características:

- Acuerdo de tutoría (propósitos y objetivos claros, reglas y límites, plan de acción).
- Reuniones regulares de tutoría (estructura y propósito claros).
- Finalización de la relación de mentoring (revisar los objetivos iniciales y compararlos con los resultados finales).

En este paso, debe presentar todos los contenidos relacionados con los programas formales de tutoría que se muestran en el folleto. Dará tiempo, entre esta sesión y otra sesión (Paso 3) para que los participantes completen sus tareas.

También se le recomienda alentar a los participantes a trabajar de forma autónoma y en grupos, pero estar disponible para brindar apoyo cuando se le solicite.

Paso 3. Actividad práctica para presentar el ejercicio basado en proyectos (90 min.)

Este último paso debe organizarse como una sesión para la presentación de proyectos y el facilitador evaluará el desempeño de los alumnos en función de los resultados obtenidos. Alternativamente, esto se puede hacer usando plataformas en línea (por ejemplo, Microsoft Teams, Zoom). En este caso, el compromiso en línea debe organizarse como un foro de discusión donde se aliente a los mediadores interculturales a compartir sus proyectos e ideas y aprender de las experiencias de los demás.

3. Recursos útiles

- [Together: a UN mentoring programme. Mentor handbook](#)
- [Mentoring: supporting and promoting professional development and learning](#)
- [Evaluating a mentoring programme](#)

4. Material requerido

- PC/portátiles, smartphones y conexión a internet
- Pizarra blanca/rotafolio/pizarra digital
- Anexo 1: Ejercicios basados en escenarios

5. Herramientas de evaluación

Los participantes serán evaluados siguiendo un enfoque por proyectos en pequeños grupos, desarrollando un ejercicio de planificación de escenarios basados en contextos profesionales reales o ficticios, en el que los participantes diseñen un programa de mentoring para impulsar el emprendimiento senior en ecosistemas de innovación social, aplicando el conjunto de conocimientos, habilidades y actitudes aprendidas en las 6 unidades anteriores.

6. Anexo

Parte 1 – Metas y objetivos del programa de mentoring

- Definición clara de los objetivos
- Objetivos y finalidad del programa de mentoring

Parte 2 – Alcance del programa de mentoring

- Caracterización de grupos objetivo
- Tipo(s) de modelo(s) de mentoría
- Perfil de l@s mentor@s y aprendices.
- Roles y responsabilidades de todos los participantes en el programa

Parte 3– Implementación del programa

- . Entrenar al mentor (si es necesario)
- . Mentores y aprendices coincidentes
- . Relaciones formales de tutoría: número de sesiones de tutoría; planificación; seguir; sesión final y evaluación)

Parte 4 –Procesos de calidad del programa

- Evaluación del programa de mentoring en su conjunto y como responsabilidad de las personas encargadas de implementar el programa

Parte 5 – Herramientas y plantillas

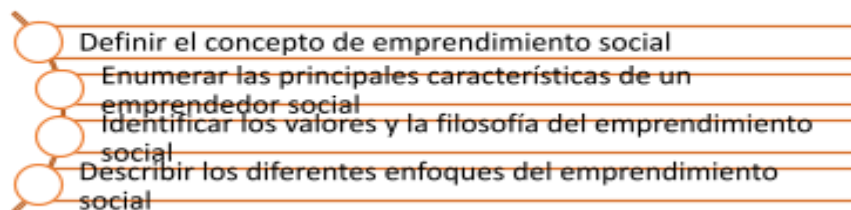
- Plataformas que se utilizarán
- Acuerdo de tutoría
- Plan de sesiones de mentoring
- Plan de acción del aprendiz
- Formularios de evaluación
- Ejercicios de tutoría
- Cualquier otra herramienta y plantilla

Dimensión 3. Orientación a resultados y acción

Actividad 1. Emprender a partir de los 50: todavía es posible

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 1 “Emprendimiento social”.

1. Objetivos de aprendizaje



2. Recursos pragmáticos

Duración: 2 horas – 3 horas (ajustable según el caso)

Preparación previa: Formar parejas senior (dependiendo del número de participantes)

- Proporcionar una lista de preguntas a los participantes de una lista distribuida en la sesión.
- Descripción de los procesos, incluyendo diferentes pasos o fases.
- Cada pareja elegirá 5 preguntas y escribirá en un post-it las respuestas a cada pregunta (ver más abajo un conjunto de preguntas para proponer. Podemos proponer más si es necesario).
- Comentarios: el formador enumera las preguntas que han elegido las parejas y las anota en el rotafolio.
- Cada pareja da su respuesta por turno. Esto debería abrir el camino para la discusión, aclaración, etc.
- Síntesis del formador: aportaciones sobre cada pregunta. Interacción con el grupo.
- Si todavía hay tiempo, se pueden abordar otras preguntas. Este es el principio para que los participantes acuerden entre ellos la elección de las preguntas a estudiar.

- Conjunto de preguntas en 3 bloques que se le dará a los participantes para las elecciones que tendrán que hacer y las respuestas que tendrán que dar.

Paso 1. Adulto mayor que desee emprender en emprendimiento social (1 hora)

1. Necesito emprender porque necesito un sueldo
2. Quiero desarrollar mis habilidades
3. El emprendimiento social debe generar ganancias
4. Primero quiero crear puestos de trabajo.
5. Mi objetivo es ayudar a los demás
6. Tengo derecho a decir cuando no estoy de acuerdo
7. Es importante ser reconocido en tu trabajo.

Paso 2. On work/Trabajando (1 hora)

8. En los talleres hay que respetar las normas de seguridad
9. Debes tener buenas instrucciones para hacer tu trabajo
10. La calidad de las relaciones laborales es importante para sentirse bien en su trabajo
11. El horario de trabajo no es importante
12. Es importante hacer un buen trabajo (trabajo de calidad)

Paso 3. Sobre la gestión y el funcionamiento de la empresa (1 hora)

13. El/La jefe/a siempre tiene la razón!
14. Es difícil unir un grupo de trabajo
15. En el trabajo, si necesito hacer preguntas, puedo hacerlo fácilmente
16. ¿Cuál es el punto de pedir a l@s colegas su opinión?
17. Tienes que tomar la iniciativa

18. Para encontrar tu lugar en el equipo, tienes que ser el mejor

Elementos obligatorios y opcionales: proyectarse en emprendimiento social, tener una postura senior, haber tenido experiencias previas...

Recomendaciones metodológicas: explicar el objetivo, entregar las hojas de preguntas, dar las instrucciones, dar el tiempo necesario para que los participantes completen el ejercicio.

4. Recursos útiles

El capacitador puede basarse en la investigación, pero es mejor basarse en las experiencias de los participantes de mayor experiencia. Entonces podemos dar alguna información sobre el marco a adoptar:

- Asegúrese de que los participantes comprendan las preguntas explicando las instrucciones
- Confirmar con ellos que deben ponerse de acuerdo sobre las preguntas elegidas en los subgrupos establecidos al inicio del trabajo
- Comprobar que anotan sus respuestas en los post it notes de la presentación (pueden utilizar varios post it notes)
- Que todos hablen y se expresen (cuidado con los que "acaparan" demasiado la palabra)

El formador también tendrá un papel que desempeñar ayudando a los participantes a proyectarse en la parte empresarial, tranquilizándolos si es necesario y fomentando los intercambios dentro de los subgrupos.

5. Materiales requeridos

- Recursos informáticos: ordenador, internet, proyector, pizarra, post it, rotuladores, gráficos, etc.
- Ficha de actividad o ficha de trabajo, cuestionario, checklist, etc.

6. Herramientas de evaluación

La evaluación se puede realizar mediante un cuadro DAFO: fortalezas, debilidades, oportunidades, amenazas, con el fin de evaluar lo que han aprendido pero también lo que les hubiera gustado aprender pero no pudieron.

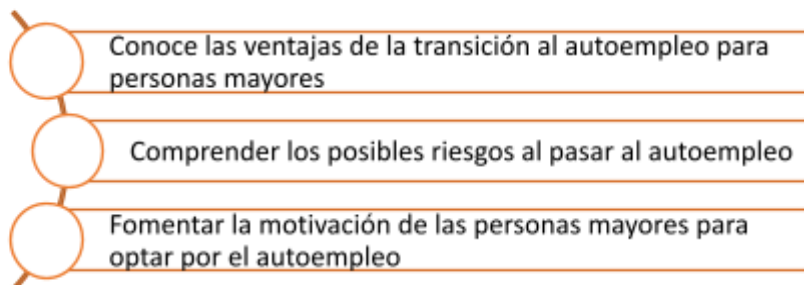
La evaluación también puede llevarse a cabo a nivel de grupo grande, en un enfoque de evaluación colectiva.

- Interrogatorio de los participantes sobre cada pregunta elegida
- Intercambio y discusión dentro del grupo
- To Dar a conocer a los participantes sus representaciones sobre el tema y los temas tratados

Actividad 2. Mi mejor idea es el emprendimiento

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 5 “Transition to self-employment”

1. Objetivos de aprendizaje



2. Recurso pragmático

Duración: 1 hora y 30 minutos (aprox.)

Descripción:

Paso 1 (10 min)

El educador de adultos dividirá la clase en tres grupos iguales (igualdad entre hombres y mujeres, número de participantes, etc.). Esto beneficiará el discurso generado entre el conjunto de la clase, ya que al principio tendrán que discutir en grupos más pequeños, pero luego tendrán que generar una única idea compartida entre los tres grupos.

Paso 2 (10 min)

Una vez dividida la clase en tres grupos, primero tendrán que discutir dentro de cada grupo los beneficios personales, económicos y sociales del autoempleo para las personas mayores. Habrá un líder en cada uno de los tres subgrupos, que será el encargado de comunicar lo acordado en cada grupo

Paso 3 (10 min)

Lo mismo se hará respecto de los posibles riesgos que el trabajo por cuenta propia puede suponer para las personas mayores.

Paso 4 (15 min)

Una vez que haya identificado los beneficios y riesgos potenciales en términos de autoempleo de las personas mayores, hará un diagrama DAFO en un rotafolio.

Paso 5 (15 min)

Después de analizar las fortalezas y debilidades del autoempleo de las personas mayores, discutirán dentro de cada grupo las posibles soluciones a los peligros que han encontrado.

Paso 6 (20 min)

El líder de cada grupo presentará los beneficios, riesgos potenciales, análisis DAFO y soluciones. Tendrán que presentar y argumentar sus opiniones y llegar a un consenso.

Mientras tanto, el resto de la clase tendrá que evaluar (a ciegas) la presentación de los tres líderes.

Paso 7 (20 min)

El educador de adultos terminará con una conclusión de los principales hallazgos transmitidos a lo largo de la sesión y reproducirá las siguientes [video](#) para que reflexionen tanto sobre los hallazgos como sobre lo que han aprendido.

Paso 8

Los alumnos tendrán que hacer una reflexión en casa, que luego el educador de adultos corregirá y diseñará un dossier con todas las reflexiones, que se imprimirá y compartirá con todos los alumnos. También les facilitará el archivo en formato pdf.

Elementos obligatorios y opcionales: Será obligatorio hasta el paso 7. El paso 8 puede ser opcional.

3. Recursos útiles

- [Building the vocational decision](#)
- [How to change the world: social entrepreneurs and the power of new ideas](#)
- [Social entrepreneur guideline](#)

4. Material requerido

- Computadora, internet, proyector, pizarra, cartulina, papel, lápices y bolígrafos.

5. Herramientas de evaluación

En esta actividad no habrá una evaluación formal, sino una evaluación a través de la observación no participante por parte del educador de adultos.

La observación participante es el principal y más difundido tipo de observación cualitativa. El investigador selecciona un grupo humano (asociación de vecinos, usuarios de una sala de espera en un gran hospital, una banda de jóvenes, trabajadores de una empresa, participantes en un foro electrónico, internautas en una sala de chat, etc.) y lo observa de cerca, interactuando estrechamente con sus componentes. Las estancias prolongadas son fundamentales para acceder a los significados y definiciones de la realidad de las personas, para llegar a “conversar” con ellas.

Actividad 3. ¡Mi plan de modelo de negocio social!

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 7 “plan de modelo de negocio social”

1. Objetivos de aprendizaje

- Aplicar la metodología del lienzo del modelo de negocio para desarrollar un plan de negocio social.
- Seleccionar metodologías, herramientas y recursos para desarrollar un plan de negocio social.
- Utilizar metodologías, herramientas y recursos para desarrollar un plan de negocio social.
- Supervisar la implementación de un plan social de negocios.

2. Recursos pragmáticos

Duración: 40-60 minutos (aprox.)

Descripción:

El desarrollo del plan de negocio (DPN) nos permitirá conocer a fondo la oportunidad de negocio que queremos aprovechar, permitiéndonos cuantificar de forma realista la inversión, así como los medios materiales y humanos necesarios para ponerla en marcha, además a realizar una previsión de su rentabilidad. Nos servirá también, una vez lanzado el proyecto, para evaluar la marcha del negocio y detectar posibles desviaciones de las previsiones previstas inicialmente.

Veamos los pasos a seguir:

Paso 1. Idea de negocio (20 min.)

Se trata de presentar la idea de manera concisa, en tres puntos principales. No debe ocupar más de media cara. Actividad: ¿Qué productos o servicios ofrece? Clientela objetivo: ¿A quién le puede interesar? ¿Qué necesidades cubre? Propuesta de valor: ¿Qué tiene de innovador? ¿Qué ventajas aporta frente a los existentes?

1.1. Cosas que tenemos que tener claras y que tendremos que pensar previamente:

- ¿Qué valor aporta la idea?
- ¿Qué necesidad estamos ayudando a resolver?
- ¿Qué están haciendo otras empresas u organizaciones para responder a esta necesidad?
- ¿Qué productos o servicios ofrecen?
- ¿Qué es innovador sobre ell@s?
- ¿Puedo diversificar mi actividad?
- ¿Por qué queremos llevar a cabo el proyecto?

1.2. Datos de la compañía

• Nombre de la compañía: • Actividad: • Localización geográfica: • Fecha estimada de inicio de la actividad: • Forma jurídica elegida: • Número de trabajador@s esperados: • Inversión total: • Recursos propios y necesidades de financiación:

Aunque se encuentra al principio, es una recapitulación de los puntos más significativos y es mejor hacerlo cuando el proyecto ya está desarrollado.

Paso 2. Estudio de mercado (20 min.)

2.1. *Clientse*: Cosas que tenemos que tener claras y que tendremos que responder: • ¿Quiénes son nuestros clientes? • ¿Tenemos varios tipos? • ¿Qué necesidades tienen? • ¿Cuántos clientes podemos tener? • ¿Cuánto se puede gastar mensual o anualmente en nuestros productos y servicios? • ¿Cuáles son las principales empresas o entidades que trabajan en la misma zona con una actividad similar a la mía y qué ofrecen? • ¿Podríamos colaborar con ellos? • ¿Existe alguna asociación o grupo de interés con el que podamos aliarnos?

2.2. *Colaboradores/alianzas. Proveedores*

2.3. *Competencia*

2.4. *DAFO*

Paso 3. Plan de marketing. como vamos a conocernos (20 min.)

Cosas que tenemos que tener claras y que tendremos que responder • ¿Cómo vamos a interactuar con nuestros clientes? • ¿Cómo daremos a conocer nuestro proyecto y nuestros productos y servicios? • ¿Qué imagen queremos dar de nuestra empresa y de nuestros productos/servicios? • ¿Cómo vamos a distribuir y vender nuestros productos/servicios?

3.1. *Comunicación. La imagen de la empresa y nuestros productos*

3.2. *Canal de distribución y venta*

3.3. *Estimación de ventas (precios y margen comercial)*

Paso 4. Plano de organización. Actividades y recursos (20 min.)

Cosas que tenemos que tener claras y que tendremos que trabajar • ¿Qué actividades tiene que realizar la empresa para dar el servicio u ofrecer los productos? • ¿Qué capacidad de trabajo tenemos y qué tiempo podemos dedicarle al proyecto? • Si somos un equipo, ¿qué hacemos mejor? ¿Qué es lo que más nos gusta hacer? • Organización de tareas y tiempos. • ¿Mi actividad es estacional? • ¿Qué recursos vamos a necesitar: materiales y humanos?

4.1. Actividades. Capacidad de trabajo. Organización de tareas y tiempos. Estacionalidad empresarial.

4.2. Recursos materiales. Inversiones. Costos fijos y variables

4.3. Logística y gestión de stocks. QA.

4.4. Recursos humanos. Gastos de personal. Previsiones de crecimiento del empleo. Conciliación de la vida laboral y familiar. Riesgos laborales

4.5. Estimación de costes fijos, incluidos los costes de personal

Paso 5. Plan económico y financiero. Costos y beneficios. Balance económico social y ambiental (20 min.)

Cosas que tenemos que tener claras y que tendremos que trabajar: • ¿Cuánto me cuesta ponerlo en marcha (inversiones)? • ¿Qué gastos fijos tengo? • ¿Qué gastos tengo asociados a la venta de mis productos o servicios (gastos variables)? • ¿Mi proyecto tiene algún costo social y/o ambiental? • ¿A cuánto ascienden los ingresos o las ventas mensuales y anuales estimados? • ¿Cuál es el pronóstico de crecimiento de mi actividad? • ¿Qué beneficios sociales y/o ambientales trae mi actividad?

5.1. Equilibrio económico.

5.1.1. Plan de Inversiones y Financiamiento.

5.1.2. Cuenta de ganancias y Perdidas. Viabilidad económica. La rentabilidad de la empresa.

5.1.3. Presupuesto de tesorería. Viabilidad financiera. La solvencia de la empresa.

5.1.4. La hoja de balances.

5.1.5. *Índices económicos y financieros. El punto de equilibrio.*

5.2. *Equilibrio social.*

5.3. *Equilibrio ambiental.*

Paso 6. START UP (20 min.)

Cosas que tenemos que tener claras y que tendremos que trabajar • ¿Cuál es la forma jurídica que mejor se adapta a nuestro proyecto? • ¿Existe alguna normativa legal que condicione mi actividad? • ¿Qué obligaciones contables, fiscales, laborales, de protección de datos y de prevención de riesgos laborales debo tener en cuenta? • ¿Qué trámites tengo que realizar para registrar mi empresa e iniciar mi actividad? • ¿Cómo puedo obtener financiamiento para mi negocio?

Paso 7. Viabilidad. ¿Por qué nuestra idea es viable? (20 min)

Finalmente resumiremos por qué creemos que nuestra idea es viable en base a todo lo que hemos visto en los puntos anteriores. Destacando la oportunidad de mercado, las ventajas competitivas de nuestros productos o servicios, sus posibilidades de venta, la viabilidad económica y financiera, y sobre todo la capacidad del equipo humano para llevarlo a cabo. No debe ocupar más de media cara.

3. Recursos útiles

- [Sectorial market studies](#)
- [Information on Foreign Trade](#)

4. Material requerido

- Computadora, internet, proyector, papel, pizarra

Algunas de las variaciones pueden necesitar el uso de pizarra, marcadores, papel, lápices o imágenes impresas.

5. Herramientas de evaluación

Los profesores deberán observar al grupo durante las actividades para realizar una evaluación básica de los siguientes aspectos:

- Motivación, participación y compromiso

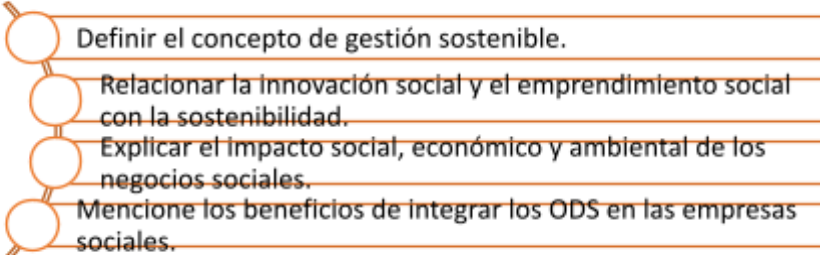
- Comprender y presentar un buen plan de negocios de acuerdo a las actividades realizadas.

Además, el maestro puede preguntar sobre la utilidad de la actividad y discutir sobre el SBMP.

Actividad 4. Menos es más?

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 8 “Prácticas de gestión para la sostenibilidad”

1. Objetivos de aprendizaje

- 
- Definir el concepto de gestión sostenible.
 - Relacionar la innovación social y el emprendimiento social con la sostenibilidad.
 - Explicar el impacto social, económico y ambiental de los negocios sociales.
 - Mencione los beneficios de integrar los ODS en las empresas sociales.

2. Recursos pragmáticos

Duración: 4 horas

Preparación previa:

Se presenta el programa de actividades a realizar, motivando a los alumnos a participar y haciéndoles ver la importancia de estas actividades para el éxito en el programa. Se anima a los educandos a participar mediante preguntas que faciliten la reflexión sobre la utilidad y relevancia de las actividades que van a realizar para su desarrollo profesional, así como para el desarrollo social, económico y medioambiental. El profesional de Educación de Adultos explica a los alumnos los objetivos, los contenidos a desarrollar, la metodología, el horario, el lugar y quién y con quién van a participar. Esta presentación se combina con la presentación de preguntas y ventajas que sirven para la reflexión en pequeños grupos y posterior puesta en común de conclusiones.

En qué aspectos concretos puede incidir esta primera presentación global del Programa: en conseguir un mayor éxito en la participación, implicación e interés de los

alumnos y en animarles a formarse una idea global de los aspectos a trabajar a lo largo del Programa.

Descripción

Paso 1. "¿Qué sé acerca de mis valores y metas?" (2 horas)

Para construir un proyecto personal formativo y profesional es necesario distinguir, en primer lugar, qué se considera más importante, qué se valora y aprecia más y por qué. Por tanto, los valores y metas que se prioricen influirán en la decisión que se tome y por ello es fundamental valorar su vínculo con el desarrollo sostenible.

Las personas, en su niñez, juventud y adultez, a veces se preguntan qué les gustaría lograr en la vida, qué les da satisfacción. Esta actividad despertará esa parte de curiosidad sobre lo que se espera en la vida, en el trabajo, sobre lo que les da satisfacción educativa y profesional; es decir, sobre cuáles son los valores-objetivos que cada persona tiene individualmente en relación al trabajo y de allí contribuir al desarrollo sostenible.

Paso 2. "¿Qué sé acerca de mis intereses vocacionales?" (1 hora)

Para saber cuáles son los intereses vocacionales de forma objetiva, es fundamental obtener información sobre los diferentes tipos de actividades formativas, profesionales y de ocio que cada persona prefiere y a través de las cuales cooperar en el desarrollo sostenible.

Al igual que en la actividad anterior, los alumnos se esforzaron por imaginar lo que esperaban que les ofreciera un trabajo, en esta actividad se seguirá anticipando el futuro. Se analizan otras informaciones necesarias en el desarrollo de la madurez vocacional y en el proceso de inclusión sociolaboral.

Paso 3. "¿Qué sé acerca de mis habilidades o destrezas?" (1 hora)

Tiene como objetivo analizar las competencias, es decir, las habilidades o destrezas necesarias para hacer algo con mayor o menor éxito, contribuyendo así a hacerlo con mayor satisfacción y cómo contribuir con ellas al desarrollo sostenible.

Guía de apoyo al proceso de autoconocimiento: valores-objetivos, intereses y habilidades que se necesitan para acometer el proyecto con más éxito a nivel personal, social, económico y ambiental y, en consecuencia, con mayor satisfacción (ventajas y preguntas de debate para preparar el proyecto):

1. Es una experiencia que te va a gustar porque vas a investigar algo que consideres que vale la pena, que te interese y en qué proyecto te podrías involucrar para seguir aprendiendo o practicando qué habilidades.

2. ¿Sabes qué tipo de experiencias de desarrollo sostenible encajan con tus valores-metas, intereses, habilidades que podrás realizar con éxito, competencias y objetivos de aprendizaje? Argumentar por qué...

Cada participante responde estas preguntas en tarjetas que se le entregan (redes de valores, objetivos, intereses y habilidades) y luego se las devuelve al profesional de Educación de Adultos y, si es necesario, a los socios de la comunidad.

En el análisis a realizar es importante ayudar a comunicar un pensamiento maduro: "Considero que vale la pena...", "Puedo disfrutar aprendiendo con...; me gustan los proyectos que demandan..."; Me siento capaz de...".

Se anotan las respuestas dadas y se comparten sus conocimientos e inquietudes sobre la necesidad de investigar qué les motiva a participar de manera responsable (en términos de ofertas de trabajo, compromiso social y ambiental - huella ecológica...).

Este análisis reflexivo tiene en cuenta el grado de motivación para participar en el desarrollo sostenible ("Me gusta, vale la pena, me siento capaz") asociado a una amplia gama de emociones y sentimientos a identificar (alegría, amor, confianza, empatía; gratitud; entusiasmo; orgullo; solidaridad; sorpresa; coraje...).

Adaptado de la fuente de información: Lucas, 2021. (Se definen y detallan las guías de apoyo con la red de valores, metas-objetivos, tareas, intereses y habilidades, con las dinámicas participativas para llevarlas a cabo - Grupo Nominal...).

Recomendaciones metodológicas: Siendo los estudiantes los protagonistas de las decisiones que tomarán sobre su futuro educativo y profesional: buscarán información de forma individual y en grupo; se harán preguntas sobre temas que les motiven utilizando diferentes fuentes de información; resolverán casos prácticos y en respuesta a necesidades reales, evaluadas como prioritarias en diálogo cooperativo con la comunidad.

*Los grupos cooperativos deben estar formados por y siempre en pequeños grupos heterogéneos en los que los miembros del equipo se ayuden y aprendan juntos, en torno a 4-5 miembros, aunque siendo flexibles.

3. Recursos útiles

- [United Nations General Assembly \(2015\)](#)
- [Human Rights Council. \(2019\). World Programme for Human Rights Education.](#)
- [UNESCO \(2021\). Berlin Declaration on Education for Sustainable Development](#)

4. Material requerido

- Papel, bolígrafo, pizarra y guías de apoyo (ver Anexo 1)
- Computadora, internet, proyector, etc.

5. Herramientas de evaluación

Nivel de conocimiento que tienen los alumnos sobre sus propios valores-metas, intereses y habilidades, contrastando sus conocimientos al inicio de cada sesión con los descubiertos posteriormente, en base a la Red de Valores-metas, el Cuestionario de Intereses y la Red de Habilidades.

Razonamiento seguido por los alumnos para establecer sus prioridades y su aplicación en opciones formativas-profesionales y de gestión sostenible:

Los siguientes cuatro objetivos de valor son importantes para mí porque.....

...

...

...



Rechazo los siguientes valores objetivo porque.....

...

...

...

Por tanto, creo que merece la pena para mi formación y futuro profesional.....

...

¿Qué tipo de actividades y ocupaciones se ajustan a sus intereses? Argumentar por qué ...

...

...

...

¿Qué tipo de actividades y ocupaciones no le interesan? Argumentar por qué ...

...

...

...

Se discute la posible necesidad de seguir investigando sobre otras opciones de interés:...

6. Anexo

Anexo 1. Guías de apoyo para estudiantes



| Lista de valores-objetivos laborales (Harrington O'Shea, 1993; MOW International Research Team, 1987; Lucas, 2021). | ¿Qué significan para ti? (Técnica de grupo nominal). | Ventajas y desventajas de cada uno. (Técnica de grupo nominal). | Puntúe del 1 al 10 según su importancia para usted. (Trabajo individual). |
|---|--|---|---|
| | | | |

Dimensión 4. Herramientas y Recursos Digitales

Actividad 1. Uso de herramientas digitales para e-Mentoring

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 1 “E-Mentoring”

1. Objetivos de aprendizaje

- Analizar una gama de herramientas digitales en términos de su eficacia para la tutoría electrónica.
- Seleccionar las herramientas digitales más adecuadas para la e-mentoring.
- Utilice las herramientas digitales clave necesarias para la tutoría electrónica.

2. Recurso pragmático

Duración: 1 hora y 40 minutos

Descripción

Paso 1. Dirigir la discusión: herramientas digitales para la tutoría electrónica (15 minutos)

1. Organice a los alumnos en grupos pequeños y pídale que discutan las siguientes preguntas:

a. LEnumere las herramientas digitales más relevantes para fines de tutoría electrónica y ejemplos de proveedores para cada herramienta.

b. Analice las ventajas y desventajas de cada herramienta para la tutoría electrónica.

2. Una vez que los alumnos hayan tenido la oportunidad de discutir las preguntas, obtenga retroalimentación y discuta con toda la clase. Aborde cualquier punto clave relevante, como los nombres de las herramientas y proveedores de ejemplo. Las herramientas clave en las que centrarse en la sesión: correo electrónico, videoconferencias, aplicaciones de mensajería y foros/tablon de anuncios digitales.

Paso 2. Selección y prueba de herramientas digitales para e-mentoring (45 minutos)

1. Asegúrese de que cada alumno tenga acceso a una computadora provista y que pueda acceder a Internet usando su teléfono móvil. Una computadora compartida entre 2 alumnos es suficiente, junto con acceso a Internet a través del teléfono móvil.
2. Trabajando en parejas, cada alumno debe probar las herramientas más relevantes para la tutoría electrónica: 1/ Espacio de trabajo de Google: Gmail y Hangouts de Google 2/ Whatsapp 3/ Skype y Zoom 5/Proboards.
3. Obtener información sobre cómo acceder a las diferentes herramientas y abordar la información. Guíe a los alumnos sobre cómo navegar por los sitios proyectando las páginas de inicio y mostrándoles dónde encontrar los manuales de instrucciones. Los alumnos deben leer las guías de usuario de la herramienta y crear una cuenta con cada uno de los proveedores de herramientas y practicar el uso de las herramientas. Una vez que los alumnos hayan creado sus cuentas, deben compartir sus nombres de usuario con su compañero y comenzar a practicar la comunicación entre ellos. Al probar las herramientas de videoconferencia, será necesario separar los pares en diferentes ubicaciones debido a problemas de retroalimentación. Esto se puede hacer con el uso de una computadora y un teléfono móvil.
4. Explique que una vez que hayan probado las herramientas, harán una breve presentación sobre cómo configuraron sus cuentas, cómo usaron la herramienta y qué tan efectivas encontraron que son las herramientas.

Dependiendo del tamaño de la clase, puede ser necesario pedirle a cada pareja que presente una herramienta diferente al grupo en lugar de discutir cada herramienta por grupo.

Paso 3. Presentaciones (20 minutos)

Paso 4. Discusión/evaluación de toda la clase (15 minutos)

1. Realice una discusión en clase evaluando las diferentes herramientas digitales y su facilidad de uso y efectividad para la tutoría electrónica.

Paso 5. Evaluación – Cuestionario de Autoevaluación (5 minutos)

3. Recursos útiles

[Gmail & Google Hangouts](#)

- [User guide](#)

[Skype](#)

- [User guide](#)

[Zoom](#)

- [User guide](#)

[WhatsApp y WhatsApp business](#)

- [User guide](#)

[Proboards](#)

- [Guía del usuario](#)

3. Material Requerido

- CComputadoras (al menos una entre 2), teléfonos móviles personales (infórmeles a los estudiantes antes de la lección que necesitarán usar sus teléfonos móviles durante la lección), proyector y computadora personal para el

educador de adultos (para guiar a los estudiantes sobre cómo navegar por el herramientas), pizarra y bolígrafos. Wifi.

- También será necesario proporcionar una hoja de trabajo de autoevaluación al final de la lección. Los educadores de adultos pueden preparar los suyos propios o utilizar el proporcionado.

4. Herramientas de evaluación

Autoevaluación de su aprendizaje mediante la provisión de una encuesta que el educador de adultos pedirá a los alumnos que completen durante los últimos 5 minutos de la lección. Las preguntas deben pedirle al alumno que considere sus fortalezas y debilidades con respecto al conocimiento y las habilidades que ha adquirido como resultado de la lección. Consulte el ejemplo de autoevaluación a continuación.

Nota: Puede ser necesario brindar apoyo adicional a cualquier alumno si se solicita en la pregunta 4. Los educadores de adultos pueden proporcionar material adicional y apoyo técnico a dichos alumnos.

Herramientas digitales para E-mentoring – Autoevaluación

Nombre:

- 1. ¿Qué tan seguro se siente acerca de usar las herramientas presentadas en la lección de hoy?**

(Por favor circule su respuesta)

Muy seguro ----- Seguro ----- Bastante seguro ----- Inseguro ----- Muy inseguro

¿Por qué?

- 2. ¿Qué herramientas le resultaron más fáciles de navegar? ¿Por qué?**

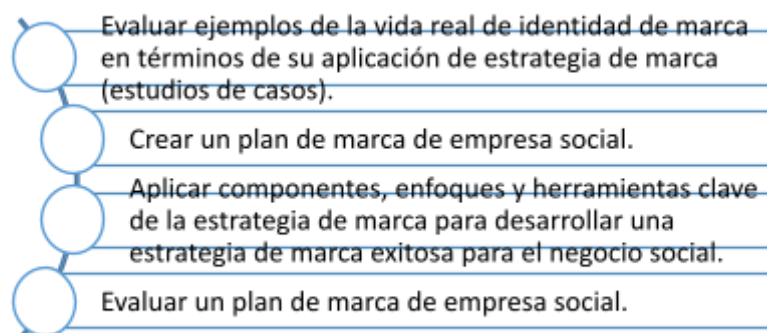
3. ¿Qué herramientas crees que son las más relevantes para la mentoría electrónica? ¿Por qué?

4. ¿Con qué herramientas, si las hay, necesita más apoyo? ¿Por qué?

Actividad 2. Implementación de estrategia de marca para negocios sociales

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 2 "Branding para negocios sociales"

1. Objetivos de aprendizaje



2. Recurso pragmático

Duración: 2 horas 15 minutos

Descripción

Paso 1. Discusión introductoria: estrategia de marca para negocios sociales (15 minutos)

Organice a los alumnos en pequeños grupos y pídales que respondan las siguientes preguntas:

1. *¿Por qué es importante planificar tu estrategia de branding (crear un Brand Plan)?*
2. *¿Cuáles son los componente clave de un Plan de Marca efectivo?*
3. *¿Conoces algún modelo de estrategia de branding?*

Una vez que los alumnos hayan tenido tiempo de debatir las preguntas, solicite la retroalimentación de toda la clase y aborde los puntos clave. Proporcione un folleto al final que resuma las respuestas a las preguntas. La información para el folleto se puede obtener del contenido de las lecciones de eLearning (Unidad 2: Branding para Social Business, lecciones 1 y 2).

Paso 2. Evaluación de ejemplos de estudios de casos de la vida real de la aplicación de la estrategia de marca (35 minutos)

1. Presente la tarea, que los alumnos buscarán en línea ejemplos de cómo las empresas exitosas han aplicado la estrategia de marca y luego compartirán lo que han aprendido con el grupo. Projete un ejemplo y señale los puntos clave. Por ejemplo: <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/power-branding>
- Este sitio web nos dice que Coca-Cola es la marca más famosa del mundo, donde la bebida en sí es eclipsada por el poder de la marca Cola-Cola y sus asociaciones, como Coca-Cola is The Real Thing (la bebida original) a diferencia de y aparte de cualquier otro, que es todo estadounidense y global, es juvenil, energético, etc. También tiene muchas asociaciones visuales, el logotipo rojo y blanco y la forma y el color clásicos de la botella.

- También aprendemos que la estrategia de marca de IKEA tiene éxito porque tiene una gran idea: que el buen diseño está disponible para todos, no solo para los ricos.
- 2. Anime a los alumnos a buscar sitios web similares y obtenga y aborde algunas palabras clave que podrían usar para realizar una búsqueda en línea. Los alumnos deben trabajar en parejas para la tarea, usando sus teléfonos móviles o las computadoras provistas.
- 3. Una vez que los alumnos hayan tenido la oportunidad de buscar y tomar notas, colóquelos en grupos pequeños y pídale que compartan los puntos clave que descubrieron.
- 4. Solicite comentarios de toda la clase, invitando a los alumnos a compartir los puntos más interesantes que aprendieron sobre el diseño de una estrategia de marca exitosa.

Paso 3. Creación de una estrategia de branding (Brand plan) para un negocio social (1 hora)

1. Informe a los alumnos que van a diseñar y presentar un plan de marca de empresa social.
2. Pida a los alumnos que identifiquen algunos ejemplos de negocios sociales y discuta cualquier idea potencial que ellos mismos tengan para un nuevo negocio social en grupos pequeños.
3. Informe a los alumnos que pueden usar una de sus ideas del paso de la lección anterior, o pueden seleccionar una hoja de papel doblada de un contenedor, en la que encontrarán una idea para que una empresa social base su plan de marca.
4. Los alumnos deben trabajar juntos para diseñar una estrategia de marca que presentarán a la clase. Deben pensar en un nombre e incluir todos los componentes esenciales de la estrategia de marca que se revisaron anteriormente en la lección.
5. Los alumnos presentan su plan de marca a toda la clase.

Paso 4. Preparación para la creación de una tarea de estrategia de marca

1. Use los ejemplos a continuación para proporcionar una idea de negocio de empresa social para cada grupo (a menos que elijan usar su propia idea). Si lo prefiere, puede crear el suyo propio (se proporciona una plantilla a continuación). Las ideas para la siguiente lección se obtuvieron de: <https://www.thesedge.org/socent-spotlights/22-awesome-social-enterprise-business-ideas>

| | |
|--|---|
| Una empresa social que une a los viajeros con un impacto social positivo y una experiencia de aprendizaje intercultural. Las ganancias se invierten en la comunidad. | Una empresa social que proporciona un sistema de filtración de agua para el hogar utilizando materiales y procesos amigables con el medio ambiente, que se vende en el primer mundo, con ganancias invertidas en países en desarrollo para brindar un servicio similar. |
| Una empresa social que implica la venta virtual o en tiempo real de productos éticos y socialmente conscientes. | Una empresa social que |

Paso 6. Etapa de pre-presentación: Preparación para la evaluación de un plan de marca de empresa social

1. Antes de que los alumnos realicen su presentación del plan de marca, pídeles que escuchen atentamente la presentación de cada grupo y tomen notas de las estrategias más efectivas planificadas por cada grupo.

Paso 7. Etapa posterior a la presentación: Discusión & Evaluación de un plan de marca de empresa social (20 minutos)

1. Los alumnos deben discutir cada plan de marca de empresa social presentado, en términos de las estrategias más efectivas planificadas, e identificar en general las estrategias de marca clave que se deben aplicar al diseñar un plan de marca. Analice los posibles desafíos de diseñar un plan de marca efectivo y las posibles soluciones.

Paso 8. Evaluación – Cuestionario de Autoevaluación (5 minutos)

3. Recursos útiles

- [Power branding](#)
- [11 awesome social enterprise business ideas](#)
- [Keller's Brand Equity Model - Strategy Tools From MindTools.com](#)

4. Material requerido

- Los alumnos necesitarán sus teléfonos móviles y acceso a una computadora, compartida entre 2 si es posible. También se requiere una pizarra y marcadores de pizarra. El educador de adultos necesitará acceso a una computadora y un proyector. También se requiere Wi-Fi.
- Se debe preparar un folleto que resuma las respuestas a las preguntas de discusión introductoria antes de la lección, cuya información se puede obtener del contenido de las lecciones de eLearning (Unidad 2: Branding para Social Business, lecciones 1 y 2).
- Además, se debe preparar un cuestionario de evaluación de autoevaluación. Los educadores pueden usar el proporcionado o crear uno propio.

5. Herramientas de evaluación

Pida a los alumnos que completen el cuestionario de autoevaluación.

Autoevaluación - Branding para Social Business

Nombre:

Entiendo los componentes esenciales involucrados en la creación de un plan de marca de empresa social.

De acuerdo / En

desacuerdo

Comentarios:

Puedo aplicar los componentes, enfoques y herramientas clave de la estrategia de marca para desarrollar una estrategia de marca para un negocio social.

De acuerdo / En

desacuerdo

Comentarios:

Puedo evaluar un plan de marca y considerar si presenta un plan de marca exitoso.

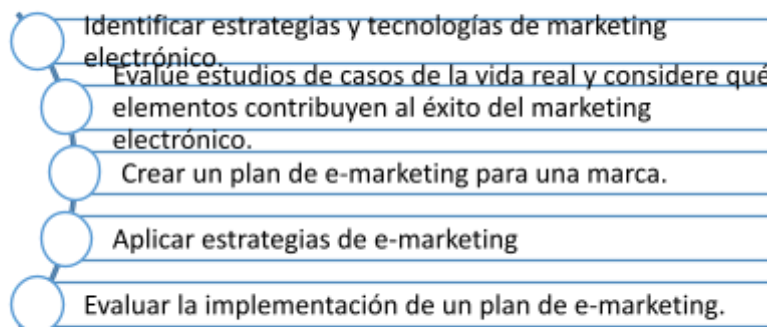
De acuerdo / En desacuerdo

Comentarios:

Actividad 3. Estrategias de marketing electrónico en uso

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 3 “e-Marketing”

1. Objetivos de aprendizaje



2. Recurso pragmático

Duración: 2 horas 15 minutos

Descripción

Paso 1. Discusión introductoria: estrategias y tecnologías de marketing electrónico (10 minutos)

Organice a los alumnos en pequeños grupos y pídales que respondan las siguientes preguntas: *What strategies (technologies) can be applied to market a company digitally?*

1. *¿Por qué es importante tener un enfoque planificado para el marketing electrónico?*
2. *¿Conoces algún modelo que las empresas puedan utilizar para crear su plan de e-marketing?*

Permita tiempo para discutir las preguntas antes de pedir comentarios a toda la clase. Anote los puntos clave en la pizarra y proporcione un folleto que resuma los puntos principales (fuente de los puntos clave del contenido de la lección de eLearning: Unidad 3: E-marketing, lección 2: Estrategias y planificación de e-marketing).

Paso 2. Evaluación de estrategias de marketing electrónico: estudios de casos (30 minutos)

Presente el siguiente paso, para evaluar cómo las empresas han aplicado estrategias de marketing electrónico mediante el examen de estudios de casos de la vida real.

1. Primero, proporcione un ejemplo de estudio de caso para evaluar juntos. Pida a los alumnos que lean el estudio de caso proporcionado (se debe preparar una hoja de trabajo con anticipación, por ejemplo, usando información [de](#) y de [GSK](#)). Establecer la tarea de discutir en pequeños grupos qué elementos contribuyeron al éxito de la campaña de marketing electrónico de la empresa y utilizar el modelo SOSTAC para identificar los pasos realizados en el plan de marketing electrónico.
2. Luego, los alumnos deben buscar en línea usando sus teléfonos o las computadoras provistas para ubicar más ejemplos de estudios de casos que muestren buenas prácticas en marketing electrónico, tomando notas mientras investigan y, en última instancia, presentando sus hallazgos a toda la clase.
3. A continuación, establezca la tarea de evaluar las estrategias más efectivas de las que escucharon: ¿por qué fueron tan efectivas?

Paso 3. Creación de un Plan de E-marketing y aplicación de estrategias de E-marketing (1 hora)

En esta actividad, los alumnos crearán un plan de marketing electrónico en pequeños grupos y presentarán sus ideas a la clase.

1. Pida a los alumnos que piensen en su idea de un negocio social que desarrollaron en la lección 2 y reagruparse.
2. Infórmeles que trabajarán juntos para crear un plan de marketing electrónico para el negocio y presentarán sus ideas a la clase. También deben crear una publicación en las redes sociales usando las cuentas que abrieron en la lección 1, si es posible. Proporcione papel A3 para la lluvia de ideas y la presentación. Al final de las presentaciones, habrá una evaluación de toda la clase de las ideas que escucharon.
3. Dé a los alumnos 60 minutos para trabajar en su plan y publicación.

Paso 4. Presentación y Evaluación de planes de E-marketing (30 minutos)

Los alumnos deben presentar sus planes de marketing electrónico y publicaciones en las redes sociales, y luego, como clase completa, evaluar las ideas que han escuchado. ¿Qué planes creen que serían particularmente exitosos y por qué? ¿Qué tan efectivas fueron las publicaciones en las redes sociales que publicó cada grupo? ¿Qué mejoras podrían sugerir?

Paso 5. Evaluación – Autoevaluación (5 minutos)

3. Recursos útiles

- [Digital marketing definitions](#)
- [SOSTAC marketing planning model guide | Smart Insights](#)
- [Digital marketing strategy](#)
- [Email marketing definition - What is? | Digital marketing Glossary \(davechaffey.com\)](#)
- [SEO ranking factors definition - What is? | Digital marketing Glossary \(davechaffey.com\)](#)

4. Material requerido

- Proyector, ordenadores, teléfonos móviles, pizarra, rotuladores para pizarra, papel A3 para afiches y rotuladores, y wi-fi.
- Prepare un folleto por adelantado que resuma las respuestas a las preguntas de discusión introductorias (obtenga los puntos clave del contenido de la lección de aprendizaje electrónico: Unidad 3: E-marketing, lección 2: Estrategias y planificación de e-marketing).
- También se debe proporcionar un segundo folleto, que detalla un estudio de caso/estudios de caso de estrategias de marketing electrónico en la práctica. Por ejemplo: [GSK](#)

GSK, una empresa mundial de atención médica liderada por la ciencia, ha creado una audiencia en las redes sociales de 1 millón de seguidores en LinkedIn, 264 000 me gusta en Facebook, 157 000 seguidores en Twitter y más

de 5000 seguidores en Instagram. No estaban satisfechos con su panorama digital, que sentían que estaba fragmentado porque los canales de comunicación digital externos e internos estaban siendo administrados por diferentes equipos, lo que llevó a la creación y el intercambio de contenido de diferentes estilos y tonos de voz. También sintieron que sus análisis e ideas, y la narración de historias eran inadecuados.

En cambio, la empresa aspiraba a lograr mensajes de contenido consistentes del mismo estilo y tono de voz en todos los canales y administrados por un equipo, métricas e información sofisticadas, y un equilibrio de narración de campaña reactiva y proactiva que se adapte a su audiencia.

Implementaron un marco de medición para analizar la interacción del consumidor: 1/Familiaridad: alcance y exposición del contenido, por ejemplo, páginas vistas; 2/ Compromiso: compromiso del usuario con el contenido, por ejemplo, tasas de rebote del sitio web; 3/ Conversión: comportamiento del usuario, por ejemplo, clics en el contenido; 4/ Promoción: convertirse en un embajador de su contenido, por ejemplo, compartir, retuitear. Esta información se utilizó para dar forma a su desarrollo de contenido.

Como resultado, GSK ha visto un aumento del 50 % en la cantidad de visitas a sus noticias globales de GSK desde 2016, comentarios positivos de los usuarios que informan que el sitio web ha cambiado positivamente su percepción de GSK y 1 millón de seguidores en LinkedIn alcanzados.

[Procedente de](#)

5. Herramientas de evaluación

La evaluación se basará en una autoevaluación de los conocimientos y habilidades adquiridos durante la lección. Los alumnos deben completar el siguiente cuestionario de autoevaluación al final de la lección.

Marketing electrónico – Autoevaluación

Nombre:

1. Puedo identificar estrategias de marketing electrónico (tecnologías).

(Por favor circule su respuesta)

Muy seguro ----- Seguro ----- Bastante seguro ----- Inseguro ----- Muy inseguro

¿Por qué?

2. Sé aplicar estrategias de e-marketing.

Muy seguro ----- Seguro ----- Bastante seguro ----- Inseguro ----- Muy inseguro

¿Por qué?

3. Puedo guiar y supervisar a otros en la aplicación de estrategias (tecnologías) de marketing electrónico.

Muy seguro ----- Seguro ----- Bastante seguro ----- Inseguro ----- Muy inseguro

¿Por qué?

4. Sé qué elementos contribuyen al éxito del marketing electrónico.

Muy seguro ----- Seguro ----- Bastante seguro ----- Inseguro ----- Muy inseguro

¿Por qué?

5. Puedo crear un plan de e-marketing para una marca.

Muy seguro ----- Seguro ----- Bastante seguro ----- Inseguro ----- Muy inseguro

¿Por qué?

6. Puedo evaluar la aplicación de un plan de e-marketing para una marca.

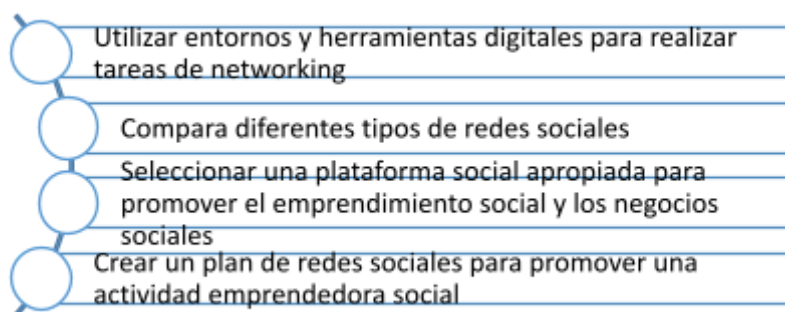
Muy seguro ----- Seguro ----- Bastante seguro ----- Inseguro ----- Muy inseguro

¿Por qué?

Actividad 4. Uso de las redes sociales para la promoción y la creación de redes.

Esta actividad cubre la Unidad de Aprendizaje 6 “Redes en línea”

1. Objetivos de aprendizaje



2. Recurso pragmático

Duración: 1 hora 40 minutos

Descripción

Paso 1. Introducción - Discusión - Plataformas de redes sociales y redes (15 minutos)

Organice a los alumnos en grupos pequeños y pídale que discutan las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es el emprendimiento social y los negocios sociales?

2. *¿Qué plataformas de redes sociales serían más efectivas para promover el emprendimiento social y los negocios sociales? ¿Por qué?*
3. *¿Qué plataforma digital es la más popular para hacer networking empresarial?*

Solicite comentarios sobre las preguntas con toda la clase y discutan juntos. Revise todas las plataformas y confirme que la plataforma más popular para la creación de redes comerciales es LinkedIn, y para la promoción comercial, las plataformas como Instagram, Twitter y Facebook son populares. Projete las plataformas y analicen las características juntos, obteniendo de los estudiantes tanto como sea posible.

Enlaces útiles: <https://www.linkedin.com>, <https://www.twitter.com>,
<https://www.instagram.com>, <https://www.facebook.com>.

Paso 2. Creación de una cuenta de LinkedIn (25 minutos)

1. Projete la página de inicio de LinkedIn y pregunte a los alumnos si tienen una cuenta de LinkedIn. Si algún alumno tiene una cuenta, pídeles que inicien sesión en sus cuentas usando las computadoras provistas y muestren su cuenta a sus compañeros, o si lo prefieren, vayan a una cuenta aleatoria y demuestren las características de la plataforma. Organice a los alumnos en pequeños grupos para esta tarea.
2. Si ningún alumno tiene una cuenta, muéstreles su cuenta o una cuenta de ejemplo, la cuenta del empresario Richard Branson, y demuestre las características principales de la plataforma. Necesita iniciar sesión para ver el perfil completo: <https://www.linkedin.com/in/rbranson/?originalSubdomain=vg>
3. A continuación, pida a los alumnos que no tengan una cuenta de LinkedIn que creen una. Aquellos que ya tienen una cuenta pueden ayudar a sus compañeros con este proceso, si es necesario. Luego, pueden usar el tiempo para trabajar en mejorar su perfil (y pueden continuar trabajando en sus páginas de perfil en su propio tiempo). ¡Anímelos a comenzar a hacer conexiones y a escribir una publicación, por ejemplo, sobre este curso y lo que han aprendido! Los alumnos pueden conectarse entre sí primero, luego pueden comentar y dar me gusta a las publicaciones de los demás.

4. Solicite comentarios sobre lo que los alumnos piensan de LinkedIn y discuta consejos sobre cómo aprovecharlo al máximo.

Paso 3. Creación de un plan de redes sociales para promover una actividad emprendedora social (40 minutos)

1. Pida a los alumnos que formen sus grupos a partir de las lecciones 2 y 3, donde se les ocurrió una idea para un negocio social, y repase cómo crear un plan de redes sociales. Solicite comentarios y aborde cualquier punto clave. Proporcione un folleto que describa los pasos involucrados en la creación de un plan de redes sociales (la información puede obtenerse del contenido de eLearning: Unidad 6: Redes en línea, lección 2: Redes sociales para promover el emprendimiento social).
2. A continuación, los alumnos deben decidir una actividad que la empresa podría emprender, por ejemplo, si usamos la siguiente idea: una empresa social que implica la venta virtual o en tiempo real de productos con conciencia ética y social, la actividad podría ser para comenzar la promoción de una tienda emergente... Los alumnos deben seleccionar una plataforma de redes sociales para usar en la promoción y hacer la publicación usando las cuentas que configuraron en la lección 1. Asesorar sobre plataformas de fotografías de archivo gratuitas como [Pixabay](#).
3. Los alumnos deben presentar su publicación, proyectada, si es posible, a la clase y recibir comentarios de sus compañeros.

Paso 4. Evaluación de la lección (5 minutos)

Proporcione un cuestionario de autoevaluación para que los alumnos lo completen solos, basado en el conocimiento y las habilidades adquiridas durante la lección.

Paso 5. Conclusión del curso (15 minutos)

A continuación, anime a los alumnos a recordar todas las lecciones de la Dimensión 4: Herramientas y recursos digitales y evalúe las herramientas y habilidades que han aprendido para impulsar las prácticas de tutoría y emprendimiento. Obtenga los títulos de las unidades y el tablero para recordar a los alumnos todos los temas estudiados.

Organice una discusión grupal sobre los puntos clave que les ha enseñado el aspecto cara a cara de la dimensión 4 y discuta sus planes y metas en curso.

3. Recursos útiles

- [Pixabay](#)
- [How to create a social media marketing plan](#)
- [Social media metrics](#)
- [Marketing solutions](#)

4. Material requerido

- Ordenadores, proyector, móviles, pizarra, bolígrafos, wi-fi.
- Proporcione un folleto que describa los pasos involucrados en la creación de un plan de redes sociales (la información puede obtenerse del contenido de eLearning: Unidad 6: Redes en línea).
- Además, proporcione un folleto para la evaluación: cuestionario de autoevaluación.

5. Herramientas de evaluación

Proporcione un cuestionario de autoevaluación: evalúe las habilidades y los conocimientos adquiridos al participar en el curso. Por ejemplo:

Uso de las redes sociales para la promoción y la creación de redes.

Nombre:

Califica las siguientes afirmaciones:

0 -No estoy nada de acuerdo/ 2 -No estoy de acuerdo/3 -No estoy seguro/4 -Estoy de acuerdo/ 5 -Estoy completamente de acuerdo

Me siento seguro al utilizar entornos y herramientas digitales, como LinkedIn, para realizar tareas de networking.

Sé cómo configurar una cuenta de LinkedIn.

Sé cómo conectarme con otros usuarios en LinkedIn.

Entiendo las diferencias y similitudes entre los diferentes tipos de plataformas de redes sociales.

Puedo seleccionar la plataforma de redes sociales más adecuada para promover el emprendimiento social y los negocios sociales.

Puedo navegar por plataformas de redes sociales, como Facebook o Instagram.

Puedo hacer una publicación en una plataforma de redes sociales. (¿Cuáles?)

Sé cómo dar me gusta a una publicación en una plataforma de redes sociales. (¿Cuáles?)

Puedo crear un plan de redes sociales para promover una actividad empresarial social.