

GRACE

**Set de herramientas para personal formador y educador
de personas adultas**

Fortalecimiento de las competencias digitales de las microempresas
culturales y creativas para poner en marcha su creatividad e
innovación en la era digital



Co-funded by the
European Union

PROYECTO

GRACE - Fortalecimiento de las competencias digitales de las microempresas culturales y creativas para poner en marcha su creatividad e innovación en la era digital

Organizaciones socias de GRACE

ASOCIATIA EUROPEAN ASSOCIATION FOR SOCIAL INOVATION

Canary Wharf Consulting Limited

CLIO MUSE ETAIRIA ANAPTIXIS EFARMOGON GIA TON POLITISMO IKE

SOCIAL POLICY ACADEMY

Consultoría de Innovación Social

APROXIMAR- COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, CRL

NOVEL GROUP SARL

AUTORES

Julia Abad Mira



Cofinanciado por
la Unión Europea

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

Tabla de contenidos

Introducción	15
1. Comprensión del contexto «¿Por qué GRACE?»	17
1.1 El proyecto GRACE	17
1.2 Resumen de los resultados por país	22
1.3 Definiciones	25
2. Preparación del personal formador	27
2.1 Metodología del curso, estrategia de entrega y enfoque andragógico	27
2.2 Resultados del aprendizaje	32
3. Movilizar al alumnado	35
3.1 Descripción del perfil del alumnado	35
3.2 Estrategias para involucrar al alumnado antes de la formación	37
3.3 Estrategias para involucrar a las personas en formación durante las sesiones	39
4. Implementación del curso	40
4.1 Planes de sesiones	41
5. Evaluación	55
5.1 Cuestionario de satisfacción	55
5.2 Evaluación de conocimientos y competencias (anterior y posterior a la formación)	57

Introducción

Siguiendo la metodología aprobada para la elaboración del desarrollo de la Set de herramientas para apoyar al personal formador y educador de personas adultas en la impartición del curso en línea GRACE y apoyar a las microempresas en la mejora de su transformación digital, este documento define el contenido necesario para la creación del Set de herramientas y la división del trabajo entre las organizaciones socias.

Se divide en **5 pasos** para guiar al personal formador de EFP y a las partes interesadas a la hora de analizar el set de herramientas e impartir el curso:

Paso 1 – Comprensión del contexto «¿Por qué GRACE?»

Paso 2 – Preparación

Paso 3 – Movilización del alumnado

Paso 4 – Implementación del curso

Paso 5 – Evaluación

Cada una de las etapas de esta metodología ofrece un conjunto de **contenidos y herramientas** que pueden utilizarse para la implementación del curso, la evaluación de la implementación y las estrategias para mantener estas prácticas.

Además, las organizaciones socias pueden encontrar y sugerir recursos para el desarrollo de cada etapa del conjunto de herramientas.

Por lo tanto, esta metodología y las herramientas que forman parte de ella pueden ser utilizadas por el personal formador y educador de personas adultas para implementar con éxito el apoyo a medida de las microempresas culturales y creativas para el fortalecimiento de sus competencias digitales en el contexto de la mejora de la innovación y la creatividad.

1. Comprensión del contexto «¿Por qué GRACE?»

El primer paso de esta metodología tiene como objetivo sensibilizar al personal formador de EFP para que puedan comprender qué tipo de necesidades y puntos de vista se han identificado en relación con la digitalización de las microempresas del sector cultural y creativo. En primer lugar, explicando el contexto y los objetivos del proyecto GRACE y, a continuación, presentando una breve reseña con las necesidades y los retos específicos a los que se enfrentan las microempresas culturales y creativas en los países socios en materia de transformación digital y fluidez digital.

1.1 El proyecto GRACE

Las microempresas culturales y creativas, en particular en las zonas turísticas, se vieron gravemente afectadas por la COVID-19 debido a las restricciones de viaje y al confinamiento. Al basarse en el modelo de negocio tradicional que favorece la comunicación cara a cara con la clientela, estas pequeñas empresas se vieron especialmente afectadas y no estaban preparadas para afrontar los cambios que supuso COVID. Sin embargo, la pandemia vino a poner de manifiesto de forma sombría la ya existente falta de competencias digitales que sitúa a estas pequeñas empresas en una posición de desventaja, disminuye su competitividad y las llevará a la exclusión de las oportunidades de la era digital.

El proyecto **«GRACE - Fortalecimiento de las competencias digitales de las microempresas culturales y creativas para poner en marcha su creatividad e innovación en la era digital»** surgió de la necesidad de las microempresas culturales y creativas de mejorar sus competencias digitales y aumentar su competitividad aprovechando las oportunidades de la era digital. Para hacer frente al reto de la COVID-19, se desarrolló una plataforma educativa en línea con el objetivo de dotar a las microempresas de competencias digitales clave que afectan a todos los aspectos del negocio, fortalecer el espíritu empresarial digital y fomentar un centro digital para la creatividad y la innovación que les devolverá a la senda del crecimiento y mitigará el impacto de la pandemia. La implementación será realizada por las organizaciones socias, de **Rumanía, Grecia, Reino Unido, España, Portugal y Luxemburgo.**

Grace tiene el **objetivo general** de apoyar a las microempresas culturales y creativas en su transformación digital, aumentando sus competencias digitales y sus habilidades de emprendimiento digital.

Mientras que el **objetivo más específico** del proyecto es desarrollar la plataforma educativa en línea GRACE dirigida a los/as representantes de las microempresas culturales y creativas, permitiéndoles recibir una formación adaptada a sus necesidades y adquirir competencias digitales y habilidades de emprendimiento digital.

Actividades principales

- Dotar a las empresas culturales y creativas de competencias digitales para posicionar con éxito su negocio en la era digital; y avanzar en su competitividad y crecimiento.
- Informar y educar a las microempresas sobre el emprendimiento digital.
- Establecer clústeres y redes digitales para reforzar la transferencia de conocimientos, la creatividad y el pensamiento innovador.
- Aumentar el conocimiento y la disponibilidad de recursos para el personal educador de personas adultas que trabaja en este campo para estar totalmente equipado en el apoyo a las microempresas.
- Reforzar el diálogo político transnacional sobre el apoyo a la formación de las microempresas creativas y culturales para su sostenibilidad y crecimiento.

El proyecto GRACE tendrá una duración de 24 meses. A lo largo de su duración, se prevé obtener los siguientes resultados:

- La plataforma educativa GRACE, disponible en todos los idiomas de las organizaciones socias, será un espacio educativo no formal para el aprendizaje y la comunicación abiertos y colaborativos y una reserva de buenas prácticas y otros recursos para las microempresas.
- Curso en línea sobre competencias digitales y emprendimiento digital para microempresas creativas y culturales adaptado a sus necesidades y orientado a la innovación y enriquecido con ejercicios prácticos, escenarios empresariales reales y ejemplos y casos prácticos.

- Un set de herramientas para el personal educador de personas adultas con información, orientación práctica y recursos pertinentes y oportunos para formar a las microempresas en la adquisición del espíritu empresarial digital y también para apoyar a los aspirantes culturales y creativos en la adquisición de competencias digitales que les ayuden a poner en marcha su negocio.
- Informe de evaluación piloto: un análisis y evaluación del pilotaje de la intervención educativa propuesta, que presenta la valoración y los comentarios del personal de las organizaciones socias, el personal formador y el alumnado.
- Guía sobre la ampliación y la transferibilidad, que será un resultado clave en materia de sostenibilidad que se basará en la experiencia del proyecto y presentará un plan sobre su ampliación en otros países y entornos.
- Informe sobre las lecciones aprendidas y las recomendaciones políticas; el legado del proyecto GRACE y su contribución a la agenda política, profundizando en las cuestiones de las necesidades de formación y los obstáculos que deben superarse, las vías educativas que pueden crearse para avanzar en las competencias de las microempresas culturales y creativas.

Todos los resultados tangibles estarán disponibles en formato electrónico en los medios digitales del proyecto y se difundirán en los propios medios digitales de las organizaciones socias, y se desarrollarán en inglés y se traducirán a las lenguas de los socios.

Intangibles

- Seminarios web dirigidos a 100 formadores/as y educadores/as de personas adultas
- Formación para 100 empresarios/as de microempresas y su personal en cinco países europeos
- Cinco eventos multiplicadores que cubren diferentes etapas de la implementación del proyecto para dirigir la atención de los grupos destinatarios y de las partes interesadas pertinentes sobre lo que el proyecto ofrece y cuáles son sus beneficios para las microempresas creativas y

culturales.

- El evento final en Bruselas mostrará los resultados del proyecto y las lecciones aprendidas e invitará a una amplia audiencia de actores del ámbito de la educación y la FP, la sociedad civil, el mundo académico y los/as funcionarios/as públicos/as de todos los niveles.

Diseño y metodología de la investigación

Este proyecto requiere dos fases diferentes de investigación, que incluyen la investigación documental y la de campo. Este enfoque se considera el más adecuado para que las partes interesadas a) comprendan mejor el perfil organizativo del grupo destinatario; b) mejoren su comprensión de las necesidades y los retos del grupo destinatario; c) incorporen las necesidades y características del grupo destinatario en el diseño de la plataforma educativa.

i. Investigación documental sobre la identificación de microempresas culturales y creativas y el registro de sus necesidades y desafíos actuales en relación con la digitalización

La primera fase consiste en llevar a cabo una investigación documental a pequeña escala a nivel nacional con el fin de definir mejor su perfil organizativo y obtener una comprensión más profunda de las necesidades y los retos a los que se enfrentan, especialmente en términos de digitalización. Cada organización socia debe llevar a cabo esta investigación a pequeña escala en el contexto de su propio país para captar los matices y las necesidades específicas de su panorama nacional.

Metodología

En primer lugar, las organizaciones socias investigaron fuentes en línea, como informes de partes interesadas estatales y no estatales (organismos gubernamentales, autoridades públicas relevantes para el sector, asociaciones empresariales, etc.), así como otras fuentes, como blogs del sector, foros y sitios web para delimitar el sector de las microempresas culturales y creativas a nivel nacional. Las organizaciones socias prestaron atención, sobre todo a las zonas turísticas, donde las empresas relevantes se han enfrentado a retos adversos debido a la pandemia de la COVID-19. Este paso fue importante, ya que estableció una

comprensión uniforme del sector cultural y creativo, para producir una investigación relevante para el contexto que informará a la plataforma educativa.

La UNESCO define este tipo de empresas como empresas del sector cultural y creativo cuyo objetivo es producir o reproducir, promover, distribuir o comercializar bienes, servicios y actividades de contenido derivado de orígenes culturales, artísticos o patrimoniales, incluyendo las artes visuales y la artesanía, el patrimonio cultural y natural, los libros y la prensa, el diseño y los servicios creativos, el turismo, etc. Nótese que las microempresas se definieron como empresas que emplean a 9 personas o menos.

En segundo lugar, las organizaciones socias utilizaron informes, artículos de prensa y otras investigaciones para registrar los niveles de alfabetización digital y las necesidades de formación. Las **palabras clave** que podrían utilizarse para registrar los niveles de alfabetización digital y las necesidades de formación fueron: **las pymes y la digitalización**, transformación digital de las empresas culturales y creativas, competencias para la transformación digital de las pequeñas empresas, emprendimiento y digitalización en el sector cultural y creativo, COVID-19 y digitalización en la cultura y las artes.

ii. Investigación de campo. Grupos de discusión dirigidos a representantes de microempresas (familiaridad con el concepto de digitalización, necesidades y retos de las microempresas en relación con la alfabetización digital)

La segunda fase consiste en la investigación de campo con la recogida de datos cualitativos con grupos de discusión. Esta fase tenía como objetivo complementar la investigación documental realizada por las organizaciones socias con el fin de profundizar en los conocimientos adquiridos durante la fase de investigación anterior. Los grupos de discusión estaban formados por representantes de microempresas del sector cultural y creativo, con el fin de obtener información esencial sobre las necesidades y los retos del grupo destinatario en relación con la digitalización.

Metodología

La investigación de campo incluyó grupos de discusión con representantes de microempresas para identificar las **necesidades** y los **desafíos** a los que se enfrentan, el nivel de alfabetización digital, las necesidades de formación, la familiaridad con el emprendimiento digital, etc. Los

grupos de discusión examinaron la cuestión desde el punto de vista del representante de la microempresa.

Se realizó **un (1) grupo de discusión por país** con la participación de 6-10 personas en cada uno. La duración del grupo de discusión fue de aproximadamente 75-90 minutos para mantener a los/as participantes comprometidos/as y evitar el cansancio. Antes del grupo de discusión, el personal investigador proporcionó a los/as participantes información sobre el proyecto en su lengua **nacional**.

1.2 Resumen de los resultados por país

Las conclusiones - recomendaciones derivadas tanto de la investigación de escritorio como de la investigación de campo difieren según el país: en Reino Unido, según los resultados de la investigación, las personas implicadas en el sector de las microempresas muestran un nivel significativo de preocupación con respecto a la situación actual y al desarrollo futuro de sus respectivos sectores.

Las microempresas deben superar varios obstáculos, incluso cuando muestran excelentes niveles de desarrollo.

Los principales obstáculos para adquirir nuevas competencias digitales son el coste, la falta de tiempo y de formación y el desconocimiento de las oportunidades disponibles. Aunque gran parte del sector de las microempresas domina las tecnologías digitales, carecen de las habilidades específicas obligatorias para sobresalir en estos tiempos difíciles. Cada una de las empresas participantes ha intentado incluir las nuevas tecnologías, ya que reconocen el cambio necesario en el enfoque y se han encontrado con un obstáculo; la reticencia de la clientela y compañeros/as a utilizar material desconocido, la falta de tiempo y formación para desarrollar las habilidades y la falta de facilidad de acceso sin pagar por una plataforma que podría no ser ideal para su caso.

En consecuencia, se identificaron las siguientes conclusiones para ayudar a las microempresas culturales y creativas a mejorar su competencia digital. Basándose en las entrevistas, los/as participantes necesitan **un enfoque gratuito, claro y de fácil acceso para todas las sesiones de formación**. Otro aspecto crítico es un **enfoque holístico de la formación para incluir todos los diferentes tipos de microempresas y sus necesidades** (marketing, comunicación, formación y promoción), ya que las respuestas de las entrevistas señalaron la dificultad de

encontrar un curso que pueda cubrir todas las diferentes necesidades de una pequeña empresa. **La formación digital ahorrará tiempo, y los/as participantes tendrán la oportunidad de tomar notas, hacer preguntas, e incluso volver a ella cuando lo necesiten.** Esto dará lugar a una mejor gestión de sus recursos, dando una oportunidad a las microempresas de ser gestionadas de forma más eficiente.

En Portugal, existen diferentes necesidades dentro de las microempresas del sector cultural y creativo. Por lo tanto, es imperativo tener en cuenta el nivel previo de competencias digitales de los posibles participantes de la iniciativa GRACE, ya que el plan de estudios del curso podría ser demasiado avanzado o demasiado accesible, dependiendo de los/as participantes. El nivel de competencias digitales es tan diverso como el propio sector.

Teniendo esto en cuenta, dos temas principales que surgieron en el grupo de discusión, independientemente de la competencia digital, y en la investigación documental fueron:

- La necesidad de **intercambiar buenas prácticas**, para fomentar la creación de redes, o para crear un **colectivo**. Esto permitiría a las microempresas acceder a nuevos mercados, clientes, metodologías y mejores prácticas. Esta red de organizaciones creativas y culturales debería establecerse en línea para que la distancia geográfica no sea un factor de exclusión.
- Asimismo, independientemente del nivel de competencia, es necesario que las microempresas del sector creativo y cultural **accedan a las oportunidades de financiación y sean informadas al respecto**. Como se ha señalado a lo largo de este informe, muchas de estas empresas dependen de la financiación tanto pública como privada para prosperar, por lo que es fundamental que estén al día de las mejores oportunidades y las opciones más adecuadas.

En conclusión, a pesar de la diversidad del sector cultural y creativo, hay algunos temas comunes que surgieron y que son de suma importancia abordar a lo largo de la iniciativa GRACE.

En Rumanía, según los resultados de la investigación, es necesario mejorar la capacidad de digitalización de las microempresas rumanas. Tanto a nivel macro, como se desprende de los informes referenciados, como a nivel micro, sobre la base de las discusiones de los grupos de

discusión, las empresas culturales y creativas parecen estar dispuestas a mejorar las competencias de sus empleados y, por lo tanto, a actualizar sus negocios.

Sin embargo, los **principales obstáculos** para conseguirlo son **la falta de tiempo, los altos costes de implantación y la falta de oportunidades de formación digital**. Aunque un pequeño porcentaje de los representantes de las pymes rumanas ya utiliza las tecnologías digitales en sus negocios, su reticencia puede explicarse por las barreras mencionadas. Por otra parte, las microempresas entienden la necesidad de estar presentes digitalmente tanto como medio de productividad laboral como de construcción de notoriedad de marca. Especialmente durante la pandemia de COVID-19, los/as microempresarios/as han cambiado su enfoque dirigiéndose al público local, así como centrándose mejor en el entorno digital a través de los canales de medios sociales (aunque sea a un nivel básico).

Por lo tanto, se pueden considerar algunas conclusiones para informar el curso en línea: dadas las necesidades y preocupaciones de los/as empresarios/as entrevistados/as, una **formación gratuita y de libre acceso beneficiaría a los/as participantes**, resolviendo la barrera de los costes. Además, **la formación sobre la creación de visibilidad en línea en las redes sociales** de manera eficaz en términos de tiempo es otro aspecto clave del que se beneficiarían los/as microempresarios/as, ya que los/as participantes del grupo de discusión expresaron su dificultad para equilibrar la producción y la promoción de sus productos. A partir de las sugerencias de los/as participantes, **los cursos semipresenciales son la solución más adecuada**, destacando, sin embargo, la importancia de una reunión física. Y, por último, una mejor gestión de los recursos que poseen (tiempo, personal, dinero) conduciría a una forma eficiente de dirigir una microempresa y hacerla crecer.

En Luxemburgo se observó la necesidad de más plataformas abiertas a los/as empresarios a bajo coste o incluso gratuitas. A partir de los resultados de la investigación, se elaboraron las siguientes recomendaciones: **Formación sobre el desarrollo de habilidades de marketing digital** – las microempresas ya utilizan las redes sociales para promocionar su trabajo y sus productos; sin embargo, se destacó la necesidad de contar con conocimientos de marketing digital para poder llegar a un mayor público y difundir mejor su trabajo y obtener más beneficios. **Formación sobre la experiencia digital del cliente** – Tanto la investigación documental como la de campo indicaron la necesidad de formación en ese campo. En concreto, el grupo de discusión mencionó que la formación en DCX les ayudaría a mantener su clientela actual y a adquirir nuevos clientes para que sus negocios sigan siendo

competitivos. **Formación en tecnologías VR/AR** – las tecnologías abren nuevas oportunidades de trabajo y fomentan la producción de materiales (por ejemplo, un/a artista podría obtener beneficios exponiendo su obra en una galería virtual). **Apoyo a la mejora de la infraestructura general de la empresa** – la necesidad de apoyo para integrar y adaptar las nuevas herramientas digitales para transformar digitalmente las empresas, los nuevos modelos de negocio y las estrategias les ayudarán a alcanzar la tan deseada transformación y a sobrevivir en esta era digitalizada.

1.3 Definiciones

Emprendedor/a digital

En la era digital, el espíritu empresarial está más solicitado que nunca. Sin embargo, el espíritu empresarial digital no se limita a la celebración de reuniones en línea, a las oficinas sin papel o a la comunicación en las redes sociales. Debe considerarse más bien como un enfoque holístico del pensamiento que abarca todos los procesos de una organización, incluida la comunicación y la prestación de servicios. Si conseguimos «pensar digitalmente», como integrar el apoyo a los procesos digitales en todos los niveles, podremos experimentar el éxito a largo plazo y mantener a raya a los competidores en alza.

Por lo tanto, la personalidad emprendedora digital debe mantener las siguientes competencias:

- Creatividad, capacidad de organización y percepción de las oportunidades del mercado
- Gran conocimiento de los requisitos técnicos y del entorno competitivo
- Valor para aplicar el proceso de destrucción creativa.

A nuestro entender, el emprendimiento digital se centra en el aprovechamiento de las tecnologías digitales o los modelos de negocio digitales para explorar y explotar las oportunidades empresariales.

Emprendimiento digital

Es un término que describe cómo cambiará el espíritu emprendedor a medida que las empresas y la sociedad sigan transformándose con la tecnología digital. El espíritu

emprendedor digital pone de relieve los cambios en la práctica, la teoría y la educación empresarial.

El espíritu emprendedor digital incluye todo lo que es nuevo y diferente sobre el espíritu emprendedor en un mundo digital, incluyendo:

- Nuevas formas de encontrar clientes para las iniciativas empresariales.
- Nuevas formas de diseñar y ofrecer productos, y servicios.
- Nuevas formas de generar ingresos y reducir costes.
- Nuevas oportunidades para colaborar con plataformas y socios.
- Nuevas fuentes de oportunidades, riesgos y ventajas competitivas.

Transformación digital

La transformación digital es la integración de la tecnología digital en todas las áreas de un negocio, cambiando fundamentalmente la forma de operar y de ofrecer valor a los clientes. También es un cambio cultural que requiere que las organizaciones desafíen continuamente el statu quo, experimenten y se sientan cómodas con el fracaso.

2. Preparación del personal formador

El segundo paso tiene como objetivo preparar al personal formador de EFP para el curso, proporcionando pistas sobre el enfoque metodológico de los formadores para el curso. Además, delinearé los resultados de aprendizaje específicos del curso y destacará las habilidades y competencias transversales del curso GRACE.

2.1 Metodología del curso, estrategia de entrega y enfoque andragógico

El enfoque metodológico de GRACE se basa en los siguientes elementos:

- **Ascendente y orientado a los objetivos:** Todas las actividades están diseñadas para satisfacer las necesidades y el perfil del grupo destinatario directo, es decir, las microempresas culturales y creativas.
- **Iterativo:** Los mecanismos de retroalimentación impregnan todos los aspectos del proyecto y se aplican a todos los agentes participantes (microempresas, partes interesadas, personal formador y socios)
- **Inclusivo:** El proyecto GRACE es intrínsecamente inclusivo, ya que pretende superar las barreras que impiden el acceso a la formación y fomentará la participación del grupo destinatario basado en zonas geográficas remotas de la periferia y que se enfrenta a dificultades económicas o de otro tipo.
- **Transnacional:** La inclusión de actores de diferentes países garantiza la recopilación de un amplio conjunto de información y maximiza la transferencia de conocimientos y el aprendizaje mutuo.

Metodología del curso y desarrollo del módulo

La plataforma educativa y el curso profundizan en cuestiones como la presencia y la gestión digital, la creación de marcas y el marketing en la era digital, y las habilidades empresariales digitales. Las principales características de innovación del curso son las siguientes:

- Delimitación y adecuación de las necesidades y retos del público objetivo.
- El desarrollo e impartición del curso en línea se basa en la co-creación.
- El curso se centrará en perfeccionar las competencias digitales para el perfil, las necesidades y las aspiraciones de las pequeñas empresas.
- La plataforma educativa y el curso en línea ofrecen un entorno de aprendizaje transnacional totalmente en línea.

Es muy importante destacar la atención que se ha prestado a la superación de las barreras que impiden la amplia participación en la formación a la que se enfrentan estas pequeñas empresas. Muchas de ellas tienen su sede en regiones en las que, aunque los turistas se disparan durante las temporadas altas, la población local permanente es reducida y, por tanto, la disponibilidad de formación es limitada. Además, estas pequeñas empresas no siempre tienen los recursos (tiempo, fondos) para embarcarse en oportunidades de aprendizaje permanente. Por las razones anteriores, el curso se dirige directamente a las microempresas y a su personal en línea y tiene una corta duración.

El proyecto pretende ayudar a las microempresas del sector cultural y creativo y atenderá sus necesidades. Como tal, el proyecto es específico del sector y está centrado en el usuario, teniendo como punto de partida la delimitación de los retos y necesidades de estas empresas. Por este motivo, GRACE pone un énfasis extremo, que se refleja en todas las actividades, en el crowdsourcing de sus ideas y necesidades con vistas a dar forma a soluciones educativas y formativas que aporten resultados tangibles e impactantes. Además de las pequeñas empresas, el curso también es relevante y será beneficioso para el personal formador de personas adultas y las organizaciones activas en el apoyo al alumnado adulto y a las microempresas en el desarrollo de habilidades y competencias.

El proyecto GRACE ofrece un enfoque novedoso al combinar las competencias digitales, el espíritu empresarial y el pensamiento innovador, y se basa en la postura de que la digitalización fomenta la innovación y la creatividad, que es el motor de estas empresas. El proyecto sigue **enfoques ascendentes, participativos y multinivel en el diseño** y la aplicación de la intervención educativa. El curso es producto de un proceso de co-diseño transnacional: se organizaron talleres de co-diseño en los países participantes antes del diseño del curso. Los talleres se organizaron de forma que se fomentara la participación activa del grupo destinatario directo.

Los/as representantes de las pequeñas empresas y las microempresas tuvieron la oportunidad de debatir sus temores y preocupaciones, expresar sus necesidades específicas y comentar los temas y el contenido de los módulos. Las aportaciones de las personas participantes para la construcción de los módulos de la plataforma en línea se centraron en la accesibilidad, la horizontalidad, la transparencia y la apertura.

Sobre la base de estas conclusiones, el curso desarrollado incluye un componente práctico, además del contenido teórico. Este componente práctico puede construirse a través de

sesiones basadas en el trabajo, en las que las personas participantes tienen que crear/preparar productos (por ejemplo, un modelo de negocio, su cartera en línea, etc.), utilizando los principios del aprendizaje basado en proyectos. En cuanto a la parte teórica del curso, se elaboraron materiales claros y sencillos para poder captar la atención y la motivación de los alumnos. Por último, se produjeron varios vídeos en el contexto del curso, ofreciendo un material de formación alternativo y más interesante. El material también trata de estudios de casos y ejemplos de la vida real, lo que hace que el curso sea relevante para las experiencias y necesidades del grupo destinatario.

Estrategia de entrega

Las actividades de formación seguirán metodologías de aprendizaje colaborativo e innovación docente en línea. Las actividades de aprendizaje colaborativo involucran activamente al alumnado, ayudando así a que éste se apropie y se responsabilice de su aprendizaje. Además, ayudan a crear un sentido de comunidad y contribuyen a combatir posibles sentimientos de aislamiento y desconexión.

El aprendizaje colaborativo requiere planificación y preparación para garantizar su eficacia. Las estrategias básicas de aprendizaje colaborativo en línea son, entre otras, las siguientes:

- **Fomentar un entorno inclusivo y una comunidad en el aula:** El éxito del aprendizaje colaborativo depende de una comunidad inclusiva, en la que el alumnado confía y se respeta mutuamente. Considere la posibilidad de utilizar ejercicios sociales para romper el hielo (por ejemplo, aprender los nombres, encontrar intereses comunes) para ayudarles a entrar en contacto con los demás antes de comenzar las actividades.
- **Diseño y planificación intencionados:** Un aprendizaje colaborativo eficaz requiere previsión y planificación. Aunque es posible improvisar durante la clase, también debe dedicar tiempo antes de la misma a considerar las herramientas tecnológicas y pedagógicas disponibles para apoyar mejor los objetivos de aprendizaje de la actividad.
- **Comunicar el propósito y las expectativas:** Es más probable que el alumnado que entiende la justificación y los pasos de acción específicos de la actividad dada se involucre y se comprometa con su aprendizaje. Sea claro/a y explícito/a sobre el propósito de la actividad concreta.

- **Asociarse con el alumnado:** Dado que uno de los principales objetivos del aprendizaje colaborativo debe ser implicar activamente al alumnado en su propio aprendizaje, ayudándole a apropiarse del proceso y la experiencia, es importante asociarse con él en todo momento. Esta asociación puede adoptar muchas formas, en función de los objetivos y el contexto del curso.
- **Utilizar tecnologías específicas para facilitar las actividades de aprendizaje colaborativo:** Las herramientas tecnológicas educativas que elija dependerán de los objetivos de su curso, de los objetivos de la actividad específica, así como del contexto del curso, por ejemplo, si una actividad se completa durante el tiempo de clase o fuera de clase.

Enfoque de la formación en línea

La formación en línea proporciona experiencias de aprendizaje rentables y mejoradas más allá de las disponibles en las aulas. Se trata de la realización de todas las actividades de la educación, como instruir, enseñar y aprender a través de diversos medios electrónicos. El diseño pedagógico adecuado, incluida la selección de teorías y principios apropiados, es muy importante para el éxito del aprendizaje en línea. Se sugiere que se sigan los siguientes principios pedagógicos para que el aprendizaje en línea tenga éxito:

- Correspondencia con el plan de estudios: debe haber objetivos claros, pertinencia con los contenidos tratados, adecuación de las actividades del alumnado.
- Inclusión: las prácticas inclusivas deben considerarse en términos de diferentes tipos y gama de logros, discapacidades físicas, diferentes grupos sociales y étnicos, y género.
- Compromiso del alumnado: el alumnado debe estar comprometido y motivado, las actividades deben tener un objetivo educativo que valga la pena, no sólo para ocupar al alumnado, ser agradables, no producir reacciones emocionales adversas, mejorar el ambiente de aprendizaje.
- Aprendizaje eficaz: promover el aprendizaje personalizado, la autonomía del alumnado; fomentar el pensamiento metacognitivo y la colaboración, proporcionar un aprendizaje auténtico que exhiba múltiples perspectivas sobre un tema.
- Provisión de evaluación formativa y sumativa con el fin de mejorar y calificar al alumnado.

- Coherencia, consistencia y transparencia: los objetivos, el contenido, las actividades y la evaluación deben coincidir entre sí. Debe quedar claro para el usuario lo que puede esperar.
- Facilidad de uso: ser abierto y accesible, intuitivo y no requerir orientación sobre su uso, proporcionando una orientación adecuada para el alumnado del profesorado.

Enfoque andragógico

La educación de personas adultas se basa en gran medida en los supuestos y principios del enfoque constructivista. En el desarrollo de la metodología de formación de GRACE se han tenido en cuenta varios principios de la educación de personas adultas. El siguiente cuadro pretende orientar a la persona formadora sobre la aplicación de estos principios en la práctica.

Principios	Aplicación
Las personas adultas aportan sus experiencias vitales y sus conocimientos al entorno educativo. La experiencia se considera una fuente de conocimiento.	<ul style="list-style-type: none"> ● Debe valorarse su experiencia y sus conocimientos. ● Las actividades para el aprendizaje deben diseñarse de manera que promuevan el uso de la experiencia y los conocimientos previos.
Las personas adultas suelen preferir el aprendizaje autónomo y autodirigido	<ul style="list-style-type: none"> ● El alumnado adulto requiere el control de su proceso educativo. Esto les capacita y les obliga a asumir más responsabilidades e iniciativas. ● La persona que imparte la formación debe actuar como facilitadora, entrenadora y defensora, identificando formas de involucrar a los/as participantes y obteniendo información sobre lo que desean aprender. ● Las personas adultas están motivadas por una serie de factores como las aspiraciones personales, las expectativas, el deseo o el interés interno, la huida de una situación. Por lo tanto, deben ofrecerse oportunidades para que el alumnado dirija su propio aprendizaje. ● Se les debe proporcionar herramientas y plantillas de planificación de la acción para ayudarles a desarrollar y centrar sus esfuerzos autodirigidos y para apoyar el aprendizaje.

<p>Las personas adultas necesitan una motivación interna para aprender en lugar de una externa</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El aprendizaje debe responder a sus necesidades, intereses y problemas de la vida real, es decir, ser significativo y relevante. • Debe establecerse una conexión entre el contenido del aprendizaje y los objetivos a largo plazo de cada estudiante, en el trabajo y en la vida.
<p>El alumnado adulto está orientado a los objetivos, a la relevancia y a la práctica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Deben establecerse objetivos de aprendizaje claros y explicarse cómo se relacionan con las actividades de formación. • El alumnado debe participar en la identificación de los retos a los que se enfrenta y el valor de abordar estos retos. • El aprendizaje tiene que ser aplicable a las tareas laborales de las personas adultas o a otras responsabilidades y centrarse en habilidades prácticas, herramientas, métodos y resolución de problemas.
<p>El alumnado adulto necesita ser respetado y aprender en un entorno de aprendizaje adecuado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El respeto, la confianza y la aceptación son vitales para el éxito de la formación de adultos/as. • El alumnado tiene que sentirse seguro para poder participar libremente, tomar iniciativas, experimentar y expresarse. • Los errores tienen que ser vistos y utilizados como ayudas para mejorar y no como fracasos. • La creatividad y un ambiente agradable son importantes, pero tienen que estar equilibrados con los logros cognitivos, la estabilidad y la claridad de objetivos. • Debe reconocerse la riqueza de conocimientos y experiencias que los participantes aportan a la formación. • Debe permitirse a los/as participantes expresar sus opiniones libremente.
<p>Las personas adultas prefieren el aprendizaje activo</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuanto más activamente participe el alumnado, mayor será el aprendizaje. • Las diferentes metodologías y técnicas de formación tienen mayor índice de retención.
<p>Las personas adultas quieren orientación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas adultas quieren información que les ayude a mejorar su situación. • Las personas adultas no quieren que se les diga lo que tienen que hacer, sino que quieren elegir opciones basadas en sus necesidades.

2.2 Resultados del aprendizaje

El proyecto incluirá directamente en sus actividades a 100 representantes de microempresas.

A través de su participación en la plataforma educativa, el proyecto prevé aumentar sus

competencias digitales adaptadas a su sector empresarial y proporcionarles conocimientos prácticos y herramientas para el emprendimiento digital. Las personas microempresarias aprenderán a comercializar en la era digital, ampliarán su horizonte de conocimientos utilizando las herramientas en línea y avanzarán en su creatividad y diseño innovador. La siguiente tabla ofrece una visión general de los módulos de formación, una breve descripción y los objetivos de aprendizaje sobre los que se ha diseñado el curso.

Módulo 1	Introducción: Comprender el emprendimiento digital en el sector cultural y creativo
Breve descripción	Introducción al emprendimiento digital en el sector cultural y creativo, definiendo los conceptos clave y presentando la situación actual en los países participantes y en Europa respecto a la digitalización en el sector cultural y creativo.
Objetivos de aprendizaje	Tras la finalización de este módulo, el alumnado podrá: <ul style="list-style-type: none"> ● Comprender y aplicar los conceptos clave del emprendimiento digital ● Tener una visión completa de las tendencias y oportunidades futuras ● Reconocer ejemplos de emprendimiento digital en el sector
Módulo 2	Comercializar su negocio cultural y creativo en línea
Breve descripción	Proporcionar formación sobre los aspectos esenciales del marketing en línea, es decir, la venta de productos y servicios a través de medios digitales. Este segundo módulo examina más de cerca las necesidades de un/a microempresario/a en el sector cultural y creativo y presentará una formación a medida para ayudarles a establecer un negocio en línea con potencial de crecimiento. Se trata de un módulo práctico que proporcionará respuestas a cuestiones clave relacionadas con el marketing en línea de las microempresas. Se requiere que el alumnado tenga experiencia previa en el uso de Internet para navegar, y que esté familiarizado con la realización de transacciones en línea (a través de la banca web, etc.).
Objetivos de aprendizaje	Tras completar este módulo, el alumnado será capaz de: <ul style="list-style-type: none"> ● Comprender los aspectos esenciales del marketing en línea haciendo hincapié en las características del sector cultural y creativo ● Conocer los requisitos para crear y mantener una tienda en línea teniendo en cuenta las características del sector CC y el contexto del país ● Montar y operar un negocio en línea

	<ul style="list-style-type: none"> ● Identificar las tiendas del mercado en línea (por ejemplo, etsy.com) ● Reconocer las ventajas, desventajas, amenazas y oportunidades del marketing en línea incluyendo las pautas de seguridad
Módulo 3	Presencia digital y gestión de contenidos - Promover su negocio en línea
Breve descripción	<p>El tercer módulo del curso se centra en la creación de marcas digitales y el desarrollo de contenidos en las redes sociales. Las economías actuales se transforman de forma masiva y continua por la transformación digital y los avances tecnológicos. Se reconoce claramente que las empresas que no se suban a la ola de la digitalización estarán en una posición de desventaja en las economías del futuro. El objetivo de este módulo es proporcionar una formación práctica y a medida sobre cómo establecer y mantener una presencia digital partiendo de cero y con unos fondos mínimos.</p>
Objetivos de aprendizaje	<p>Después de completar este módulo, el alumnado será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Comprender los conceptos, herramientas y plataformas clave para promocionar digitalmente su negocio ● Conocer las ventajas y desventajas de establecer y mantener una presencia digital (sitio web, redes sociales) ● Comprender lo esencial de la construcción de una estrategia de marketing digital basada en sus necesidades, su visión y su capacidad ● Establecer cuentas en las redes sociales y crear contenidos para mantener la visibilidad del negocio
Módulo 4	Colaborar y trabajar en red
Breve descripción	<p>Un factor crucial para la viabilidad y el crecimiento de las microempresas es ser innovador y extrovertido. De este modo, las microempresas pueden encontrar nuevos mercados para sus bienes y servicios, agudizar su capital innovador, encontrar colaboradores y crear sinergias. Pero, ¿cómo pueden construir un enfoque de colaboración y de creación de redes que se adapte a sus necesidades y a su perfil y seguirlo? Esto es lo que este módulo enseñará a los/as microempresarios/as del sector cultural y creativo.</p>
Objetivos de aprendizaje	<p>Una vez completado este módulo, el alumnado será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identificar los beneficios de la creación de redes y la colaboración para las microempresas culturales y creativas ● Mejorar sus habilidades de creación de redes y adaptarlas a las necesidades y características de su sector ● Desarrollar y poner en marcha una estrategia de creación de redes

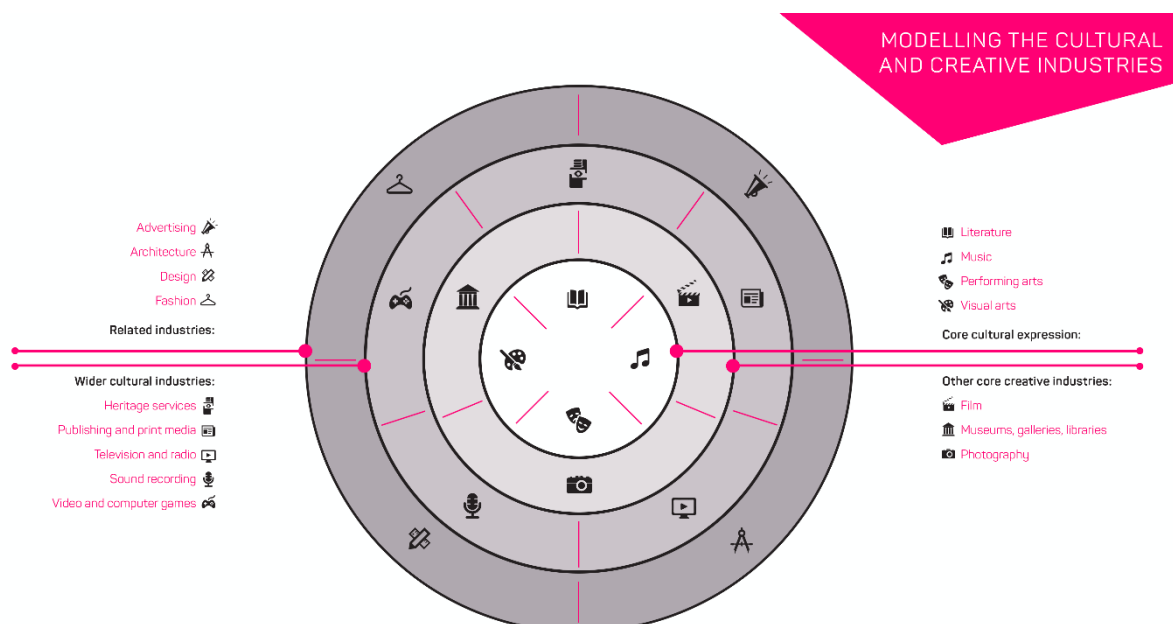
3. Movilizar al alumnado

El tercer paso de esta metodología tiene como objetivo perfilar a las personas en formación del curso GRACE y proporcionar estrategias para involucrar a las personas participantes, antes de la formación y durante las sesiones introductorias, para crear un entorno de aprendizaje adecuado.

3.1 Descripción del perfil del alumnado

El proyecto GRACE tiene como uno de sus objetivos centrales dotar a los/as dueños/as de microempresas culturales y creativas de competencias digitales para posicionar con éxito su negocio en la era digital y avanzar en su competitividad y crecimiento. Este objetivo específico también se aborda en el curso en línea desarrollado dentro del proyecto. Por lo tanto, el curso GRACE tiene un **grupo destinatario** bien definido formado por las **personas empresarias** que tienen una microempresa creativa o cultural y **los miembros del personal de este tipo de empresas**.

El teatro, las artes visuales, el cine, la televisión, la radio, la música, la industria editorial, los juegos de ordenador, los nuevos medios de comunicación, la arquitectura, el diseño, la moda y la publicidad forman parte de las industrias culturales y creativas.



Extraído de la [página web](#) de Culture & Creativity

Más concretamente, el curso está dedicado a los/as microempresarios/as y a los miembros del personal cuyas empresas se vieron afectadas **por la pandemia de la COVID-19**, período que las llevó a un particular estancamiento.

A la luz de la investigación recopilada y de los grupos de discusión realizados en los países socios, se descubrió que las empresas más pequeñas son más propensas a no tener una presencia digital sólida, por lo que su alcance y visibilidad son reducidos. El perfil del alumnado muestra que los/as microempresarios/as o el personal pueden tener varios niveles de educación y pertenecer a diversos grupos de edad. Además, se observó que una parte del grupo destinatario puede poseer habilidades digitales, mientras que la otra parte no sabe ni siquiera cómo iniciar la presencia en línea de su negocio. Sin embargo, a pesar del nivel de conocimientos, los resultados de los grupos de discusión han identificado una necesidad arraigada de un curso accesible y gratuito que se dirija a las premisas de la digitalización empresarial.

3.2 Estrategias para involucrar al alumnado antes de la formación

Dado que el curso va a tener lugar en línea, se requiere una buena estrategia para involucrar al alumnado antes de la formación.

En primer lugar, la interacción inicial del alumnado con el curso tiene un papel fundamental. Por lo tanto, debe llevarse a cabo una amplia campaña de promoción. Antes de elegir la estrategia de promoción adecuada, debe investigarse el contexto nacional de la digitalización de las microempresas creativas y culturales. Las cuestiones que deben abordarse durante este análisis son:

- ¿Cómo puedo maximizar el alcance de mi campaña para que sea visible para mi grupo destinatario?

Ejemplo:

Anuncios de pago en las redes sociales

Carteles que se expondrán en lugares clave (teatro, mercado de productos artesanales, etc.)

Marketing de boca a boca

Utilizar los grupos de redes sociales dedicados a las personas jóvenes empresarias (Facebook y LinkedIn)

- ¿Debo realizar mi promoción en línea? ¿Presencial? ¿O debo elegir una estrategia mixta?

Ejemplo:

En este caso, el enfoque semipresencial podría llegar a un público más amplio. La promoción en línea en los principales canales de redes sociales utilizados por las pequeñas empresas (Instagram, Facebook, LinkedIn) puede hacer que el curso sea visible para las personas empresarias que ya tienen un conocimiento básico sobre la presencia digital. Sin embargo, la promoción presencial (a través de folletos, carteles y otros materiales visuales) compartida en lugares públicos (eventos culturales, ferias creativas) frecuentados por las personas empresarias se dirige a las que no están tan familiarizadas con el ámbito digital.

- ¿Qué actores podrían ayudarme a llegar a mi grupo destinatario? ¿Puedo implicar a algunos de ellos en la promoción del curso?

Ejemplo:

Acérquese a las ONG culturales, al Ministerio de Cultura, a las universidades de arte o a otros institutos culturales. Ya tienen un público formado que puede apoyar su iniciativa y también promover el curso con sus comunidades.

Tras responder a estas preguntas clave, se puede llevar a cabo el desarrollo de la estrategia de promoción y aplicarla.

En segundo lugar, con vistas a la promoción de este curso, las personas participantes deben rellenar un formulario de inscripción. Este formulario también desempeña un papel esencial y es un medio para relacionarse con las demás personas participantes. Asegúrese de que el formulario es accesible, contiene información clara y es atractivo para el/la lector/a. Además, para iniciar su conexión con el posible alumnado, incluya una sección en el formulario que aborde las expectativas de quienes lo rellenan.

En tercer lugar, es esencial que el personal educador/formador se comprometa con el/la posible candidato/a después de rellenar el formulario de inscripción. Esto puede hacerse de las siguientes maneras:

- Tras la inscripción, envíe un correo electrónico de confirmación a todas las personas que hayan rellenado el formulario de inscripción.
- También se puede enviar un correo electrónico con información adicional sobre el curso para despertar la curiosidad. Este paso puede realizarse enviando diferentes materiales informativos, vídeos inspiradores que se relacionen con los temas abordados durante el curso (por ejemplo, artículos nacionales sobre la digitalización de las pequeñas empresas, ejemplos de buenas prácticas sobre el tema, vídeos TedX que puedan inspirar a las personas participantes).
- Asegúrese de que los/las posibles participantes estén claramente informados/as sobre el objetivo del curso, para evitar un posible abandono. Sea claro/a en su comunicación en línea con respecto al grupo destinatario, los objetivos y la estructura del curso.
- Con unos días de antelación al inicio del curso, contacte con todas las personas que se inscribieron en el formulario de inscripción y confirme su asistencia.

3.3 Estrategias para involucrar a las personas en formación durante las sesiones

La participación de las personas en formación durante las sesiones del curso es una cuestión esencial para maximizar el potencial del curso en la medida de lo posible. A este respecto, se sugieren las siguientes indicaciones:

1) Competencias iniciales y lista de expectativas

Es esencial que el personal educador/formador esté familiarizado con el nivel de conocimientos del alumnado. En este sentido, se puede llevar a cabo un debate oral sobre las competencias digitales que posee el alumnado al inicio del curso (véase el ejemplo siguiente).

Ejemplo:

La persona que imparte la formación puede empezar con una mesa redonda (plenaria) en la que todo el alumnado debe responder a los siguientes puntos:

- *Describe su empresa en unas pocas frases (objeto de la empresa, grupo destinatario, fecha de apertura)*
- *¿Cómo hace visible su negocio? ¿Qué canales utiliza?*
- *¿Tiene habilidades digitales/ha asistido a alguna preparación en este sentido?*

Además de la finalidad de averiguar las competencias del alumnado, este ejercicio podría ser un primer paso para la creación de redes y para que el alumnado se conozca.

Además, en la fase incipiente es vital recopilar las expectativas que tiene el alumnado sobre las habilidades que le gustaría adquirir a lo largo del curso y la información que quiere captar (véase el ejemplo siguiente). La persona formadora debe orientar las siguientes sesiones intermedias en función de estas expectativas.

Ejemplo:

*Utilizar la herramienta online **Mentimeter**. La persona encargada de la formación creará un tablero con la siguiente pregunta «**¿Cuáles son sus expectativas concretas del curso GRACE? ¿Qué le gustaría aprender?**». El alumnado tendrá unos 5 minutos para responder a la pregunta y enviar sus respuestas. Tras este paso, la persona formadora tomará la iniciativa y debatirá los resultados.*

Dado que la evaluación de conocimientos y competencias se presenta también como un método de evaluación, la persona formadora puede revisar la respuesta del alumnado para obtener conclusiones basadas en datos (véase el capítulo 5).

2) Tres sesiones sincrónicas intermedias

El material en línea se complementará con tres sesiones intermedias con la persona educadora/formadora, que incluirán actividades interactivas y prácticas. En estas sesiones, la persona formadora también podrá recopilar comentarios sobre los materiales y dar explicaciones complementarias si es necesario.

3) Grupos de debate en línea (nacionales e internacionales)

Otro instrumento que estará constantemente a disposición del alumnado y que ayudará a su compromiso son los grupos de debate en línea disponibles en la plataforma. En el sitio web, cada persona participante tendrá la posibilidad de unirse a un grupo nacional (el atribuido a su país), donde la comunicación se realizará en el idioma nacional. Además, tendrán la posibilidad de unirse al grupo internacional general, que reunirá a todas las personas participantes y donde la comunicación se realizará en inglés. A lo largo del curso se debe recordar a las personas participantes la existencia de estos grupos y animarlas a utilizarlos. Está demostrado que la comunicación entre iguales aumenta la motivación.

4) Comprobación constante con el alumnado

Además, el alumnado debería tener más oportunidades de plantear preguntas e interactuar con la persona educadora/formadora. Esto puede hacerse de diferentes maneras, como: la opción de chat individual en la plataforma y las horas de preguntas y respuestas establecidas.

4. Implementación del curso

El cuarto paso tiene como objetivo familiarizar a las personas que imparten formación en EFP con los contenidos del curso y con la forma de optimizar su uso, proporcionando herramientas para la puesta en práctica del curso, como planes de sesión, con el título, la duración, el objetivo general, los resultados específicos del aprendizaje y los contenidos. Se entregarán indicaciones específicas para cada módulo.

4.1 Planes de sesiones

	Introducción: Comprender el emprendimiento digital en el sector cultural y creativo		
Descripción	Este primer módulo introducirá al alumnado en el emprendimiento digital en el sector cultural y creativo. Definirá los conceptos clave y presentará la situación actual en los países participantes y en Europa en general en cuanto a la digitalización en el sector cultural y creativo.		
Objetivos	Tras la finalización de este módulo, el alumnado podrá: <ul style="list-style-type: none"> → Entender y aplicar los conceptos clave del emprendimiento digital → Tener una visión completa de las tendencias y oportunidades futuras → Estar expuesto a ejemplos de emprendimiento digital en el sector 		
Resultados del aprendizaje	Conocimientos <ul style="list-style-type: none"> ● Comprender los conceptos clave del emprendimiento digital 	Habilidades <ul style="list-style-type: none"> ● Ser capaz de identificar las diferencias entre el emprendimiento digital y el típico 	Actitudes <ul style="list-style-type: none"> ● Superar los estereotipos sobre el emprendimiento digital en el sector cultural y creativo
Competencias previstas	<ul style="list-style-type: none"> ○ confianza en sí mismo/a ○ pensamiento crítico 		
Unidades/contenido del módulo	1.1 Emprendimiento digital - (PPT) <ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué es una persona emprendedora digital? ● Diferencias con un/a emprendedor/a típico/a ● ¿Qué es el emprendimiento digital en las industrias culturales y creativas? ● Definición, ejemplos 1.2 Factores clave para convertirse en una persona emprendedora digital en el sector cultural y creativo (PPT) <ul style="list-style-type: none"> ● Identificación y análisis de los factores clave 1.3 Perspectivas de futuro (PPT) <p>Perspectivas en el mercado, oportunidades en el sector cultural y creativo</p> 1.4 Cuestionario <ul style="list-style-type: none"> ● ¿Qué es una persona emprendedora digital? 		
Actividades de aprendizaje y Habilidades para la vida conectadas	1. 1. Díada de 40 minutos - esta actividad puede utilizarse en grupos grandes con la presencia de una persona facilitadora Duración: 40 minutos Número de participantes: máximo 16		

Presencial / Sincrónico en línea

Las personas participantes comprenderán cómo su propia personalidad es una parte importante para convertirse en emprendedoras digitales.

- Comience el ejercicio con un juego energizante de su elección y luego presente la actividad a las personas participantes. Explique que ser conscientes de nosotros/as mismos/as como personas emprendedoras/profesionales es esencial.
- Pida a las personas participantes que se coloquen en parejas y se sienten una frente a la otra.
- Explique que cada pareja va a hablar con la otra en rondas. Durante cinco minutos sólo habla una persona, la otra escucha, y luego la pareja se intercambia durante los siguientes cinco minutos. Haga esto durante cuatro rondas - esto debería llevar 40 minutos (o ajústelo según las limitaciones de tiempo).
- Pida a las personas participantes que elijan una de las siguientes afirmaciones. Cada pareja debate por turnos el enunciado que ha elegido al comienzo de la primera ronda (de modo que se les pregunte a ambas por primera vez). Tras la primera ronda, las personas participantes continúan con su tema.

Ejemplos de afirmaciones:

- *Tengo (o no) las habilidades necesarias para trasladar mi negocio a Internet.*
- *La pandemia afectó a mi negocio*
- *No estoy seguro sobre convertirme en emprendedor digital*
- *Tengo esperanza por el futuro de mi negocio.*

Después de cuatro rondas de debate, vuelva a reunir al grupo. Pregunte cómo se sienten después del ejercicio y cuáles fueron sus experiencias. Aborde las ideas discutidas.

Esta actividad ofrece la oportunidad de que las personas compartan su diálogo interior con alguien que las escuche. Esto puede hacer que sus propias ideas sobre las cosas sean más evidentes, ya que a menudo cuando se dice algo en voz alta el significado se vuelve más claro; también es poco común que se tenga la atención completa de otra persona durante 20 minutos. Este ejercicio fomenta la confianza y la escucha activa.

2. **Posición de la cinta** - esta actividad ayuda al pensamiento crítico y al desarrollo de la resiliencia

Duración: 30 minutos

Número de participantes: máximo 20-25

Presencial

	<p>Para esta actividad necesitará una cinta en el suelo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pida a las personas participantes que pisen la cinta. ● Lea algunas afirmaciones sobre el emprendimiento digital/la pandemia y cómo afectó a sus negocios. ● Si las personas participantes están de acuerdo con la afirmación, que den un paso adelante. Si no están de acuerdo, que den un paso atrás. Si no están seguras o si no les afecta, pueden quedarse quietas. ● Deles unos minutos para que comprueben la posición del resto de los/las participantes ● A continuación, tómese un par de minutos para debatir y pregúnteles si alguien quiere compartir su opinión/experiencia. <p>Ejemplo de afirmaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Entiendo los conceptos clave del emprendimiento digital</i> ● <i>Creo que las habilidades digitales son importantes para mi negocio</i> ● <i>Conozco las diferencias con un/a emprendedor/a típico/a</i> ● <i>Comprendo las tendencias y oportunidades futuras</i> ● <i>Entiendo cómo las competencias digitales elevarán mi negocio</i> ● <i>Las competencias digitales son importantes para las industrias creativas / culturales</i> <p>Puede utilizar otras afirmaciones que se le ocurran, relacionadas con el módulo, o afirmaciones que sean útiles para las personas participantes.</p> <p>Otra forma de hacerlo es pedir a las personas participantes que compartan sus pensamientos y experiencias sobre la pandemia y cómo les afectó a ellas y a su negocio. Después, el resto de personas participantes darán un paso adelante si están de acuerdo, o un paso atrás si no lo están, y podrán compartir su opinión y mantener un pequeño debate.</p> <p>Este ejercicio también puede hacerse de forma individual, leyendo cada participante las afirmaciones y anotando si está de acuerdo o no.</p> <p>El ejercicio ayuda a la comunicación, la resolución de problemas y el pensamiento crítico.</p>
Métodos de enseñanza	<p>Todo el curso se basa en el método de aprendizaje en línea. Se pueden aplicar dos técnicas de forma diferenciada o combinada:</p> <p>A) Sincrónico Presentaciones PPT, debate, preguntas y respuestas</p> <p>B) Asíncrona Presentaciones PPT, estudio a ritmo propio</p>
Recursos necesarios	<p>Ordenador portátil o PC, conexión a Internet, cinta de papel (para la actividad de aprendizaje)</p>
Evaluación	<p>Cuestionario</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 5-10 preguntas
Duración	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudiar: 1 hora ✓ Cuestionario: 30 minutos

Consejos para el personal formador	Se trata de un módulo introductorio cuyo objetivo es familiarizar al alumnado con las definiciones y los conceptos. Tiene un enfoque teórico y no debe entrar en detalles extremos. El alumnado procede en su mayoría de los sectores creativo, cultural y empresarial, que son aplicados y prácticos. Este módulo funciona como base teórica, ayudando a el alumnado a tener una idea clara de los diferentes conceptos antes de sumergirse en temas más prácticos en los siguientes módulos.		
Módulo 2			
Título	Comercializar su negocio cultural y creativo en línea		
Descripción	Este segundo módulo formará a las personas participantes en los aspectos esenciales de la comercialización de su negocio en línea, es decir, la venta de productos y servicios a través de medios digitales. Este segundo módulo examina más de cerca las necesidades de un/a microempresario/a en el sector cultural y creativo y presentará una formación a medida para ayudarles a establecer un negocio en línea con potencial de crecimiento. Se trata de un módulo práctico que proporcionará respuestas a las cuestiones clave relativas a la comercialización en línea de las microempresas.		
Objetivos	Tras completar este módulo, el alumnado será capaz de: <ul style="list-style-type: none"> → Comprender los aspectos esenciales del marketing en línea haciendo hincapié en las características del sector cultural y creativo → Conocer los requisitos para crear y mantener una tienda en línea teniendo en cuenta las características del sector CC y el contexto del país → Tener seguridad para montar y gestionar un negocio en línea → Familiarizarse con las tiendas del mercado en línea (por ejemplo, etsy.com) → Conocer bien las ventajas, los inconvenientes, las amenazas y las oportunidades del marketing en línea, incluidas las directrices de seguridad 		
Resultados del aprendizaje	Conocimiento <ul style="list-style-type: none"> ● Tener una comprensión general de cómo funciona el emprendimiento digital para el sector cultural y creativo 	Habilidades <ul style="list-style-type: none"> ● Crear una tienda digital en plataformas específicas 	Actitudes <ul style="list-style-type: none"> ● Superar los estereotipos sobre el emprendimiento digital en el sector cultural y creativo
Competencias previstas	<ul style="list-style-type: none"> ○ confianza en sí mismo/a ○ toma de decisiones ○ resolución de problemas 		

	<ul style="list-style-type: none"> ○ pensamiento creativo ○ gestión y control ○ responsabilidad
Unidades/contenido del módulo	<p>2.1 Aspectos básicos de la venta de bienes y servicios en línea (PPT) En esta unidad introductoria, se proporcionarán definiciones clave junto con una visión general de las tendencias actuales del mercado. En esta unidad también se presentarán las ventajas y desventajas de la venta de bienes/servicios en línea.</p> <p>2.2 Guía paso a paso sobre cómo vender en línea y crear una tienda en línea (vídeo, tutorial)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Elegir un nombre de dominio: por qué es importante ● Requisitos legales y fiscales de cada país ● Cómo gestionar los contenidos y las transacciones ● Ejemplos de lo que puede salir mal y cómo solucionarlo <p>2.3 Mercados online que pueden utilizarse (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Etsy.com ● Ebay <p>2.4 Propiedad intelectual y seguridad en la comercialización en línea (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cómo proteger su propiedad intelectual ● Cómo realizar transacciones seguras en línea <p>2.5 Cuestionario de elección múltiple</p> <p>2.6 Otros recursos y ayudas Enlaces a recursos a nivel nacional y europeo sobre el apoyo a la creación de una tienda en línea, blogs y ejemplos, agencias reguladoras nacionales sobre propiedad intelectual y comercio electrónico.</p>
Actividades de aprendizaje y habilidades para la vida conectadas	<p>1. <u>Su filosofía de trabajo de cien palabras</u> Duración: 40 minutos Número de participantes: sin límite Presencial / En línea síncrono y asíncrono</p> <p>Su objetivo es redactar su filosofía de trabajo en cien palabras exactas, ni más ni menos. Puede tener la forma que quiera, desde una declaración de valores hasta una lista de instrucciones.</p> <p>Escriba sus creencias y valores fundamentales sobre su negocio. Piense en experiencias que hayan tenido un impacto significativo en su negocio o en consejos poderosos que haya recibido. Basándose en sus experiencias, ¿cuál es su filosofía de trabajo? Esta actividad también puede ayudar con los valores que tiene para su negocio y crear una filosofía personal como base para sus creencias y logros.</p> <p>Deles a las personas participantes aproximadamente media hora. Cuando terminen de escribir, puede preguntar si alguien quiere compartir su filosofía de trabajo.</p>

	<p>Este ejercicio puede ayudar a crear confianza en uno/a mismo/a, desarrollar el pensamiento creativo, asumir responsabilidades, mejorar la gestión y el control.</p> <p>2. Reglas básicas Tener algunas reglas básicas es importante en todos los entornos y sectores. Duración: 20 minutos Número de participantes: máximo 20 Presencial / Sincrónico en línea</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coloque papel de rotafolio y rotuladores alrededor del aula. Indique a las personas participantes que se dividan en grupos de tres y pídale que discutan y acuerden una lista de reglas básicas que podrían ser útiles al abrir una tienda en línea. • Pida a las personas participantes que informen al resto del grupo y que justifiquen sus elecciones. • Compare sus normas básicas con los ejemplos de normas básicas. <p>El debate sobre la comparación debe incluir algunos de los siguientes puntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Las normas básicas nos proporcionan una base a la que podemos remitirnos en caso de que surjan problemas. Las normas básicas proporcionan un entorno de trabajo seguro y eficaz. Las normas básicas proporcionan una mayor claridad en cuanto a los límites. Las normas básicas pueden aplicarse en muchos aspectos diferentes de la vida de una persona. <p>Una modificación de este ejercicio consistiría en dividir el grupo en grupos más pequeños y que cada grupo escriba sus propias normas/directrices para el desarrollo de una tienda electrónica. Después pueden debatir las normas que han redactado y compararlas.</p> <p>Este ejercicio desarrolla las habilidades de resolución de problemas, el pensamiento creativo, la toma de decisiones, la gestión y el control.</p>
<p>Nota para el personal facilitador</p>	<p>Para la actividad de la filosofía del trabajo de cien palabras, sería útil para las personas participantes haber preparado su propia filosofía del trabajo. En caso de que se muestren reacias a compartir la suya, puede empezar usted. Esto les dará valor para compartir sus creencias y valores.</p> <p>Recomendamos utilizar la filosofía de trabajo de cien palabras antes del módulo. De este modo, las personas participantes compartirán su filosofía de trabajo y usted podrá tenerla en cuenta al avanzar en el módulo. Una vez finalizado el módulo, puede utilizar la actividad «Reglas básicas», que servirá para repasar lo que tiene que hacer cuando intente abrir una tienda en línea y, al mismo tiempo, mantenerse fiel a su filosofía de trabajo.</p>

Métodos de enseñanza	<p>Todo el curso se basa en el método de aprendizaje en línea. Se pueden aplicar dos técnicas de forma diferenciada o combinada:</p> <p>A) Sincrónico Presentaciones PPT, vídeos, debate, preguntas y respuestas</p> <p>B) Asíncrono Presentaciones PPT, vídeos, estudio a ritmo propio</p>
Recursos necesarios	<p>Ordenador portátil o PC, conexión a Internet, folios en blanco A4, rotafolios, bolígrafos, rotuladores de colores (para la actividad de aprendizaje)</p> <p>Se requiere que el alumnado tenga experiencia previa en el uso de Internet para navegar y que esté familiarizado con la realización de transacciones en línea (a través de la banca electrónica, etc.).</p>
Evaluación	<p>Cuestionario de respuesta múltiple</p> <ul style="list-style-type: none"> • 8-10 preguntas
Duración	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudiar: 4 horas ✓ Cuestionario y ejercicios: 2 horas
Consejos para el personal formador	<p>Se trata de un módulo práctico que orienta al alumnado en la creación de su propio negocio/tienda digital. La unidad 2.3 se centra principalmente en dos de las plataformas más habituales para las tiendas en línea del sector creativo. Estas no son las únicas opciones y al final de esta unidad en particular se enumeran otras alternativas por si alguien quiere buscar más. Este módulo da las bases a los/as profesionales del sector creativo y cultural que quieren trasladar su negocio a Internet por primera vez. No es un nivel avanzado.</p>
Módulo 3	
Título	Presencia digital y gestión de contenidos - Promover su negocio en línea
Descripción	<p>El tercer módulo del curso se centra en la creación de marcas digitales y el desarrollo de contenidos en las redes sociales para ayudar a que su negocio crezca. Las economías actuales se transforman de forma masiva y continua por la transformación digital y los avances tecnológicos. Se reconoce claramente que las empresas que no se suban a la ola de la digitalización estarán en una posición de desventaja en las economías futuras. El objetivo de este módulo es proporcionar una formación práctica y a medida sobre cómo establecer y mantener una presencia digital partiendo de cero y con unos fondos mínimos.</p>
Objetivos	<p>Tras completar este módulo, el alumnado será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Comprender los conceptos, herramientas y plataformas clave para promocionar digitalmente su negocio → Conocer las ventajas y desventajas de establecer y mantener una presencia digital (sitio web, redes sociales) → Comprender lo esencial de la construcción de una estrategia de marketing digital basada en sus necesidades, su visión y su capacidad

	<p>→ Tener los conocimientos necesarios para crear con confianza cuentas en las redes sociales y crear contenidos para mantener la visibilidad de su empresa</p>		
<p>Resultados del aprendizaje</p>	<p>Conocimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tener una comprensión general de la necesidad de tener una presencia digital como emprendedor/a cultural y creativo/a 	<p>Habilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Ser capaz de crear una identidad empresarial digital ● Ser capaz de construir una estrategia de identidad empresarial digital de acuerdo con las necesidades de su empresa ● Sentirse seguro/a a la hora de promocionar su trabajo digitalmente 	<p>Actitudes</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cambiar las perspectivas sobre tener una identidad digital como empresa creativa y cultural
<p>Competencias previstas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ habilidades sociales ○ confianza en sí mismo/a ○ toma de decisiones ○ resolución de problemas ○ habilidades de comunicación ○ pensamiento creativo ○ pensamiento crítico ○ responsabilidad 		
<p>Unidades/contenido del módulo</p>	<p>3.1 Introducción de las microempresas creativas y culturales al marketing digital (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Comprensión de los conceptos e ideas clave ● Estrategias de marketing digital para empresas culturales y creativas <p>3.2 Pensar estratégicamente (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Los fundamentos de la creación de una estrategia de marketing digital ● Pensar estratégicamente: lo que hay que tener en cuenta para construir su propia estrategia <p>3.3 Crear y mejorar la presencia en las redes sociales (videotutorial)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Una guía paso a paso sobre la creación de cuentas en las redes sociales con consejos y ayuda sobre cómo crear contenidos y mejorar la visibilidad en las redes sociales ● Identificar las redes sociales relevantes para su trabajo <p>3.4 Mantener la seguridad en línea (PPT)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Evitar el spam y los bots 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Términos y condiciones • Cuestiones de seguridad <p>3.4 Actividad de aprendizaje: Esboce su propia estrategia de marketing digital</p> <p>La última actividad de este módulo pide al alumnado que esboce su propia estrategia de marketing digital en función de sus objetivos, recursos y resultados previstos.</p>
<p>Actividades de aprendizaje y habilidades para la vida conectadas</p>	<p>1. Análisis DAFO personal (puntos fuertes, puntos débiles, oportunidades y amenazas) Duración: 40 minutos Número de participantes: máximo 20 Presencial / en línea síncrono y asíncrono</p> <p><i>Identifique sus puntos fuertes preguntándose lo siguiente:</i> ¿Qué se le da bien de manera natural? ¿Qué habilidades ha adquirido? ¿Cuáles son sus talentos o dones naturales?</p> <p><i>Identifique sus puntos débiles</i> ¿Hay algún aspecto de su experiencia que pueda mejorar? ¿Cuáles son sus defectos percibidos por los demás (compañeros/a de trabajo socios/as, empleados/as)? ¿Cuáles son las áreas en las que podría mejorar, según los demás?</p> <p><i>En cuanto al sector de las oportunidades, examine los factores externos que puede utilizar para elevar su negocio mediante la adquisición de competencias digitales. Entre las preguntas a tener en cuenta están:</i> ¿Cómo le ayudarán las nuevas competencias digitales? ¿Cómo es la situación de las empresas que trabajan en línea? ¿Qué nuevas oportunidades tendrá?</p> <p>Examine las amenazas a las que puede enfrentarse cuando se conecta. En esta sección se examinan los elementos externos que pueden afectar a su capacidad para alcanzar sus objetivos. Considere las siguientes preguntas: ¿Hasta qué punto está familiarizado/a con las posibles amenazas en línea? ¿Hay mucha competencia en línea? ¿Cuál es la amenaza externa más importante para su negocio si se conecta a Internet? Este ejercicio puede ayudar a la resolución de problemas, a la confianza en uno/a mismo/a y al pensamiento crítico y creativo.</p> <p>2. ¿Cómo se describiría usted como persona empresaria / como profesional? Duración: 20 minutos Número de personas participantes: sin límite Presencial / En línea síncrona y asíncrona</p>

	<p>Tómese un tiempo y piense antes de responder. ¿Cómo se describiría a sí mismo/a como empresario/a?</p> <p>Piense en la forma en que se describiría a sí mismo/a ante una persona desconocida. Intente ser lo más objetivo/a posible. Escriba las características esenciales que definen su identidad como profesional.</p> <p>Intente pensar en las formas en que estas características le han ayudado en otras situaciones en las que se sentía desamparado/a o tenía que aprender algo nuevo relacionado con su negocio.</p> <p>No hay respuestas correctas o incorrectas. Intente no pensar demasiado.</p> <p>Anote las primeras respuestas y las más seguras que le vengan a la cabeza, las que le hagan decir: «Este/a soy yo».</p> <p>Sin ningún tipo de autoedición, limitaciones e inhibiciones, escriba una respuesta a la siguiente afirmación: «Piense en su vida profesional en el futuro, cuando tenga 109 años. Imagine que todo ha ido lo mejor posible a nivel profesional. Ha trabajado duro y ha conseguido cumplir todos sus objetivos profesionales. Piense que es la realización de todos sus sueños. Ahora, escriba sobre lo que ha imaginado». Imagine que su yo de 109 años tuviera acceso a una máquina del tiempo. Salta a esa máquina del tiempo y llega a este mismo momento. Se baja, se sienta a su lado y le aconseja. ¿Qué le diría?</p> <p>Puede escribir las respuestas en forma de carta para sí mismo/a con el fin de poder leerla siempre que se sienta desesperado/a o agobiado/a. Esto puede ayudarle a recordar todo lo que ha conseguido, las dificultades que ha superado e intentar recordar que, como ahora mismo menciona algunas dificultades que parecen insuperables, ya se enfrentó a obstáculos similares antes.</p> <p>Esta actividad puede ayudar a la resolución de problemas, a la confianza en uno/a mismo/a y al pensamiento crítico y creativo.</p>
Métodos de enseñanza	<p>Todo el curso se basa en el método de aprendizaje electrónico. Se pueden aplicar dos técnicas de forma diferenciada o combinada:</p> <p>A) Sincrónico Presentaciones PPT, vídeos, debate, preguntas y respuestas</p> <p>B) Asíncrono Presentaciones PPT, vídeos, estudio a ritmo propio</p>
Recursos necesarios	<p>Ordenador portátil o PC, conexión a Internet, folios en blanco A4, bolígrafos (para la actividad de aprendizaje)</p>
Evaluación	<p>Actividad de aprendizaje: Esboce su propia estrategia de marketing digital</p>
Duración	<p>✓ Estudio: 3 horas</p> <p>✓ Actividades de aprendizaje: 3 horas</p>
Consejos para el personal formador	<p>Se trata de un módulo práctico para orientar a los/as profesionales del sector creativo y cultural en la construcción de su identidad empresarial digital. La persona formadora debe subrayar la importancia del aspecto digital para hacer negocios en esos sectores</p>

	y motivar al alumnado para que capte el entusiasmo de la época. El personal formador también debe tener en cuenta que los/as artistas, los museos, los sitios arqueológicos, etc., pueden tener una opinión casi fija de que los sectores creativo y cultural no pueden tener una presencia digital. Por lo tanto, el personal formador puede encontrar resistencia al cambio de mentalidad por parte del alumnado adulto. La actividad final es realmente útil, ya que ofrece al alumnado la oportunidad de esbozar su propia estrategia de marketing digital y aplicar todo lo que han aprendido en este módulo.		
Módulo 4			
Título	Colaborar y trabajar en red		
Descripción	Un factor crucial para la viabilidad y el crecimiento de las microempresas es ser innovador/a y extrovertido/a. De este modo, las microempresas pueden encontrar nuevos mercados para sus bienes y servicios, agudizar su capital innovador, encontrar colaboradores y crear sinergias. Pero, ¿cómo pueden construir un enfoque de colaboración y de creación de redes que se adapte a sus necesidades y a su perfil y continuar con ello? Esto es lo que este módulo enseñará a los/as microempresarios/as del sector cultural y creativo.		
Objetivos	Tras la finalización de este Módulo, el alumnado será capaz de: <ul style="list-style-type: none"> → Ver los beneficios de la creación de redes y la colaboración para las microempresas culturales y creativas → Mejorar sus habilidades de creación de redes y adaptarlas a las necesidades y características de su sector → Tener confianza para poner en marcha su estrategia de creación de redes 		
Resultados del aprendizaje	Conocimiento <ul style="list-style-type: none"> ● Comprender el valor de crear una red sólida 	Habilidades <ul style="list-style-type: none"> ● Ser capaz de desarrollar una red 	Actitudes <ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar una actitud de colaboración en lugar de una actitud competitiva
Competencias previstas	<ul style="list-style-type: none"> ○ habilidades sociales ○ toma de decisiones ○ habilidades de comunicación ○ pensamiento creativo ○ pensamiento crítico 		
Unidades/contenido del módulo	4.1 Enfoques de colaboración y creación de redes para microempresas culturales y creativas (PPT) <ul style="list-style-type: none"> ● Una introducción sobre los aspectos esenciales del trabajo en red para las microempresas y una visión general de las mejores prácticas en el sector 4.2 Potenciar sus habilidades para el trabajo en red <ul style="list-style-type: none"> ● Cómo crear una red eficaz 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Cómo comunicarse y colaborar eficazmente con sus iguales y socios comerciales <p>4.2 Herramientas y otros recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas y recursos en línea y presenciales para ayudarle a mejorar sus habilidades de creación de redes <p>4.3 Actividad de aprendizaje: Cómo construir una red</p> <p>Se pedirá a las personas participantes que piensen y redacten una estrategia básica para ampliar su red empresarial y aplicar sus habilidades de colaboración y creación de redes.</p>
<p>Actividades de aprendizaje y Habilidades para la vida conectadas</p>	<p>1. Tela de araña Duración: 30 minutos Número de personas participantes: 16 como máximo Presencial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pida a las personas participantes que se sienten en círculo, lo más cerca posible unas de otras. Coja un ovillo de hilo y déselo a un/a participante para que empiece el ejercicio. • Diga que el objetivo del ejercicio es dar una respuesta positiva a los demás. • La persona que comienza el ejercicio pone el extremo del hilo de la cuerda alrededor de su dedo. • A continuación, lanza el ovillo de hilo a otro miembro del grupo, dándole una retroalimentación personal; por ejemplo, «Anna, me ha gustado mucho la forma en que se te ocurren ideas para trabajar bajo presión». • Este/a participante coge el ovillo de hilo y se pone el hilo alrededor del dedo, elige a otro/a participante y le lanza el ovillo mientras le da de nuevo su opinión. • De este modo, habrá una línea de conexión entre todas las personas participantes y, al cabo de un rato, un montón de líneas que se cruzan, formando una red en forma de telaraña. • Pida a las personas participantes que den su opinión a quienes aún no han sido incluidos. • Después de que todas las personas (incluida la inicial) hayan recibido comentarios, puede continuar con afirmaciones de «libre elección» hasta el final de la actividad. Por ejemplo: Pida a las personas participantes que se dirijan personalmente a la otra persona, no en general; así que no digan «he disfrutado trabajando con Julia», sino «Julia, he disfrutado trabajando contigo». • Una vez finalizado el ejercicio, pida a las personas participantes que se pongan de pie e intenten mover la telaraña moviendo sus manos conectadas. • Puede reflexionar sobre el número y la fuerza de las conexiones y la interconexión dentro del grupo. También puede debatir sobre lo beneficioso que es el trabajo en red para los negocios y pensar en cómo puede beneficiarse de las conexiones que ha hecho en este curso.

	<p>Este ejercicio puede ayudar a desarrollar las habilidades sociales, a reflexionar sobre lo aprendido, a dar y recibir retroalimentación, al pensamiento creativo y crítico.</p> <p>2. Debate de caso Duración: 60-75 minutos Número de participantes: 16 como máximo Presencial, sincronización en línea</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Divida al grupo en grupos más pequeños de cuatro. ● Deje 45 minutos. ● Cada miembro del grupo tiene 15 minutos para compartir con los demás de su grupo un caso/una historia de su propia vida profesional/de su trabajo durante la pandemia. ● La persona formadora deberá controlar el tiempo y avisar a los grupos cuando hayan transcurrido los 15 minutos para que cada miembro del grupo tenga la oportunidad de hablar. ● Las personas participantes deben elegir un caso que les haya resultado difícil, no estuvieran seguras de cómo reaccionar, se sentían inseguras, etc. ● Las demás pueden reflexionar y compartir su propia opinión sobre esta historia, compartir cómo habrían reaccionado en esa situación, qué harían, etc. Debaten y acuerdan una solución. ● Después de 60 minutos, el grupo debe elegir una de las historias y presentarla como una pequeña obra de teatro. Deje tiempo para que las personas participantes se pongan de acuerdo sobre cómo presentarla. ● La obra de teatro debe representar las dificultades encontradas en la situación elegida y ofrecer una solución. <p>Este ejercicio puede ayudar a desarrollar las habilidades sociales, la resolución de problemas y el pensamiento creativo y crítico.</p>
Métodos de enseñanza	<p>Todo el curso se basa en el método de aprendizaje electrónico. Se pueden aplicar dos técnicas de forma diferenciada o combinada:</p> <p>A) Sincrónico Presentaciones PPT, debate, preguntas y respuestas</p> <p>B) Asíncrona Presentaciones PPT, estudio a ritmo propio</p>
Recursos necesarios	<p>Ordenador portátil o PC, conexión a Internet, ovillo de hilo (para la actividad de aprendizaje)</p>
Evaluación	<p>Actividad de aprendizaje: Cómo construir una red</p>
Duración	<p>✓ Estudiar: 3 horas</p> <p>✓ Actividades de aprendizaje: 2 horas</p>
Consejos para el personal formador	<p>Este módulo trata de la importancia del trabajo en red. Las personas formadoras deben centrarse en crear un sentido de colaboración. Para los/as profesionales del sector creativo y cultural es fundamental desarrollar una red de contactos con otros profesionales, aunque realicen un trabajo similar o el mismo. La competencia dentro de estos sectores debería sustituirse por la colaboración. La actividad final es útil, ya que ofrece al alumnado la</p>

[Redacted] oportunidad de crear una red y aplicar todo lo que han aprendido en este módulo.

5. Evaluación

El último paso tiene como objetivo proporcionar al personal formador/educador herramientas de evaluación, no sólo para participar en las evaluaciones formales del alumnado, es decir, la evaluación de los conocimientos y competencias adquiridos al final de cada módulo y al final del curso, sino también información cualitativa sobre los resultados del aprendizaje. Por lo tanto, se proponen tres métodos de evaluación: un cuestionario de satisfacción, una evaluación de conocimientos y competencias (anterior y posterior a la formación), y cuestionarios -presentes en la plataforma Moodle del curso online GRACE- que el alumnado tiene que completar durante las sesiones en línea. El objetivo de la evaluación es identificar el impacto de la formación y proporcionar una retroalimentación valiosa y tangible para futuras mejoras.

5.1 Cuestionario de satisfacción

El cuestionario de satisfacción puede presentarse en diferentes formatos, por ejemplo, formularios de Google, hoja física, Mentimeter. Dadas estas particularidades y los diferentes recursos de cada persona formadora y educadora, se presenta el contenido del cuestionario dividido en cuatro (4) grupos principales: organización, contenido de aprendizaje, personal formador y evaluación global. El alumnado debe rellenar el cuestionario después o durante la última sesión.

Cada pregunta se clasificará en una escala de 1 a 5, que representa lo siguiente:

1 - Malo; 2 - Regular; 3 - Bueno; 4 - Muy bueno; 5 – Excelente

Organización - Cómo evalúa (alumno/a) la organización de la formación en términos de:

- Facilidad de contacto con el personal formativo
- Disponibilidad del personal formativo
- Aclaración adecuada de las preguntas y resolución de los problemas
- Respuesta oportuna a los problemas/las preguntas
- Acceso a la plataforma de aprendizaje
- Información inicial sobre el uso de la plataforma Moodle
- Calidad de la mediación en las sesiones sincrónicas

Contenido del aprendizaje - Cómo evalúa (alumno/a) el contenido de la formación en términos de:

- Adecuación a los objetivos establecidos
- Adecuación a las necesidades/aprendizaje del alumnado
- Utilidad de los contenidos para el trabajo y las actividades diarias del alumnado
- Aplicación de los contenidos al trabajo y a las actividades cotidianas del alumnado
- Adecuación de la documentación de apoyo y de la bibliografía puesta a disposición

Personal formador - Cómo evalúa (alumno/a) al personal formador en términos de:

- Dominio y claridad en la presentación de los contenidos
- Uso de un lenguaje claro y accesible; capacidad de estimular la participación del alumnado
- Capacidad para responder a las dudas y/o preguntas
- Relación con el alumnado
- Gestión del tiempo de la sesión

Evaluación global - En general, cómo evalúa (alumno/a) la formación teniendo en cuenta los siguientes aspectos?

- Adecuación de los temas tratados a su nivel de conocimiento
- Adquisición de nuevos conocimientos y habilidades
- Satisfacción general

5.2 Evaluación de conocimientos y competencias (anterior y posterior a la formación)

El objetivo de la evaluación de conocimientos y competencias es valorar el impacto del curso en el alumnado. Respondiendo a la evaluación antes y después del curso se puede establecer una comparación viable. Cada parámetro se clasificará en una escala de 1 a 5. El alumnado evaluará sus competencias y conocimientos al principio y al final del curso.

Lugar:

 Nombre del/de la
alumno/a:

Pautas para su realización: el siguiente cuadro pretende identificar el nivel de desarrollo de las competencias a adquirir de la acción formativa. Por favor, marque con una cruz (X) la casilla que, en su opinión, mejor corresponda a su nivel de desarrollo. Gracias por su colaboración.

COMPETENCIAS ADQUIRIDAS

ANTES DE LA FORMACIÓN

DESPUÉS DE LA FORMACIÓN

Evaluación					
Fecha:					
	1	2	3	4	5
Conocimientos	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	<i>Parcialmente en desacuerdo</i>	<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>Parcialmente de acuerdo</i>	<i>Totalmente de acuerdo</i>
Entiendo el papel de un/a emprendedor/a digital					
Puedo identificar las diferencias entre una persona emprendedora típica y una digital					
Conozco las tendencias actuales de transformación digital y sus efectos en la industria cultural					
Puedo identificar y comprender los retos y limitaciones operativas del emprendimiento digital					

Evaluación					
Fecha:					
	1	2	3	4	5
Puedo identificar y comprender las nuevas perspectivas y soluciones aportadas al emprendimiento digital debido a la pandemia					
Reconozco los requisitos para crear y mantener una tienda en línea					
Comprendo las ventajas e inconvenientes relacionados con el comercio en línea					
Conozco los diferentes tipos de propiedad intelectual y su papel e importancia en el comercio en línea					
Comprendo la evolución e importancia del marketing digital					
Habilidades	<i>Totalmente en desacuerdo</i>	<i>Parcialmente en desacuerdo</i>	<i>Ni de acuerdo ni en desacuerdo</i>	<i>Parcialmente de acuerdo</i>	<i>Totalmente de acuerdo</i>
Puedo analizar y seleccionar la mejor plataforma en línea para vender mi producto/servicio					
Puedo realizar transacciones seguras en línea					
Conozco los distintos recursos para el marketing digital y puedo tomar una decisión informada sobre qué métodos utilizar					

	Evaluación				
	Fecha:				
	1	2	3	4	5
Puedo definir la misión y la visión de mi negocio/empresa y el público objetivo					
Puedo utilizar el modelo de marketing de las 4 P					
Comprendo y puedo utilizar las estrategias básicas relativas a la optimización de los motores de búsqueda					
Puedo identificar el spam y los bots y comprender sus respectivas amenazas					
Puedo utilizar métodos para mantener la seguridad de mi negocio					
Entiendo la importancia de las redes y puedo crear y fomentar colaboraciones negocio a negocio (B2B)					

Referencias bibliográficas

Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 11

Lee, J. W., & Lee, S. H. (2019). User participation and valuation in digital art platforms: The case of Saatchi Art. *European Journal of Marketing*, 53(6), 1125–1151.

Kapoor, P. (2019). How to boost employee creativity with technology, and why you should. <https://thriveglobal.com/stories/boosting-employee-creativity-with-technology/>.

Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). Corporate entrepreneurship: A critical challenge for educators and researchers. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 1(1), 42–60.

Landry, L. (2017). The importance of creativity in business. <https://www.northeastern.edu/graduate/blog/creativity-importance-in-business/>.

Cusumano, M. A., Gawer, A., & Yoffie, D. B. (2019). *The business of platforms: Strategy in the age of digital competition, innovation, and power*. Harperbusiness.

Filardi, F., Barros, F. D., & Fischmann, A. A. (2014). From the homo entrepreneur to the contemporary entrepreneur: the evolution of the entrepreneurial characteristics from 1848 to 2014. *Revista Ibero-Americana de Estrategia*, 13(3), 123-141. <https://doi.org/10.5585/riae.v13i3.2130>

Guthrie, C. (2014). The digital factory: A hands-on learning project in digital entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115.

Hull, C. E. K., Hung, Y. T. C., Hair, N., Perotti, V., & DeMartino, R. (2007). Taking advantage of digital opportunities: a typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4 (3), 290-303. <https://doi.org/10.1504/IJNVO.2007.015166>

The Strategic Digital Media Entrepreneur, First Edition. Penelope Muse Abernathy and JoAnn Sciarrino. © 2019 John Wiley & Sons, Inc. Published 2019 by John Wiley & Sons, Inc. Companion website:

www.wiley.com/go/abernathy/StrategicDigitalMediaEntrepreneur

Culture Shock: COVID-19 and the Cultural and Creative Sectors / Organisation for Economic Co-operation and Development. Paris: OECD, 2020. OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). Web.

Massi, M., Vecco, M., & Lin, Y. (Eds.). (2020). *Digital Transformation in the Cultural and Creative Industries: Production, Consumption and Entrepreneurship in the Digital and Sharing Economy* (1st ed.). Routledge. <https://doi-org.libproxy.ucl.ac.uk/10.4324/9780429329852>

Newman, B. (2010). Inventing the future of the arts: seven digital trends that present challenges and opportunities for success in the cultural sector. *20under40: Re-Inventing the Arts and Arts Education for the 21st Century*, 15(2), 3–19

Samdanis, M. (2016). Art and information technologies. In J. Hackforth-Jones & I. Robertson (Eds.), *Art business today: 20 key topics* (pp. 164–172). London: Lund Humphries.

Velthuis, O. (2014). The impact of globalisation on the contemporary art market. In A. M. Dempster (Ed.), *Risk and uncertainty in the art world* (pp. 87–108). London: Bloomsbur



Organizaciones socias del proyecto

