



Nº Proyecto: 101052145

FORMACIÓN

MANUAL

(Segunda parte)

Índice

1. **Presentación del proyecto**
2. **Sobre el aprendizaje formal, no formal e informal**
3. **Sobre emprendimiento social**
4. **¿Cómo construir una empresa social?**
5. **El Modelo Entrecomp**
6. **Habilidades de un emprendedor social**
7. **15 Talleres**
 - **Motivación, Autoconciencia y Conocimiento de Uno Mismo**
 - **Necesidad de análisis**
 - **Análisis de las partes interesadas**
 - **Análisis de Objetivos de tu empresa social**
 - **Evaluación de Capacidades y Ambición**
 - **Desarrollo de ideas creativas**
 - **Desarrollo de modelos emprendedores sociales**
 - **Establecimiento de Objetivos, Misión y Visión**
 - **Mapeo de la competencia**
 - **Marketing para empresas sociales**
 - **Evaluación del impacto social**
 - **Financiamiento y programas para startups sociales**
 - **Gestión financiera**
 - **Recursos Humanos**
 - **Escalado, capacitación y crecimiento**

8. **Formación de formadores en Grecia**

9. **Webinars**

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



1. Presentación del proyecto

«**EYES: Entrecomp para crear empleabilidad juvenil y valores sociales**» es un proyecto de 24 meses que involucra a seis países de la UE y el Mediterráneo meridional. Se basa en una serie de consideraciones relacionadas con los desafíos de la juventud y la sociedad durante la pandemia. Además, la idea del proyecto es trabajar juntos para la reconstrucción y un nuevo comienzo.

Nuestro proyecto tiene como objetivo explotar el potencial del Emprendimiento Social y su atractivo para las nuevas generaciones, incluyendo un enfoque de trabajo juvenil, para proporcionar una respuesta a las carreras de la juventud y la posibilidad de abordar desafíos sociales al mismo tiempo.

Con EYES, queremos equipar a los trabajadores de ONG y trabajadores juveniles con herramientas para promover y educar a la juventud en Emprendimiento Social y crecimiento sostenible.

El consorcio combina prácticas emprendedoras, el enfoque de trabajo juvenil y la metodología de educación no formal para proporcionar un conjunto de competencias útiles para construir proyectos de emprendimiento social. Analizamos el concepto de emprendimiento social, especialmente tres aspectos:

- Habilidades necesarias para crear una empresa emprendedora con un impacto social, basadas en ENTRECOMP
- Modelos de ideas emprendedoras, especialmente el modelo CANVAS aplicado a la empresa social
- Aspectos diferentes del impacto social conectados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

1.1. Objetivos

Nuestros objetivos son:

- Para mapear las necesidades, ideas, herramientas y prácticas exitosas relacionadas con el emprendimiento social en países del Mediterráneo y la UE.
- Para desarrollar nuevos modelos educativos para proporcionar habilidades y conocimientos necesarios a los jóvenes para crear empresas sociales y a activistas y trabajadores juveniles para actuar como multiplicadores.

- Para apoyar la creación de redes locales y en línea intersectoriales que trabajen para crear nuevos proyectos empresariales con impacto social.
- Para fortalecer la cooperación Euromed para responder a desafíos juveniles comunes como el desempleo, la migración y la reconstrucción post-COVID.

1.2. Los socios del proyecto EYES son:

- **Associazione TDM 2000**, Italia. (Coordinador)

- **Institute of Entrepreneurship Development, IED**, Grecia.

- **Fundación Xul**, España.

- **SEEDS**, Jordania.

- **Have a dream**, Egipto.

- **Les Scouts Tunisiens**, LST, Túnez.



XUL Fundación

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

2. Sobre el aprendizaje formal, no formal e informal

Educación no formal: se puede definir como un método educativo estructurado que prioriza métodos dinámicos, creativos y cooperativos de aprendizaje (como roleplays, simulaciones, dibujos y discusiones en grupo) en lugar de un enfoque formal hecho con conferencias y rutas de aprendizaje impuestas.

Debe ser distinto del Aprendizaje Informal (que, en ocasiones, podría ser incorporado en nuestros programas), ya que este es un tipo de "aprendizaje accidental", relacionado con todas las habilidades adquiridas en la vida diaria en el marco de la familia, el trabajo, el ocio y el deporte, sin objetivos establecidos, motivos o programas, y puede ser que no haya intención consciente de aprender y ni siquiera la conciencia de que se está aprendiendo.

En cambio, el Aprendizaje No Formal es consciente y voluntario y siempre estructurado con programas, horarios, tiempos gestionados, objetivos establecidos y un ciclo de evaluación.

Características típicas de un programa de Aprendizaje No Formal son las siguientes:

- Fuera de edificios formales. A diferencia de los programas formales que suceden en escuelas o universidades, estos programas pueden ocurrir en diferentes lugares, incluyendo la naturaleza o, en nuestro caso, campos de fútbol/deportes.
- No jerárquico. El proceso de aprendizaje en NFE prevé que los entrenadores/facilitadores estén en el mismo nivel que los "estudiantes" o participantes. Todos pueden aprender de cada uno y el entrenador es más un guía (que proporciona también entradas teóricas e insights donde sea necesario) que un maestro.
- Voluntario. Las actividades dentro de este marco nunca son obligatorias, pero los participantes deben estar motivados para participar.
- Espacio seguro. Es importante tener un buen equipo en el inicio donde todos puedan sentirse seguros y respetados, ya que necesitaremos la contribución de cada uno sin temor a expresar diferentes opiniones o temor a estar equivocado.
- Estructurado con objetivos precisos. Como mencionado, NFE siempre está estructurado con un plan y cada actividad individual tiene un conjunto de objetivos para alcanzar al final, que pueden ser evaluados al final.

- **Objetivos educativos.** Aunque algunas actividades pueden ser muy divertidas o divertidas, el entretenimiento en sí mismo nunca debe ser el objetivo final de las actividades de NFE, sino solo un impulso para que los participantes disfruten de su aprendizaje. Todas las actividades tienen como objetivo final producir una experiencia de aprendizaje o ser instrumentales para hacerlo lo más productivo posible (como actividades de equipo, por ejemplo).
- **Experiencial.** El aprendizaje no formal prioriza la práctica sobre la teoría. Los participantes se ponen a hacer una experiencia (una simulación, un juego de algún tipo, un brainstorming sobre un tema) y luego reflejan sobre ella, debriefing la experiencia con el entrenador y moviéndose hacia encontrar soluciones a los problemas identificados, para aplicarlos en su vida diaria y de manera sistemática. Los participantes siempre deben ser invitados a "Aprender haciendo".
- **Estimula la creatividad y la participación.** Los talleres desarrollados quieren que los participantes usen su creatividad e imaginación. Cuanto más estén estimulados a participar en discusiones y trabajo, más el grupo entero se beneficiará de la conocimiento y las ideas de cada otro.
- **Centrado en el aprendiz.** Las actividades deben siempre estar enfocadas en objetivos que se dirigen a las necesidades de los participantes, en términos de objetivos, pero también de su capacidad y conocimiento. Todo debe ser adaptado al grupo de participantes para tener el mayor impacto.
- **Enfoque holístico.** Mientras que la educación formal típicamente prioriza el aumento del conocimiento sobre la teoría y menos sobre la práctica, el aprendizaje no formal trabaja para afectar nuestras acciones en tres dimensiones de aprendizaje: Conocimiento (o lo que obtienes con tu cerebro), Habilidades (lo que puedes hacer con tus manos) y Actitudes (comportamientos y valores guiados por el corazón).
- **Cooperación vs Competencia.** En lugar de tratar de entender quién es el mejor "estudiante de la clase", nuestro enfoque pone a las personas en grupos para cooperar hacia el aprendizaje comunitario en lugar de indultar en la competencia para ver quién sabe más sobre un tema determinado. El objetivo final es el aprendizaje, después de todo, por lo que el hecho de que alguien sabe menos nunca debe ser un obstáculo. Si alguien sabe mucho sobre un tema, se debe invitar a compartir su experiencia con los demás lo más posible.

- Autoevaluación y sin calificaciones ni diplomas. Nadie puede juzgar el nivel de preparación alcanzado por un participante en el campo de los talleres educativos desarrollados. En su lugar, debe haber un proceso de evaluación que incluya una estimulación de autoevaluación para que los participantes se den cuenta por sí mismos lo que han estado aprendiendo durante las actividades. Por esta razón, nadie puede dar votos o calificaciones, ni hacer exámenes.



3. Sobre emprendimiento social

El emprendimiento social es un enfoque para desarrollar, financiar e implementar soluciones a problemas sociales, culturales o ambientales. Este concepto puede ser aplicado a una amplia gama de organizaciones, que varían en tamaño, estructura y objetivos.

Los Empresarios con ánimo de lucro suelen medir su desempeño utilizando métricas empresariales como el beneficio, los ingresos y el aumento de los precios de las acciones. Los emprendedores sociales, sin embargo, suelen combinar objetivos lucrativos para poder autofinanciar su negocio con la generación de un "retorno positivo para la

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

sociedad", que suele medirse mediante indicadores de rendimiento clave y el logro de objetivos sociales.

Por lo tanto, deben utilizar métricas diferentes. El emprendimiento social suele intentar lograr objetivos sociales, culturales y ambientales amplios, a menudo asociados con el sector voluntario en áreas como la reducción de la pobreza, la atención médica, la sostenibilidad ambiental y el desarrollo comunitario. Por ejemplo, una organización que busca proporcionar vivienda y empleo a los sin hogar puede operar un restaurante, tanto para recaudar dinero como para proporcionar empleo a los sin hogar. Más ejemplos pueden encontrarse en las mejores prácticas listadas en nuestro sitio web <https://socialentrepreneurship-youth.eu>.

El debate sobre la base en la que los individuos o organizaciones pueden ser definidos como emprendedores sociales sigue en curso. Hasta ahora, no ha habido un consenso firme sobre la definición del emprendimiento social, ya que muchos campos, disciplinas y tipos de organizaciones están asociados con el emprendimiento social, desde empresas lucrativas hasta modelos híbridos que combinen trabajo caritativo con actividades empresariales, hasta organizaciones sin fines de lucro, organizaciones del sector voluntario y organizaciones no gubernamentales, dependiendo también de la cultura y el sistema legal del país en el que se basan.

La UE lo define como una entidad que combina actividad emprendedora con un propósito social. Su objetivo principal es tener un impacto social, en lugar de maximizar los beneficios para los propietarios o accionistas. Las empresas que proporcionan servicios y bienes sociales y/o servicios a personas vulnerables son ejemplos típicos de empresas sociales.

Más información sobre el emprendimiento social en los 6 países involucrados en EYES se puede encontrar también en el Manual 1 desarrollado dentro de este proyecto.

4. ¿Cómo construir una empresa social?

- 1) Pregúntate qué te está impulsando a hacerlo antes de emprender este camino. Es esencial que estés claro sobre tu propósito social, ya que esto será lo que te diferenciará de una empresa mainstream.

- 2) Recuerda que una buena idea de negocio debe estar arraigada en la realidad del mercado. Aunque puedas estar motivado por tu idea inicial para seguir el camino de desarrollar una empresa social, recuerda que más tarde en el proceso puedes tener que alterar o abandonarla completamente si no hay mercado.
- 3) Trabaja para identificar a todas las personas y organizaciones que tienen una conexión o influencia sobre tu organización.
- 4) Evaluación de la cultura empresarial y elementos fundamentales para tu negocio, como tus riesgos y capacidad. Considera qué podría hacer que te falles y cómo reaccionarías a ello.
- 5) Piensa en varios enfoques diferentes que podrías seguir para iniciar un negocio en lugar de esperar a que te iluminen sobre el camino exacto para seguir.
- 6) Determina si hay un mercado para tu idea y prepárate para analizarlo exhaustivamente y probar tu producto o servicio.
- 7) Estima qué recursos necesitarás para empezar con tu idea y dónde podrías encontrarlos. Piensa en las estrategias que podrías seguir para recaudar fondos, encontrar recursos humanos, espacios, activos y más.
- 8) Crea un plan detallado tratando de considerar todos los aspectos que podrías necesitar considerar y la estrategia temporal que planeas seguir, y cómo medir tus logros (este manual te ayudará a pensar en ello).
- 9) Ve al mercado y comienza con el duro trabajo.



5. Modelo Entrecomp:

El modelo Entrecomp es el marco de referencia desarrollado por la Comisión Europea para explicar qué se entiende por un Enfoque Emprendedor.

El modelo tiene como objetivo hacer que los individuos, equipos y organizaciones puedan actuar sobre oportunidades e ideas, trabajar con otros y gestionar carreras dinámicas y moldear el futuro para el bien común.

El modelo Entrecomp define el emprendimiento como la capacidad de actuar sobre oportunidades e ideas y transformarlas en valor para otros. El valor creado puede ser financiero, cultural o social.

Con esto en mente, es claro que este modelo es muy importante para nuestro proyecto también, que se basa en el marco Entrecomp para trabajar en la creación de valor social a través de empresas emprendedoras creadas y gestionadas por jóvenes.

Este marco de referencia común identifica 15 competencias en tres áreas clave que describen qué significa ser emprendedor, ofreciendo una descripción exhaustiva de los conocimientos, habilidades y actitudes necesarios

Las tres áreas clave (Ideas & Oportunidades, Recursos En Acción) están relacionadas con el establecimiento inicial de un proyecto o empresa emprendedora, las competencias necesarias para trabajar de manera efectiva con uno mismo, otros seres humanos y recursos materiales, y la implementación práctica de una idea emprendedora.



Cada área contiene un conjunto de 5 competencias relacionadas, lo que hace un total de 15 competencias que, según el modelo, crean un enfoque emprendedor. Las competencias también se exploran y dividen en "hilos" (60 en total), que describen y explican qué significa la competencia en la práctica. La lista completa de hilos se puede encontrar en el [Entrecomp Into Action – User Guide](#).

Cada competencia puede ser dominada en 8 niveles de progreso diferentes, desde Fundación hasta Experto, y el marco lista un total de 442 resultados de aprendizaje que se pueden alcanzar en las áreas relevantes para el enfoque emprendedor.

El proyecto EYES y este manual se basan en las habilidades y competencias necesarias para ser un emprendedor social según este modelo.

Puede encontrar más información sobre el modelo EntreComp [en el sitio web oficial de la CE.](#)

6. Habilidades de un emprendedor social

El proyecto EYES tiene como objetivo proporcionar a los jóvenes las habilidades, el conocimiento y las competencias necesarias para convertirse en un emprendedor social exitoso.

Esto incluye un trabajo extenso sobre diferentes conceptos y la idea de entender qué competencias se necesitan para iniciar una empresa social desde la idea, los valores fundadores, el análisis de campo antes de comenzar, la gestión de ella y los muchos aspectos que componen una aventura emprendedora.

Muchos de estos son comunes con las actividades emprendedoras tradicionales, pero algunos son más específicos o importantes que otros cuando se desea construir una empresa con un propósito social e impacto.

Al pensar inicialmente en los conceptos importantes para tener en cuenta al desarrollar el camino educativo para un emprendedor social futuro, consideramos la educación emprendedora tradicional, el modelo Entrecomp, los resultados de nuestro análisis de campo (disponibles en el manual 1 de estas publicaciones) y los resultados de nuestras movilidades internacionales en Egipto y Grecia.

El resultado es un conjunto de habilidades que se consideran fundamentales para profundizar en la idea de convertirse en un emprendedor social, y que fusionamos en nuestros talleres y webinars desarrollados después, disponibles en nuestro sitio web. <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes> .

La lista (no exhaustiva y no en orden de importancia) es la siguiente:

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

- Liderazgo
- Solidaridad
- Ética empresarial
- Redes
- Comunicación
- Trabajo en equipo
- Mentalidad analítica
- Educación financiera
- Capacidad de gestión
- Autoconciencia
- Ambición
- Capacidad de evaluación
- Creatividad
- Conducir
- Resolución de problemas
- Pensamiento crítico
- Participación comunitaria
- Aprendizaje por errores

7. 15 Workshops

Aquí se encuentra la lista de talleres que se encuentran en este manual. En nuestro sitio web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>, puedes encontrar información adicional y presentaciones, inspiración de empresas sociales existentes, y enlaces a otros proyectos relevantes, herramientas y a nuestra comunidad.

- 1) Motivación, autoconciencia y conocimiento de uno mismo
- 2) Necesidad de análisis
- 3) Análisis de las partes interesadas
- 4) Análisis de los objetivos de su empresa social
- 5) Evaluación de capacidades y ambición
- 6) Desarrollo de ideas creativas

- 7) Modelos de emprendimiento social
- 8) Fijación de objetivos, misión y visión
- 9) Mapa de Competencia
- 10) Marketing para empresas sociales
- 11) Evaluación del impacto social
- 12) Recaudación de fondos y programas para startups sociales
- 13) Gestión financiera
- 14) Recursos humanos
- 15) Ampliación, formación y crecimiento

7.1 - Motivación, autoconciencia y conocimiento de uno mismo

Título del taller: <i>De ti mismo a tu negocio social</i>
Número de taller: <i>1</i>
Temas: <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Autoconciencia</i> ● <i>Valores</i> ● <i>Motivación</i>
Métodos utilizados (por ejemplo, lluvia de ideas, simulación, collage, teatro...): <i>Autorreflexión, Debates, Trabajo en grupos reducidos, Negociaciones, Lluvia de ideas</i>
Público objetivo: <i>Jóvenes entre 16-30 –Grupo ideal de 8-24 personas</i>
Duración: <i>120 minutos</i>
Materiales: <i>Papel, rotuladores/bolígrafos, rotafolios, cinta adhesiva para papel, eventualmente proyector</i>

Objetivos:

- *Para conocerte mejor y entender cuáles son tus valores y prioridades*
- *Conseguir tu motivación para impulsar el cambio a través de empresas sociales*
- *Poner en marcha ideas empresariales sociales partiendo de tus propios valores y objetivos personales*

Actividad:

Introducción (10 minutos)

Introduce la actividad explicando que durante la próxima sesión trabajaremos para explorar mejor quiénes somos y cuáles son nuestros valores principales, conociéndonos mejor a nosotros mismos para entender qué nos apasiona.

Puedes empezar haciendo un par de preguntas como las siguientes para entrar en calor, o puedes utilizarlas en el debriefing:

- ¿Crees que sabes muy bien quién eres?
- ¿Te resulta fácil o difícil definirte para otra persona?
- ¿Con qué frecuencia reflexionas sobre quién eres?
- ¿Cómo afecta a tu forma de pensar y de comportarte?

¿Quién soy? (15 minutos)

Pide a los participantes que cojan un papel o su teléfono y que piensen, individualmente, en quiénes son, y que escriban 10 palabras/características que definan quiénes son, en 5-10 minutos.

Al terminar, puedes preguntarles si les ha resultado fácil o difícil encontrar 10 palabras que les definan y por qué.

También puedes pedirles que comprueben quién de ellos decidió poner las siguientes características (como ejemplos):

- Sexo
- Edad
- Nacionalidad
- Religión
- Trabajo/Ocupación
- Rasgos personales
- Habilidades

A continuación, puede discutir hasta qué punto son importantes, en su opinión, para definirse a sí mismos y por qué.

Descríbete (25 minutos):

En el siguiente ejercicio, las personas deben dividirse en parejas.

Durante los 3 primeros minutos, una persona puede describirse a sí misma a la otra y, cuando termina, la segunda hace lo mismo.

La única regla es que la otra persona sólo tiene que escuchar y no puede hacer preguntas.

En el siguiente paso, tendrán 5 minutos cada uno para repetir la experiencia, pero la otra persona puede hacer tantas preguntas como quiera.

Al final, pide que reflexionen sobre la experiencia.

¿En qué se diferenció la primera de la segunda? ¿Cuáles fueron las diferencias?

¿En qué caso fue más fácil descubrir más sobre el otro? ¿Descubriste algo nuevo sobre ti mismo o reflexionaste sobre algunos aspectos en los que no habías pensado antes? ¿Aparecieron también algunas preguntas en tu mente?

Recuerda que el mismo ejercicio se puede hacer sobre cualquier cosa que tengas en mente y que aparentemente parezca estar muy clara, como cuando se trata de pensar sobre quién eres, y qué debatir con los demás es una parte muy importante del análisis de tus ideas, por lo que puede ser un ejercicio útil para practicar también sobre tu futuro negocio social.

Explica que en la siguiente parte intentaremos conectar los pensamientos sobre ti mismo con lo que te motiva y finalmente con algunas posibles ideas de emprendimiento social.

Cuáles son nuestros valores comunes (20 minutos)

Pide a los participantes que vuelvan a trabajar individualmente y que escriban en una lista los 5 valores principales que les guían en su vida y que son importantes para ellos.

Los 5 valores deben clasificarse por orden de importancia y escribirse en un papel (puedes utilizar el mismo de antes en la parte de atrás) para que sean visibles.

Si a los participantes les cuesta entender qué son los valores, dales algunas definiciones y ejemplos, como «Justicia», «Libertad», «Independencia», «Dinero», «Igualdad», «Fama», «Familia», «Religión», etc.

Después de que hagan la lista, pídeles que se la peguen en el pecho con un trozo de cinta adhesiva de papel.

A partir de ese momento, tienen 10 minutos para dar vueltas y ver las listas de los demás. Después del ejercicio de antes, ya saben dialogar y hacer preguntas, y pueden hacer tantas como quieran, además de debatir.

Después de discutir con los demás, tienen que agruparse en grupos de 3-5 personas, según los valores similares que encuentren en sus listas o sobre los que discutan.

Por ejemplo, si algunas personas tienen valores diferentes pero ven que todos van en el paraguas de la «solidaridad» o la «prosperidad», pueden agruparse.

Conectar los valores con las ideas (30 minutos)

Después de haber encontrado su grupo, pida a los participantes que utilicen los valores que tienen en común para pensar en lo siguiente:

Qué es lo que más les importa

Qué pueden ver en su sociedad, en el entorno, en la comunidad, que no se ajuste a sus puntos de vista y valores

Tratar de identificar una cuestión principal sobre la que les gustaría hacer algo.

A partir de ahí, los grupos tienen que pensar qué acciones podrían ser útiles en la práctica para resolver esa cuestión o darle una respuesta en su contexto, que potencialmente podría desarrollarse más adelante.

Es importante que se tomen en serio esta tarea y dediquen todo el tiempo que

puedan a desarrollar el mayor número posible de ideas y detalles, ya que se supone que el tema les interesa de verdad.

Conclusiones (10 minutos)

Los grupos de participantes, uno por uno, presentan el resultado de su debate y lo que se les ha ocurrido.

Los demás participantes pueden hacer preguntas.

Hoja de trabajo (si las hay)

Si a los participantes les cuesta entender los valores, puedes darles esta lista preparada:

TOLERANCIA - AMOR - PACIENCIA - CURIOSIDAD - ACEPTACIÓN DE OTRAS CULTURAS - AMPLITUD DE MIRAS - COMPRENSIÓN - DIVERSIDAD - LIBERTAD - JUEGO LIMPIO - JUSTICIA - AMISTAD - COMPETENCIA - IGUALDAD - INDEPENDENCIA - NO DISCRIMINACIÓN - FIDELIDAD - DIGNIDAD - RESPETO - DEMOCRACIA - DERECHOS HUMANOS - VERDAD - VALOR CIVIL - NACIONALISMO - ORGULLO - SOLIDARIDAD (AYUDAR A LOS DEMÁS) - GENEROSIDAD - CARIDAD - ASISTENCIA - INTIMIDAD - ARTE - SERVICIO PÚBLICO - EMPATÍA - LOGROS PROFESIONALES - RETOS PSÍQUICOS - CRECIMIENTO - PLACER - PROMOCIÓN Y ASCENSO - AVENTURA - TENER FAMILIA - PODER Y AUTORIDAD - AFECTO (AMOR Y CARIÑO) - PODER Y AUTORIDAD. EMPATÍA - LOGROS PROFESIONALES - RETOS FÍSICOS - CRECIMIENTO - PLACER - PROGRESO Y PROMOCIÓN - AVENTURA - TENER UNA FAMILIA - PODER Y AUTORIDAD - AFECTO (AMOR Y CARIÑO) - HONRADEZ - PUREZA - CALIDAD DE LO QUE HAGO - COMUNIDAD - ARMONÍA INTERIOR - RECONOCIMIENTO (RESPETO DE LOS DEMÁS) - RELIGIÓN - COMPETENCIA - RESPONSABILIDAD - SEGURIDAD - CREATIVIDAD -

DEMOCRACIA - SERENIDAD - LEALTAD - SER FIEL - MERITOCRACIA - PAZ -
DINERO - SABIDURÍA - FAMA - DESARROLLO PERSONAL - ESTABILIDAD
ECONÓMICA

Comentarios adicionales (si hay):

Los tiempos pueden variar mucho en función de cuánto necesitan los participantes profundizar en sí mismos para reflexionar. Además, dependiendo de la amplitud del grupo, puede llevar más o menos tiempo.

7.2 – Necesidad de análisis

Título del taller: *¿Por qué es importante el análisis de necesidades para un empresario social*

Número del taller: 2

Temas:

- *Introducción al análisis de necesidades para emprendedores sociales.*

- *Aprenda a realizar un análisis de necesidades con facilidad.*
- *Aumente sus conocimientos sobre cómo utilizar los resultados de un análisis de necesidades para desarrollar soluciones eficaces.*

Métodos usados: *Presentaciones, estudios de casos y debates en grupo*

Público objetivo: *Organizaciones sin ánimo de lucro, Líderes comunitarios, Empresarios, Jóvenes trabajadores, Empresarios sociales, Responsables políticos, Jóvenes*

Duración: *90-120 minutos*

Materiales: *Un local espacioso (por ejemplo, una sala de conferencias, para acomodar el tamaño del grupo), Pantalla o proyector, Rotafolios, Pizarra blanca/Pizarra de rotafolios, post-its y rotuladores.*

Objetivos:

- *Conozca en profundidad la importancia del análisis de necesidades para los emprendedores sociales.*
- *Aprender a realizar un análisis de necesidades con facilidad.*
- *Adquirir conocimientos sobre cómo utilizar los resultados de un análisis de necesidades para desarrollar soluciones eficaces.*
- *Comprender el papel crucial de la participación de las partes interesadas en el análisis de necesidades.*
- *Aprender a asignar recursos eficazmente basándose en los resultados de un análisis de necesidades.*
- *Comprender la importancia del seguimiento y la evaluación en el análisis de necesidades.*

Actividad:

Introducción al análisis de necesidades (25 min)

Debates interactivos en grupo: Se puede dividir a los participantes en pequeños grupos y darles un escenario relacionado con el análisis de necesidades. Pueden debatir y elaborar un plan de acción basado en el escenario, que luego se puede presentar al grupo en su conjunto para recabar su opinión y debatirlo.

● Estudios de caso (25 min)

Pueden utilizarse estudios de casos reales para ilustrar los conceptos y principios del análisis de necesidades. Se puede pedir a los participantes que analicen los casos prácticos y propongan soluciones.

● Sesión Lluvia de ideas (40 min)

Se puede pedir a los participantes que aporten ideas relacionadas con el análisis de necesidades, como métodos para recopilar datos o estrategias para la participación de las partes interesadas. Las ideas pueden registrarse y debatirse en grupo.

● Ejercicio de análisis de necesidades y presentaciones (35 min)

Se puede entregar a los participantes una plantilla de análisis de necesidades y pedirles que la rellenen basándose en un escenario hipotético. Los resultados pueden debatirse en grupo y se pueden aportar comentarios sobre cómo mejorar el análisis.

● Reflexión y recapitulación (5 min)

Reúna a todos los participantes en un debate reflexivo. Pídeles que compartan sus impresiones sobre el taller, lo que han aprendido y cómo pueden aplicar los conocimientos a situaciones del mundo real.

Invita a los participantes a que escriban sus principales conclusiones en notas adhesivas y las coloquen en una pizarra a la vista de todos.

Hoja de trabajo (si hay)

Las presentaciones se pueden encontrar en la carpeta dedicada en google drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55>

Comentarios adicionales (si hay):

Puede encontrar recursos adicionales en estos sitios:

- https://youtu.be/TDZ6_iVZIt0?si=W1apefYq_BSDAb0W
- <https://simplicable.com/new/business-needs-analysis>
- https://www.linkedin.com/advice/0/what-most-effective-needsanalysis-methods?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via

7.3 – Análisis de las partes interesadas

Título del taller: <i>Análisis de las partes interesadas</i>
Número del taller: 3
Temas: <i>Análisis de las partes interesadas, gestión de proyectos</i>
Métodos usados: Taller interactivo, ejercicios en grupo y debates en grupo
Público objetivo: 16-35 Jóvenes, Estudiantes, Trabajadores juveniles, Jóvenes empresarios
Duración: 120 minutos
Materiales: <i>Pizarra blanca, rotafolios, notas adhesivas, rotuladores, cronómetro</i>
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Familiarizar a los participantes con el papel fundamental que desempeñan las partes interesadas en el éxito de un proyecto o empresa. • Dotar a los participantes de técnicas básicas para identificar, evaluar y comprender los intereses y preocupaciones de las partes interesadas. • Capacitar a los participantes con estrategias esenciales para involucrar a las partes interesadas de forma eficaz, fomentando la colaboración y mejorando los resultados del proyecto.
<p>Actividad:</p> <p>Rompehielos (10 min) Actividad lúdica para ayudar a los participantes a conocerse y crear un ambiente cordial al inicio del taller.</p> <p>Introducción al análisis de las partes interesadas (30 min): Visión general de la importancia de las partes interesadas, su papel y los métodos básicos para comprender sus necesidades. Obtenga información sobre https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis/</p> <p>Ejercicio de identificación de las partes interesadas (45 min) :</p>

- Divida a los participantes en 2 o 3 grupos y asigne a cada grupo un tema de proyecto específico o una idea de negocio social (puede encontrar casos y ejemplos en nuestro sitio web). Indique a los grupos que:
- Identifiquen a las partes interesadas en el tema del proyecto asignado, teniendo en cuenta las diversas perspectivas e intereses representados.
- Analicen las preocupaciones, intereses e impacto potencial de las partes interesadas en el problema del proyecto.
- Debatir y proponer estrategias para gestionar eficazmente a estas partes interesadas a fin de abordar el problema del proyecto.

<https://www.sessionlab.com/methods/stakeholder-analysis>

Fase 3 Presentaciones (25 min): Cada grupo expone su análisis de la problemática del proyecto, identifica a las partes interesadas, debate sus preocupaciones, sugiere estrategias y predice posibles resultados. Fomente un debate en el que se comparen los métodos y las ideas de cada grupo.

Fase 4 Conclusiones y resumen (10 min): Resumir las principales conclusiones e ideas extraídas del análisis de escenarios y destacar la importancia de la participación de las partes interesadas para el éxito del proyecto.

Hoja de trabajo (si hay)

- Visión general del análisis de las partes interesadas: Definición, ventajas y herramientas
<https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis/>
- Guía para el ejercicio de mapeo del análisis de las partes interesadas
<https://www.sessionlab.com/methods/stakeholder-analysis>
- Plantillas y ejemplos de mapas de partes interesadas
<https://miro.com/templates/stakeholder-analysis/>

Comentarios adicionales (si hay):

1. Asegúrese de que todos los participantes participan en los debates y las actividades.
2. Proporcionar comentarios constructivos y motivación continua a los participantes.

7.4 – Análisis de los objetivos de su empresa social

<p>Título del taller: "Impulsar el cambio social: Estrategias innovadoras para captar e implicar al público en las empresas sociales"</p>
<p>Número de taller: 4</p>
<p>Temas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Qué son las empresas sociales 2. Análisis de los objetivos de su empresa social
<p>Métodos utilizados: Taller interactivo, ejercicios en grupo y debates en grupo</p>
<p>Público objetivo: De 5 a 20 Jóvenes, Estudiantes, Animadores juveniles, Jóvenes empresarios</p>
<p>Duración: 90-120 minutos</p>
<p>Materiales: Ordenador con conexión a Internet, proyector para las presentaciones, diapositivas con teoría y herramientas, pizarras/rotafolios y rotuladores, y hojas de trabajo para cada grupo.</p>
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saber cómo identificar a la audiencia • Aprender a conocer a la audiencia
<p>Actividad:</p> <p>Introducción y contextualización (5 Min)</p> <p>¿Cómo hacer un análisis de los objetivos de su empresa social?</p> <p>Puede utilizar la presentación PPT sobre este módulo contenida en el drive en https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4lBPhyl55</p> <p>Identificar las características de la audiencia (20 Min)</p> <p>Pida a los participantes que anoten las características generales de su público objetivo actual o potencial. Esto incluye características demográficas como la edad, el sexo, la educación y la ubicación, así como características sobre sus</p>

comportamientos, necesidades y motivaciones.

Perfiles de clientes – (20 Min)

Los participantes deben agrupar las características identificadas en diferentes perfiles de clientes. Deben dar a cada perfil un nombre ficticio y detallarlo lo más posible, incluyendo información sobre sus necesidades, deseos, retos y cómo puede ayudarles su empresa social.

Presentación de perfiles de clientes (15 Min)

Los participantes presentarán a los demás grupos uno de los perfiles de cliente que hayan creado. Deberán explicar por qué creen que este perfil concreto estaría interesado en los productos o servicios que ofrece la empresa social.

Debate y comentarios (15 Min)

Los demás participantes podrán dar su opinión y sus comentarios sobre los perfiles presentados. También debatirán sobre la importancia de estar siempre en contacto con el público objetivo y ser conscientes de sus cambios y necesidades para poder adaptarse a ellos.

Hoja de trabajo (si hay)

Comentarios adicionales (si hay):

1. Asegúrese de que todos los participantes intervienen en los debates y las actividades.
2. Proporcionar comentarios constructivos y motivación continua a los participantes.
3. Adaptar el contenido y el enfoque de la sesión según las necesidades y el nivel de habilidad de los participantes.
4. Conceda más tiempo si es necesario, hasta 120 minutos en total, si hay más participantes, ya que podrían necesitar más tiempo para exponer.

7.5 – Evaluación de capacidades y ambición

Título del taller: <i>Innovar con sencillez</i>
Taller número: 5
Temas: <i>Tipos de proyectos empresariales según las ideas, Cómo generar tu idea (proceso de generación de ideas), Validación de ideas (propuesta de valor).</i>
Métodos utilizados: <i>Presentaciones interactivas, lluvia de ideas, debates en grupo</i>
Público objetivo: <i>De 10 a 20 jóvenes interesados en el emprendimiento social, jóvenes emprendedores sociales, jóvenes activos en ONGs</i>
Duración: 120 minutos
Materiales: <i>Proyector y pantalla para presentaciones, rotafolios, rotuladores, notas adhesivas post-it</i>
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Dotar a los participantes de un enfoque estructurado para la generación de ideas, guiándoles a través de procesos y técnicas creativas para inspirar la innovación e identificar posibles empresas emprendedoras.</i> • <i>Permitir a los participantes validar sus ideas de forma eficaz introduciéndoles en el concepto de propuesta de valor.</i>
<p>Actividad:</p> <p>Energizer (10 min) Puedes poner en marcha diferentes tipos de dinamizadores para activar a la gente y hacer que esté dispuesta a escuchar, hacer preguntas y trabajar en equipo.</p> <p>Introducción (10 min) Comience con una cálida bienvenida y exprese su entusiasmo por el interés de los participantes en el emprendimiento social. Comparta una breve anécdota personal o relevante que destaque el poder</p>

transformador de las ideas innovadoras en el viaje empresarial.

Destaque la importancia de la creatividad, la generación de ideas y la validación de las mismas para el éxito de las iniciativas empresariales.

Descripción del panorama empresarial:

Proporcionar una instantánea del variado panorama empresarial, haciendo hincapié en que las ideas son el latido de todo proyecto de éxito.

Presentar brevemente los tres temas clave del taller: tipos de proyectos empresariales, procesos de generación de ideas y validación de ideas mediante propuestas de valor.

Empezar a debatir los tipos de proyectos empresariales según las ideas (20 min)

Invite a los participantes a explorar los siguientes 4 tipos de ideas emprendedoras, y pídale que expongan (en pequeños grupos) ejemplos que conozcan de cada uno de ellos.

Cada grupo tomará en consideración un tipo diferente de idea de proyecto emprendedor, e intentará trabajar en él:

-Ideas de proyectos empresariales que aporten soluciones a problemas ya resueltos.

-Ideas de proyectos empresariales que desarrollen las soluciones actuales a problemas ya resueltos.

-Ideas de proyectos empresariales que aportan una nueva solución a problemas ya resueltos.

-Ideas de proyectos empresariales que aporten una nueva solución a problemas no resueltos.

Posteriormente se les invitará a exponer 1-2 ejemplos que hayan encontrado. También pueden exponer los problemas en los que les gustaría trabajar y por qué.

Debate sobre cómo generar tu idea (proceso de generación de ideas) (30 min)

Presente los siguientes aspectos de la generación de ideas que pueden representar un proceso de trabajo sobre ideas para resolver problemas en los que estén interesados los grupos de participantes.

- Identificar los intereses personales para las ideas empresariales
- Un enfoque de resolución de problemas para la generación de ideas

- La observación y la investigación de mercado como catalizadores de ideas
- Potenciación de ideas mediante sesiones dinámicas de brainstorming
- Visualización de conexiones para ideas innovadoras
- Inspiración para nuevas perspectivas
- Poner a prueba las ideas
- Colaboración y retroalimentación en el perfeccionamiento de ideas

Haz que los grupos de participantes trabajen en este esquema partiendo del problema que tienen y comprobando cómo trabajar la idea de principio a fin.

Discutir cómo validar su idea (Value Proposition Canvas) (20 min)

Presente las dos partes de la Propuesta de valor:

El círculo:

Tareas del cliente (actividades que realiza)

Dolor del cliente (problemas que encuentra en esas actividades)

Beneficios para el cliente (lo que le facilitaría la vida)

El cuadrado:

Productos y servicios (lo que quieres ofrecer)

Aliviadores del dolor (cómo resuelve los problemas de los clientes)

Creadores de ganancias (qué valor ofrece a los clientes)

Pide a los participantes que intenten trabajar en ellos partiendo de su idea para esbozarla.

Conclusiones y cierre(15 min)

Dedique 15 minutos a debatir brevemente lo que se ha hecho y a recoger los puntos de aprendizaje.

Hojas de trabajo(si las hay)

Comentarios adicionales (si los hay):

- Fomente la participación activa para asegurarse de que se escuchan diversas perspectivas.
- Esté preparado para orientar los debates y mantenerlos centrados.
- Utilice ejemplos reales, buenas prácticas e historias de éxito para inspirar y motivar a los participantes. Puede encontrar ejemplos para utilizar sobre las mejores prácticas en nuestro sitio web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.
- Por supuesto, esto será sólo un aperitivo, ya que en diferentes talleres podrán explorar más cada uno de estos aspectos, pero con el tiempo limitado es una buena idea para tener una idea general de la creación de ideas.
- La explicación sobre la Propuesta de Valor y los modelos Canvas en este esquema son simplificados, pero es posible que desee proporcionar información adicional.
- Si los participantes ya tienen algunas ideas de emprendimiento social preparadas, pueden trabajar directamente con ellas.

7.6 – Desarrollo de Ideas Creativas

Título del taller: "Viaje a la Fábrica de Ideas: Convertir los sueños en realidad"
Número de taller: 6
Temas: Identificar problemas y necesidades en el mercado, elaborar ideas para resolver esas necesidades.
Métodos usados: Dibujo, lluvia de ideas, trabajo en grupo y debates
Público objetivo: De 5 a 20 Jóvenes, Estudiantes, Animadores juveniles, Jóvenes empresarios
Duración: 120 minutos
Materiales: Papel, lápiz y bolígrafos para cada participante, Rotuladores de colores, Rotafolios o pizarra blanca, Materiales para presentaciones en grupo, como un proyector o una pantalla.

Objetivos:

- Fomentar la creatividad y el pensamiento lateral de los participantes.
- Motivar y guiar a los participantes para que desarrollen ideas innovadoras y originales.
- Ayudar a los participantes a seleccionar la idea más adecuada y viable para un proyecto empresarial.

Actividad:**Introducción (20 min)**

Introduce el tema con la PPT sobre este ejercicio que encontrarás en la carpeta <https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55>

Ideas imaginarias sobre un proyecto (10 min)

Los participantes deben dibujar o escribir ideas locas e imaginarias en hojas de papel. No hay restricciones y pueden ser tan libres y salvajes como sea posible.

Lluvia de ideas (10 min)

Cada participante elige 2-3 ideas de sus dibujos o escritos y las comparte con el grupo. Todo el grupo discute y aporta nuevas agallas a estas ideas, creando una auténtica sesión de brainstorming.

Creación de proyectos (30 min)

Los participantes se dividen en pequeños grupos y cada grupo debe elegir una o dos ideas de la lluvia de ideas para desarrollar un proyecto. Deben detallar la funcionalidad, el propósito y el público objetivo de su proyecto.

Evaluación del proyecto (20 min)

Cada grupo presenta su proyecto al resto del grupo. A continuación, basándose

en los conceptos de la tabla **POTENCIAL VS. APLICACIÓN**, deben hacer una autocrítica de su idea, pensando en su potencial real de aplicación y en su impacto en la sociedad.

Mejorar el proyecto(10 min)

Los equipos tienen en cuenta las críticas y reflexiones y revisan sus proyectos para mejorarlos. Pueden ajustar la idea original, pensar en una aplicación más práctica o descubrir un público objetivo más preciso.

Presentación y discusiones finales (20 min)

Por último, los equipos presentan sus proyectos modificados y el grupo, junto con el facilitador, los debate haciendo hincapié en el potencial y la aplicabilidad de la idea presentada.

Reflexiones y conclusiones (10 min)

Por último, los equipos presentan sus proyectos modificados y el grupo, junto con el animador, los debate con El animador del taller dirige un debate sobre lo aprendido en el taller, cómo podrían aplicar estas técnicas en su vida cotidiana y cómo la creatividad puede repercutir en la sociedad. énfasis en el potencial y la aplicabilidad de la idea presentada.

Hojas de trabajo (si hay)

Algunas ideas.

Borrador: <https://miro.com/es/login/>

Votación por puntos: <https://www.funretrospectives.com/dot-voting/>

Comentarios adicionales (si hay):

- Este taller no sólo fomentará la creatividad de los participantes, sino que también les enseñará a evaluar y criticar ideas desde una perspectiva constructiva y práctica. Esto les dotará de habilidades importantes para cualquier proyecto o tarea creativa que emprendan en el futuro.
- Asegúrese de que todos los participantes toman parte en los debates y las actividades.

- Proporcione comentarios constructivos y motivación continua a los participantes.
- Adapte el contenido y el enfoque de la sesión a las necesidades y el nivel de los participantes.

7.7 – Modelos de emprendimiento social

Título del taller: <i>Creadores de cambio desencadenados: Estrategias de emprendimiento social</i>
Número de taller: 7
Temas: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Introducción a la iniciativa empresarial social</i> • <i>Comprensión de los distintos modelos de emprendimiento social</i> • <i>Desarrollo de soluciones sostenibles</i>
Métodos utilizados: <i>Taller interactivo con debates en grupo y sesiones de lluvia de ideas</i>
Público objetivo: <i>Empresarios que buscan una transición hacia el empresariado social, jóvenes interesados en el empresariado social, empresarios potencialmente sociales, de 20 a 30 años de edad</i>
Duración: <i>120 minutos</i>
Materiales: Ordenador portátil, pizarra blanca con rotuladores, post-its, rotuladores/bolígrafos/lápices, pantalla/proyector
Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Introducir a los participantes en el concepto de emprendimiento social y su importancia en la actualidad.</i>

- *Explorar varios modelos de emprendimiento social y comprender sus diferentes enfoques y beneficios.*
- *Capacitar a los participantes para identificar problemas sociales relevantes y desarrollar soluciones innovadoras y sostenibles.*

Actividad:**Energizer (5 min)**

Una actividad divertida, energética e interesante para entrar en calor y prepararse para el trabajo.

Introducción al Emprendimiento social (20 min)

Comience el taller con una actividad interactiva y atractiva que introduzca el concepto de emprendimiento social. Por ejemplo, utilice un breve vídeo que muestre el impacto de una empresa social de éxito.

[Qué es el emprendimiento social?](#) - escuche a la gente en el Skoll World Forum 2019 respondiendo a Qué es el Emprendimiento Social.

[Emprendimiento social 101](#) - un seminario web informativo presentado por el líder del programa EPICentre y Sydney Thompson.

Después de la introducción, proporcione a cada participante un pequeño cuaderno y un bolígrafo para que anoten sus ideas y/o preguntas iniciales sobre el emprendimiento social. Invíteles a compartir sus ideas para identificar cuáles son los elementos comunes en sus respuestas.

Comprender los distintos modelos de emprendimiento social (40 min)

Divida a los participantes en pequeños grupos y proporcione a cada grupo un conjunto de materiales para tomar notas en mano o en un ordenador portátil. Asigne a cada grupo un tipo de modelo de emprendimiento social.

Indique a los grupos que creen una representación visual, por ejemplo, mediante infografía, presentación PPT, etc., del modelo asignado utilizando los materiales proporcionados. Pueden dibujar diagramas, escribir las características clave e incluir ejemplos relevantes. Además, tendrán que encontrar empresas o iniciativas que sean ejemplos representativos de cada modelo. La investigación está permitida y es bienvenida en esta fase, pero también se puede aprovechar la experiencia personal.

Cada grupo presenta su modelo a todo el taller, explicando las características clave y cómo las empresas sociales identificadas se beneficiaron de estos modelos.

Desarrollar soluciones sostenibles (30 min)

Presente y nombre algunos retos sociales y medioambientales de la vida real que prevalecen en el mundo y en la época, relevantes para los participantes o su comunidad. Pregunte a los participantes si desean elegir de forma transparente o aleatoria el reto/problema sobre el que se les invitará a trabajar o déjeles sugerir uno por su cuenta.

Pida a cada grupo que elija uno o más retos sobre los que trabajar, que sean de interés a nivel local, asegurándose de que se selecciona una gama diversa de temas.

Pida a los grupos que colaboren y diseñen una solución sostenible para abordar el reto elegido utilizando el modelo empresarial social que se les haya asignado y los recursos de su actividad empresarial real o imaginaria.

En su solución, los grupos deberán tener en cuenta factores como la rentabilidad, la escalabilidad y el impacto a largo plazo.

Presentación de soluciones y comentarios (20 min)

Cada grupo presenta su solución sostenible al resto del taller.

Después de cada presentación, anime a los demás participantes a que aporten comentarios constructivos y formulen preguntas para perfeccionar aún más las soluciones.

Facilite un debate sobre cómo contribuye cada modelo de emprendimiento social a la sostenibilidad de las soluciones propuestas.

Reflexión y recapitulación (15 min)

Reúna a todos los participantes en un debate reflexivo. Pídeles que compartan sus impresiones sobre el taller, lo que han aprendido y cómo pueden aplicar los conocimientos a situaciones del mundo real.

Invita a los participantes a que escriban sus principales conclusiones en notas adhesivas y las coloquen en una pizarra a la vista de todos. También puedes utilizar <https://www.mentimeter.com/> para hacer comentarios anónimos.

Por último, concluya el taller resumiendo la importancia del emprendimiento social y su potencial para impulsar cambios positivos.

Hojas de trabajo (si hay):

Puedes encontrar presentaciones PPT útiles para llevar a cabo las diferentes partes del taller en nuestra carpeta drive:

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyI55>

Para la Parte 1: 7.1 con definición, principios fundamentales, formas, impacto, etc.

Para la Parte 2: 7 para los tipos de modelos empresariales sociales (se crearán pequeños carteles o fichas para cada modelo que se utilizarán en el taller).

Para la Parte 3: 7.2 para Soluciones sostenibles a los retos sociales y medioambientales

Comentarios adicionales (si hay):

- Fomente la participación activa para garantizar que se escuchan diversas perspectivas.
- Esté preparado para orientar los debates con el fin de seguir centrándose en los modelos empresariales sociales y las soluciones innovadoras.
- Utilizar ejemplos reales, buenas prácticas e historias de éxito para inspirar y motivar a los participantes.
- Hacer hincapié en la aplicación práctica de los conceptos del taller para inspirar a los participantes a actuar más allá de la sesión.

7.8 – Fijación de objetivos, misión y visión

<p>Título del taller: "Viaje a la Fábrica de Ideas: Convertir los sueños en realidad"</p>
<p>Taller número: 8</p>
<p>Temas: Desarrollo de objetivos personales y profesionales, misión y visión de futuro</p>
<p>Métodos utilizados: Taller interactivo, ejercicios en grupo y debates en grupo</p>
<p>Público objetivo: De 10 a 20 estudiantes universitarios, animadores juveniles y jóvenes empresarios</p>
<p>Duración: 120 minutos</p>
<p>Materiales: Papelería, tarjetas, rotuladores, pizarra, proyector.</p>
<p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar los conceptos de misión, visión y objetivos de la empresa. • Enseñar a los participantes a definir objetivos eficaces utilizando el método SMART. • Estimular la creatividad y el pensamiento estratégico mediante la creación y planificación de una empresa ficticia.
<p>Actividad:</p> <p>Introducción al método SMART y a la Misión, Visión y Objetivos (20 min)</p> <p>En esta fase se explicará la definición del método SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Timely), cómo aplicarlo y cuáles son, y cómo definir la misión, la visión y los objetivos. Esto se puede complementar con vídeos explicativos o presentaciones. Encontrará la presentación en la carpeta dedicada a los materiales para la formación del proyecto:</p> <p>https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55</p> <p>Creación de la empresa ficticia (20 min)</p> <p>Tendrán que definir qué tipo de empresa es, a qué sector pertenece, qué</p>

productos o servicios ofrece y a qué público se dirige. Se dividirán en grupos de 3 o 4 miembros para llevar a cabo las siguientes fases.

Definición de misión, visión y objetivos (20 min)

Los grupos tendrán que definir la misión, que es la razón de ser de la empresa, y cuál es su propósito. La visión, que es a lo que aspira la empresa, adónde quiere llegar. Y por último, los objetivos, que son las metas a corto, medio y largo plazo de la empresa.

Aplicación del método SMART a los objetivos (20 min)

En esta fase, cada grupo tendrá que aplicar el método SMART a los objetivos que se han marcado para que los objetivos sean más claros, concretos, realistas y para que los jóvenes entiendan la importancia de tener una fecha límite para conseguir cada uno de ellos.

Presentación y análisis (30 min)

En esta fase de la actividad, cada grupo presentará su empresa ficticia, explicando su misión, visión y objetivos con el método SMART aplicado. Finalmente, se realizará un análisis crítico constructivo de cada caso, sugiriendo mejoras y reforzando los aciertos.

Hojas de trabajo (si hay)

Manual para establecer la misión y la visión de su empresa: [Link](#)

Plantillas de empresa: [Link](#)

Plantillas SMART: [Link](#)

Plantillas de misión y visión: [Link](#)

Cita: <https://www.youtube.com/watch?v=HxBZKd-7wTc>

Comentarios adicionales (si hay):

- Asegúrese de que todos los participantes toman parte en los debates y las actividades.
- Proporcione comentarios constructivos y motivación continua a los participantes.
- Adaptar el contenido y el enfoque de la sesión en función de las necesidades y el nivel de conocimientos de los participantes.

Título del taller: "Competir para triunfar: Dominar el mapeo de competidores para emprendedores sociales"
Taller número: 9
Temas: <i>Importancia del mapeo de la competencia, herramientas y técnicas para la investigación de la competencia, identificación y análisis de la competencia, desarrollo de estrategias competitivas</i>
Métodos utilizados: Presentaciones, multimedia, lluvia de ideas, gamificación, estudios de casos, actividades prácticas
Público objetivo: <i>De 10 a 20 jóvenes interesados en el emprendimiento social, potencialmente emprendedores sociales</i>
Duración: 120 minutos
Materiales: <i>Pantalla o proyector, rotafolios, pizarra blanca con rotuladores, post-its y bolígrafos</i>
Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Comprender la importancia del mapeo de la competencia en la iniciativa empresarial social.</i> ● <i>Identificar y analizar los principales competidores de su sector.</i> ● <i>Analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la competencia (análisis DAFO).</i> ● <i>Formular estrategias competitivas eficaces para diferenciar sus empresas.</i>
Actividad: Importancia del mapeo de la competencia (10 min) <p>Comience el taller con una actividad interactiva y atractiva que introduzca la importancia de la ventaja competitiva. Por ejemplo, utilice un papel blanco preimpreso con diferentes ventajas personales especiales (le gusta viajar, se encuentra en una ciudad marginada, es aficionado a ..., tiene familia numerosa,</p>

...etc). Entrega a cada participante el mismo papel y pídeles que recojan firmas de los demás participantes cuyas ventajas estén representadas en el papel. El ganador es el participante con más firmas.

Estudio de caso: Banco Grameen (15 min)

Reproduce un vídeo del profesor Muhammad Yunus (Premio Nobel 2006) en el que habla de su empresa social "Grameen Bank", que sobrevivió en el mercado al diferenciarse de la competencia de los bancos tradicionales dirigidos a los pobres.

Discute las reflexiones sobre el vídeo con los participantes para que sepan que el mapa de la competencia es importante para las empresas sociales, al igual que para las empresas tradicionales rentables.

Herramientas y técnicas para la investigación de la competencia (30 min)

Juego introductorio: Los participantes se dividirán en pequeños grupos (3-4 grupos) y se les pedirá que busquen las notas adhesivas escondidas en la sala. El grupo ganador será el que reúna más notas adhesivas.

Cada nota adhesiva incluye una de las herramientas y técnicas.

El animador presenta varias herramientas y técnicas para llevar a cabo la investigación de la competencia, como plataformas en línea, encuestas, entrevistas, grupos de discusión, observación e informes de mercado.

Demostración: El animador muestra cómo utilizar herramientas o plataformas específicas para recopilar información sobre la competencia.

Identificación y análisis de la competencia (20 min)

Análisis DAFO: Los participantes aprenden a realizar un análisis DAFO para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la competencia.

Ejercicio en grupo: Los participantes trabajan en pequeños grupos para realizar un análisis DAFO sobre un estudio de caso proporcionado o un ejemplo de emprendimiento social de la vida real. (Elrehla, Alashanek Ya Balady, Edúcame)

Actividad: "Desafío del mapa de la competencia" (15 min)

Los participantes trabajan en grupos para crear mapas visuales de los competidores en grandes carteles o pizarras blancas.

Utilizan rotuladores, notas adhesivas u otros materiales para representar a los competidores y sus atributos clave.

Presentaciones en grupo y comentarios (25 min)

Cada grupo presenta sus mapas de competidores y explica su enfoque cartográfico.

El moderador y los demás grupos hacen comentarios, sugerencias y elogios.

Reflexión y recapitulación (5 minutos)

Reúne a todos los participantes para un debate de reflexión. Pídeles que compartan sus impresiones sobre el taller, lo que han aprendido y cómo pueden aplicar los conocimientos a situaciones del mundo real.

Invita a los participantes a que escriban sus principales conclusiones en notas adhesivas y las coloquen en una pizarra a la vista de todos. También puedes utilizar <https://www.mentimeter.com/> para hacer comentarios anónimos.

Por último, concluye el taller resumiendo la importancia de identificar a los competidores y de diferenciar tu empresa social de las demás.

Hojas de trabajo (si hay)

Comentarios adicionales (si hay):

- Fomente la participación activa para garantizar que se escuchan diversas perspectivas.
- Esté preparado para orientar los debates con el fin de seguir centrándose en los modelos empresariales sociales y las soluciones innovadoras.
- Utilizar ejemplos reales, buenas prácticas e historias de éxito para inspirar y motivar a los participantes.
- Hacer hincapié en la aplicación práctica de los conceptos del taller para inspirar a los participantes a actuar más allá de la sesión.

7.10 – Marketing para empresas sociales

Título del taller: <i>Marketing digital para empresas sociales</i>
Número de taller: 10
Temas: <i>Crear una estrategia de marketing digital eficaz adaptada a las empresas sociales; comprender y utilizar las plataformas de medios sociales para implicar a la comunidad e impulsar el impacto social; medir el éxito de los esfuerzos de marketing digital y ajustar las tácticas en consecuencia.</i>
Métodos utilizados: <i>Presentaciones interactivas, debates en grupo, actividades prácticas, sesiones de preguntas y respuestas.</i>
Público objetivo: <i>De 10 a 20 jóvenes interesados en el emprendimiento social, miembros de equipos de marketing, jóvenes emprendedores sociales, jóvenes activos en ONGs</i>
Duración: 120 minutos
Materiales: <i>Proyector y pantalla para presentaciones, pizarra blanca o rotafolio con rotuladores, papelería.</i>
Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Dotar a los participantes de los conocimientos necesarios para crear una estrategia de marketing digital que se ajuste a su misión social.</i> ● <i>Demostrar el uso eficaz de diferentes plataformas de medios sociales para dar a conocer la marca y lograr la participación de la comunidad.</i> ● <i>Proporcionar herramientas para crear contenidos atractivos que inspiren la acción y el apoyo a causas sociales.</i> ● <i>Proporcionar métodos de seguimiento, análisis e interpretación de los datos de rendimiento del marketing digital.</i> ● <i>Fomentar la colaboración y el intercambio de ideas en el sector de las empresas sociales a través de iniciativas de marketing.</i>

Actividad

Introducción (10 min)

Dar la bienvenida a los participantes, exponer el orden del día y explicar los objetivos del taller.

Estrategia de marketing digital (10 min)

Presente los componentes de una estrategia de éxito, incluidos el público objetivo, la creación de marca y la narración de historias para empresas sociales. Intente presentar distintas herramientas, como sitios web, redes sociales, campañas, demostraciones, etc.

Pausa y actividad interactiva (20 minutos)

Divida a los participantes en pequeños grupos para debatir brevemente sus enfoques de marketing actuales. Que expliquen las diferentes estrategias de marketing de las empresas (sociales) que les han parecido útiles y por qué, así como su experiencia en otros campos relacionados con las redes sociales y el marketing digital.

Presentaciones (15 minutos)

Los participantes tienen la oportunidad de contar lo que han debatido en la sesión plenaria, exponiendo casos prácticos relevantes y explicando por qué han funcionado bien y qué les ha parecido cautivador.

Actividad de creación de contenidos (30 min)

En los mismos grupos, los asistentes elaboran un calendario básico de contenidos para una campaña hipotética que fomente el aprendizaje práctico. Deja que hagan una lluvia de ideas sobre un producto o servicio para lanzar.

Presentaciones (15 min)

Los participantes presentan el trabajo que han realizado y explican a los demás sus planes y cómo han trabajado al respecto.

Analítica y medición del éxito (20 min)

Presentar herramientas y técnicas para medir el impacto de los esfuerzos de marketing digital, incluyendo métricas de Meta ads, métricas de google ads e

ideas para estructurar objetivos de alcance e interacción y cómo medirlos.

Conclusión (10 minutos)

Resuma los puntos clave, distribuya recursos adicionales y anime a los asistentes a seguir colaborando después del taller.

Recogida de opiniones (5 minutos)

Distribuya y recoja formularios de opinión para evaluar la eficacia del taller e identificar áreas de mejora.

Hojas de trabajo(si hay)

Comentarios adicionales (si hay):

- Fomente la participación activa para asegurarse de que se escuchan diversas perspectivas.
- Esté preparado para orientar los debates con el fin de mantener la atención.
- Utilice ejemplos reales, buenas prácticas e historias de éxito para inspirar y motivar a los participantes. Puede encontrar ejemplos para utilizar en las mejores prácticas en nuestra página web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.
- Si los participantes ya tienen ideas o proyectos piloto de empresas sociales, pueden utilizarlos como ejemplos sobre los que trabajar y obtener comentarios.

7.11 – Evaluación del impacto social

Título del taller: <i>Evaluación del impacto social</i>
Número del taller: 11
Temas: <i>Evaluación del impacto social, Técnicas de medición</i>
Métodos utilizados: Talleres interactivos, ejercicios en grupo, lluvia de ideas
Público objetivo: 15-20 Jóvenes, Estudiantes, Trabajadores en el ámbito de la

juventud, Jóvenes empresarios

Duración: 90 minutos

Materiales: Pizarra blanca, notas adhesivas, rotuladores, rotafolios, proyector

Objetivos:

- *Proporcionar a los participantes métodos y herramientas para evaluar el impacto social de sus iniciativas o proyectos.*
- *Dotar a los participantes de enfoques prácticos para medir y evaluar la eficacia de los programas o empresas sociales.*
- *Crear un entorno más sostenible y equitativo desde el punto de vista ecológico, sociocultural y económico.*
- *Crear un impacto social positivo abordando y resolviendo diversos problemas sociales que afectan a las comunidades, la sociedad y el mundo.*

Actividad:

Calentamiento(10 min):

Actividad lúdica para ayudar a los participantes a conocerse y crear un ambiente cordial al inicio del taller.

Introducción a la evaluación del impacto social (10 min):

Presente brevemente la importancia de evaluar el impacto social y cómo impulsa el cambio positivo. Destaque la importancia de comprender los resultados.

Técnicas de evaluación del impacto social (20 min)

Proporcionar una visión general de diversas técnicas de evaluación, como los modelos lógicos, la teoría del cambio y los indicadores clave de rendimiento (KPI). Destacar la relevancia de estos métodos en la evaluación de iniciativas sociales.

Ejercicio de mapeo de impacto (45 min)

Divida a los participantes en grupos pequeños y entregue a cada grupo una hoja de papel grande y rotuladores. Pídeles que tracen los impactos previstos y no previstos de una iniciativa o proyecto social que conozcan. Fomente la lluvia de ideas y la visualización de las distintas partes interesadas, con los efectos directos e indirectos y los posibles resultados a corto y largo plazo. A continuación, cada grupo presenta por turnos sus mapas de impacto al grupo en su conjunto, debatiendo los impactos y conexiones identificados.

Resumen y debate (20 minutos):

Resuma las ideas clave de las presentaciones de los grupos.

Abrir un debate sobre los retos y las oportunidades de evaluar el impacto social.

Destacar la importancia de la evaluación cont

Hojas de trabajo(si hay)

- Resumen sobre el Análisis de Partes Interesadas: Definición, Beneficios y Herramientas
<https://www.productplan.com/glossary/stakeholder-analysis/>
- Guía de ejercicio de mapeo de análisis de grupos de interés
<https://www.sessionlab.com/methods/stakeholder-analysis>
- Plantillas y ejemplos de mapeo de grupos de interés
<https://miro.com/templates/stakeholder-analysis/>

Comentarios adicionales (si hay):

1. Puedes utilizar ejemplos de la vida real de las buenas prácticas en nuestro sitio web. <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>
2. Si los participantes ya han desarrollado alguna idea emprendedora, pueden utilizar esas como ejemplos para el mapeo.
3. Encuentra una guía útil sobre evaluación del impacto social en:
<https://www.ocmsolution.com/social-impact-measurement/>

7.12 – Financiamiento y programas para startups sociales

Título del taller: Estrategias de crecimiento para empresas sociales

Número del taller: 12

Temas: *Identificar y escalar modelos de negocio efectivos para empresas sociales, desarrollar asociaciones y redes para la sostenibilidad y el crecimiento, acceder a financiación e inversión para escalar empresas sociales.*

Métodos utilizados: *Presentaciones interactivas, estudios de casos reales, sesiones de trabajo en pequeños grupos, aprendizaje entre pares y ejercicios de desarrollo de estrategias.*

Público objetivo: *De 10 a 20 jóvenes interesados en emprendimiento social, jóvenes emprendedores sociales, jóvenes activos en ONG.*

Duración: 145 minutos

Materiales: *Proyector y pantalla para presentaciones, pizarrones, marcadores, notas post-it.*

Objetivos:

- Para comprender los componentes clave de estrategias de crecimiento efectivas en un contexto de empresa social.
- Aprender sobre diferentes tipos de asociaciones y formas de construir redes estratégicas.
- Explorar las opciones de financiamiento disponibles para las empresas sociales para su expansión.
- Desarrollar un plan de acción personalizado para escalar las empresas sociales de los participantes.
- Facilitar la red de contactos entre los participantes para fomentar una comunidad de apoyo para el compromiso posterior.
- Compartir
- Reescribir

Actividad:

Bienvenida & Introducción (10 min)

Actividad de congelación para que los participantes se familiaricen entre sí.

Presentación clave (10 min)

Introducir estrategias de crecimiento, con estudios de casos que ilustran el escalado exitoso.

Evaluación de modelos de negocio (30 min)

Utilizando los modelos proporcionados en el Taller 7, los participantes identifican y evalúan sus modelos de negocio actuales en grupos pequeños. Pueden agregar datos sobre su idea inicial de crecimiento y hacia dónde apuntan, y en qué momento se encuentran actualmente. Si aún no han lanzado su negocio, trabajan en crear una lista de objetivos que cubran a dónde les gustaría llegar en 3 años en términos de ingresos, impacto y alcance, y trabajan con eso. Cuando terminen, cada grupo presenta brevemente los hallazgos clave.

Presentación sobre Asociaciones y Redes (15 min)

Se presentan diferentes posibilidades de networking y asociación con diferentes organismos a nivel local o internacional, para brindar posibilidades de crecimiento. Ejemplos son:

Organismos públicos locales

Organismos internacionales

Clientes

Otros proveedores de servicios

Otras empresas sociales

ONG

Agencias de marketing

Medios de comunicación

Proveedores educativos (es decir, escuelas, FP, universidades)

Crecimiento potencial a través del networking (20 min)

Los participantes anotan en notas adhesivas 2-3 de los organismos más relevantes con los que hacer networking para crecer, y sus nombres. Luego se

agrupan según el interés.

Los grupos discuten sobre estrategias para acercarse a esa entidad diferente y cómo pueden participar en los procesos de la empresa social para crecer.

Lluvia de ideas sobre Financiación del Crecimiento (15 min)

Los participantes mencionan y describen opciones de financiación y estrategias de participación de inversores, incluidos los fondos existentes o quién podría proporcionar inversiones adicionales. El facilitador recopila las ideas en un rotafolio o en la pantalla.

Taller de Plan de Acción (30 min)

Los participantes esbozan un plan de acción para el crecimiento, incorporando las estrategias aprendidas con el apoyo del facilitador; debe incluir qué acciones deben realizar en los próximos 3 años para alcanzar los objetivos de crecimiento dados en términos de finanzas, alcance y reconocimiento. Las estrategias se colocan en una hoja que luego se cuelga en la pared (o se carga en una unidad compartida), y otros participantes pueden revisarla y comentarla.

Conclusión (15 min)

Resumen de los puntos clave, distribución de formularios de evaluación y facilitación de una discusión grupal de cierre para consolidar los vínculos de red iniciados durante el taller.

Hojas de trabajo (si hay)

Comentarios adicionales(si hay:

- Fomentar la participación activa para asegurar que se escuchen perspectivas diversas.
- Esté preparado para guiar las discusiones para mantenerlas enfocadas.
- Utilice ejemplos de la vida real, prácticas recomendadas e historias de éxito para inspirar y motivar a los participantes. Puede encontrar ejemplos para utilizar las mejores prácticas en nuestro sitio web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.

- Esté listo para presentar oportunidades de financiamiento adicionales más allá de las presentadas por los participantes.

7.13 – Gestión financiera

Título del taller: <i>Cómo administrar tus finanzas?</i>
Número de taller: 13
Temas: Financiamiento y lanzamiento de su empresa social, planificación financiera, seguimiento de gastos ee ingresos, beneficio social vs beneficio empresarial
Métodos utilizados: <i>Talleres interactivos, simulaciones, brainstorming, discusiones en grupo.</i>
Público objetivo: De 10 a 20 jóvenes interesados en emprendimiento social, jóvenes emprendedores sociales, jóvenes activos en ONG.
Duración: 120 minutos
Materiales: <i>Proyector y pantalla para presentaciones, pizarrones, marcadores, notas post-it.</i>
Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Para que los participantes reflexionen sobre posibles fuentes de financiamiento inicial para su empresa social • Presentar diferentes modelos para gestionar los recursos financieros • Hacer que los participantes se familiaricen con estrategias de planificación y gestión financiera • Proporcionar consejos contables para los participantes
Actividad: Introducción (10 min) Explicar a los participantes la importancia de la gestión financiera para las empresas sociales y la idea de que las SE deben ser financieramente autosuficientes, produciendo ingresos como cualquier empresa aunque tengan

objetivos sociales. Explicar la importancia de tener un plan financiero y estrategia de gestión financiera. Puede utilizar la presentación en hojas de papel para proporcionar algunas ideas.

Generación de ideas (15 min)

Pregunte a los participantes (divididos en grupos de 4-5 personas) que reflexionen sobre problemas sociales, ambientales o comunitarios que desean abordar y que identifiquen una posible idea empresarial para abordarlos. Si ya han trabajado en algunas ideas emprendedoras sociales, pueden utilizar esas en lugar de crear nuevas, pero deben elegir una por grupo y asegurarse de que otros participantes estén familiarizados con ella.

Iniciación (20 min)

Los participantes, en los mismos grupos, deben trabajar en crear un plan para iniciar su idea emprendedora social y mantenerla.

Deben pensar en los activos mínimos que necesitan para iniciar su empresa social y sus costos.

Presentaciones (20 min)

Los participantes pueden presentar brevemente sus ideas y explicar qué tipo de costos han considerado. Otros participantes pueden reaccionar y agregar. No es necesario discutir los costos actuales en este punto, solo pensar en lo que se necesita y hacer el ejercicio para entrar en la idea.

Brainstorming de posibles financiamientos (15 min)

Pregunte a los participantes que escriban en notas adhesivas (una nota adhesiva por concepto) posibles formas de recaudar fondos para iniciar su SE. Pueden trabajar en pequeños grupos.

Después de pegar las notas adhesivas en la pizarra, puede agrupar las similares y agregar más si no se mencionó.

Gestión financiera (20 min)

Después de lanzar su negocio social, los participantes, en sus grupos, deben pensar en qué necesitan en un año para mantener y escalar (así que inversiones adicionales pueden considerarse, pero también los costos necesarios para el

funcionamiento diario).

Deben pensar en todas las cosas que necesitan para que la SE funcione (por ejemplo, personal, servicios, máquinas, transporte, materiales, habitaciones y facturas, capacitación, etc.) y deben planificar un posible costo para cada una de ellas.

Puede proporcionar algunos de los modelos contenidos en la presentación para facilitar esto.

Conclusión y Cierre (20 min)

Los participantes reflexionan sobre la experiencia y, sin presentar su trabajo, dicen qué fue bueno y/o difícil y sus principales puntos de aprendizaje en la actividad, lo que otros pueden entender.

Puede utilizar la presentación para proporcionar consejos importantes para la gestión financiera (por ejemplo, pensar en cuándo deben pagar servicios y cuándo tendrán los ingresos y flujo de caja, importancia de tener dinero en reserva, sistemas de contabilidad y leyes relevantes, etc.).

Hojas de trabajo (si hay)

Puedes encontrar una presentación de PPT relevante, incluyendo tablas y modelos para los ejercicios, en la carpeta dedicada en nuestro drive en este enlace.

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4lBPhyl55>

Comentarios adicionales (si hay):

- Fomentar la participación activa para asegurar que se escuchen perspectivas diversas.
- Estar preparado para guiar las discusiones para mantenerlas enfocadas.
- Utilizar ejemplos del mundo real, mejores prácticas e historias de éxito para inspirar y motivar a los participantes. Puede encontrar ejemplos para usar en las mejores prácticas en nuestro sitio web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>.
- Proporcionar consejos e ideas cuando los participantes tengan preguntas.

7.14 – Recursos Humanos

Título del taller: *Personas y Poder: Navegando los Recursos Humanos*

Número de taller: 14

Temas:

- *Comprendiendo el Papel Único de los Recursos Humanos en Empresas Sociales*
- *Adaptación de Estrategias de Reclutamiento para Impacto Social*
- *Fomentando una Cultura Laboral y Participación Dirigida por el Propósito y el Compromiso de los Empleados*

Métodos utilizados: *Taller Interactivo con Discusiones en Grupo, Estudios de Caso y Representaciones de Roles*

Público objetivo: Jóvenes interesados en emprendimiento social, gestión, liderazgo de equipo y prácticas de recursos humanos para logros de impacto social; trabajadores juveniles; jóvenes emprendedores sociales.

Duración: 90 minutos

Materiales: Proyector y pantalla para presentaciones, laptops, pizarrones o pizarra blanca con marcadores para actividades en grupo.

Objetivos:

- Comprender el papel crítico de los Recursos Humanos en lograr objetivos de impacto social en las organizaciones.
- Aprender estrategias efectivas para atraer y retener recursos humanos alineados con la misión y valores de la organización.
- Fomentar una cultura laboral dirigida por el propósito que mejore la participación y compromiso de los empleados.

Actividad:

Energizer (5 min)

Recursos Humanos en empresas sociales (15 min)

Después del energizer dedique un tiempo para que todos compartan sus experiencias en emprendimiento social y recursos humanos, o recursos humanos por separado si no hay la primera opción.

Destaque la importancia de alinear las estrategias de recursos humanos emprendedoras con los objetivos de impacto social que la empresa tiene intención de lograr. Divida a los participantes en grupos y haz que definan el tipo de empresa social que desean desarrollar. Asigna a los participantes para que comiencen pensando en el número y tipo de empleados de recursos humanos que necesitarán y comiencen construyendo su departamento. Deben definir las responsabilidades de su departamento de recursos humanos y cómo contribuirá a lograr el impacto social que la empresa tiene como objetivo.

Estrategias de Recrutamiento Personalizadas para Impacto Social (30 minutos)

Divide a los participantes en parejas y proporciona roles diferentes, uno de ellos pertenecerá al equipo administrativo de la empresa y el otro provendrá de la división de recursos humanos. La empresa necesita contratar a dos nuevos empleados para impulsar el desempeño del negocio. Después de realizar cualquier investigación que consideren necesaria, deben escribir qué empleados adquirirán y organizar una campaña de reclutamiento social en las plataformas de redes sociales más adecuadas para atraer a los mejores candidatos para los puestos que necesitan llenar.

Al final, presentarán qué candidatos abordaron y qué herramientas decidieron utilizar para su campaña de reclutamiento social.

Fomento de una Cultura Laboral Dirigida por el Propósito (30 minutos)

Discuta la importancia de cultivar una cultura laboral dirigida por el propósito para mejorar la participación y compromiso de los empleados.

Facilita una actividad en grupo para identificar valores y prácticas que contribuyen a un entorno laboral positivo en las empresas sociales. Puedes preparar una lista con valores, conceptos y prácticas basados en los cuales los participantes pueden trabajar para identificar qué los consideran más adecuados para las empresas sociales. Los participantes pueden trabajar individualmente o en grupos y pueden inspirarse en el entorno laboral en el que se mueven o construyen un entorno laboral para su propia empresa social.

Conclusión y Evaluación (10 minutos)

Resumen los principales insights del taller y su aplicabilidad en las empresas sociales.

Distribuye formularios de evaluación para recopilar retroalimentación de los participantes.

Hojas de trabajo (si hay):

Puedes encontrar la presentación de PowerPoint relevante para introducir y trabajar en este tema en los materiales del drive de Google en este enlace.

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55>

Comentarios adicionales (si hay):

- Adaptar ejemplos y estudios de caso para reflejar los desafíos y oportunidades únicos enfrentados por las empresas sociales.
- Fomentar a los participantes a compartir sus experiencias y mejores prácticas en recursos humanos.
- Destacar la importancia de la misión social al mismo tiempo que se asegura prácticas de recursos humanos efectivas.
- Facilitar sesiones de brainstorming que fomenten soluciones creativas para los desafíos de recursos humanos en el sector de impacto social.

7.15 – Escalando, capacitando y creciendo

Título del taller: *Emprendedores Sociales: Escalando para Crecimiento Sostenible*

Número de taller: 15

Temas

- Entendiendo los Principios de Escalamiento en Emprendimiento Social
- Identificando Oportunidades de Crecimiento y Desafíos Potenciales
- Planificación Estratégica y Escalando tu Impacto
- Construyendo y Liderando Equipos de Alto Rendimiento

Métodos utilizados: Taller Interactivo con Discusiones y Ejercicios en Grupo

Público objetivo: Emprendedores sociales (futuros), emprendedores que buscan llevar sus empresas sociales al siguiente nivel, jóvenes interesados en el emprendimiento social, de 20 a 30 años de edad.

Duración: 90 minutos

Materiales: Pizarra/Flipchart y marcadores, proyector y pantalla para presentaciones multimedia, folletos y hojas de trabajo para los participantes, lápices y papel

Objetivos:

- Para equipar a los participantes con el conocimiento y las estrategias para escalar sus empresas sociales de manera efectiva.
- Para proporcionar información sobre los desafíos y oportunidades comunes en el escalamiento de empresas sociales.
- Para permitir que los participantes desarrollen planes de acción para un crecimiento sostenible y un mayor impacto social.
- Para facilitar el networking y la colaboración entre emprendedores sociales.

Actividad:

Energizer (5 minutos)

Ejercicio grupal (20 min)

Introducción al Concepto de Escalamiento en Emprendimiento Social

Facilite una discusión grupal sobre las aspiraciones de escalamiento de los participantes y los desafíos que esperan enfrentar o hayan enfrentado.

Los participantes forman pequeños grupos y hacen una lluvia de ideas sobre posibles oportunidades de crecimiento para sus empresas. Cada grupo presenta sus hallazgos y discute los posibles desafíos que podrían enfrentar durante el escalamiento.

Construcción de Estructuras Organizacionales para un Crecimiento

Sostenible (20 minutos)

El facilitador presenta diferentes modelos de escalamiento organizacional (por ejemplo, asociaciones, franquicias) y sus beneficios. Discusión grupal: Los participantes comparten sus pensamientos sobre qué modelos se alinean mejor con sus empresas.

Planificación Estratégica para Escalar el Impacto (20 minutos)

Presentar a los participantes marcos de planificación estratégica para escalar empresas sociales. Después de que hayan conocido estos marcos, se invita a los participantes a desarrollar un plan de crecimiento básico, esbozando objetivos y pasos clave de acción. Pueden trabajar en parejas o en grupos y basarse en una empresa social que les gustaría hacer realidad.

Construyendo Equipos de Alto Rendimiento (20 minutos)

Los participantes intercambian ideas sobre estrategias de desarrollo y gestión de equipos. El facilitador enfatiza el papel del liderazgo efectivo en la construcción y dirección de equipos de alto rendimiento. Los participantes se dividen en parejas y se les asignan roles de pros y contras. Según su rol, proporcionan factores y elementos que ayudan y obstaculizan la construcción de equipos en una empresa social.

Preguntas y Respuestas y Conclusión (5 minutos)

Abrir el espacio para preguntas y respuestas. El facilitador resume los puntos clave y invita a los participantes a compartir su visión sobre el escalamiento, después de la actividad.

Hojas de trabajo:

Encuentra la presentación de PowerPoint relevante para trabajar en este tema en los materiales del drive de Google en este enlace.

<https://drive.google.com/drive/folders/1Y2UdM66G2wxdY9ctpTJXgzF4IBPhyl55>

Comentarios adicionales:

- Investigar y familiarizarse con los conceptos de escalamiento en emprendimiento social de antemano para facilitar las discusiones de manera efectiva.
- Estar abierto a los aportes y experiencias de los participantes, ya que podrían ofrecer ideas únicas.
- Ser flexible para abordar desafíos o temas específicos que sean relevantes para las empresas de los participantes.
- Fomentar oportunidades de networking al incorporar actividades grupales que fomenten el intercambio de información.

8. La Formación de formadores en Grecia

Parte de los talleres creados por el consorcio y descritos en esta publicación se ha probado previamente en una actividad internacional que involucró a facilitadores, líderes juveniles, capacitadores, educadores y otros profesionales que trabajan en la educación de jóvenes.

La capacitación se llevó a cabo en Larissa, Grecia, alojada en las instalaciones de nuestro socio IED, e involucró a un total de 22 personas provenientes de los países del consorcio.

La capacitación de capacitadores brindó a los participantes involucrados la oportunidad de comprender mejor el proyecto, los valores, las ideas y la metodología de capacitación de EYES, proporcionándoles las herramientas necesarias para trabajar a nivel local en los talleres piloto que realizaron en los meses siguientes, brindando a los jóvenes las competencias para desarrollar sus empresas sociales.



En la capacitación, discutimos sobre el proyecto y su filosofía, el significado de la Empresa Social en diferentes contextos, la importancia de publicitarla, hacerla popular entre los jóvenes y apoyar el desarrollo de un nuevo grupo de

Commission. This publication reflects the views only of the author, and the may be made of the information contained therein.

emprendedores sociales en el área euromediterránea, los conceptos de Educación No Formal, Habilidades de Capacitación y diferentes métodos para brindar una educación eficiente y atractiva a los jóvenes.

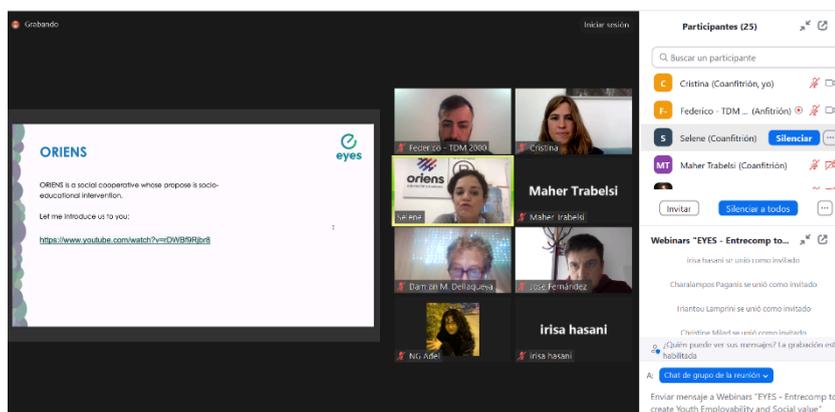
9. Los Webinars

La última parte del paquete de herramientas educativas que desarrollamos fue realizada a través de la realización de un ciclo de 8 webinars sobre temas relevantes conectados con el establecimiento y funcionamiento de una empresa social exitosa.

Los webinars exploraron una variedad de elementos, y todos estuvieron compuestos por una presentación sobre el tema del día, seguida de una presentación a fondo, historia real o discurso motivador por un invitado relevante, que proporcionó información adicional y consejos prácticos de primera mano provenientes de la propia experiencia en el tema.

Los invitados incluyeron educadores, profesores universitarios, emprendedores sociales, emprendedores empresariales, responsables de incubadoras sociales y otros expertos.

Todos los webinars se cerraron con una Sesión de Preguntas y Respuestas que dio la oportunidad a los muchos suscriptores que siguieron el streaming en vivo de hacer preguntas directas a los expertos presentes, obteniendo información adicional y respuestas útiles para su idea de negocio social.



Los temas presentados fueron los siguientes:

- 1) Impacto Social y Ética
- 2) Redes con Socios, Patrocinadores y Interesados

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

- 3) De la idea a la práctica & Miedo a equivocarse
- 4) Resiliencia
- 5) Gestión financiera
- 6) Comunicación & Relaciones con la comunidad
- 7) Recursos Humanos
- 8) Liderazgo

Los webinars también están disponibles en modo sin conexión y se pueden volver a ver en nuestro sitio web <http://socialentrepreneurship-youth.eu/eyes> en la sección de Herramientas.

Descubre más sobre nuestro proyecto y sus resultados, visita nuestro sitio web:

<https://www.socialentrepreneurship-youth.eu/eyes>

Únete a nuestra comunidad y discute temas y oportunidades relevantes sobre emprendimiento social para jóvenes y trabajadores juveniles



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by
the European Union