



WOMEN 50

RESUMEN DE FORMACIONES



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

Índice

Acerca del proyecto y personas formadoras

Acerca de la brecha digital de género

Metodologías que las personas formadoras pueden utilizar al trabajar con mujeres para reducir la brecha digital de género

Reducir la brecha: materiales de formación

Resumen de talleres

Herramientas de análisis para el seguimiento del rendimiento empresarial (1,5-2 horas)

Introducción

Objetivo de aprendizaje

Módulo 1: ¿Qué son las herramientas de análisis?

Módulo 2: Herramientas de análisis comunes

Módulo 3: Tarea. Examina tus análisis

Módulo 4: Preguntas para la reflexión

Uso ético de la tecnología – Resumen para formadoras (1,5 horas)

Introducción

Objetivo de aprendizaje

Módulo 0: Bienvenida y contextualización (5 min)

Módulo 1: Desarrollo de conocimientos: método Jigsaw (35 min)

Módulo 2: Práctica – Laboratorio (35 min)

Módulo 3: Reflexión y ciclo de retroalimentación (15 min)

Módulo 4: Resumen y próximos pasos (5 min)

«La IA desmitificada» utilizando el método Jigsaw + laboratorio práctico (2 horas)

Introducción

Módulo 0: Bienvenida y presentación (5 min)

Módulo 1: Introducción al método Jigsaw (5 min)

Table of content

Módulo 2: Asignación de grupos de origen y de expertas (5 min)

Módulo 3: Trabajo en grupos de expertas (30 min)

Módulo 4: Enseñar en los grupos de origen (28 min)

Módulo 5: Tiempo de reflexión en los grupos de origen (7 min)

Módulo 6: Actividad práctica de laboratorio (15 min)

Módulo 7: Resumen y reflexión (3 min)

Herramientas digitales para marketing y ventas, creación de contenidos y automatización

Introducción

Estructura

Módulo 1: Introducción teórica (1 hora)

Módulo 2: Taller práctico con ChatGPT (1 hora)

Herramientas digitales para la planificación y el bienestar digital (2 hours)

Introducción

Objetivo y resultados de aprendizaje

Recomendaciones prácticas

Módulo 0: Bienvenida (10 min)

Módulo 1: Planificación de proyectos y al bienestar digital (20 min)

Módulo 2: Herramientas para la planificación de proyectos (25 min)

Módulo 3: Herramientas para el bienestar digital (25 min)

Módulo 4: Caso de estudio (30 min)

Módulo 5: Reflexiones (10 min)

Acerca del proyecto y personas formadoras

La rápida transformación digital ha influido en la educación, el trabajo y la vida, y la pandemia de COVID-19 no ha hecho más que poner de relieve las divergencias relacionadas con la digitalización en algunos territorios, especialmente entre las zonas urbanas y rurales, y la necesidad de innovar en la educación para responder a estos retos. Por este motivo, nuestro proyecto tiene como objetivo intervenir promoviendo la adquisición de competencias digitales y transversales, preparando a las personas para afrontar los retos del futuro. Para ello, se crearán conjuntamente contenidos educativos de alta calidad que respondan a las necesidades del contexto local, al tiempo que se garantiza la transformación a largo plazo hacia la digitalización mediante una sensibilización activa en todos los niveles de la sociedad. A través de talleres de autoanálisis, se explorará la motivación intrínseca para el cambio y se identificarán las necesidades de cada contexto local. Estas se tendrán en cuenta a la hora de diseñar conjuntamente los materiales educativos, seguido de una formación para personas formadoras con el fin de garantizar su capacidad para implementar las actividades diseñadas conjuntamente con el alumnado.

Nuestro principal objetivo es dotar a las personas formadoras de las habilidades y conocimientos necesarios para fomentar el desarrollo de competencias transversales y digitales, tanto en entornos educativos formales como no formales. Las personas formadoras adquirirán un profundo conocimiento de las herramientas y estrategias de educación digital, lo que les permitirá diseñar e impartir lecciones que no solo transmitan alfabetización digital, sino que también fomenten el pensamiento crítico, la creatividad y la capacidad de resolución de problemas entre las personas participantes.

Información para formadoras y resultados esperados



Talleres de 1,5-2 h para ~10 mujeres



Epale: crear usuario, unirse a la comunidad y crear 1 publicación



Formulario de evaluación tras la formación



Mencionando nuestra plataforma de aprendizaje electrónico



Diapositivas:

Escanea este código QR para acceder a las diapositivas de la presentación en tu idioma local.



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

Acerca de la brecha digital de género

La brecha digital de género se refiere a las desigualdades persistentes entre hombres y mujeres en el acceso y el uso de las tecnologías digitales, a menudo influenciadas por factores sociales, económicos y culturales más amplios. Como personas formadoras, es fundamental reconocer cómo esta brecha limita las oportunidades de las mujeres en la educación, el empleo y la participación cívica, especialmente en las zonas rurales o desfavorecidas. Las mujeres pueden enfrentarse a barreras como la alfabetización digital limitada, la falta de acceso a dispositivos o a Internet y los estereotipos de género que desalientan su participación en la tecnología. Al comprender estos retos, las personas formadoras pueden desempeñar un papel clave en la promoción de la inclusión digital, diseñando entornos de aprendizaje que tengan en cuenta las cuestiones de género y animando activamente a las mujeres y las niñas a desarrollar sus habilidades digitales. Cerrar la brecha digital de género no se trata solo de la igualdad de acceso, sino de empoderar a las mujeres para que participen plenamente en la configuración del futuro digital. Como persona formadora, abordar la brecha digital de género implica algo más que la concienciación: requiere estrategias intencionadas e inclusivas integradas tanto en el contenido como en la impartición de sus sesiones. Con el apoyo y las estrategias adecuadas, las mujeres de todo el mundo pueden convertirse en ciudadanas digitales, líderes e innovadoras seguras de sí mismas en el cambiante mundo digital.

Metodologías que las personas formadoras pueden utilizar al trabajar con mujeres para reducir la brecha digital de género

A la hora de abordar las brechas digitales de género, los enfoques de formación específicos que hacen hincapié en la inclusión, la participación activa y la concienciación pueden ayudar a las personas educadoras a empoderar a las mujeres y apoyar su plena participación en el mundo digital.

Las metodologías más importantes que las personas formadoras pueden utilizar para eliminar la brecha de género son:

- **Enfoques de formación participativos y sensibles al género:** El marco promueve el aprendizaje participativo, que sitúa al alumnado en el centro del proceso educativo. Se anima a las personas formadoras a facilitar los debates, crear conjuntamente los objetivos de aprendizaje e integrar las experiencias y los conocimientos de las mujeres en el plan de estudios. De este modo, fomentan el sentido de la responsabilidad y el empoderamiento. La formación sensible al género reconoce y aborda las barreras sociales y sistémicas a las que se enfrentan las mujeres en los entornos digitales. Esto incluye evitar los estereotipos de género en los materiales didácticos y garantizar una participación equilibrada.
- **Aprendizaje experiencial y aplicación en el mundo real:** se hace hincapié en los métodos de aprendizaje experiencial, como las simulaciones, los juegos de rol y los proyectos prácticos. Estos métodos ayudan a las mujeres a interiorizar competencias digitales clave y a desarrollar confianza en el manejo de la tecnología. Por ejemplo, una actividad de juego de roles sobre la seguridad en línea puede ayudar a las participantes a comprender cómo identificar y responder al acoso cibernético. Este método también incluye el aprendizaje basado en proyectos, en el que las mujeres trabajan para resolver retos del mundo real, como la creación de un sitio web básico o el desarrollo de una sencilla campaña de promoción digital.
- **Creación de entornos de aprendizaje seguros y propicios:** la seguridad psicológica es fundamental para un aprendizaje eficaz, especialmente para los grupos que pueden haber sufrido marginación. La formación hace hincapié en la importancia de generar confianza dentro del grupo de formación. Las personas formadoras deben fomentar un entorno inclusivo y sin prejuicios, en el que las mujeres se sientan respetadas y seguras para compartir sus ideas y preocupaciones. La confidencialidad, el respeto mutuo y una política de tolerancia cero con la discriminación son componentes clave de esta metodología.

Adaptación a los contextos locales y culturales: los enfoques únicos para todo el mundo son ineficaces cuando se trata de comunidades diversas. Se recomienda a las personas formadoras que adapten sus metodologías a las realidades culturales, sociales y tecnológicas de sus participantes.

- Esto puede implicar el uso de idiomas locales, la integración de ejemplos relevantes para la región y el abordaje de desafíos específicos del contexto (por ejemplo, acceso restringido a Internet o restricciones basadas en el género en el uso de la tecnología). Este enfoque personalizado garantiza que la formación siga siendo relevante e impactante.
- **Uso práctico de herramientas digitales empoderadoras:** el enfoque incluye la introducción de las mujeres a herramientas digitales que pueden mejorar su vida personal y profesional. Las actividades pueden incluir el uso de aplicaciones de mensajería segura, la participación en retos de alfabetización digital o la gestión de cuentas en redes sociales para la participación comunitaria. Animar a las mujeres a crear contenidos digitales, como blogs, vídeos o podcasts, también favorece su protagonismo y visibilidad en los espacios digitales.
- **Fomento del aprendizaje entre pares y la creación de redes:** el aprendizaje entre pares es un método eficaz para fomentar la confianza y reforzar los conocimientos. La formación fomenta el trabajo colaborativo en grupo, la tutoría entre pares y la formación de círculos de aprendizaje en los que las mujeres se apoyan mutuamente en su proceso de aprendizaje digital. Las oportunidades de creación de redes, ya sean locales o en línea, ayudan a las mujeres a mantenerse conectadas, compartir recursos y crear una comunidad de práctica.
- **Enfoque interseccional e inclusivo:** es fundamental reconocer las múltiples identidades que pueden tener las mujeres, como formar parte de una minoría étnica, tener una discapacidad o identificarse como LGTBIQ+. Una metodología interseccional garantiza que la formación sea inclusiva con todas las experiencias de las mujeres. Se insta a las personas formadoras a utilizar materiales y estrategias que reflejen perspectivas diversas y a ser conscientes de cómo las formas de discriminación superpuestas pueden exacerbar la brecha digital.

- **Evaluación continua y retroalimentación:** las personas formadoras deben implementar evaluaciones formativas periódicas y fomentar la autorreflexión y la retroalimentación entre pares. Este proceso iterativo no solo permite realizar un seguimiento del progreso del aprendizaje, sino que también permite ajustar oportunamente el enfoque de la formación. Los mecanismos de retroalimentación también validan las contribuciones de las mujeres y garantizan que sus voces den forma a la experiencia de formación.
- **Formato del taller: El método Jigsaw (conocimiento) + laboratorio y actividad práctica (práctica).** El taller se divide en dos partes: la primera para construir un conocimiento y una comprensión sólidos de los temas, y la segunda para aplicar este conocimiento a través de una actividad práctica.
- **Primera parte:** el método Jigsaw es una técnica de aprendizaje cooperativo que promueve la enseñanza entre pares, la colaboración y la participación equitativa. Funciona dividiendo un tema más amplio en subtemas más pequeños, asignando a cada miembro del grupo una pieza (como una pieza de rompecabezas) y haciendo que se conviertan en «expertas» en ella. Más tarde, el alumnado enseña su pieza a su grupo original, completando juntos el cuadro completo. Esta metodología fomenta la participación activa y el aprendizaje colaborativo, desarrolla las habilidades de comunicación y liderazgo, promueve entornos inclusivos porque todas las personas tienen voz y **aumenta el compromiso y la retención de temas complejos.**
- **Segunda parte: Las actividades de laboratorio y prácticas** permitirán al alumnado aplicar los conocimientos adquiridos en la primera fase. Este enfoque permite al alumnado aprender haciendo y plantearse preguntas.

Reducir la brecha: materiales de formación

Los materiales de formación están cuidadosamente diseñados para ser flexibles, inclusivos y fáciles de adaptar. El elemento central del programa es un conjunto de herramientas prácticas que ofrece más de 50 retos de aprendizaje digital en diferentes áreas. Estos recursos están estructurados para adaptarse tanto a principiantes como a alumnado avanzados, y proporcionan una orientación clara, actividades contextualizadas y planes de lecciones listos para usar que favorecen una enseñanza coherente y eficaz.

1. Enfoque de aprendizaje mixto. Una característica clave del modelo de formación es su formato mixto, que combina la teoría en línea con sesiones prácticas presenciales. Esta configuración ofrece flexibilidad a las personas participantes con diferentes horarios y responsabilidades, al tiempo que enriquece el aprendizaje a través de experiencias prácticas. Equilibra la interacción en vivo con el estudio a ritmo propio y permite a las personas formadoras adaptar el contenido y el calendario de las sesiones en función de los comentarios y las necesidades de los participantes. El resultado es un proceso de aprendizaje dinámico, atractivo y accesible.

1. Aprendizaje en línea a su propio ritmo. Las personas participantes también se benefician de módulos autodirigidos que incluyen materiales complementarios como artículos, podcasts, vídeos y contenido interactivo. Diseñados para apoyar diferentes estilos de aprendizaje, estos recursos fomentan el desarrollo continuo y la exploración más profunda de temas digitales. El alumnado puede progresar a su propio ritmo, lo que hace que la educación sea más personalizada y accesible.

1. Sesiones dirigidas por personas formadoras. Las sesiones dirigidas por personas formadoras constituyen la columna vertebral del programa, estructurado en torno a un esquema de seis módulos y 30 horas de duración. Cada sesión se guía por objetivos de aprendizaje específicos e incluye ejercicios interactivos que vinculan la teoría con aplicaciones del mundo real. Se anima a las personas formadoras a adaptar la impartición al ritmo y los antecedentes de su grupo, garantizando que la formación siga siendo inclusiva, relevante y receptiva a las necesidades del alumnado.

Resumen de talleres

Utiliza herramientas de análisis para realizar un seguimiento del rendimiento empresarial (1,5-2 horas)



Total duration: 1,5 - 2 hours

Introducción:

Es fundamental comprender el rendimiento de tu negocio, pero no tiene por qué basarse en suposiciones. Las herramientas de análisis le ayudan a medir lo que funciona (y lo que no) proporcionándote datos en tiempo real sobre el comportamiento de la clientela, la eficacia del marketing, las visitas al sitio web y mucho más. En esta breve sesión le presentaremos el poder de las herramientas de análisis y le enseñaremos a utilizarlas para hacer crecer su negocio.

Objetivo de aprendizaje:

Aprender qué relación hay entre las métricas y los objetivos empresariales. Cómo utilizar la inteligencia artificial para sus KPI y aprender qué son las herramientas de análisis, cómo ayudan a realizar un seguimiento del rendimiento y explorar herramientas que pueden proporcionar información empresarial valiosa.

1. ¿Qué son las herramientas de análisis?

Las herramientas de análisis recopilan y analizan datos de diferentes partes de tu negocio, como su sitio web, redes sociales, campañas de correo electrónico o plataforma de ventas.

Ayudan a responder preguntas como:

- ¿Quién visita su sitio web y cuándo?
- ¿Qué publicaciones en redes sociales obtienen más interacción?
- ¿Qué productos se venden mejor y por qué?
- ¿En qué punto del recorrido de la clientela se abandonan las compras?
- ¿A qué datos demográficos pertenecen mis usuarias con mejor rendimiento?



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

Por qué son importantes:

- Toma decisiones más inteligentes basadas en hechos, no en suposiciones.
- Detecta las tendencias de forma temprana y ajuste su estrategia.
- Mejora la orientación a la clientela
- Maximiza el rendimiento de tus inversiones en marketing y ventas
- Mejora la experiencia de la clientela: identifica los puntos débiles y optimiza tu sitio web para lograr una mayor interacción.
- Aumenta las ventas y las conversiones: dirígete al público adecuado con el mensaje adecuado.
- Reduzca el gasto publicitario innecesario: centra tus recursos en lo que realmente funciona.

¡Deja de adivinar y empiece a saber! Los análisis proporcionan información en tiempo real sobre lo que funciona y lo que no, lo que supone una ventaja para el crecimiento del negocio. Desde comprender el comportamiento de tu clientela hasta optimizar las campañas de marketing, los análisis son su arma secreta.

Información clave

- El tráfico no significa clientela de pago
- Las suposiciones deben demostrarse
- Analizar paso a paso hasta llegar al fondo
- Cambios realizados paso a paso
- Alineación con los objetivos empresariales

Cómo ayuda la analítica:

- Proporciona una comprensión crucial del rendimiento empresarial, eliminando las suposiciones.
- Mide lo que funciona (y lo que no) utilizando datos en tiempo real.
- Ayuda a obtener información valiosa sobre el comportamiento de la clientela, la eficacia del marketing, las visitas al sitio web y mucho más.
- Ayuda a probar los MVP (productos mínimos viables).

Preguntas interactivas:

- ¿Qué herramientas utilizas actualmente?
- ¿Qué métricas estás analizando actualmente?
- ¿Qué objetivos empresariales deseas alcanzar?

Sugerencia para la implementación de herramientas:

«Inserte la herramienta que utiliza y considera utilizar la IA como ayuda, por ejemplo: «Crear KPI de Google Analytics que se ajusten a mis objetivos empresariales y que deban documentarse».

Definiciones de términos analíticos comunes:

I. Métricas de tráfico del sitio web

Usuarías (o visitantes únicas):

- Definición: número de personas distintas que visitaron tu sitio web durante un período de tiempo específico.
- Significado: un número creciente de usuarias indica un aumento del conocimiento y el alcance de la marca. Sin embargo, esto no lo dice todo; también hay que tener en cuenta el compromiso y la conversión.

Sesiones (o visitas):

- Definición: el número total de visitas a tu sitio web durante un período de tiempo específico. Una usuaria puede tener varias sesiones.
- Significado: un mayor número de sesiones suele indicar un mayor interés en tu sitio web. El seguimiento de las tendencias de las sesiones te ayuda a comprender cuándo es más probable que las personas visiten tu sitio.

Páginas vistas:

- Definición: El número total de veces que se han visto las páginas de tu sitio web durante un periodo de tiempo específico.
- Significado: un número elevado de visitas a la página sugiere que las usuarias están explorando varias páginas de su sitio, lo que indica compromiso. Pero es importante analizar qué páginas son las más populares.

Páginas por sesión:

- Definición: El número medio de páginas vistas durante una sola sesión.
- Significado: un número elevado de «páginas por sesión» indica que los usuarias encuentran su sitio web atractivo y exploran varias áreas del mismo. Un número bajo podría significar que no están encontrando lo que buscan.

Tasa de rebote:

- Definición: El porcentaje de visitantes que abandonan tu sitio web después de ver solo una página.
- Significado: una tasa de rebote alta (por ejemplo, superior al 70 %) sugiere que las usuarias no encuentran lo que esperan en la página de destino. Esto podría deberse a contenido irrelevante, diseño deficiente, velocidad de carga lenta o publicidad engañosa. Es conveniente reducir este porcentaje.

Definiciones de términos analíticos comunes:

Duración media de la sesión:

- Definición: El tiempo medio que las usuarias pasan en tu sitio web durante una sola sesión.
- Significado: una duración de sesión más larga sugiere que las usuarias encuentran tu contenido valioso y atractivo. Una duración más corta podría indicar que no encuentran lo que buscan o que tu sitio web es difícil de navegar.

II. Métricas de adquisición (fuente de tráfico)

Búsqueda orgánica:

- Definición: Tráfico procedente de usuarias que han encontrado su sitio web a través de motores de búsqueda como Google, Bing o DuckDuckGo.
- Significado: un tráfico de búsqueda orgánica elevado indica una optimización eficaz para motores de búsqueda (SEO).

Tráfico directo:

- Definición: Tráfico procedente de usuarias que han escrito la URL de su sitio web directamente en su navegador o han hecho clic en un marcador.
- Significado: un tráfico directo elevado indica un fuerte reconocimiento de marca y clientela fiel.

Tráfico de referencia:

- Definición: Tráfico procedente de usuarias que han hecho clic en un enlace a su sitio web desde otro sitio web.
- Significado: Esto muestra el rendimiento y la eficacia del contenido, la asociación y la estrategia publicitaria en diferentes canales.

III. Métricas de interacción

Tiempo en la página:

- Definición: El tiempo medio que los usuarios pasan en una página específica.
- Significado: un tiempo de permanencia en la página más largo indica que los usuarios encuentran el contenido valioso y atractivo.

Definiciones de términos analíticos comunes:

Profundidad de desplazamiento:

- Definición: hasta dónde se desplazan las usuarias por una página. A menudo se realiza un seguimiento con herramientas como Hotjar o Google Tag Manager.
- Significado: una profundidad de desplazamiento elevada indica que las usuarias están interesadas en el contenido y siguen leyendo más abajo en la página.

Seguimiento de eventos:

- Definición: Seguimiento de acciones específicas que realizan las usuarias en su sitio web, como clics en botones, envíos de formularios, visualizaciones de vídeos y descargas de archivos.
- Significado: El seguimiento de eventos proporciona información valiosa sobre cómo interactúan las usuarias con su sitio web y le ayuda a medir la eficacia de elementos específicos, como los botones de llamada a la acción.

IV. Métricas de conversión

Tasa de conversión:

- Definición: Porcentaje de usuarias que completan una acción deseada, como realizar una compra, enviar un formulario o suscribirse a un boletín informativo.
- Significado: una tasa de conversión más alta indica que tu sitio web está convirtiendo eficazmente a los visitantes en clientela o clientela potencial.

Tasa de finalización de objetivos:

- Definición: Porcentaje de sesiones que dan como resultado que una usuaria complete un objetivo definido (rellenar un formulario de contacto, realizar una compra, etc.).
- Significado: Mide la eficacia de tu sitio web a la hora de impulsar acciones específicas.

Definiciones de términos analíticos comunes:

Tasa de abandono del carrito (para comercio electrónico):

- Definición: Porcentaje de usuarias que añaden artículos a su carrito de la compra pero no completan la compra.
- Significado: una tasa alta de abandono del carrito indica posibles problemas con el proceso de pago, como gastos de envío elevados, formularios complicados o falta de señales de confianza.

Coste por adquisición (CPA):

- Definición: El coste de adquirir una nueva cliente. Se calcula dividiendo los gastos totales de marketing entre el número de nuevas clientas adquiridas.
- Significado: un CPA más bajo indica un gasto de marketing más eficiente.

V. Métricas de redes sociales (ejemplos, depende de la plataforma)

Alcance: Número de usuarias únicas que vieron su contenido.

Impresiones: el número de veces que se ha mostrado tu contenido, independientemente de si se ha hecho clic en él o se ha visto.

Tasa de interacción: El porcentaje de usuarias que interactuaron con tu contenido (me gusta, comentarios, compartidos).

Crecimiento de seguidoras: la tasa a la que crece tu base de seguidoras a lo largo del tiempo. tu negocio. Pregúntate siempre: «¿Qué medidas puedo tomar basándome en estos datos?».

2. Herramientas de análisis comunes

Función de la persona formadora: no solo debe compartir estos enlaces con las personas participantes, sino también guiarlos a través de 1-2 herramientas.

Las participantes deben poder hacer preguntas y compartir experiencias personales con el grupo.

- **Google Analytics:** análisis web. Realiza un seguimiento del tráfico del sitio web, el comportamiento de visitantes y las rutas de conversión.
- [Link: [Google Analytics](#)]
- Realiza un seguimiento del tráfico del sitio web, el comportamiento de las usuarias y las conversiones.
- Proporciona información sobre la demografía y los intereses de la audiencia.
- Ofrece funciones avanzadas como el seguimiento de eventos y el aprendizaje automático.

GA4 como base gratuita con:

- Recopilación de datos
- Potentes funciones de generación de informes y análisis
- Gran comunidad
- Seguimiento multiplataforma
- Seguimiento de eventos

Enlaces útiles:

- Guías paso a paso.
- [analyze.google.com]
- [marketingplatform.google.com]

- **LinkedIn Analytics:** redes sociales/empresariales. Realiza un seguimiento del rendimiento del contenido y el crecimiento de seguidores en LinkedIn. [Link: [LinkedIn Analytics](#)]
- Proporciona información sobre su marca profesional, el crecimiento de su red y el rendimiento de su contenido.
- Ayuda a optimizar la presencia y a interactuar con el público objetivo.

Características principales:

- Rendimiento del contenido
- Interacción del público
- Análisis de tendencias
- Análisis de visitantes
- Datos demográficos de los seguidores
- Análisis de la competencia

2. Herramientas de análisis comunes

- **Meta Business:** análisis de redes sociales. Analiza la interacción y el alcance en Facebook e Instagram.
[Link: [Meta Business Suite](#)]
- **Informes de Mailchimp:** análisis de correos electrónicos. Realiza un seguimiento de las aperturas de correos electrónicos, los clics y la participación de suscriptores.
[Link: [Mailchimp](#)]
- **Hotjar:** Comportamiento en el sitio web. Mapas de calor visuales y grabaciones de sesiones para comprender el comportamiento de personas usuarias.
[Link: [Hotjar](#)]

3. Tarea: examina tus análisis

Función de la persona formadora: debe guiar primero a través de un ejemplo específico antes de que las participantes lo hagan por su cuenta.

Actividad:

Inicia sesión en una de sus plataformas (por ejemplo, el panel de control de su sitio web, Facebook, LinkedIn o una herramienta de marketing por correo electrónico). Observe los datos analíticos más recientes y responda:

- ¿Cuántas personas visitan o interactúan?
- ¿Qué contenido o producto recibe más atención?
- ¿Qué le dice esto sobre su público?

Platform	Key Insights	What it tells me

Si aún no tienes configurada la analítica, elige una herramienta de la lista anterior y explora sus funciones.

4. Preguntas para la reflexión

Función de la persona formadora: debe hacer estas preguntas a las participantes para obtener una mejor retroalimentación y comprensión

- ¿Qué te han revelado tus análisis sobre tu clientela o tu público?
- ¿Hubo algo sorprendente o inesperado?
- ¿Cómo cambiarías tu estrategia de marketing, contenido u ofertas de productos basándote en esta información?
- ¿Qué herramienta te gustaría explorar más a fondo?

Uso ético de la tecnología – Resumen para formadoras



Duración: 1h 30m

Público objetivo: personas que se dedican a la educación de personas adultas, personas formadoras en competencias digitales y personas encargadas de facilitar grupos.

Método: Jigsaw + Laboratorio (Impartición mixta: presencial o híbrida)

Introducción:

En el mundo digital actual, el uso responsable de la tecnología es más importante que nunca. Desde la difusión de información errónea hasta los sesgos ocultos en la Inteligencia Artificial (IA), las personas formadoras deben comprender estos retos y saber cómo abordarlos con su alumnado. Esta sesión interactiva le proporciona los conocimientos, las herramientas y los métodos necesarios para dirigir debates interesantes sobre la ética digital y orientar a otros hacia un uso más reflexivo e informado de la tecnología.

Objetivo de aprendizaje:

Comprender los principales retos éticos del mundo digital, como la desinformación y los sesgos de la IA, y explorar formas prácticas y atractivas de enseñar estos temas utilizando métodos colaborativos y prácticos.

Módulo 0: Bienvenida y contextualización (5 min)

1. Presentación de la persona formadora:

«¡Os doy la bienvenida! Soy [nombre de la formadora]. La formación de hoy explorará la desinformación, los sesgos de la Inteligencia Artificial y el uso ético de la tecnología. Al finalizar, estaréis más preparadas para abordar estas temáticas con confianza».

2. Rompehielos: «Momentos de desinformación»

Pregunta: «¿Alguna vez has compartido algo falso en Internet?».

Utilizar chat/encuesta: ● Sí | ● No | ● No estoy segura

3. Objetivos del taller:

- Identificar cuestiones clave de ética digital
- Explicar la desinformación y el sesgo de la IA
- Aplicar métodos interactivos para enseñarlos



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

4. Enlace a los marcos de la Unión Europea:

- EntreComp: Pensamiento ético y sostenible
- DigComp: Seguridad y resolución de problemas

Módulo 1: Desarrollo de conocimientos: método Jigsaw (35 min)

Objetivo: Desarrollar la comprensión entre compañeros sobre:

- Desinformación
- Sesgo de la IA
- Uso ético de la tecnología

Paso a paso:

1. Formar grupos temáticos

- **A: Desinformación**
- **B: Sesgo de la IA**
- **C: Uso ético**

2. Investigación en grupo (10 min)

- A: Difusión de noticias falsas (por ejemplo, desinformación sobre la COVID)
- B: Sesgo de la IA (por ejemplo, policía predictiva)
- C: Ética digital (por ejemplo, la republicación de imágenes generadas por IA)

3. Repaso en grupos mixtos (15 min)

- Compartir ideas clave
- El formador observa y presta apoyo

4. Reflexión grupal (8 min)

Preguntas: ¿Qué te ha sorprendido? ¿Cómo se relacionan los temas?

Resultado: Las personas formadoras comprenden los temas clave y los métodos para enseñarlos a través del aprendizaje colaborativo.

Módulo 2: Práctica - Laboratorio (35 min)

Objetivo: Probar y reflexionar sobre cuestiones éticas del mundo real.

Tarea 1: Probar el sesgo de la IA (15 min)

- Utilizar herramientas (ChatGPT, Bing, Craiyon)
- Indicaciones: «Imagen del director ejecutivo», «Historia de un niño prodigio en África», etc.
- Documentar los sesgos observados utilizando la hoja de trabajo



Resumen:

- ¿Qué patrones has observado?
- ¿Cómo rediseñarías la herramienta?

Tarea 2: Verificación de datos falsos (15 min)

- Titulares como:
- «Los plátanos curan la COVID-19»
- «La UE gravará el internet doméstico»
- Utiliza: EUvsDisinfo, Snopes, Google Fact Check

Resumen:

- ¿Qué era creíble pero falso?
- ¿Cómo pueden las personas participantes ser escépticas sin caer en el cinismo?

Resumen (5 min):

- Cómo adaptar las actividades a diferentes alumnado
- Debatir sobre la seguridad y la accesibilidad

Resultado: Las personas formadoras se llevan herramientas sencillas y replicables para involucrar a los alumnos en el sesgo de la IA y la desinformación.

Módulo 3: Reflexión y ciclo de retroalimentación (15 min)

1. Reflexión guiada (5 min)

Preguntas:

- ¿Qué idea te ha llamado más la atención hoy?
- ¿Cómo responderían tu alumnado?
- ¿Ha observado algún dilema ético?

2. Actividad de microdiseño (6 min)

Diseña una actividad de aprendizaje de 5 a 10 minutos para tu propia formación. Plantilla:

- Tema
- Grupo destinatario
- Método (cuestionario, caso práctico, etc.)
- Duración



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

3. Intercambio entre compañeras (4 minutos)

Las personas de forma voluntaria comparten ideas y el grupo da su opinión:

- «Yo lo utilizaría»
- «Así es como lo adaptaría»
- «¿Y si el alumnado lo cuestiona?».

Resultado: Las personas participantes desarrollan mini actividades específicas para cada contexto y obtienen comentarios de otras compañeras.

Módulo 4: Resumen y próximos pasos (5 min)

1. Puntos clave (2 min):

- Desinformación = emocional, se propaga rápidamente: enseñar a verificar
- Sesgo de la IA = no es neutral: enseñar a ser consciente
- Uso ético = empatía digital, responsabilidad y cuidado

2. Ronda de reflexión rápida (1 min)

«¿Qué medida piensas tomar?».

3. Compartir recursos (1 min):

- EUvsDisinfo.eu, AI Now Institute, Creative Commons
- Diapositivas y folletos posteriores a la sesión
- Foro/grupo de formadoras entre pares

4. Clausura (1 min):

«Formemos a las personas participante, no solo para que utilicen la tecnología, sino para que la cuestionen y la utilicen de forma responsable».



Diapositivas:

Escanea este código QR para acceder a las diapositivas de la presentación en tu idioma local.

«La IA desmitificada» utilizando el método Jigsaw + laboratorio práctico



Duración: 90 minutos

Destinatarios: Mujeres emprendedoras (grupos de 10 a 15 participantes)

Objetivo: Desarrollar conocimientos básicos y confianza en la IA y las herramientas de IA para su uso en el ámbito empresarial.

Estructura general

Bienvenida y presentación (5 min)

- Breve bienvenida y presentación de los objetivos del taller:
 - Comprender los fundamentos de la IA y su relevancia en la vida cotidiana y los negocios.
 - Reconocer las herramientas comunes de IA que probablemente ya utilizamos.
 - Experimentar con la IA a través de tareas sencillas y prácticas.
 - Reflexionar sobre cómo la IA puede apoyar los proyectos de emprendimiento.
- Abrir Padlet junto con los participantes: <https://bit.ly/WomenAIWomen>

Introducción al método Jigsaw (5 min)

Explicar cómo funciona el método Jigsaw:

- Las personas participantes comienzan en pequeños «grupos base»
- A cada participante se le asigna un tema diferente
- Las personas participantes se reúnen en «grupos de expertas» con otras personas que tienen el mismo tema
- Las personas participantes regresan a los grupos base y enseñan lo que han aprendido.
- Todas las personas aprenden sobre todos los temas: ¡se forma el rompecabezas completo!

Asignación de grupos de origen y de expertas (5 min)

Grupos de origen (asignados por emoji):

- Cada mesa recibe una tarjeta emoji (🌍, 🚀, ✨, 🧠, etc.).
- Todas las personas participantes de la misma mesa forman un grupo base
- Ejemplo: todas las personas que están en la mesa con 🌍 pertenecen al grupo base. 🌍

Grupos de expertas (asignadas por número):

- Asigna a cada participante de la mesa de su grupo base un número diferente: 1, 2, 3 o 4.
- Este número determina a qué grupo de expertos se unirán
- Ejemplo: un participante que reciba el «1» se unirá al grupo de expertos 1

Trabajo en grupos de expertas (30 min)

Las personas participantes abandonan sus grupos de origen y se reúnen con sus grupos de expertas para aprender en equipo sobre el tema que se les ha asignado.

Tiempo asignado:

- 15 minutos: Comprensión del contenido
- 8 minutos: actividad
- 7 minutos: preparación para enseñar a los grupos de origen

Temas del rompecabezas:

Grupo de expertas 1: Introducción a la IA (Lección 1)

- ¿Qué es la IA? Definiciones y conceptos básicos

Grupo de expertas 2: La IA ya forma parte de tu vida y de tu (futuro) negocio (Lección 2)

- Herramientas de IA que ya utilizas a diario

Grupo de expertas 3: Piensa de forma crítica: la importancia del uso responsable de la IA (Lección 3)

- Consideraciones éticas, sesgos, privacidad y uso responsable

Grupo de expertas 4: Plataforma de directorio de herramientas de IA (Lección 4)

- Descripción general de las herramientas y recursos de IA disponibles

Instrucciones para los grupos de expertos:

- Que dos personas de cada grupo de expertas saquen sus ordenadores portátiles
- Abrir Padlet utilizando el [enlace](#) proporcionado.
- Siga la lección correspondiente al número de su grupo.
- Complete las cuatro secciones: Introducción, Contenido, Actividad y Preparación para la enseñanza.

Nota para la persona formadora: controla el tiempo y recuerde a las personas participantes cuándo deben pasar de la Introducción y el Contenido a la Actividad y, a continuación, a la Preparación para la enseñanza.

Enseñar en los grupos de origen (28 min)

Las personas participantes vuelven a sus grupos de origen (identificados por su emoji).

Cómo funciona:

- Cada participante tiene 7 minutos para enseñar lo que ha aprendido a las demás personas de su grupo base.
- Rotar entre los 4 participantes (7 minutos × 4 = 28 minutos).

En Padlet: Desplácese hacia abajo para encontrar la sección de esta actividad.

Nota para la persona formadora: Recuerda a las personas participantes cada 7 minutos que pasen a la siguiente persona.

Tiempo de reflexión en los grupos de origen (7 min)

Después de la ronda de enseñanza, las personas participantes dedican 7 minutos a reflexionar juntas sobre:

Pregunta de reflexión:

«¿Cómo podría aplicar lo que ha aprendido a tu idea de negocio actual o futura?».

Documentación:

- Una persona de cada grupo toma notas en su casilla asignada en Padlet
- Busca el cuadro de tu grupo de origen (por emoji) y escribe tus comentarios en él.
- **IMPORTANTE:** Haz clic en «Guardar» cuando hayas terminado para que tus reflexiones sean públicas

Actividad práctica de laboratorio (15 min)

Esta es una actividad individual para todas las personas participantes, independientemente de si pertenecen al grupo principal o al grupo de expertas.

Instrucciones:

- Saca los portátiles y abre Padlet.
- Desplácese hacia abajo hasta encontrar «Actividad práctica individual (15 minutos)».
- Siga los pasos de la actividad utilizando ChatGPT.
- Acceda a ChatGPT sin necesidad de crear una cuenta en: <https://chatgpt.com/>

Actividad de laboratorio:

- Las personas participantes completan una tarea práctica utilizando ChatGPT.
- Céntrate en formular y perfeccionar las preguntas para mejorar los resultados.

Resumen y reflexión (3 min)

Breve resumen y reflexión final en Padlet al final de la página.

Preguntas para la reflexión:

- ¿Qué has aprendido que no esperabas?
- ¿Cómo mejoró los resultados el perfeccionamiento de las preguntas?
- ¿Te ves utilizando la IA de forma habitual en tu negocio o trabajo?



Materiales necesarios:

Materiales físicos:

- Tarjetas con emojis: una tarjeta impresa con emojis por cada grupo de origen
- Tarjetas con números: un número impreso (1-4) por participante, distribuidos de manera que cada participante del grupo de origen tenga un número diferente
- Bolígrafos y papel

Materiales digitales:

- Ordenadores portátiles con acceso a Internet para todos los participantes
- Acceso a Padlet: <https://bit.ly/WomenAIWomen>
- Acceso a ChatGPT: <https://chatgpt.com/>
- Presentación de diapositivas (opcional)
- Manual digital (opcional)

¡Eso es todo!

¡Gracias por formar parte de este viaje de aprendizaje!



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

Herramientas digitales para marketing y ventas, creación de contenidos y automatización



Duración total: 2 horas

Introducción:

Comprender los fundamentos del branding digital y la estrategia de contenidos, explorar las herramientas esenciales para el marketing y la automatización, y adquirir experiencia práctica en el uso de la IA, especialmente ChatGPT, para crear contenidos y campañas personalizadas e impactantes.

Estructura:

- Hora 1: Introducción teórica
- Hora 2: Taller práctico con ChatGPT

Módulo 1: Introducción teórica (60 minutos)

Objetivos de aprendizaje

- Comprender los principios del branding y la identidad digital.
- Familiarizarse con las principales plataformas de redes sociales y sus audiencias.
- Explorar las herramientas básicas de creación de contenidos.
- Aprender a reutilizar el contenido de forma eficaz.
- Obtener información sobre el papel de la inteligencia artificial en el marketing y la comunicación.
- Reconocer las cuestiones éticas y mantener la coherencia de la marca.

Materiales necesarios

- Proyector o pantalla
- Acceso a Internet
- Diapositivas

Desglose del contenido

1. Introducción al módulo (5 min)

- Breve presentación de Women 5.0 y de este módulo de formación. Relevancia para las mujeres emprendedoras.

2. Marca e identidad digital (10 min)

- Definición de marca (logotipo, tono, color, tipografía).
- Importancia de la coherencia entre plataformas.
- Psicología del color e identidad visual.



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

3. Descripción general de las plataformas de redes sociales (10 min)

- ¿Quién utiliza qué? (Instagram, Facebook, LinkedIn, TikTok, Pinterest).
- Cómo elegir las plataformas adecuadas.

4. Herramientas para la creación de contenido visual y de audio (10 min)

- Canva, CapCut, Adobe Express, Spotify for Podcasters.
- Ventajas de utilizar contenido visual/audio.

5. Estrategia de reutilización de contenidos (10 min)

- Transformar una sola idea en múltiples formatos.
- Ejemplos: Blog > Infografía > Vídeo > Podcast.

6. Introducción a la IA en marketing (10 min)

- ChatGPT, Notion AI y Gemini para la creación de contenido.
- Chatbots y automatizaciones (Zendesk, Zapier).

7. Ética y coherencia de marca (5 min)

- Cómo mantener el tono y los valores al utilizar la IA.



Consejos para la persona formadora:

- Utiliza ejemplos de tu propio negocio o de las personas participantes.
- Fomenta las preguntas y el debate interactivo.
- Adáptate al nivel de alfabetización digital del grupo.

Módulo 2: Taller práctico con ChatGPT (60 minutos)

Objetivos de aprendizaje

- Sentirse segura al utilizar ChatGPT para generar contenido de marketing.
- Ser capaz de aplicar herramientas de IA a su propio negocio o proyecto.
- Crear, configurar y probar un asistente de IA personalizado especializado en marketing y ventas, creación de contenidos y automatización.
- Salir con al menos un contenido útil o un borrador de campaña.

Nota importante para las personas participantes:

Para participar plenamente en esta sesión, se recomienda tener una suscripción a ChatGPT Plus, ya que las funciones que se exploran (GPT personalizados, herramientas avanzadas y prompts) solo están disponibles en la versión Plus. Las personas participantes que no deseen adquirir la suscripción pueden asistir a la sesión como observadoras, donde seguirán obteniendo información valiosa sobre las capacidades de la herramienta, pero no podrán realizar la totalidad las actividades prácticas.

**Materiales necesarios**

- Ordenadores portátiles o tabletas
- Conexión a Internet
- Cuenta de ChatGPT Plus (recomendado)
- Google Docs o Notion (opcional para la planificación)

Desarrollo del taller**1. Paso a paso: crear un asistente de IA personalizado (40 min)**

- Descripción detallada de las funciones «Explorar GPT» y «Crear» de ChatGPT
- Definir el nombre, la función y el tono del asistente (centrado en marketing, ventas y contenido).
- Añadir instrucciones, sugerencias y cargar documentos de ejemplo (si están disponibles).
- Prueba y perfecciona el asistente en directo durante la sesión

2. Comentarios y reflexión entre compañeras (10 min)

- Intercambio en grupos pequeños.
- Sugerencias para mejorar las indicaciones o la configuración del asistente.

3. Resumen y evaluación (10 min)

- Resumen de los aprendizajes clave.
- Invitar a las personas participantes a completar el formulario de comentarios.

**Consejos para la formadora**

- Mostrar cómo editar los resultados de la IA para mejorar el tono y la autenticidad.
- Ofrece plantillas de respuestas rápidas para las personas participantes que se sientan menos seguras.
- Destaca el uso responsable de las herramientas de IA.
- Si es posible, proporcione un asistente de ejemplo predefinido como referencia.



Herramientas digitales para la planificación y el bienestar digital



Duración total: 2 horas

Público objetivo: Docentes de personas adultas, formadoras en competencias digitales y facilitadores comunitarios.

Metodologías: microaprendizaje teórico, actividades prácticas en grupo, estudio de casos con herramientas digitales, reflexión guiada.

Formato: mixto, ideal para el aprendizaje presencial y en línea.

Introducción:

Emprender es emocionante, pero sin planificación ni hábitos digitales, puede convertirse en una tarea abrumadora. Este taller capacita a las participantes para gestionar proyectos de forma más eficaz, manteniendo su bienestar digital. A través de actividades prácticas y herramientas aplicadas a tu vida real, explorarás cómo planificar, priorizar y mantener la concentración en un mundo conectado. Tanto si acabas de empezar como si buscas mejorar tu trabajo, esta sesión te ayudará a estructurar y equilibrar tu trayectoria emprendedora.

Objetivo de aprendizaje:

Al finalizar el taller, las personas participantes deberán ser capaces de identificar y utilizar al menos tres herramientas digitales que faciliten la planificación de proyectos, promuevan el bienestar digital y mejoren la gestión del tiempo en sus proyectos empresariales o de emprendimiento.

Resultados del aprendizaje:

Al finalizar el taller, las personas participantes serán capaces de:

- Reconocer y seleccionar las herramientas digitales adecuadas para la planificación de proyectos.
- Utilizar herramientas digitales para la gestión de tareas, el seguimiento del progreso y el cumplimiento de plazos.
- Implementar técnicas de gestión del tiempo y productividad utilizando herramientas digitales.
- Utilizar herramientas digitales para promover hábitos saludables y el equilibrio entre la vida laboral y personal.



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them. Project number: 2024-1-ES01-KA220-ADU-000250213

Lenguaje e imágenes inclusivos

- Ejemplos que representan diferentes arquetipos de mujeres emprendedoras, que pueden adaptarse a las empresas locales, pero es importante mantener un enfoque inclusivo.
- Lenguaje inclusivo y no técnico, accesible para participantes con diferentes niveles de habilidades digitales.
- Los talleres impartidos en otros idiomas deben garantizar el uso de un lenguaje inclusivo, tanto hablado como escrito.

Perspectiva de género y empoderamiento digital

- Las herramientas se presentan como recursos para la toma de decisiones y la independencia.
- El uso de la tecnología está vinculado al impulso del liderazgo empresarial.
- Se refuerza la idea de que todo el mundo puede aprender y aplicar las herramientas digitales.
- Todas las herramientas presentadas tienen versiones gratuitas o freemium con características interesantes para emprendedores potenciales y mujeres emprendedoras.

Recomendaciones prácticas para personas formadoras

- Utilizar pizarras blancas para recopilar ideas (por ejemplo, Miro).
- Incorporar herramientas para fomentar la participación y dinamizar (por ejemplo, Mentimeter).
- Utilizar temporizadores en línea o fuera de línea (por ejemplo, cube timer).
- Adaptar los ejemplos y la duración de las actividades a la realidad de las personas participantes.
- Se recomienda el uso de ordenadores, teléfonos inteligentes o tabletas con conexión a Internet.
- Proporcione enlaces para que las participantes descarguen o se registren en las aplicaciones que se van a probar.
- Compruebe que las herramientas tienen funciones gratuitas, ya que las políticas y los planes de precios pueden cambiar.



Estructura del taller

Módulo 0: Bienvenida (10 min)

Objetivo: Crear un ambiente acogedor, establecer expectativas y conectar con la experiencia previa de las personas participantes.

Contenido:

- Breve presentación del formador y explicación del objetivo del taller.
- Pregunta para romper el hielo: «¿Qué herramienta digital te ha ayudado más a organizar tu trabajo últimamente?». Esta pregunta activa los conocimientos previos y fomenta la participación desde el principio.
- Resumen del programa del taller y los objetivos de aprendizaje.
- Aclaración del enfoque participativo: se fomentará el trabajo en parejas y en pequeños grupos.

Módulo 1: Introducción a la planificación de proyectos y al bienestar digital (20 min)

Objetivo: proporcionar una base conceptual sobre la importancia de planificar y mantener el bienestar digital en contextos empresariales.

Contenido:

- ¿Qué es la planificación de proyectos? Explicación de sus ventajas: claridad, eficiencia, reducción del estrés y mejora en la toma de decisiones.
- ¿Qué es el bienestar digital? Uso consciente y saludable de la tecnología. Los temas incluyen la sobrecarga digital, la multitarea y la fatiga tecnológica.
- Autoconciencia y hábitos eficientes: breve ejercicio de reflexión sobre los hábitos de trabajo personales.
- Técnicas de priorización: introducción a herramientas como la matriz de Eisenhower, la técnica Pomodoro y Kanban para gestionar el tiempo y la energía.

Módulo 2: Herramientas para la planificación de proyectos (25 min)

Objetivo: Explorar herramientas digitales accesibles que apoyan la planificación y gestión de proyectos empresariales.

Herramientas presentadas:

- Google Calendar: programación de eventos y recordatorios.
- Trello: gestión de tareas mediante tableros Kanban, planificación visual de proyectos.
- Notion: organización de ideas, tareas y bases de datos.

Actividad: actividad en parejas «Explorar y evaluar». Cada pareja selecciona una herramienta digital y responde:

- ¿Qué características ofrece?
- ¿Cuáles son sus ventajas para un proyecto empresarial?
- ¿Qué limitaciones pueden encontrar las usuarias?

Módulo 3: Herramientas para el bienestar digital (25 min)

Objetivo: Identificar herramientas que promuevan un equilibrio entre la productividad y el bienestar personal.

Herramientas presentadas:

- Flo: conoce tu cuerpo, planifica tu bienestar
- Insight Timer: meditación guiada y relajación.
- Focus To-Do: combina la técnica Pomodoro con la gestión de tareas.
- Toggl Track: realiza un seguimiento del tiempo dedicado a las tareas.

Actividad: actividad en grupo: «Mejora tu bienestar digital». Cada grupo diseña una rutina diaria saludable para un emprendedor utilizando al menos dos herramientas. Los grupos comparten sus rutinas para inspirar buenas prácticas.

Módulo 4: Estudio de caso (30 min)

Objetivo: aplicar los conocimientos adquiridos en un contexto práctico y colaborativo.

Estudio de caso. Los participantes trabajan en grupos en un escenario ficticio: «Vas a lanzar una tienda online de productos sostenibles. Tienes 3 meses para planificar y ejecutar el proyecto».

Tareas del grupo:

- Crear un plan de tareas utilizando una de las herramientas que se muestran en la sección «Herramientas digitales para la planificación de proyectos».
- Establecer un calendario utilizando una de las herramientas que se muestran en «Herramientas digitales para la planificación de proyectos».
- Integrar prácticas de bienestar digital, basadas en «Herramientas digitales para el bienestar digital».

Resumen:

- Cada grupo realiza una breve presentación de su plan.
- Se comparten los comentarios de otras compañeras y de la persona formadora.

Módulo 5: Reflexiones (10 min)

Objetivo: Consolidar el aprendizaje, fomentar la reflexión personal y prepararse para la aplicación en el mundo real.

Actividades:**a) Preguntas para la reflexión:**

- ¿Qué herramienta digital te ha sorprendido más?
- ¿Qué cambiarás en tu forma de planificar a partir de ahora?
- ¿Qué hábito digital saludable quieres incorporar o mejorar?

b) Reto final:

“Tu kit de herramientas digitales personal”. Cada participante selecciona tres herramientas que aplicará en su trabajo diario.

**Materiales recomendados:**

- Presentación con ejemplos prácticos
- Acceso a las herramientas propuestas para la planificación de proyectos y el bienestar digital
- Plantillas para la planificación de proyectos
- Ordenadores, móviles o tabletas con conexión a Internet