



Co-funded by
the European Union

2021-1-ES02-KA220-YOU-000029188



MANUAL

PARA LA DIGITALIZACIÓN
DE EMPRESAS SOCIALES



Tabla de contenido

1. Introducción	3
1.1 Sobre el Manual	4
1.2 La tecnología digital se encuentra con el emprendimiento social	5
2. Mapa para empresas sociales digitales	7
2.1 Nuestra organización- el Emprendedor Social	12
2.1.1 Valores y Misión	12
2.1.2 Gestión de recursos	14
2.1.3 Redes y Comunidad	15
2.2 Nuestro foco- el Problema	16
2.2.1 Entendimiento del problema	16
2.2.2 Creación de personas (Beneficiarios vs. Clientes)	17
2.3 Nuestra idea - la Solución	19
2.3.1 Solución - Propuesta de valor Canvas	19
2.3.2 Análisis del mercado	19
2.3.3 Validación del ajuste producto-mercado	20
2.4 Nuestro producto/servicio - el Lanzamiento	21
2.4.1 ¿Producto mínimo viable?	21
2.4.2 Dando forma a nuestra narrativa e historias	22
2.4.3 Conseguir a nuestros clientes - ventas y estrategia de mercado	22
2.5 Nuestros números - las Finanzas	24
2.5.1 Ingresos y costes + previsiones de flujo de caja	24
2.5.2 Fijación del precio del producto/servicio	24
2.5.3 Opciones de financiación, presentar una idea a un inversor	25
2.6 Nuestro impacto - el Cambio	28
2.6.1 Planificación del siguiente paso	28
2.6.2 Gestión de impactos / Teoría del cambio	29
2.6.3 Gestión y trabajo en equipo	31

3. Digitalización de las empresas sociales33

3.1 Gestión de datos 33

3.1.1 Componentes clave de la gestión eficaz de datos 33

3.1.2 Habilidades digitales útiles para la gestión de datos 33

3.1.3 Herramientas digitales, páginas webs y plataformas para la gestión de datos 34

3.1.4 Ejercicios que pueden ser útiles para la gestión de datos 35

3.2 Educación 37

3.2.1 Nuestros valores y ejercicios de visión 37

3.2.2 Ejercicio / ¿Cómo crear un tablero de visión? 38

3.2.3 Construyendo aprendizaje online 39

3.3 Gestión financiera 40

3.3.1 Necesidad de digitalización de la gestión financiera40 3.3.2

Herramientas de gestión financiera para diferentes procesos40 financieros

3.3.3 Herramientas digitales y plataformas para la gestión financiera41

3.3.4 Ejercicio/ Costes estructurales41

3.4 Marketing 42

3.4.1 E-commerce 42

3.4.2 Herramientas para gestionar un E-commerce 42

3.4.3 Ejercicio para mejorar las habilidades digitales 43

3.5 Sostenibilidad medioambiental 44

3.5.1 Contribución a la sostenibilidad medioambiental 44

3.5.2 Habilidades digitales 45

3.5.3 Herramientas, páginas webs, plataformas y ejercicios 45

3.5.4 Ejercicios 46

4. Estudio de casos 48

4.1 Nuru International 48

4.2 Pro Mujer 49

4.3 VisionSpring 50

4.4 Aquadat 51

Anexo 1 52

1. Introducción

Hay una gran cantidad de información en Internet sobre cómo establecer negocios, empresas sociales y con frecuencia nos perdemos entre toda esa información. Además, hay muchas herramientas que estamos omitiendo que pueden ser de gran utilidad para nosotros. Por esta razón, a través de esta guía, queremos poner en orden las ideas y ofrecer las herramientas existentes en Internet para desarrollar o mejorar su negocio usando la digitalización.

El grupo objetivo de esta guía son trabajadores juveniles, ONGs que lleven a cabo actividades relacionadas con el trabajo juvenil y empresas sociales. La guía ha sido preparada para presentar a estos el emprendimiento socio-digital y para contribuir a los procesos de transición digital (digitalización) mediante la mejora de sus habilidades digitales.

A lo largo de este Manual, encontrará:

- Herramientas digitales que le sugerimos.



Nombre de la herramienta digital

Descripción breve de la herramienta digital.

- Palabras clave resaltadas que le facilitarán la navegación por diferentes temas.

#PALABRA CLAVE

#EJERCICIO

Ejercicios que le ayudarán a iniciar la digitalización de su organización.

1.1 Sobre el Manual

El objetivo de la guía

Apoyar las actividades de las empresas sociales para explicar los pasos necesarios para la digitalización y para proveer un mapa de actuación que incremente sus capacidades de sostenibilidad económica y social.

Incrementar la capacidad de los trabajadores juveniles y de las ONGs juveniles para producir actividades para empresas socio-digitales, para gestionar esas actividades y para guiar a los jóvenes trabajadores en este ámbito.

Mostrar cómo las empresas sociales y las organizaciones juveniles pueden contribuir a la sostenibilidad medioambiental usando las tecnologías digitales y herramientas.

El manual apoyará a los grupos objetivo usando tecnologías digitales y herramientas en todas las fases del emprendimiento social, incluyendo la gestión de proyectos, investigación, modelo de negocio, identificación y resolución de problemas, operaciones de productos/servicios, gestión de datos, gestión financiera, marketing, gestión del impacto y educación. De esta manera, mientras que los negocios sociales desarrollan sus propias iniciativas en sostenibilidad y digitalización, los trabajadores juveniles y las ONGs juveniles contribuirán a la aparición de nuevas y más fuertes negocios sociales, guiando a los jóvenes gracias a la mejora de sus capacidades. Las empresas sociales que indirectamente benefician a la sociedad, al medioambiente y al mundo entero.

La guía tiene una intención de responder las siguientes preguntas:

¿Cómo se trasladan las empresas sociales a entornos digitales?

¿Cómo se establecen las empresas sociales en ámbitos digitales?

¿Cómo pueden las empresas sociales ser más sostenibles con herramientas digitales y espacios digitales?

¿Las iniciativas socio-digitales que utilizan tecnologías y herramientas digitales contribuyen a la sostenibilidad ambiental?

¿Qué deben hacer los trabajadores juveniles y las ONGs juveniles para liderar a los jóvenes en el emprendimiento socio-digital?

¿Cómo pueden los grupos objetivo desarrollar sus habilidades digitales para el emprendimiento social?

¿Cómo se puede garantizar que todos los grupos objetivo utilicen herramientas y tecnologías digitales para nuevas empresas sociales o empresas sociales existentes?

Tras el **Capítulo 1** que introduce el contexto del emprendimiento socio-digital y las habilidades, el **Capítulo 2** ayudará a navegar en el proceso de comenzar y poner en marcha una empresa social, asegurándose de que se centra en esas dimensiones que ayudarán a adquirir algunas habilidades de negocio social nuevas. El **Capítulo 3** se centra en una selección de temas relevantes para empresas socio-digitales y explora herramientas y ejercicios adicionales para mejorar las habilidades digitales. Por último, el **Capítulo 4** subraya cuatro casos de estudio de negocios sociales y el contexto de la digitalización y las herramientas para explorar como inspiración.

1.2 La tecnología digital se encuentra con el emprendimiento social

Las competencias digitales representan tanto una oportunidad como un reto para el emprendimiento social. En la sociedad digital actual, un conjunto específico de habilidades de emprendimiento digital puede beneficiar a las empresas sociales agregando innovación y valor social y permitiéndoles alcanzar con éxito su objetivo social. Esto es aún más cierto después de la pandemia de Covid-19 que ha acelerado la transformación digital en todo el mundo. De hecho,, aquellas empresas sociales que poseían competencias y herramientas digitales han prosperado, mientras que aquellas que no siguieron el ritmo enfrentaron más dificultades. Las herramientas y competencias digitales representan una oportunidad importante para abordar los problemas sociales tanto a escala local como internacional.

#¿Zonas rurales desfavorecidas y la cuestión de la educación?

Personas jóvenes y sus educadores pueden acceder a material educativo online.

#¿Retos en cuidados de salud?

La atención médica moderna podría brindarse a través de la dispensación digital y la telemedicina

#HABILIDADES DIGITALES

Como ejemplo, hay emprendimientos sociales operados a través de plataformas que permiten sembrar árboles, ayudando a reducir las emisiones de CO2 y creando soberanía alimentaria y oportunidades de ingresos para las comunidades locales. Todo esto no sería posible sin el acceso a herramientas y competencias digitales tanto para las empresas sociales como para las comunidades alcanzadas por su acción. Las empresas sociales tienen que aprovechar al máximo las posibilidades que ofrece la digitalización para alcanzar su objeto social.

En un mercado que está más automatizado, digitalizado y dinámico, los emprendedores, especialmente los emprendedores sociales se van a beneficiar de tener un conjunto de habilidades fundacionales que les ayuden a adaptarse continuamente a nuevas maneras de trabajar y nuevas ocupaciones.

Los tres tipos clave de habilidades digitales se superponen, pero puede ser una forma útil de agruparlos mientras desarrolla su empresa social.

DIGITAL

Se centran en el diseño, comunicación y prestación de servicios.

Las habilidades digitales le ayudarán a mantenerse relevante e incrementar su impacto, eficiencia y sostenibilidad.

DATOS

Se centran en hacer que la información sea útil.

Use hechos o cifras para informar la estrategia digital de su empresa social decisiones.

TECNOLOGÍA

Proporciona las plataformas, el software y el hardware.

Aproveche la tecnología disponible que su empresa social necesita para operar.

#NUEVAS HABILIDADES

Si estas posibilidades ofrecidas por las tecnologías y habilidades digitales se combinan con las Nuevas Alfabetizaciones Mediáticas, la intersección entre ellos puede permitir la innovación y creación de un mayor valor social. Las Nuevas Alfabetizaciones Mediáticas 1 (Jenkins et al., 2006) constituye las competencias culturales centrales y las habilidades sociales que los jóvenes necesitan en nuestro nuevo panorama mediático. Los llamamos "alfabetizaciones", pero cambian el enfoque de la alfabetización de la expresión individual a la participación comunitaria. Se basan en la base de la alfabetización tradicional, las habilidades de investigación, las habilidades técnicas y las habilidades de análisis crítico enseñadas en el aula. Las **nuevas habilidades** incluyen:

Jugar. La capacidad de experimentar con el entorno como una forma de resolución de problemas. otros hacia un objetivo común.

Actuación. La capacidad de adoptar identidades con el fin de improvisar y descubrir.

Simulación. La capacidad de interpretar y construir modelos dinámicos de procesos reales.

Apropiación. La capacidad de remezclar contenidos multimedia.

Multitarea. La capacidad de explorar entorno y centrarse en los detalles detalles destacados.

Cognición distribuida. La capacidad de interactuar significativamente con herramientas que expanden las capacidades mentales.

Inteligencia colectiva. La capacidad de poner en común conocimientos y comparar notas con otros hacia un objetivo común.

Juicio. La capacidad de evaluar la confianza y credibilidad de diferentes fuentes de

Navegación transmedia. La capacidad de seguir el flujo de historias e información en múltiples modalidades.

Redes. La capacidad de buscar, sintetizar y difundir información.

Negociación. La capacidad de viajar a través de diversas comunidades, discernir y respetar múltiples perspectivas, y comprender y seguir normas alternativas.



2. Mapa para empresas sociales digitales

Puede que usted sea un individuo o un equipo con una idea; o puede que sea una organización existente que quiera comenzar un negocio para abordar temas sociales o ambientales específicos de su interés; o una empresa social que busca nuevas maneras de hacer su trabajo más eficiente y con mayor impacto. Este capítulo le ayudará a navegar el proceso de iniciar y administrar una empresa social, asegurándose de que se centra en esas dimensiones que le ayudarán a adquirir habilidades de emprendimiento social nuevas. Se centrará en el proceso paso por paso desde la idea hasta tener su producto/servicio en el mercado y mientras tanto, paralelamente mapeará las herramientas digitales que puede usar en el camino, una vez que se embarque en el viaje de hacer un cambio a través de los negocios.

#ESTABLECIMIENTO

El proceso de hacer un cambio a través de un negocio comienza teniendo un conocimiento profundo del problema que tiene la intención de abordar. Antes de precipitarse en las ideas y el diseño de posibles soluciones, la clave es darse tiempo y espacio para investigar el problema y el grupo objetivo que tiene el problema y validar cualquier conclusión y suposición a la que se haya llegado sobre ellos. La investigación y la validación son importantes independientemente de la fase en la que se encuentra - solo con una idea para cambiar el mundo o una organización en funcionamiento que está repensando su enfoque o actividades - muchos comienzan con el mercado objetivo que conocen muy bien a través de su ONG, pero pueden ampliar su visión con nuevas perspectivas y (nuevos) mercados potenciales.

Asana



Un software de gestión de tareas que ahorra tiempo escribiendo correos electrónicos, reuniones y trabajando en las tareas asignadas. Incluye funciones como espacios de trabajo, proyectos y tareas, así como una descripción general del calendario de la opción de carga detallada, bandeja de entrada y archivos.

Slack



Una aplicación de comunicación. Incluye canales que son como una sala para charlar sobre un tema determinado. Algunos están abiertos para unirse, otros son privados, solo con invitación.

Padlet



Una herramienta que es una combinación de documento y un creador de sitios web fácil de usar donde puede crear su contenido (tablero de anuncios rápido, un blog o una cartera) y compartirlo con otros.

Mindmeister



Una aplicación de mapas mentales en línea que permite a sus usuarios visualizar, compartir y presentar sus pensamientos a través de la nube.

#INVESTIGACIÓN

La investigación secundaria o investigación documental es una investigación que recopila y analiza la información y los datos existentes. Incluye tanto el interno, generado ya por su organización en su trabajo anterior, como el externo, - investigación de datos existentes, artículos de investigación e informes, estadísticas gubernamentales, contenido multimedia/artículos, diferentes tipos de fuentes fiables que pueden ser tanto online como fuera de línea. Cuando se comienza una investigación secundaria, en primer lugar, uno necesita entender lo que está investigando y luego pensar sobre la información que puede encontrarse. Crear una lista de fuentes de datos e información puede ser útil en esta fase. ¡Tenga en cuenta la fecha, relevancia y credibilidad de la fuente del contenido con el que se encuentra! Además de las fuentes locales y nacionales que pueda usar, algunas de las fuentes de los datos relevantes a nivel global se pueden encontrar en diferentes sitios web y plataformas en línea.

Think with Google

Estadísticas de investigación de mercado y tendencias digitales de Google.

**Google Académico**

Buscador de información académica indexada de diversas fuentes web en línea (artículos, tesis, libros, resúmenes)

**Biblioteca Global
Pulse de la ONU**

Diversos artículos científicos, libros blancos, guías de innovación de datos, resúmenes de proyectos y otro tipo de publicaciones.

**Datos de la ONU sobre Desarrollo Sostenible**

Datos sobre más de 210 indicadores ODS para países de todo el mundo.

**Datos de la OCDE**

Varias bases de datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico que cubren una amplia gama de temas.

**Datos del banco mundial**

La base de datos más confiable sobre indicadores de desarrollo global.

La investigación primaria es la recopilación de datos que conduce usted mismo hablando con personas u observándolas. De esa manera, el investigador obtiene respuestas detalladas y puntos de vista sobre las preguntas que tiene sobre sus personas de interés - usuarios/mercado objetivo. La investigación primaria tiene diferentes métodos de recolección de datos: entrevistas (cara a cara, por teléfono); encuestas; grupos de enfoque; y observaciones. Los métodos de investigación primaria complementan a la investigación secundaria. Al recopilar sus propios datos nuevos, los investigadores pueden validar y respaldar sus hallazgos de la investigación secundaria.

Formularios Google

Incluido en la suite de Google Drive, le permite elegir entre una variedad de opciones de preguntas, desde opciones múltiples hasta menús desplegables y una escala lineal. Además, puede agregar imágenes y videos de YouTube o ramificación de páginas y lógica de omisión de preguntas.

EXTRA!

La prueba de Mamá.

#MODELO DE NEGOCIO CANVAS

Justo antes de comenzar la hoja de ruta para establecer una empresa social (digital), hay una herramienta clave que presentar cuando se piensa en establecer un nuevo negocio o repensar/rediseñar uno existente: el **modelo Canvas de negocio**, originalmente desarrollado por Alexander Osterwalder e Ives Pigneur, no solo se ha utilizado ampliamente en los últimos 10 años, sino que también se ha adaptado ampliamente a diversos contextos y enfoques empresariales. Algunas de las iteraciones del Canvas original se han adaptado para ajustarse al enfoque de empresas **impulsadas por un propósito o impacto**.

A lo largo de su proceso de creación de una empresa social, Canvas se convertirá en un documento vivo que evolucionará e iterará a medida que aprendes y descubres nuevas dimensiones de tu negocio. El modelo de negocio es, en realidad, una visión general de los supuestos que tienes que validar - tanto en términos de ajuste problema-mercado como problema-solución. Puede utilizar Canvas en su versión original o en algunas de sus adaptaciones para empresas orientadas a un fin o a un impacto. También puede utilizar la plantilla o importarla manualmente en las herramientas de mapas mentales para mantenerla viva en su espacio digital y compartirla con su equipo y sus colaboradores.

Modelo de Negocio de Impacto Canvas



Un marco para visualizar, evaluar y refinar un modelo de negocios para lograr valor tanto social como financiero, desarrollado por la Universidad de Stanford.

Modelo de Negocio Canvas



Una herramienta para crear un modelo de negocio en torno a la empresa social y una herramienta colaborativa que ayuda a comunicar diferentes modelos de negocio con las partes interesadas.

Modelo de negocio social en el mural (Canvas)



Una plantilla editable en línea, que permite que el trabajo en equipo se planifique fácilmente y planifique una misión social y bloques de construcción de negocios sociales; baso en el Modelo de Negocio Canvas original de Strategyzer.

Generador de valor social



Una herramienta que permite diseñar o rediseñar una iniciativa/emprendimiento de impacto, desarrollada por varios actores clave en el ecosistema emprendedor portugués.



Investigando el problema

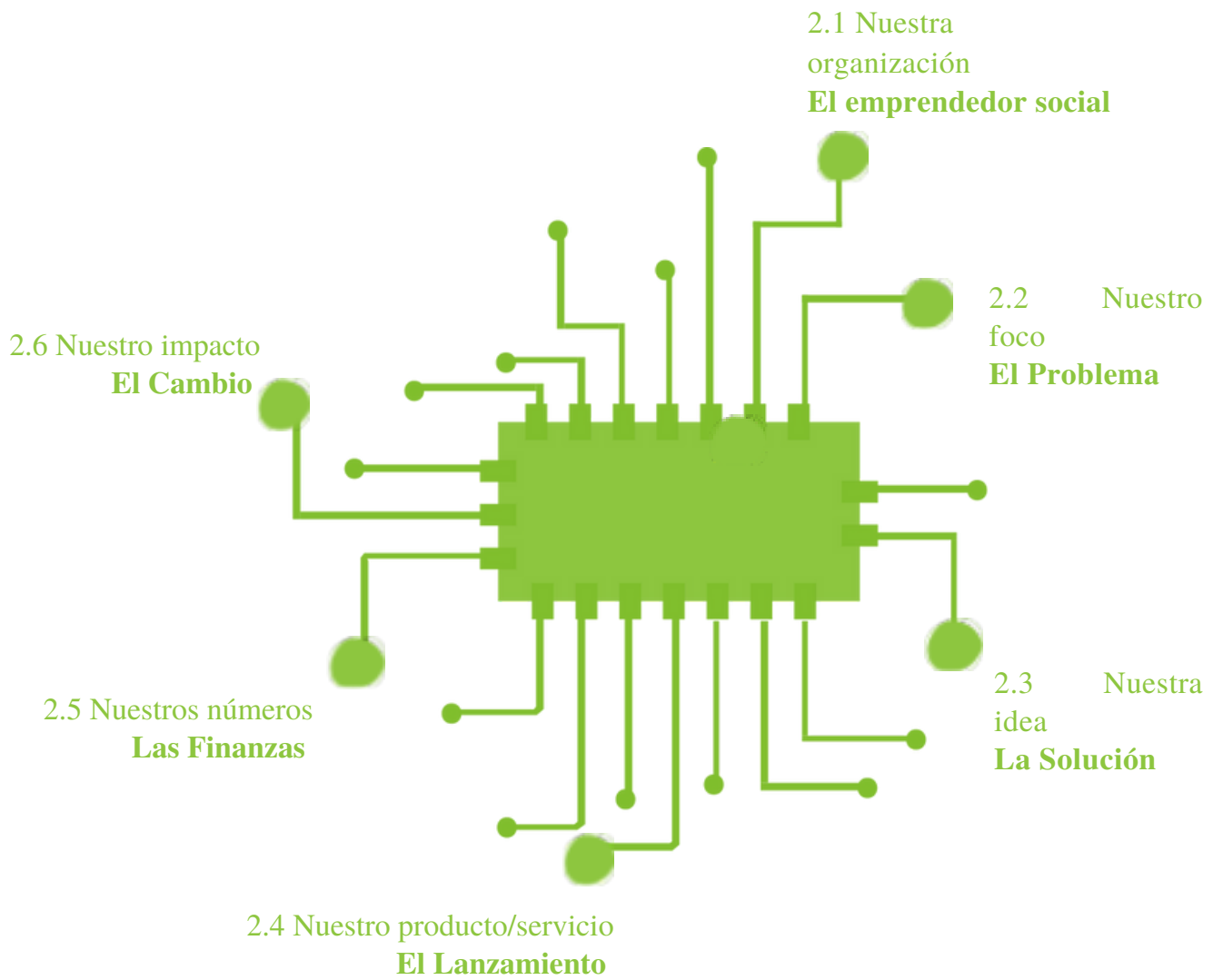
Haga un ejercicio en grupo con su equipo usando la plantilla de definición de problemas de NESTA. Una vez que haya trazado sus suposiciones sobre el problema que quiere abordar con su negocio/proyecto, puede validarlas a través de una investigación secundaria.

Abra la herramienta de gestión de proyectos de ASANA y configure un espacio de trabajo para su nuevo negocio/proyecto para su equipo. Comience creando un proyecto llamado "investigación secundaria" que se dedicará a investigar el problema que está tratando de abordar en su nuevo negocio/proyecto. Luego defina las tareas de investigación, agregue detalles si es necesario, establezca plazos y luego asigne las tareas a diferentes miembros del equipo.

Establezca un espacio de trabajo en SLACK para su organización, cree un canal para su proyecto más reciente, invite a los miembros del equipo e infórmeles sobre la nueva herramienta de gestión del proyecto que estás iniciando en la fase de investigación y cuáles son los próximos pasos. Puede abrir también un canal #general e invitar al resto del equipo para co-crear una lista de reglas que todos cumplirán al usar estas 2 herramientas digitales.

Establezca pautas para la lluvia de ideas, proporcione plazos, inicie sesión con regularidad y facilite las aportaciones de otras personas. Puede utilizar la herramienta Padlet o Mindmeister para la lluvia de ideas conjunta en línea.

Una vez que tenga toda la información sobre el problema que quiere abordar y las personas que lo tienen, abra el Modelo de Negocio Social Canvas en Mural y ponga toda la información que haya reunido donde sea aplicable en su caso en la sección de "partes interesadas clave".





2.1 Nuestra organización - el emprendedor social.

2.1.1 Valores y Visión

La habilidad de visualizar y articular un posible estado futuro para una organización o empresa ha sido siempre un componente de liderazgo exitoso. Los propietarios de negocios, junto con las partes interesadas, pueden estar genuinamente inspiradas si sus negocios tienen una visión convincente y una misión clara y que valga la pena; y esto puede expresarse poderosamente en declaraciones bien elaboradas.

Estas declaraciones expresan el propósito del negocio a los clientes, proveedores y los medios, en quienes también puede tener el mismo efecto. Estas declaraciones son las palabras que usan los líderes para explicar el propósito y la dirección de una organización. Cuando se expresan de manera clara y concisa, pueden motivar a su equipo, o al negocio en su conjunto, con una visión inspiradora del futuro.

Las **declaraciones de la misión** definen el propósito del negocio y sus objetivos principales. Tienden a ser cortos, claros y poderosos.

Las **declaraciones de la visión** definen el propósito del negocio, enfocándose en sus objetivos y en sus aspiraciones futuras. Estas declaraciones se han diseñado para ser edificantes e inspiradoras. También son atemporales: incluso si la empresa cambia su estrategia, la visión a menudo seguirá siendo la misma.

Los **valores** apuntalan la visión y la misión, son las "creencias centrales o el ADN" del negocio, los "estándares" de cómo el dueño del negocio quiere operar el negocio.



#VISIONANDO

Los tableros de visión son una de las herramientas de éxito más poderosas que pueden hacer maravillas para inspirarte y motivarte y ponerte en el estado de ánimo adecuado. Ya sea que los use para su negocio o su vida personal, crear y usar un tablero de visión también agrega un poco de diversión a su rutina. ¡Mientras active la Ley de Atracción y atraiga sus necesidades y deseos a su vida!

Cuando se trata de conseguir sus objetivos para su negocio o su vida, un tablero de visión es una manera innegablemente efectiva de hacer que suceda. Es una representación visual de sus objetivos y aspiraciones. Piense en ello como un collage pero con propósito. Es esencialmente una variedad de imágenes recortadas y palabras relacionadas con sus objetivos que puede clavar en una pizarra o pegar en una hoja grande de papel. Cuando esté completado, servirá como un recordatorio visual inspirador de todo lo que pretende lograr.



Creador de tableros de visión

Creador de tableros de visión gratuito en Canva.com - tablero de visión personalizable que puede hacer usted mismo, combinando sus propias fotos y material gráfico o el disponible en la plataforma.



Organización visual y lluvia de ideas para valores y visión

XMind es una herramienta de mapas mentales profesional y popular. Millones de personas usan XMind para aclarar el pensamiento, administrar información compleja, organizar el trabajo, trabajar de forma remota y desde casa (WFH).



Organización visual y compartir valores y visión con la gente.

Stormboard es una aplicación de trabajo compartido y pizarra diseñada para transformar la forma en que trabaja desde la planificación estratégica y de visión hasta las tareas individuales y el trabajo diario.

2.1.2 Gestión de recursos

Todas las empresas tienen recursos finitos, limitados. Por ello, es crucial crear la mejor estrategia de toma de decisiones en relación con la asignación de recursos para maximizar la productividad de los recursos de las empresas. La gestión de recursos es la disciplina de gestión para implementar y administrar de manera eficiente y efectiva los recursos para lograr nuestras metas organizacionales (p.ej., mejorar los ingresos, maximizar el valor para los accionistas, ingresar en un determinado mercado, etc.). Los recursos pueden tener forma de capital financiero, capital humano y talento, recursos de producción y materias primas, tecnología, redes y ecosistemas y mucho más.

Usar la tecnología asegura la asignación eficiente de los recursos clave. Hay menos desperdicio y un uso más efectivo de los recursos. La tecnología mostrará exactamente lo que se necesita para usar recursos específicos, dejando que otros sean utilizados para completar otros proyectos. El software de gestión de recursos es una herramienta útil para mejorar significativamente las operaciones de su negocio. Así que echemos un vistazo a algunas de las principales herramientas de gestión de recursos para mantener sus proyectos bien dotados de personal y dentro del presupuesto.



Hive

Esta herramienta de recursos de proyectos completa, intuitiva y todo en uno ofrece funciones de seguimiento del tiempo y planificación de recursos. Los recursos se pueden planificar, asignar tareas e incluso diseñar con más de 6 diseños diferentes de Gant, Calendario, Kanban, Portafolio y Tala, y vista de Etiqueta.



Resource Guru

Resource Guru es una herramienta de administración de recursos rápida y sencilla que puede ayudarlo a programar personas, equipos y otros recursos. Con un programador de arrastrar y soltar y un "sistema de administración de conflictos" único que lo ayuda a evitar la sobreventa de recursos, Guru administrará sus recursos y lo mantendrá bajo control.



Float

Si está buscando una herramienta que pueda aprovechar "al máximo el tiempo de su equipo", consulte Float. Float es una herramienta de administración de recursos que ayuda a los empleados a establecer horas de trabajo individuales, realizar un seguimiento del tiempo para las tareas programadas e incluso programar su propio tiempo libre personal. Tiene la funcionalidad de planificar proyectos mientras agrega restricciones de tiempo.



Mosaic

Si te sientes aficionado a la tecnología, quizás quieras echarle un vistazo a Mosaic. Mosaic es el primero de su tipo, un software de administración de la fuerza laboral impulsado por IA que ofrece a sus usuarios visibilidad de su negocio y brinda la oportunidad de mejorar la forma en que administran sus recursos. Dirigida a impulsar la rentabilidad y la productividad, esta herramienta se integra con el software de gestión financiera y de proyectos para recopilar datos inteligentes y proporcionar informes e información sobre recursos específicos.

2.1.3 Redes y Comunidad

Las organizaciones líderes están aprovechando las comunidades para construir relaciones duraderas con sus prospectos y clientes. La gestión de comunidades adopta varias formas y una de ellas es el mapeo de comunidades.

El mapeo de comunidades es un proceso que permite a las personas recopilar información precisa sobre cómo funciona una comunidad para movilizar a sus miembros y ponerlos en una mejor posición para representarse a sí mismos.

Una actividad de mapeo le permitirá tener una mejor idea de la comunidad que está organizando. Un mapa de su comunidad y de sus temas le dará una buena comprensión de su problema dentro de una comunidad en particular. Esto incluye posibles oportunidades de organizaciones, posibles socios de campaña, posibles amenazas y el clima de la comunidad. Esta información puede ser útil cuando estás desarrollando planes de alcance y reclutamiento, lanzando un producto o servicio y decidiendo su mensaje. Un mapa puede proporcionar una sensación general de dirección.

La red se considera uno de los recursos más críticos en una organización, tanto en el sector privado como en el público. El uso generalizado de redes amplía el alcance de las organizaciones. Estas interacciones remotas con clientes, proveedores y socios comerciales han beneficiado significativamente a innumerables empresas. También ha impactado positivamente la productividad general de muchos países. Sin embargo, estos beneficios en la productividad solo son tan buenos como la red que los sustenta.

TechSoup



Equipa a los agentes de cambio con las soluciones tecnológicas y las habilidades que necesitan para mejorar vidas a nivel local y global. TechSoup organiza y proporciona acceso a datos, convoca a activistas y comparte conocimientos.

WSA



Selecciona y promueve innovaciones digitales locales para mejorar la sociedad. Combinando una serie continua de eventos y actividades internacionales con una red global de empresas emergentes, emprendedores sociales, mentores, jurados, oradores, expertos, líderes gubernamentales, académicos y la sociedad civil, WSA es una plataforma internacional que muestra ejemplos de vanguardia de cómo las tecnologías de la información y la comunicación pueden impactar a la sociedad de manera positiva.

2.2 Nuestro foco - el Problema

2.2.1 Entendimiento del problema

Una de las principales acciones consideradas es reflejar lo que queremos hacer y debemos comenzar preguntándonos el por qué en lugar de el qué. ¿Cuál es el problema que queremos resolver? ¿Por qué? En muchos casos, los problemas no han sido explorados adecuadamente y en esta primera fase es fundamental si queremos hacer algo relevante y que contribuya de alguna manera a la comunidad. Gracias a la digitalización, este proceso se puede hacer de una manera más fácil y ágil, ya que hay gran cantidad de herramientas en Internet que podemos usar. El problema, en muchas ocasiones, es no saber cómo buscar bien la información, encontrar los recursos que necesitamos y por lo tanto, esta guía pretende facilitar este proceso ofreciendo las herramientas que existen, para ponerlas en orden de manera que las personas interesadas puedan acceder a ellas. Más que un manual, es una fuente práctica para las personas trabajadoras en los ámbitos de juventud, empresas, ONGs, emprendedores, etc., que pueden usar en sus negocios, tanto si han comenzado ya como si están a punto de crearlos.

Cuando pensamos sobre nuestra marca, con frecuencia nos centramos demasiado en el producto que queremos vender en lugar de las personas que lo van a consumir. Esto es lo que llamamos "entendimiento del cliente", un término que se refiere a un conjunto de acciones que tienen el objetivo de conocer aquellos que usan sus productos o se benefician de los servicios que ofrece. Si hay un cambio relevante y bueno que hacer, la primera regla de los emprendedores es validar, de manera que vamos a mostrar ahora una de las herramientas que consisten en preguntar a los clientes. Las preguntas de validación del problema son una herramienta que ayuda a conducir las entrevistas con los primeros clientes. Lo más importante, es la interacción con los clientes en la fase de exploración del problema.



Herramienta de script de validación de problemas

Esta herramienta le ayuda a realizar sin problemas sus primeras entrevistas de validación de problemas.



Highlinebeta

Una herramienta en línea más completa para la validación de problemas. La siguiente es una selección de pruebas que se pueden utilizar durante esta fase. Las pruebas deben centrarse en objetivos de aprendizaje específicos en casa ronda y volverse más sofisticadas a medida que se refina el problema.

Además, las posibilidades en Internet son ilimitadas, ya que, aparte de preparar preguntas para el público objetivo, se pueden considerar también cuestionarios online. Para este propósito, hay varias opciones. Cuando se conduce una encuesta, es importante filtrar y no mandar el cuestionario a cualquiera que conozca, porque si el cuestionario se envía a la familia, amigos o conocidos, el cuestionario no será imparcial y el resultado podría alterarse, de manera que es vital hacer una primera proyección, pensar sobre el público objetivo y dependiendo del propósito de la empresa o lo que buscamos también filtrar por edad. Por tanto, antes de mandar las encuestas debe crear una base de datos con las características precisas que está buscando. Estos cuestionarios le ayudarán de diversas maneras. No solo le proporcionarán evidencia concreta de si las personas están interesadas en comprar su producto sino que también le ayudarán a encontrar las características de su producto que los clientes valoran realmente.



Google Form

Le permite planificar eventos, enviar una encuesta, hacer preguntas a su público objetivo o recopilar otro tipo de información de manera fácil y eficiente.



Microsoft

Crea formularios efectivos con herramientas fáciles de usar y sugerencias de diseño claras.



Survey Monkey

Amplíe su capacidad de investigación de mercado para rastrear su marca, probar ideas o consultar con su público objetivo.



Grupos de Facebook

Reddit o Quora ayudan a encontrar personas para realizar su encuesta y simplificar su vida. :)

2.2.2 Creación de Personas (Beneficiarios vs Clientes)

En un modelo de negocio tradicional, es frecuente que no haya distinción entre cliente y beneficiario. Normalmente, la persona que paga por el producto es también la que recibe el valor del producto. En un modelo sin fines de lucro o caritativo, el foco tiende a estar únicamente en servir a los beneficiarios, y las donaciones provienen de fuentes externas que proporcionan fondos en lugar de clientes. Las organizaciones sin fines de lucro recurren a financiadores porque cobrar a sus beneficiarios a menudo socavaría su misión social.

Un ejemplo podría ser cuando un acuerdo se hace entre municipalidades y empresas privadas, por ejemplo, hoteles con servicio de cafetería, donde las empresas privadas se comprometen a contratar personas con discapacidad para llevar a cabo este trabajo. De esta manera, el beneficiario sería la persona que tiene la discapacidad y que tendría más obstáculos cuando se trata de encontrar empleo, y el cliente sería la persona que consume en el hotel.

Tras un beneficiario o un cliente hay una persona, y esta es la razón por la que durante décadas, el marketing ha intentado meterse en la mente de sus clientes potenciales y abogar, en muchas ocasiones por el ámbito emocional, por poder vender una marca, y es que, tendiendo gente, con sus deseos, sus preferencias, sus carencias es hoy incuestionable, por lo que al vender un producto o un servicio, es inevitable tener a los protagonistas: las personas. Esta es la razón por la que la empatía tiene más sentido a la hora de saber qué quieren o esperan los clientes. Solo de esta manera, los diseñadores o las personas tras la marca sabrán que están haciendo un buen trabajo.

Tenga en cuenta los aspectos más importantes a la hora de realizar uno, son los siguientes:

- Tener objetivos claros.
- Identificar a los usuarios y definir sus objetivos.
- Identificar los puntos de contacto con los clientes.
- Ajustarlo a las necesidades.



Mapa de empatía Canvas

Los mapas de empatía ayudan a identificar y describir las necesidades y los puntos débiles del usuario, así como exactamente qué es lo que buscan los usuarios.



Mapa del viaje del cliente

Una de las formas más utilizadas para descubrir más sobre las necesidades de los clientes y tiene una mejor comprensión general del viaje que se les pide a los usuarios. Es una representación vista de cómo un cliente interactúa y experimenta su negocio cuando intenta alcanzar un objetivo.

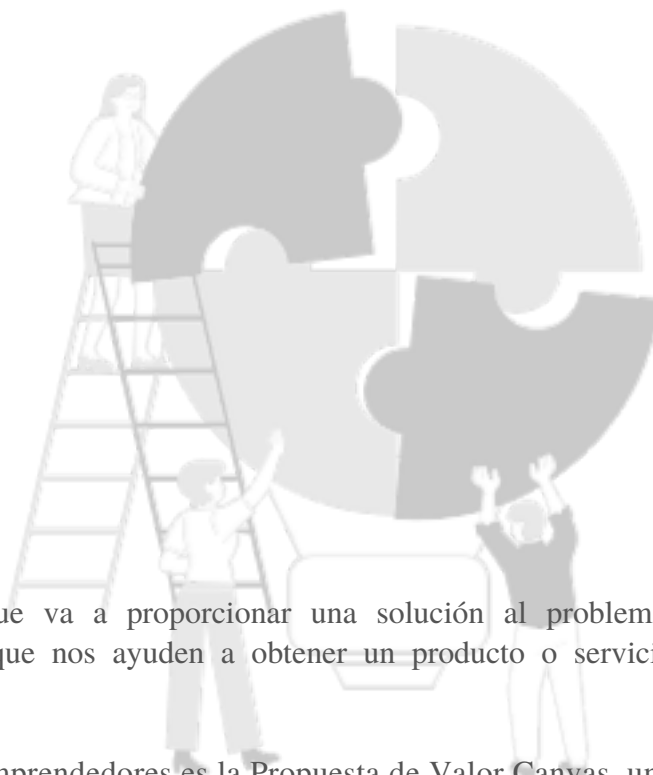


EXTRA! Más plantillas en Miro

Plantillas listas para usar para ayudar a su equipo a colaborar de manera más rápida y eficiente (ideación, investigación, estrategia, mapeo, etc.).



2.3 Nuestra idea - la Solución



2.3.1 Solución - Propuesta de valor Canvas

Una vez identificada la idea de negocio que va a proporcionar una solución al problema, necesitamos tener las mejores herramientas que nos ayuden a obtener un producto o servicio excelente.

Una de las herramientas más útiles para los emprendedores es la Propuesta de Valor Canvas, una herramienta diseñada por Alexander Osterwalder para analizar la propuesta de valor de nuestro producto o servicio desde el punto de vista del cliente, de manera que obtengamos una solución que realmente tenga sentido y satisfazca sus necesidades.



Propuesta de Valor canvas

Esta plataforma ofrece una guía para ayudarlo a construir una propuesta de valor completa respondiendo a varias preguntas. Canvas es una herramienta de representación visual que nos permite analizar la propuesta de valor de nuestro emprendimiento a partir de lo que ve y siente nuestro cliente para asegurar que nuestro emprendimiento sea social, sustentable y escalable; primero evaluamos las necesidades del cliente y luego diseñamos un producto o servicio orientado a solucionar el problema.



Tablero conceptual

Una propuesta de valor colaborativa para equipos. Esta es una solución de equipos. Al igual que los demás, se basa en plantillas y en este caso también permite el uso de notas adhesivas, garabatos, imágenes y vídeos para agregar ideas al tablero. También cuenta con una guía que describe la secuencia lógica en la que se deben completar los diferentes apartados y subapartados, que nos ayudarán a completar el lienzo.

2.3.2 Análisis del mercado

Un análisis de la competencia es un paso obligatorio para cualquier empresa que desea llevar a cabo una investigación de mercado, desarrollar un plan de negocio o adoptar una nueva estrategia de marketing. Tener en cuenta a la competencia es una prioridad, ya que los consumidores nunca perciben los productos de forma aislada, sino en comparación con productos alternativos que pueden reemplazarlos. Conocer lo que otras empresas están haciendo para posicionar sus productos o servicios es crucial para atraer a los clientes ideales. Por lo tanto, analizar a la competencia debe ser una parte esencial de cualquier estrategia de marketing.



MOZ

Una herramienta para monitorear el SEO de un sitio web y redes sociales. Te permite saber de un vistazo la autoridad de dominio de cualquier sitio web, la cantidad de sitios que te enlazan o la cantidad de palabras clave que están entre las 50 primeras posiciones de Google, y con Moz puedes comparar tu dominio con otra URL. En otras palabras, puede agregar su URL para analizarla y compararla con una de sus competidores.



QUICK SEARCH

Ofrece una amplia cobertura de redes sociales, sitios de noticias, blogs y foros. También te permite monitorear las conversaciones en torno a tu marca, los influencers que hablan de ella y las tendencias en tu industria.



SIMILARWEB

Nos ofrece información sobre nuestro tráfico web y el de nuestros competidores. Incluso ofrece la opción de instalar una extensión de Google Chrome para ver datos mientras navega por la Web. Además de proporcionar visitas mensuales, podemos ver otros datos como los países de los usuarios que más visitan el sitio y las fuentes de tráfico: directo, social, afiliado, correo electrónico, etc.

2.3.3 Validación del ajuste producto-mercado

Una vez analizada la proposición de valor de nuestro producto o servicio desde el punto de vista del cliente (Propuesta de Valor Canvas) y una vez analizada la competencia para mejorar nuestro producto o servicio, es hora de llevar a cabo la validación del producto para asegurar que nuestro producto conecta con el cliente antes de que llegue al mercado. Cuando se trata de conducir una investigación de producto apropiada, es también hora de verificar que las suposiciones hechas sobre el cliente son correctas.

Para esto, se lleva a cabo una prueba de concepto o ensayo, p.ej., investigación de mercado realizada desde el principio para maximizar la probabilidad de lanzar un producto o servicio que el público quiere comprar. De esta manera, se explora la viabilidad del producto o servicio con el público objetivo desde el principio y se mejora su desarrollo gracias a la retroalimentación.

La prueba de concepto o ensayo se basa en la escucha de las opiniones del público y en explorar cómo de viable es el concepto para ellos, sin prejuicios. Esto proporciona retroalimentación directa sobre lo que los clientes quieren, lo que puede dar luz a puntos ciegos. Es un proceso de aprendizaje abierto que trabaja en dos sentidos: puede seguir interactuando con el mismo público para conseguir sus comentarios sobre sus desarrollos a medida que ocurren. Puede llevar a cabo un cuestionario simple y rápido si lo que quiere es comentarios de alto nivel, o puede profundizar para comprender los detalles con mayor profundidad.

#DISEÑO DE CUESTIONARIOS

Una de las técnicas más usada para validar nuestro producto o servicio es el cuestionario, ya que permite obtener información sobre una amplia gama de cuestiones al mismo tiempo y producir datos rápidamente y eficientemente. Algunas de las herramientas online para realizar cuestionarios son las siguientes:



SurveyMonkey

Tiene productos que permiten medir la satisfacción del cliente a lo largo del tiempo y comparar con la de la competencia; analizar los comentarios para identificar los impulsores clave y de impacto en los ingresos; mejorar la retención y la lealtad al escuchar y responder a los comentarios de los clientes directamente desde la plataforma y otros productos relacionados con el marketing y la experiencia del cliente.



Google Forms

Le permite crear y editar encuestas en línea y colaborar con otros usuarios en tiempo real. La información recopilada se puede convertir automáticamente en una hoja de cálculo.



Typeform

Tiene formularios de encuestas de productos prediseñados, formularios de comentarios de los clientes, formularios de captura de clientes potenciales, encuestas de satisfacción del cliente y otros formularios y plantillas para mejorar las acciones de marketing.

2.4 Nuestro producto/servicio - el Lanzamiento

2.4.1 ¿Producto mínimo viable?

En muchos casos, los emprendedores invierten mucho tiempo y muchos recursos en crear una empresa sin conocer si el resultado será favorable. Con el producto mínimo viable, los emprendedores aprenderán sobre la respuesta del mercado a los productos que intentan vender. De este modo, podemos definir el producto mínimo viable como el prototipo del producto o servicio que será lanzado con el mínimo de funciones que le permiten presentarlo a los clientes potenciales y analizar sus intereses en el mismo. Se usa para evitar perder el tiempo, recursos y energía en ideas de negocio que pueden no ser rentables a largo plazo. Los objetivos del producto mínimo viable son los siguientes:

1. Evitar crear o desarrollar algo que nadie quiere comprar.
2. Hacer que los primeros clientes proporcionen comentarios para conocer el nivel de satisfacción del cliente.
3. Optimizar los recursos económicos.



Producto mínimo viable Canvas

Bram Kanstein, experto en startups y creador de productos, desarrolló la plantilla de Producto Mínimo Viable (PMV) para ayudar a los empresarios a hablar sobre sus productos y refinar sus estrategias. El formato de esta plantilla es similar al Modelo de Negocio Canvas y sirve como guía para guiar a cualquier persona a través de su idea de producto.



Wix

Para crear su PMV, puede combinar CANVA o algunas plataformas de creación de sitios web gratuitas: <https://www.wix.com/>



EXTRA!

Video - 3 Productos Mínimos Viabiles (PMV) asombrosos.

2.4.2 Dando forma a nuestra narrativa e historias

El storytelling es una herramienta de marketing progresiva que crea conciencia sobre la empresa, lo que eventualmente se convierte mejor en la lealtad del cliente a largo plazo. El storytelling en las comunicaciones de marketing es la transmisión de la información necesaria en forma de historia para captar la atención del público objetivo y crear la motivación necesaria. El storytelling como herramienta de comunicación de marketing, puede "humanizar" la marca, demostrar el sistema de valores de la empresa, añadir formas a su imagen y acelerar el proceso de toma de decisiones de marketing. Se ha probado que el storytelling como arte de contar historias es un medio importante de la comunicación en marketing, porque las historias atraen la atención de las personas más, se recuerdan mejor y despiertan emociones que son casi imposible de evocar a través de mensajes comerciales ordinarios.

EJEMPLOS

Nike se estableció en la mente de las personas a través del storytelling en 1990. Lanzaron un comercial brillante en 1999 para conmemorar la carrera de Michael Jordan. En ese momento, cuando todo el mundo estaba empujado a la venta dura (porque el tiempo en aire de TV era caro), Nike dejó que Michael Jordan contara la historia por él mismo. "Just Do It" y el eslogan aparecen al final, y eso es todo el espacio que su marca ocupó. La historia creó una conexión emocional entre los fans y el atleta - Nike en sí misma fue una pequeña parte del intercambio.

Airbnb es un mercado, por lo que no vale la pena contar una historia sobre el producto en sí mismo. Su público no quiere escuchar sobre la tecnología y los filtros que ayudan a encontrar lugares en los que quedarse, ellos quieren contar historias sobre las experiencias de quedarse en un lugar nuevo. Quieren conocer a las personas con las que se quedan. Quieren conocer los hogares, los países, y las experiencias que la marca de Airbnb hace posibles.

2.4.3 Conseguir a nuestros clientes - ventas y estrategia de mercado

Parece que el enfoque en mejorar los componentes de los servicios, la variedad en ventas, la atención a la calidad de los productos y servicios, así como el desarrollo de una atmósfera positiva para los clientes en la prestación de servicios de ventas puede tener un impacto efectivo en el aumento de la confianza en la marca y en la mejora de las tendencias de comportamiento de los clientes. Para ello, vamos a hacer referencia a diferentes herramientas que pueden ser usadas para encontrar clientes en Internet

#BUSCANDO CLIENTES

1. Video Marketing. En muchas ocasiones el poder de los audiovisuales va más allá de un simple artículo. Además, hoy en día, las personas prefieren recibir mucha información pero en poco tiempo, por lo que se recomiendan los videos cortos.

2. Herramientas online de publicidad . Posicionarse en Google también genera muchos beneficios, aunque requiere un gran esfuerzo y tiempo. Por lo tanto, para apoyar su estrategia online, es positivo recurrir a anuncios online y de este modo atraer más usuarios que le interesen a su página web.

3. Herramienta de gestión de visibilidad en línea. Hay múltiples herramientas que le permitirán analizar en línea la visibilidad de su sitio web.

4. Mandar correos electrónicos automáticamente. Hoy en día hay muchas herramientas tecnológicas que simplifican el tiempo y esfuerzo para llegar a más personas.

5. Web. Además, a través de la página web y las redes sociales, los eventos en línea se pueden organizar para promocionar los productos/servicios y ofrecer cupones de descuento. Además, encontrar clientes y convertirlos en historias de éxito puede también ayudar a la marca a encontrar más clientes.

6. Marketing de influencers. Desde hace relativamente poco, la figura del influencer se ha desarrollado de una manera en la que incluso los jóvenes quieren dedicarse a esta profesión, aunque no es un trabajo tan fácil como parece. Lo que es cierto es que es una nueva estrategia de marketing. Esta estrategia es menos invasiva que los medios tradicionales y también es más creíble. De acuerdo con el último estudio de IAB (2018), 7 de cada 10 usuarios siguen a algún influencer, sobre todo mujeres y los más jóvenes. Los consideran creíbles y, entre ellos, menos publicitarios.



Youtube



Vimeo



Google Analytics

Una de las herramientas más eficientes, una herramienta clave para comprobar que tu marketing en Internet está funcionando. También te ayuda a saber qué páginas tienen más éxito.



Google Trends

Puede averiguar qué temas son de su interés.



SEMrush

Si quieres profundizar en el estudio del análisis online, una herramienta muy utilizada en el marketing digital. Tiene parámetros muy útiles para entender el rendimiento de tu estrategia SEO, tu visibilidad online, etc.



MailChimp

Con esta herramienta puedes conseguir nuevos clientes por correo electrónico. También recomienda formas de obtener más aperturas, clics y ventas.

2.5 Nuestros números - las Finanzas

Las empresas sociales, como cualquier otro negocio, tienen que ser financieramente sostenibles para entregar el valor social/ambiental y el impacto que prevén. A pesar de todo, si está en la fase de solo comenzar una empresa social, para volver a empezar después de un largo periodo de estancamiento, crecer o comenzar un nuevo proyecto dentro de la organización existente, necesitará recursos financieros para continuar. Esto significa simplemente que necesitará dinero para cubrir sus costos de entrega de sus productos/servicios al mercado. Puede tener sus propios recursos o necesitar financiación.

2.5.1 Ingresos y costes + previsiones de flujo de caja

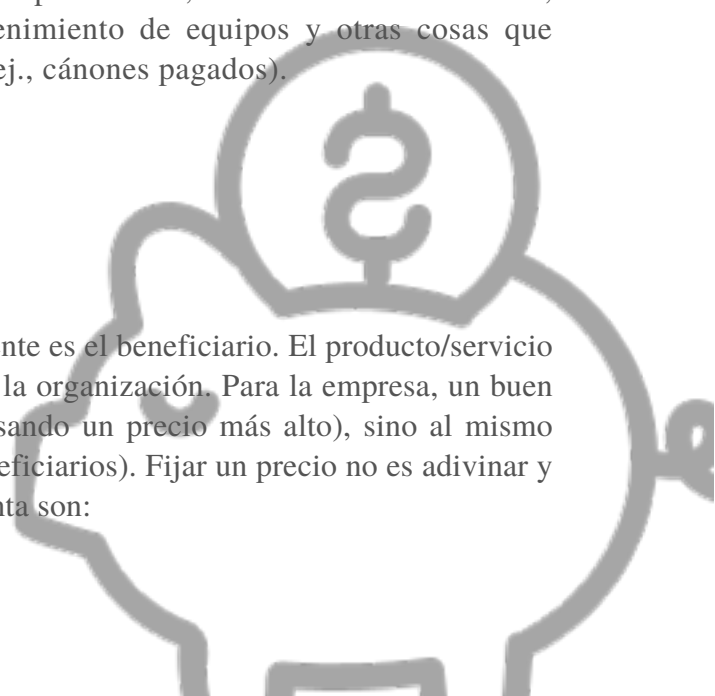
#ESTADO DE FLUJO DE CAJA

En cualquier fase en la que esté su negocio, tiene que tener una imagen clara de sus finanzas - cuánto y cuándo tendrán que salir (COSTOS) y cuánto y cuándo entrarán (INGRESOS) en un periodo de tiempo dado; esto le dará una imagen clara si tiene suficiente dinero para cubrir los costes en curso y si no, cuánto necesitará y dónde podrá obtenerlos. Los estados financieros que muestran sus ingresos y sus costos se denominan Estados de Flujo de Efectivo. Lo que hacen es comparar la suma de ingresos y la suma de costos sobre una base de tiempo regular - normalmente mensualmente. Los ingresos representan el dinero que entra de las ventas de producto(s)/servicio(s), inversiones de la empresa (p.ej., intereses de cuenta de ahorros, dividendos), cánones y licencias por el uso adecuado de la propiedad intelectual de la empresa y de las ventas de los activos de la empresa.

Hay dos tipos de costos - fijos y variables. Los costes fijos son los pagos de renta, empleados asalariados, inversiones de capital y (algunos) costes de mantenimiento, servicios públicos (teléfono, agua, electricidad, etc.), seguros, impuestos (sobre la propiedad, planta y equipos) y otras cosas que no dependen del número de unidades producidas. Los costes variables son los materiales, suministros, salarios de producción, mano de obra contratada, comisiones de venta/costos de distribución, mantenimiento de equipos y otras cosas que dependen de la cantidad de unidades producidas (p.ej., cánones pagados).

2.5.2 Fijación del precio del producto/servicio

Un gran reto para los emprendedores sociales - el cliente es el beneficiario. El producto/servicio que vende una empresa sirve al impacto o misión de la organización. Para la empresa, un buen negocio no es solo maximizar los ingresos netos (usando un precio más alto), sino al mismo tiempo, maximizar el impacto (p.ej., llegar a más beneficiarios). Fijar un precio no es adivinar y seguir adelante. Las cosas importantes a tener en cuenta son:



Decidir la estrategia de precios respondiendo preguntas sobre el objetivo de impacto y cómo informa su precio. Tenga en cuenta que podría terminar con un precio más bajo que el de la competencia, tal vez incluso más bajo que su propio costo. Debe compensar esta diferencia con precios más altos para otra parte del mercado o para otros productos que venda.

Conozca bien cuánto cuesta producir una unidad de su producto/servicio (añadiendo los costes fijos a los costes variables), dividiendo por el total de volumen producido. Generalmente, precios más bajos a los costos unitarios son insostenibles en el tiempo.

Comprender a la competencia, el precio y la propuesta de valor de su producto. Una vez que conozca los costes y tenga una propuesta de valor fuerte para competir, debe tomar la mejor decisión sobre el precio de su propio producto/servicio. No baje sus precios por humildad. Los consumidores tienen a ver los precios bajos como un indicador de mala calidad.



Google Sheets

Colabore en los datos, desde cualquier lugar: establezca una verdad básica para los datos en su hoja de cálculo en línea, con un intercambio fácil y una edición en tiempo real. Use comentarios y asigne elementos de acción para mantener el flujo de análisis.



USEFUL!

Artículo sobre Estructura de Costos.

2.5.3 Opciones de financiación, presentar una idea a un inversor

En diferentes fases del negocio, hay diferentes necesidades de financiación y recursos. Generalmente, se pueden dividir en las siguientes:

BOOTSTRAPPING - etapa temprana

El bootstrapping es la autofinanciación o financiación de negocio a través de ahorros personales, así como de ventas iniciales o del dinero prestado o invertido por familiares y amigos. De esta manera, una empresa joven mantiene el control de su negocio sin inversores ni bancos detrás de su cuello, aunque debido a recursos limitados, no tiene dinero para crecer tan rápido como quisiera.

CROWDFUNDING - etapa de inicio

El crowdfunding es la recaudación de fondos a través de un modelo que involucra donaciones de diversos individuos y/u organizaciones que le permiten llegar a más donantes a través de formas convencionales de recaudación de fondos, ya que los donantes pueden ser personas que conozca o completos extraños que desean apoyar financieramente a su idea.



GoFundMe

Una plataforma estadounidense de financiación colectiva con fines de lucro que permite a las personas a recaudar dinero para diversos eventos, desde eventos de la vida (celebraciones y graduaciones) hasta circunstancias desafiantes como accidentes y enfermedades.



Indiegogo

Como dice en su página "Indiegogo es donde los primeros en adoptar y los buscadores de innovación encuentran tecnología animada e imaginativa antes de que llegue a la corriente principal". Indiegogo es una de las plataformas de financiación colectiva más antiguas donde puede solicitar fondos para una idea, una organización benéfica o un comienzo de un negocio.

INVERSIÓN DE EQUIDAD - etapa de inicio, operaciones.

La venta de acciones es una de las maneras más comunes de financiar un negocio. Puede ser complicada la decisión de vender una participación de la empresa a personas que apenas conoce, de este modo es importante encontrar al inversor correcto - conocerlo mejor antes de ir más lejos. El inversor puede ser alguien que ya conozca del trabajo o que conozca bien. El inversor puede ser cualquier individuo de alta red, Angel Investor (filantropía) o inversor corporativo y VC-Venture Capital.



Funderbeam

Una plataforma de financiación y negociación que conecta empresas e inversores para comprar y vender participaciones de capital. La plataforma permite a los fundadores a obtener exposición, apoyo legal, un administrador de fondos o una red de inversores.

SUBSIDUOS - etapa temprana o innovación

Un subsidio es un tipo de financiación que actúa como una recompensa típicamente dada por la empresa, fundación o gobierno para un individuo o empresa. Los subsidios no tienen que devolverse, en la mayoría de los casos, pero se dan para conseguir determinados objetivos que deben probarse al que otorga el subsidio. El subsidio ofrece una oportunidad de conseguir fondos iniciales necesarios para comenzar un negocio para cubrir costos como propuestas comerciales, trabajos de investigación, sin la presión financiera de los préstamos reembolsables.

VIDEO



Financiación de la UE para emprendedores de impacto.

PRÉSTAMO- etapa de crecimiento y ampliación

Un préstamo es una opción de financiación en la que una cierta cantidad de dinero se presta a la empresa (o un individuo) por un banco u otra institución financiera. Haciendo esto, el prestatario contrae una deuda, que debe pagar con intereses y en un plazo determinado. El préstamo permite un acceso relativamente rápido al capital.

#HACER PITCH DECK

**PITCH**

Software de presentación colaborativo que permite a los equipos modernos crear y distribuir hermosas presentaciones de manera más efectiva.

**SALESHANDY**

Una excelente herramienta para enviar correos masivos. Le permite usar hasta 50 etiquetas de combinación personalizadas para personalizar sus correos electrónicos con problemas de sus prospectos para obtener más respuestas.

**CANVA**

Una plataforma de diseño gráfico que se utiliza para crear gráficos y presentaciones para redes sociales. La aplicación incluye plantillas listas para usar para que las utilicen los usuarios.

**STORYDOC**

Storydoc le permite crear atractivas presentaciones interactivas, documentos técnicos, estudios de casos y más que lo diferencien de su competencia.

Para cualquiera de estos, necesita conocer claramente lo que quiere lograr con su negocio y cuál es su objetivo. A saber, debe definir:

- ¿Cuánto dinero necesita?
- ¿Cuánto van a durar los recursos financieros?
- ¿Qué otros recursos es probable que necesite?
- ¿Dónde terminará con este dinero?
- ¿Qué nivel de participación quiere del inversor/prestatario de dinero?
- ¿Cuál es el uso previsto de las finanzas?
- ¿Dónde irá la inversión?

Usted adapta su estrategia de comunicación y narrativa de acuerdo al inversor/prestatario de dinero. En algunos casos, habrá una guía clara y plantillas que rellenar, en otros, será libre de encontrar la mejor manera para su empresa de presentar credibilidad a la entidad/persona que proporciona el apoyo financiero.



2.6 Nuestro impacto - el Cambio

2.6.1 Planificación del siguiente paso

Es obvio que para lograr sus metas, necesitará establecerlas. Sin embargo, tendemos a olvidar el uso de herramientas específicas para establecer objetivos. Hay diversos tipos de herramientas para usar y cuando se aprovechan apropiadamente pueden ser tan impactantes como establecer una meta y esforzarse por conseguirla.

Las herramientas digitales presentadas debajo son el pegamento que mantienen unido un sistema de establecimiento de metas. Cuantas más tenga para mantener su sistema intacto, más valioso será tenerlas cerca. Aquí hay algunas sugerencias de herramientas y cómo sacar el máximo provecho de ellas.

#GESTIÓN DE PROYECTOS



Basecamp

Una plataforma creada por Google para la gestión de proyectos. Si bien, está diseñada para que los grupos ayuden a organizar equipos, hay características que ayudan a su empresa a establecer objetivos y planificar actividades.



Todoist

Las listas de tareas pendientes son poderosas, ya que son como miniobjetivos que conducen a sus objetivos más grandes. Todoist es así, pero también da la oportunidad de establecer metas más significativas.



Coach.me

Con Coach.me no solo puedes crear objetivos e hitos, sino que también te dará acceso a toda una comunidad de personas con ideas afines que buscan el éxito de sus objetivos.



Goal Buddy

Un sistema real de establecimiento de objetivos que lo pone a prueba para crear objetivos SMART. Luego puede usar la misma plataforma para realizar un seguimiento de su progreso y mantenerse enfocado e los objetivos que tiene por delante.



Move Mountains

Esta plataforma es impactante. Move Mountains es una plataforma gratuita que ofrece varios cursos para ayudar a mantenerse motivado en sus objetivos. Es ideal para personas que necesitan un entrenador para mantenerse responsables.



Toodledo

Esta aplicación brinda una sensación de flexibilidad ya que le permite establecer y alcanzar sus objetivos fácilmente. Toodledo es un excelente administrador de tiempo y tareas y brinda funciones para personalizarlo y satisfacer todas sus necesidades.

2.6.2 Gestión de impactos

Si hablamos sobre las finanzas de su organización, las cosas son sencillas - usted analiza números, pero cuando se trata de articular algunos de los impactos sociales o medioambientales que está creando, se convierte en una cosa compleja pero esencial para su empresa. Para ello, necesita poner en su lugar su proceso de gestión de impacto.

Esto es esencialmente un proceso de medición y gestión de la creación de impacto social y ambiental para maximizarlo y optimizarlo. Es importante para usted internamente ya que le proporciona perspectivas para tomar decisiones que apoyen su misión. También le dará datos para comunicar sus resultados y el impacto al público externo.

#TEORÍA DEL CAMBIO

La Teoría del Cambio es la espina dorsal de cualquier sistema de medición social y ambiental y es poderoso porque es VISUAL. Es un mapa que subraya los pasos necesarios para lograr su misión general/objetivos a largo plazo (y sentar las bases para sus KPIs que lo ayudarán a rastrear y medir su impacto social). Es claro, comprensible y una manera sencilla de decir lo que tiene que HACER, lo que está intentando CONSEGUIR y CÓMO lo está planificando. Lo que está ocurriendo con su intervención que de otra manera no ocurriría. Esto es vital para cualquier organización, o proyecto que intente crear impactos positivos, rastrearlos y medirlos y exhibirlos.

Tras la Teoría del Cambio, necesitará un PLAN DE MEDICIÓN DEL IMPACTO con todos los indicadores clave de rendimiento. Un plan de medición se basa en su Teoría del Cambio y en esencia, establece qué debe medirse y cómo. Cada elemento de su Teoría del Cambio debe ser medible y al adjuntar medidas (que probarían el éxito de sus actividades y los resultados planificados) a los elementos, se puede delinear un sistema completo.

Plantilla DIY Teoría del Cambio

La herramienta de Teoría del Cambio Nesta ayuda a articular y conectar claramente su trabajo con su objetivo más grande, detectar riesgos potenciales en su plan al compartir los supuestos subyacentes en cada paso. Esta herramienta también puede ayudar a alinear a los miembros del equipo con el objetivo final más amplio y ayudarlos a comprender su papel para lograrlo.

Modulo DIY Teoría del Cambio

Este módulo apoya su comprensión y uso de la Herramienta de Teoría del Cambio DIY.

EXTRA! VIDEO

Caja de herramientas - Teoría del Cambio.

#EJERCICIO

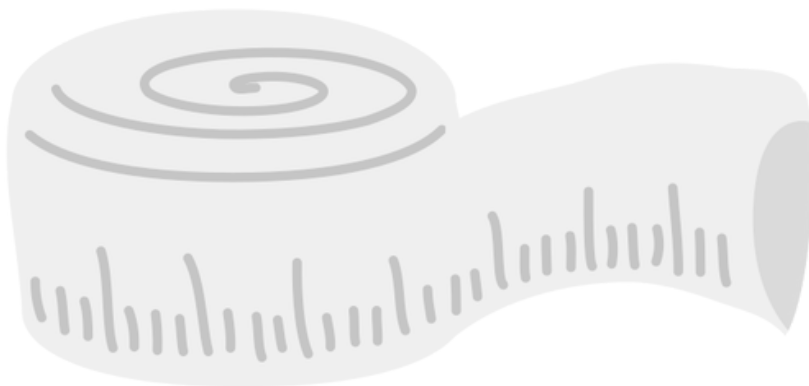


Reúna a su equipo y presénteles la importancia del proceso de medición del impacto y la Teoría del cambio como herramientas básicas para establecer el proceso.

Utilice la plantilla NESTA y comience por definir con el resto del equipo el cambio a largo plazo que visiona que su negocio/proyecto puede provocar. Después enfóquese en el problema y luego en el público.

Haga lluvia de ideas, discuta y alinee, ya que estas 3 dimensiones serán clave para que luego defina ENTRADAS - SALIDAS - RESULTADOS - IMPACTOS. ¡No olvide rellenar las suposiciones abajo de cada uno de los apartados!

Pronto, tendrá un borrador de su Teoría del cambio - un documento vivo que usted y su equipo pueden actualizar, iterar y usar para especificar aún más su proceso de medición de impacto.



2.6.3 Gestión y trabajo en equipo

El rendimiento del proyecto no solo es determinado por el tipo de herramienta de gestión y procesos usados, sino que también depende en gran medida de cómo estas herramientas se integren con el proceso de trabajo y el equipo del proyecto para apoyar las actividades hacia los objetivos de alcance, calidad, cronograma y costo. El trabajo en equipo es más importante en organizaciones que en trabajos individuales para entregar los resultados eficientemente y efectivamente.

Ciertamente, hay una relación positiva entre la colaboración entre los miembros del equipo y el desempeño del equipo porque, cuando se trabaja como un equipo, se ponen en común las habilidades de los miembros del equipo y se potencian sus esfuerzos, se reduce el tiempo dedicado a trabajo y se aumenta la eficiencia de los resultados. Cuando trabaja como un equipo, consigue grandes cosas.

El trabajo en equipo está siendo cada vez más importante en el desarrollo de las organizaciones ya que aporta numerosos beneficios tanto a la organización como al empleado. Podemos ver algunas ventajas:

Mayor motivación.

Promoción de una comunicación efectiva.

Reduce los niveles de estrés.

Mejora la lluvia de ideas.

La gestión del conocimiento y el intercambio de ideas fomenta el aprendizaje.

Mejora el compromiso de los miembros del equipo.

#HABILIDADES DE TRABAJO EN EQUIPO

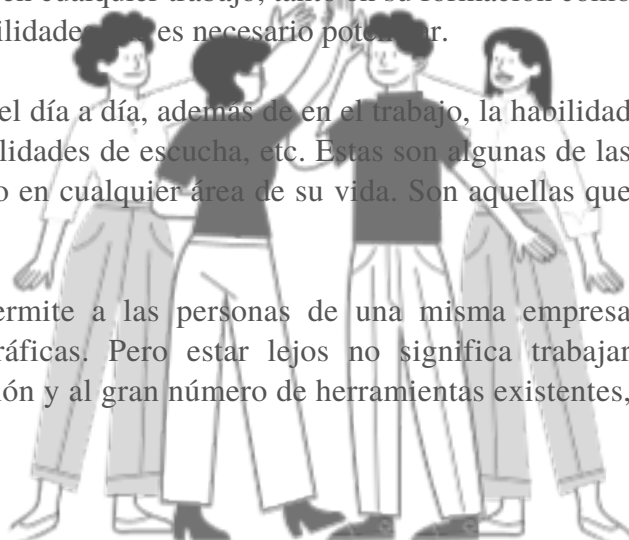
Trabajar en un equipo también requiere una serie de habilidades que pueden dividirse en tres grupos:

Habilidades sociales: Estas son las que le ayudarán a relacionarse con las personas. Respetar sus intereses, elecciones y opiniones y, al mismo tiempo, expresar las propias.

Habilidades profesionales: Estas son esenciales en cualquier trabajo, tanto en su formación como en su experiencia que le han aportado ciertas habilidades que es necesario potenciar.

Habilidades personales: Son fundamentales en el día a día, además de en el trabajo, la habilidad de resolver problemas, empatía, sinceridad, habilidades de escucha, etc. Estas son algunas de las habilidades más importantes para un ser humano en cualquier área de su vida. Son aquellas que nos definen como una persona.

Teletrabajo es una realidad creciente que permite a las personas de una misma empresa trabajar desde diferentes localizaciones geográficas. Pero estar lejos no significa trabajar individualmente, ya que, gracias a la digitalización y al gran número de herramientas existentes, estamos más cerca que nunca.





Slack

Una aplicación de mensajería empresarial que conecta a las personas con la información que necesitan. Al reunir a las personas para que trabajen como si fueran parte del mismo equipo, Slack, transforma la forma en que se comunican las organizaciones. Le ayuda a trabajar de manera más conectada, flexible e inclusiva.



Microsoft Teams

Una plataforma unificada de comunicación y colaboración que combina chat persistente en el lugar de trabajo, videoconferencias, almacenamiento de archivos e integración de aplicaciones.



Google Drive

Puede guardar, compartir y colaborar en archivos y carpetas desde un dispositivo móvil, tableta u ordenador. Drive se integra con Documentos, Hojas de cálculo y Presentaciones, aplicaciones de colaboración nativas de la nube que permiten a su equipo crear contenido y colaborar de manera más eficiente en tiempo real.



Trello

Unifica tus tareas, compañeros de equipo y herramientas. Es simple, flexible y potente. Todo lo que necesita son tableros, listas y tarjetas para que pueda ver claramente quién está haciendo qué y las tareas a realizar.



3. Digitalización de las empresas sociales

Herramientas + ejercicios para mejorar las habilidades digitales

3.1 Gestión de datos

La gestión de datos es una función crítica para las empresas sociales, ya que les permite entender y medir el impacto, tomar decisiones informadas y demostrar el valor a los grupos de interés. Las empresas sociales son organizaciones que usan estrategias de negocios para conseguir metas sociales y medioambientales. Normalmente operan en sectores como los servicios sociales, educación, sanidad y conservación del medioambiente, y confían en los datos para respaldar sus operaciones y lograr su misión.

3.1.1 Componentes clave de la gestión eficaz de datos para empresas sociales.

- **Recopilación de datos:** Esto implica los procesos y sistemas usados para reunir información de varias fuentes, como participantes de programas, staff, clientes, donantes y colaboradores externos.
- **Almacenamiento y organización de datos:** Esto incluye los sistemas y tecnologías usadas para almacenar y organizar datos, así como los procesos y políticas para asegurar que los datos son precisos y seguros.
- **Análisis de datos:** Esto implica usar herramientas estadísticas y analíticas para examinar e interpretar datos y para identificar tendencias, patrones y perspectivas que pueden ayudar a tomar decisiones informadas y estrategias.
- **Reporte y comunicación de datos:** Esto incluye los procesos y sistemas usados para comunicar datos y perspectivas a los grupos de interés, como participantes de programas, staff, donantes y colaboradores externos.

La gestión efectiva de datos requiere una combinación de experiencia técnica, fuertes sistemas y procesos y el compromiso de todo el personal de seguir los protocolos establecidos. Es importante para las empresas sociales priorizar la gestión de datos para tomar decisiones informadas, medir su impacto y demostrar el valor a los grupos de interés.

3.1.2 Habilidades digitales útiles para la gestión de datos

- **Entrada de datos:** Esto implica ingresar datos en un ordenador o en una base de datos de manera consistente y precisa. Las habilidades de ingreso de datos incluyen la capacidad de escribir con rapidez y precisión así como la capacidad de comprender y seguir pautas y protocolos específicos de ingreso de datos.

- **Análisis de datos:** Esto implica usar herramientas de software para analizar datos y extraer perspectivas. Las habilidades de análisis de datos incluyen competencia en técnicas de análisis estadístico, así como habilidades de programación en lenguajes como Python o R.
- **Visualización de datos:** Esto implica el uso de herramientas para crear tablas, gráficos y otras representaciones visuales de datos para comunicar perspectivas de manera clara y concisa. Las habilidades de visualización de datos incluye la habilidad para usar software como Tableau o Excel para crear tablas y gráficos visualmente atractivos e informativos.
- **Gestión de bases de datos:** Esto implica usar software para organizar, almacenar y gestionar grandes cantidades de datos. Las habilidades en gestión de bases de datos incluyen el dominio de SQL (lenguaje de consulta estructurado) y la capacidad de diseñar y mantener bases de datos.
- **Gestión de proyectos:** Esto implica usar herramientas y técnicas para planificar, organizar y realizar un seguimiento del progreso de los proyectos relacionados con los datos. Las habilidades de gestión de proyectos incluye la habilidad de utilizar software de gestión de proyectos como Asana o Trello, así como habilidades sólidas de comunicación y organización.
- **Comunicación:** Esto implica la habilidad de comunicar clara y efectivamente los conocimientos y hallazgos relacionados con los datos a las partes interesadas. Las habilidades de comunicación incluye la habilidad de escribir informes claros y concisos, así como la habilidad de presentar datos de manera clara y convincente.

Es también importante para la gestión de datos de una empresa social tener un fuerte entendimiento de la misión y metas de la organización, así como las necesidades específicas de datos de la organización. Esto incluye el conocimiento de la industria en la que opera la organización, así como un entendimiento profundo de los datos disponibles en la organización y cómo pueden ser usados para apoyar las metas de la organización.

3.1.3 Herramientas digitales, páginas webs y plataformas para la gestión de datos

- **Asana:** Una herramienta de gestión de proyectos que ayuda a los equipos a hacer un seguimiento de su trabajo y mantenerse organizados.
- **Google Sheets:** Un programa de hoja de cálculo que le permite crear, editar y colaborar en hojas de cálculo en línea.
- **Airtable:** Una plataforma de base de datos basada en la nube que ofrece funciones como hojas de cálculo, calendarios y tableros kanban para ayudarlo a administrar y visualizar sus datos.
- **Microsoft Excel:** Un programa de hoja de cálculo que le permite crear, editar y analizar datos de varias maneras.
- **Salesforce:** Una plataforma de gestión de relaciones con los clientes que ofrece herramientas para gestionar los datos, las ventas y el soporte de los clientes.
- **Tableau:** Una herramienta de visualización de datos que le permite crear gráficos, mapas y paneles interactivos.
- **Zoho Analytics:** Una plataforma de inteligencia empresarial basada en la nube que ofrece una gama de herramientas para el análisis y la generación de informes de datos.
- **Datawrapper:** Una herramienta para crear gráficos y mapas que se pueden incrustar fácilmente en sitios web o compartir en línea.
- **OpenRefine:** Una herramienta de código abierto para limpiar y transformar datos.

Es muy importante considerar las necesidades específicas de su empresa social cuando elija las herramientas de gestión de datos y plataformas. Algunas cuestiones a considerar son las siguientes:

- Los tipos de datos que necesita recopilar y gestionar (p.ej., financieros, operacionales, clientes).
- El tamaño y complejidad de sus datos.
- El nivel de seguridad y privacidad requeridos para sus datos.
- El presupuesto y los recursos disponibles para adquirir y mantener herramientas y plataformas.

#EJERCICIO



3.1.4 Ejercicios que pueden ser útiles para la gestión de datos

- Mapeo de datos: Identificar y visualizar las relaciones en diferentes puntos de datos.
- Limpieza de datos: Eliminación de errores o inconsistencias de sus datos.
- Análisis de datos: Usar técnicas estadísticas y analíticas para extraer información de sus datos.
- Informes de datos: Creación de informes o paneles para comunicar sus hallazgos a las partes interesadas.

Mapeo de datos:

- Propósito: El mapeo de datos es una técnica que ayuda a entender las relaciones entre los diferentes puntos de datos e identificar brechas potenciales o redundancias en sus datos.
- Pasos:
 1. Identificar los puntos de datos que quiere mapear.
 2. Crear una representación visual de las relaciones entre esos puntos de datos. Puede ser un diagrama de flujo, un diagrama o un gráfico.
 3. Etiquete cada punto de datos y las relaciones entre ellos.
 4. Revise su mapeo de datos para asegurarse de que represente con precisión las relaciones entre sus puntos de datos.
 5. Repetir el proceso tanto como necesite para refinar el mapeo de datos y asegurar su precisión.

Limpieza de datos:

- Propósito: La limpieza de datos es un paso importante en la gestión de datos ya que ayuda a eliminar errores, inconsistencias y valores atípicos de sus datos, haciéndolos más precisos, útiles para el análisis e informes.

- Pasos:

1. Identificar los datos que necesitan limpiarse. Estos pueden ser datos que faltan, incorrectos, duplicados o valores atípicos.
2. Desarrollar un plan para la limpieza de datos. Esto puede implicar rellenar datos que faltan, corregir errores o eliminar datos duplicados o atípicos.
3. Implementar un plan usando herramientas como fórmulas de Excel, validación de datos o lenguajes de scripting como Python o R.
4. Validar los datos realizando un control de calidad para garantizar que el proceso de limpieza haya sido exitoso y que los datos ahora sean precisos y consistentes.
5. Repetir el proceso tantas veces como necesite hasta que todos los datos se hayan limpiado.

Análisis de datos:

- Propósito: El análisis de datos es el proceso de usar técnicas estadísticas y analíticas para extraer información de sus datos. Esto puede ayudarle a identificar tendencias, patrones y relaciones entre diferentes puntos de datos.
- Pasos:
 1. Defina las preguntas de investigación que desea responder con su análisis de datos.
 2. Elija las técnicas estadísticas y analíticas apropiadas para sus preguntas de investigación. Esto puede incluir análisis de regresión, contraste de hipótesis o agrupamiento.
 3. Prepare sus datos para el análisis, limpiándolos y transformándolos si es necesario.
 4. Realice el análisis utilizando software como Excel, R o Python.
 5. Interprete los resultados del análisis y saque las conclusiones basadas en sus hallazgos.
 6. Comunique los resultados a los grupos de interés a través de visualizaciones, informes o presentaciones.

Informes de datos:

- Propósito: Los informes de datos es el proceso de crear informes o tableros para comunicar sus descubrimientos a los grupos de interés. Esto puede ayudarle a compartir información y tomar decisiones basadas en datos.
- Pasos:
 1. Identificar a los grupos de interés que necesitan acceso a los datos y a la información que quiere comunicar.
 2. Elegir el formato adecuado del informe o tablero, como una tabla, gráfico o cuadro.
 3. Prepare los datos para los informes, limpiándolos y transformándolos si es necesario.
 4. Cree el informe o panel con software como Excel, PoweBI o Tableau.
 5. Personalice el informe o el tablero para satisfacer las necesidades de sus partes interesadas.
 6. Revise el informe o tablero para asegurarse de que sea preciso, visualmente atractivo y fácil de entender.
 7. Comparta el informe o el tablero con las partes interesadas y recopile comentarios para perfeccionarlo según sea necesario.

3.2 Educación

3.2.1 Nuestros valores y ejercicios de visión. ¿Cómo crear un tablero de visión?

¿Por qué son los tableros de visión una necesidad para los emprendedores? Los tableros de visión son herramientas fantásticas para emprendedores para visualizar el siguiente nivel al que quiere moverse, personalmente y profesionalmente. Visualizar lo que aún no ha logrado pero gustaría lograr es siempre una gran fuente de impulso para los emprendedores.

Una herramienta simple como un tablero de visión puede ser una poderosa activación de esfuerzos e intenciones que hagan realidad sus sueños. Aspirar al éxito profesional a través de tableros de visión, facilita objetivos financieros más altos, mayores expectativas, experiencias más gratificantes, un nivel general más alto de funcionamiento que solo puede ayudar a progresar en su espíritu empresarial. Considere esto como un mapeo de su viaje, una revisión de sus objetivos, probablemente su inversión más barata como empresario, pero el valor potencial para usted es inconmensurable. Establecer estándares más altos financiera y profesionalmente, tener un recordatorio constante de esa decisión consciente en la mente, impulsará el camino hacia el éxito.

Aquí hay 7 consejos que puede encontrar útiles para crear su tablero de visión:

1. Tenga claro su uso.

Su tablero de visión va a ser una herramienta de visualización, llevando imágenes y palabras que le impulsarán a alcanzar sus metas y cumplir sus sueños. Como tal, no avance con su tablero de visión pensando en él como una lista de deseos o una lista de tareas pendientes.

2. Ponga en marcha el trabajo previo.

¡Hay trabajo previo que hacer antes de comenzar a crear su tablero de visión! Le sugerimos que comience evaluando lo que ha deseado para su negocio durante los últimos 6 a 12 meses en áreas como marca, ventas, desarrollo comunitario y enumere los objetivos e intenciones en cada categoría que desea cambiar o hacer crecer.

3. Acortar.

Los objetivos comerciales y bastantes objetivos personales, pueden ser a largo plazo y requieren que dediques tiempo y esfuerzo. Si tiene demasiados objetivos de este tipo en mente, es posible que se sienta abrumado fácilmente. En su lugar, piense en términos de pequeños pasos y divida sus objetivos en pasos más simples y manejables.

4. Reúna imágenes representativas.

Puede buscar imágenes en línea y descargar e imprimir las que le llamen la atención. Un consejo: ¡No permita que su perfeccionismo se interponga en el camino y lo obligue a continuar su búsqueda de imágenes ideales! Lo más importante, no piense al elegir imágenes, ¡sino sienta!. Elija también un puñado de palabras de afirmación motivacional.

5. Arreglar

Tenga en mente un tema y un formato para su tablero de visión. Puede buscar inspiración en línea, ¡pero siga su corazón si quiere hacer algo original! Ora cosa a tener en cuenta es que tener demasiadas imágenes en un solo tablero de visión puede impedir que se concentre en sus objetivos. Para evitar el desorden, elija solo las imágenes que más le inspiren. Alternativamente, considere crear más tableros de visión.

6. Póngalo en uso

No importa cuán inspirador sea su tablero de visión, no lo inspirará si lo coloca en un lugar oscuro. Así que coloque su tablero donde pueda verlo todos los días. Piense en un lugar donde pueda pararse o sentarse por un rato cada día y obtener vibraciones positivas al ver su tablero de visión.

7. Rehacer el tablero tantas veces como sea necesario

¡No tiene que seguir con el mismo arreglo de tablero de visión para todo el año! Es probable que haya cambios en su vida, así que siéntase libre de reorganizar las imágenes y las palabras de afirmación para reflejar lo mismo.



3.2.2 Ejercicio/ ¿Cómo crear un tablero de visión?

1. Abra Canva

Inicie Canva y busque “Vision Board” para poner en marcha su diseño.

2. Elija una plantilla de tablero de visión

Explore nuestra galería de diseños listos para usar y encuentre un diseño que encaje con su tema o motivo. Puede también hacer clic en Archivo y luego en Crear un nuevo diseño para comenzar un nuevo proyecto desde cero.

3. Suba sus propias imágenes.

Reemplace las imágenes de la plantilla por las suyas a través de la pestaña de Cargar o tome algunas imágenes de stock de la biblioteca de Canvas. Arrástrelos y suéltelos en su diseño y ajuste su ubicación.

4. Personalice su diseño

Personalice su tablero de visión como quiera. Mezcle y combine diferentes colores y fuentes. Use cuadrículas y marcos para agregar estructura. Puede también incluir efectos de estilo y animaciones para hacer que su talero de visión cobre vida.

5. Imprima o comparta su visión

Descargue su diseño para imprimirlo y mostrarlo o configure su tablero de visión virtual en el fondo de su teléfono u ordenador. Si se siente cómodo con la idea, incluso puede compartirla en sus redes sociales para que sus clientes puedan estar al tanto de sus objetivos.

3.2.3 Construyendo aprendizaje online

Articulate 360°

Es una plataforma en línea para el aprendizaje en el lugar de trabajo. Esta herramienta le permitirá crear aprendizaje en línea de forma rápida y eficaz. A partir de cientos de plantillas para aumentar sus habilidades de aprendizaje electrónico y crear cursos en minutos. Agregue fácilmente actividades interactivas, cuestionarios y otros momentos prácticos que mantengan a sus alumnos interesados.

Recursos destacados para los usuarios:

1. Soporte de creación de cursos

Libros electrónicos para aprender conceptos básicos o repasar los fundamentos del aprendizaje electrónico al guiar el camino para construir cursos que a sus estudiantes les encantarán. Además, artículos seleccionados por expertos con consejos sobre cómo mejorar sus habilidades de e- learning.

2. Tutoriales

Las plataformas ofrecen una amplia gama de tutoriales para ayudar a los usuarios en su proceso de desarrollo de aprendizaje y capacitación, como: comenzar con el aprendizaje electrónico (cómo crear y editar presentaciones, cuestionarios, actividades atractivas), conceptos básicos y prácticos de diseño instruccional, diseño visual para aprendizaje en línea y mucho más.

3. Comunidad articulada

Un foro en línea donde los usuarios pueden unirse a conversaciones sobre productos de Articulate y obtener consejos, inspiración y ayuda.

4. Nuevos activos —sin costo adicional

Plantillas e imágenes nuevas se agregan continuamente a la Biblioteca de contenido, por lo que tiene una biblioteca de activos en constante expansión a su disposición, sin coste adicional.



3.3 Gestión financiera

3.3.1 Necesidad de digitalización de la gestión financiera

La gestión financiera es una parte esencial para la salud financiera de la organización. Las herramientas financieras pueden ayudarnos a gestionar ahorros y hacer un seguimiento de los gastos. Las herramientas de análisis financiero son muy utilizadas en la evaluación del mercado y permiten a los negocios tomar decisiones informadas. Muchas veces, las organizaciones usan sistemas y estructuras manuales que en muchas ocasiones ocasionan inconvenientes. En caso de que su organización se enfrente a alguna de las siguientes situaciones, es hora de que use herramientas digitales:

Procesos lentos y complejos: Si su proceso financiero consume horas productivas de los empleados y mucha atención, reducen la productividad del negocio.

Escalada: A medida que sus operaciones y su negocio se expande, el volumen de transacciones financieras y eventos también aumentará, haciendo que los sistemas manuales no puedan seguir la dinámica.

Errores manuales: Los informes financieros y bases de datos con frecuencia contienen errores como consecuencia de emplear sistemas manuales.

Baja transparencia: Los sistemas de gestión financiera manuales no permiten la transparencia de las transacciones financieras.

3.3.2 Herramientas de gestión financiera para diferentes procesos financieros

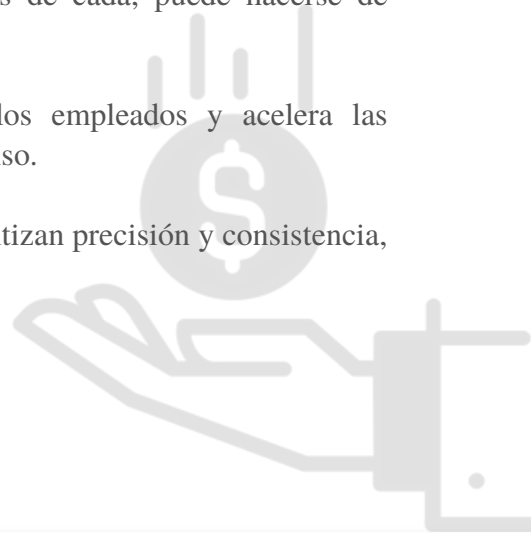
Planificación financiera: Desarrollar planes estratégicos, identificar fuentes de financiación y conseguir y generar fuentes para conseguir metas empresariales puede facilitarse usando herramientas digitales.

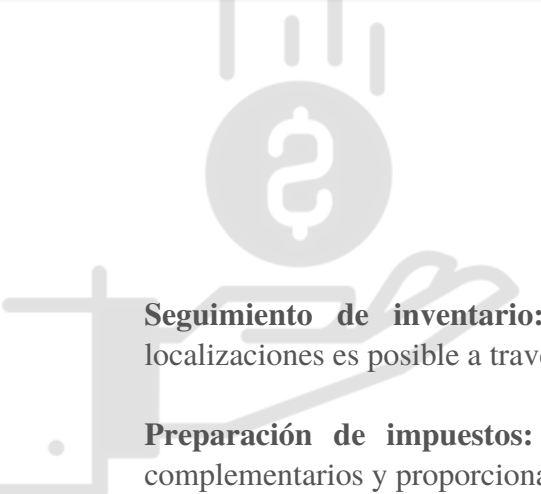
Gestión de los flujos de caja: La herramienta de gestión de flujos de caja automatiza la creación de los estados de flujo de efectivo.

Presupuestar y administrar un presupuesto: Crear presupuestos para operaciones empresariales o presupuestos para proyectos específicos, así como presupuestos de cada, puede hacerse de manera precisa usando un software de presupuesto.

Gestión de gastos: Facilita el seguimiento de los gastos de los empleados y acelera las validaciones, aprobaciones, trámites y pagos de reclamos de reembolso.

Gestión de nóminas: Las herramientas de gestión de nóminas garantizan precisión y consistencia, creciendo a medida que crece el negocio.





Seguimiento de inventario: Un seguimiento automático del inventario desde múltiples localizaciones es posible a través de herramientas digitales ahorrando tiempo y dinero.

Preparación de impuestos: El software de impuestos utiliza datos de diversos sistemas complementarios y proporciona información a los contadores para la preparación de impuestos.

3.3.3 Herramientas digitales y plataformas para la gestión financiera

Zoho Invoice es un software de facturación en línea que lo ayuda a elaborar facturas profesionales, enviar recordatorios de pago, realizar un seguimiento de los gastos, registrar sus horas de trabajo y recibir pagos más rápidos, ¡todo gratis!

Wave apps tiene una variedad de herramientas de contabilidad gratuitas para administrar fácilmente la nómina o los recibos comerciales. Es probablemente el mejor software de contabilidad gratuito para pequeñas empresas sociales, pero si su negocio está creciendo rápidamente o tiene planes de expansión, podría superar rápidamente a Wave. En cambio, una opción asequible como Zoho Books puede ser más adecuada.

Quick Books y Xero son alternativas populares de software de contabilidad de pago pero asequibles. Le permitirán personalizar facturas, realizar un seguimiento de los gastos, administrar las deducciones de CIS, entre otras cosas.

Expensify permite a los usuarios administrar transacciones de gastos, cargar recibos, generar recibos de ventas en línea y crear automáticamente informes de gastos mientras permite que los equipos de finanzas aprueben y exporten informes.

Reolut Business - Una alternativa bancaria diseñada específicamente para empresas y autónomos de todo el mundo cuyo negocio frecuentemente implica transacciones en el extranjero con la capacidad de recibir, retener e intercambiar fondos en más de 30 monedas.



#EXERCISE

3.3.4 Ejercicio / Costes estructurales

La estructura de costes es importante ya que le ayudará a tener una visión general sobre cuánto costará producir su producto/servicio. Esta información le ayudará tanto a determinar su precio y al mismo tiempo también a averiguar el volumen que tendrá que vender para cubrir sus costes y hacer sus proyecciones de flujo de caja. Haga su estructura de costos: abra el formulario de Google y enumere todos sus costos directos e indirectos.

3.4 Marketing

3.4.1 E-commerce

El marketing es un conjunto de actividades que conciernen al conjunto del negocio y requiere estudios muy detallados. Es necesario desarrollar un enfoque correcto en la planificación y gestión de estas actividades y para asegurar que el concepto del marketing esté mejor colocado en la mente.

En secciones previas hemos hablado sobre algunas estrategias para conseguir más clientes usando vídeos, mensajes automáticos, publicidad en redes sociales o en sitios webs. Pero una sección que queremos tratar por separado es el E-commerce. Algo fundamental cuando se trata de digitalizar la empresa, ya que ha sido desde hace años un paso fundamental, ya que prácticamente, si no está en Internet, no existe.

En este mundo moderno de tecnología, el E-commerce se convierte en una opción muy significativa para muchas empresas ya que hay muchas empresas interesadas en desarrollar sus tiendas en línea. El E-commerce se convierte en una de las maneras referidas para comprar, ya que disfrutan de su presencia en línea debido a su facilidad y conveniencia. Debido a su conveniencia, los consumidores pueden ahorrar tiempo y dinero en la búsqueda de productos de manera fácil y hacer compras en línea.

3.4.2 Herramientas para gestionar un E-commerce

1. CRM (Customer Relationship Management) es un programa de gestión de relaciones con los clientes basado en software que le permite establecer una conexión entre su empresa y sus clientes. Le permite organizar de manera eficiente toda la información sobre los clientes actuales y potenciales de su e-commerce. De esta forma, centraliza datos como el histórico de compras de sus clientes, sus interacciones a través de los distintos canales de comunicación (redes sociales, chat virtual, Whatsapp...). Puede utilizar: Holded, Hubspot, Agile CRM, Zendesk, entre otros.

2. ERP (Enterprise Resource Planning) es un programa que ayuda a planificar los recursos de la empresa, para tener una visión y gestión global. Es una solución que lo ayuda a optimizar las tareas operativas de rutina y ahorrar tiempo y dinero valiosos. Puede utilizar: Salvia, Olivo, Altamira, entre otros.

3. OCR (Optical Character Recognition) es un programa que analiza y realiza reconocimiento óptico de caracteres de texto. En otras palabras, reconoce texto en fotos o archivos de imagen y los transforma en texto editable. Tener un negocio online implica un proceso de digitalización mayor que el de las tiendas convencionales. De esta forma podrás operar de forma 100% digital, sin necesidad de tener archivos en formato físico o papel. Además, si por ejemplo, escaneamos una

factura, el programa OCR detectará los datos relevantes y los volcará directamente al programa de gestión o contabilidad con el que esté integrado. Algunos de ellos: Klippa, Microsoft Lens, Chronoscan, y también puede usarlo en línea: OCR en línea.

4. Almacenamiento en la nube Una de las mayores ventajas de la digitalización es el respeto al medioambiente, ya que digitalizar todo también significa imprimir menos. Tener toda la documentación almacenada en línea es una ventaja cuando se trata de guardar información, buscarla o compartirla. Los dispositivos de almacenamiento físico son efectivos pero limitados. Necesitan ser transportados y son susceptibles de dañarse y fallar. En la nube podemos almacenar todo lo que queremos. Además, la transferencia de archivos se facilita al máximo con un simple link. Las ventajas de tener estos sistemas de almacenamiento son los siguientes: fácil acceso, fácil de usar, archivos con menor riesgo de desaparecer y ahorro económico. Algunos de ellos: Dropbox, Google Drive, Microsoft OneDrive, etc.

5. Herramientas de comunicación interna Igual que la comunicación con los clientes es importante, también es importante con los compañeros, de manera que tener un espacio donde puedan encontrarse de manera online, especialmente en la actualidad, cuando el trabajo está tan presente, es esencial. No es siempre posible comunicarse en persona, de manera que usar herramientas que faciliten la comunicación es muy importante para el e-commerce hoy en día. Estos programas, además de ayudarnos a tener comunicaciones más fluidas, facilitan el trabajo remoto y nos permiten incrementar el confort de nuestro trabajo. Algunas plataformas colaborativas son: Slack, Trello, Visme. Además, hay también diferentes programas para reuniones: Skype, Zoom, Webex, Wonder, etc.

Además, los sistemas inteligentes, simulaciones, ciberseguridad, tecnología de la nube, realidad virtual, big data, análisis de datos, dispositivos móviles, blockchain, tecnologías de la comunicación, gestión de proyectos, etc., son tecnologías básicas requeridas para el comercio digital.

#EJERCICIO

3.4.3 Ejercicio para mejorar las habilidades digitales

Simulacro de desastre.

Los desastres en redes sociales también ocurren, y pueden poner a la empresa en una mala situación. Si esto ocurre, necesita estar preparado por lo que lleve a cabo una simulación.

Pregunte a un compañero de trabajo que postee un comentario no deseado sobre una empresa en redes sociales. Observe cuán rápido puede reunir al equipo y revisar los perfiles sociales para controlar los daños y diseñar una estrategia para responder.

3.5 Sostenibilidad medioambiental

3.5.1 Contribución a la sostenibilidad medioambiental

Los pasos para la contribución de las empresas sociales a la sostenibilidad del medioambiente a través del uso de herramientas y técnicas digitales:

- Utilizar software de gestión de energía: Este software puede ayudar a hacer un seguimiento y monitorear el uso de energía en tiempo real e identificar áreas dónde puede reducir el consumo. Esto puede incluir todo, desde apagar elementos eléctricos cuando no están en uso, hasta optimizar su sistema HVAC.
- Implementar una oficina sin papel: Reducir la cantidad de papel que use reducirá la demanda de recursos naturales. Además, sin papel se reduce la energía requerida para producir y transportar papel y la contaminación asociada a estos procesos.
- Use marketing digital y comunicación: Ejemplos como el email marketing y redes sociales, pueden ayudar a alcanzar un mayor público sin la necesidad de materiales físicos, como folletos o papeletas que tiene un impacto en reducir el impacto medioambiental: también, esto puede normalmente ser más específico y rentable que los métodos de marketing tradicionales.
- Usar herramientas de video conferencia y de colaboración en línea: Estas herramientas pueden ayudarle a reducir la necesidad de viajar, que puede tener un impacto ambiental significativo. Puede conectar con los miembros del equipo, clientes, y colaboradores desde cualquier lugar, en cualquier momento y reducir la huella de carbono, así como ahorrarle tiempo y dinero.
- Apoyar a proveedores conscientes del medioambiente: Busque proveedores que estén comprometidos con la sostenibilidad medioambiental y use herramientas digitales para hacer un seguimiento y monitorizar su impacto medioambiental. Puede usar también herramientas digitales para colaborar con proveedores para encontrar maneras de reducir su impacto medioambiental conjuntamente.
- Usar computación en la nube: Eso puede ayudarle a reducir el consumo energético y la huella de carbono permitiéndole almacenar y procesar datos remotamente, reducir la energía requerida para alimentar y enfriar sus servidores, así como reducir la cantidad de gasto electrónico que su negocio genera.
- Implementar una política de teletrabajo: Permitiendo a los trabajadores trabajar desde casa puede ayudar a reducir el impacto medioambiental reduciendo la necesidad de desplazamientos. Esto puede ahorrar energía y reducir la contaminación, así como mejorar la productividad y moral de los empleados.
- Utilice dispositivos de bajo consumo: Actualizando sus dispositivos y equipos a modelos de bajo consumo puede ayudarle a reducir el consumo energético y la huella de carbono, así como ahorrar dinero en sus facturas energéticas.
- Invertir en energía renovable: Invirtiendo en fuentes de energía renovables, como paneles solares o turbinas de viento puede ayudarle a reducir su huella de carbono, así como proporcionar una cobertura a largo plazo contra el aumento de los precios de la energía.
- Asociarse con organizaciones que apoyan la sostenibilidad ambiental: Estas organizaciones incluyen organizaciones sin fines de lucro, agencias gubernamentales y otras empresas. Al trabajar juntos, pueden amplificar su impacto y crear un cambio positivo a mayor escala.

3.5.2 Habilidades digitales

Las habilidades digitales pueden ayudar a las empresas sociales a trabajar en la sostenibilidad medioambiental:

- **Análisis de datos y visualización:** Ser capaz de analizar e interpretar datos relacionados con cuestiones ambientales puede ayudar a una empresa social a tomar decisiones informadas sobre sus esfuerzos de sostenibilidad. Herramientas como Excel, Google Sheets y Tableau pueden ser útiles para analizar y visualizar datos.
- **GIS (sistemas de información geográfica):** El software de GIS permite a los usuarios mapear y analizar datos en un contexto espacial, lo que puede ser particularmente útil para entender y abordar los problemas ambientales.
- **Gestión de proyectos:** Herramientas digitales de gestión de proyectos como Asana, Trello y Basecamp pueden ayudar a las empresas sociales a planificar y coordinar sus esfuerzos de sostenibilidad y hacer un seguimiento del proceso hacia sus metas.
- **Redes sociales y comunicación en línea:** Las plataformas de redes sociales y otras herramientas de comunicación en línea pueden usarse para comprometer a los grupos de interés y crear conciencia sobre los problemas ambientales.

3.5.3 Herramientas, páginas webs, plataformas y ejercicios

Herramientas, páginas webs, plataformas y ejercicios para la sostenibilidad en empresas sociales:

- **Calculadora de la huella de carbono:** Esto puede ayudarle a medir las emisiones de carbono asociadas a las actividades de su organización. Algunas opciones incluyen la Huella de Carbón Trust.
- **Projectdrawdown.org:** Esta página web presenta una lista completa de soluciones para reducir las emisiones de efecto invernadero clasificadas por su potencial para reducir las emisiones. Puede usar este recurso para identificar las acciones de mayor impacto que su organización puede llevar a cabo para reducir la huella de carbono.
- **Auditoría energética:** Una auditoría energética puede ayudarle a identificar oportunidades para ahorrar energía y reducir las emisiones de carbono de su organización. Esto puede hacerse a través de una auditoría energética profesional o puede usar recursos en línea.
- **Gestión de la cadena de suministro:** Implementar prácticas sostenibles en la cadena de suministro de su organización puede ayudar a reducir su impacto ambiental. Esto puede incluir escoger proveedores que tengan un sólido historial de sostenibilidad, además de trabajar con ellos para implementar prácticas más ecológicas.
- **Educación y compromiso de los empleados:** Educar a los empleados sobre sostenibilidad medioambiental e involucrarlos en los esfuerzos para reducir el impacto ambiental de su organización puede ser una forma eficaz de impulsar el cambio. Esto puede incluir proporcionar formación en prácticas ecológicas, establecer equipos ecológicos de empleados e implementar ejercicios de formación de equipos con temas de sostenibilidad.

- **Informes de sostenibilidad:** Comunicar los esfuerzos y el progreso de su organización hacia la sostenibilidad puede ayudar a generar confianza con las partes interesadas e impulsar un cambio positivo. Hay una serie de marcos y estándares que las organizaciones pueden usar para informar sobre sus esfuerzos de sostenibilidad, como la Iniciativa de Informes Globales (GRI) y la Junta de Normas de Contabilidad de Sostenibilidad (SASB).
- **EcoAct:** Esta empresa proporciona servicios de consultoría en sostenibilidad para ayudar a las organizaciones a reducir su impacto ambiental y ser más sostenibles. Ofrecen una gama de servicios, que incluyen evaluaciones de la huella de carbono, desarrollo de estrategias de sostenibilidad e informes de sostenibilidad.
- **The Natural Step:** Esta organización ayuda a las empresas y otras organizaciones a implementar prácticas sostenibles con capacitación, consultoría y otros recursos para que las empresas adopten prácticas más sostenibles.
- **GreenBiz:** GreenBiz es una empresa de medios que brinda noticias, análisis y eventos relacionados con la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial. Ofrecen una variedad de recursos para que las empresas se presenten y evolucionen para ser más sostenibles.
- **La Red de Empresas Sostenibles (SBN):** La SBN es una red de empresas, organizaciones e individuos que ofrecen una gama de recursos y servicios para ayudar a las empresas a ser más sostenibles, incluidas oportunidades de formación, consultoría y creación de redes.

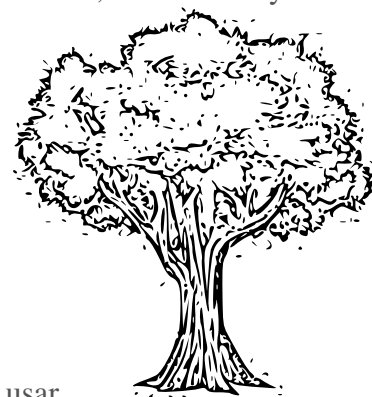
#EJERCICIO

3.5.4 Ejercicios

Calculadora digital de la huella de carbono:

Instrucciones:

- Busque calculadoras de huella de carbono en línea y seleccione una para usar.
- Complete la calculadora respondiendo preguntas sobre su uso de tecnología, como la cantidad de horas que pasa en su ordenador o teléfono, sus hábitos de Internet y sus prácticas de ahorro de energía.
- Reflexione sobre los resultados y discuta con otros lo que puede hacer para reducir su huella de carbono.
- Tome medidas para reducir su huella de carbono, como apagar sus dispositivos cuando no estén en uso, usar cargadores de bajo consumo y reducir el tiempo de pantalla.



Desafío de reducción de residuos en línea:

Instrucciones:

- Implemente tantos consejos de reducción de desechos digitales como pueda durante un período de tiempo determinado, como una semana o un mes. Estos pueden incluir la desinstalación de aplicaciones no utilizadas, la eliminación de archivos y fotos antiguos y la reducción del tiempo de pantalla.
- Siga su proceso y comparta sus experiencias con otros.
- Al final del desafío, reflexione sobre el impacto que tuvo en su vida la reducción de los desechos digitales y considere formar de mantener estos hábitos positivos.

Campaña ecológica en redes sociales:

Instrucciones:

- Utilice las redes sociales para crear conciencia sobre los problemas ambientales y promover prácticas ecológicas.
- Cree publicaciones, videos y otro contenido que pueda compartir con sus amigos y seguidores.
- Use hashtags y etiquete organizaciones relevantes para llegar a un público más amplio.

Narración digital:

Instrucciones:

- Comparta su propio viaje de sostenibilidad ambiental a través de la narración digital.
- Use recursos, como consejos para grabar o hacer podcasts, para ayudarlo a crear su contenido.
- Sea creativo y use su propia voz para compartir su historia.
- Comparta su contenido con sus amigos y seguidores en las redes sociales para inspirar a otros a tomar medidas.



4. Estudio de casos

4.1 Nuru International



Año de fundación: 2006

Forma/estructura legal: Organización sin fines de lucro

Enfoque y actividades: Poner fin a la pobreza extrema en áreas rurales remotas a través de la agricultura sostenible, la inclusión financiera y el desarrollo liderado por la comunidad.

Contexto de digitalización: Al crear conciencia y promover la implementación de soluciones digitales apropiadas y disruptivas para los desafíos del desarrollo agrícola, Nuru tiene como objetivo filtrar la exageración, capturar el aprendizaje de sus miembros y promover la digitalización con el potencial más significativo para acelerar el desarrollo rural.

Herramientas digitales: Guía de tecnología agrícola para el avance de las organizaciones de agricultores profesionales.

Resultados: Mediante el uso de herramientas digitales, Nuru International ha podido realizar un seguimiento más eficaz de su progreso e impacto, identificar áreas de mejora y comunicar sus resultados a las partes interesadas.



4.2 Pro Mujer



Año de fundación: 1990

Forma/estructura legal: Organización sin fines de lucro

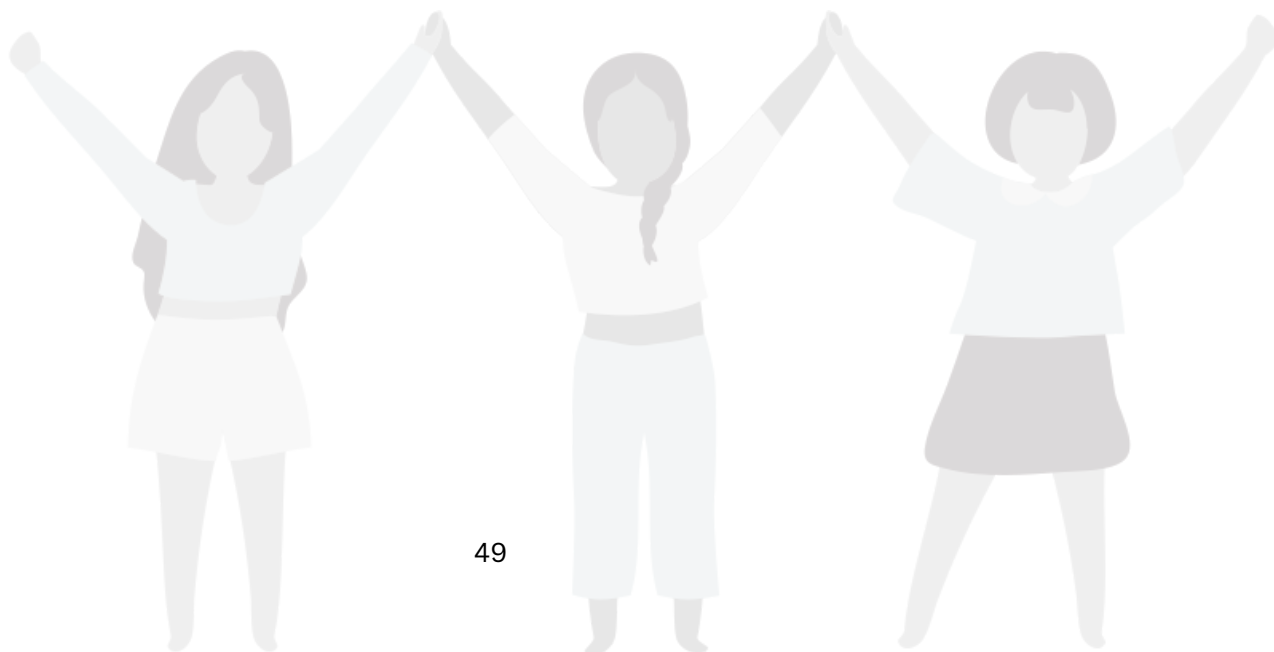
Enfoque y actividades: Empoderando a las mujeres en América Latina a través de microfinanzas, educación en salud y programas de capacitación.

Contexto de digitalización: Pro Mujer utiliza herramientas digitales para mejorar el alcance y los servicios de sus clientes.

Herramientas digitales:

- Banca móvil: Pro Mujer utiliza la banca móvil para desembolsar y cobrar pagos de préstamos. Esto facilita que los clientes de áreas remotas accedan a los préstamos y los paguen. (www.promujerdigital.org)
- Recordatorios por SMS: Pro Mujer envía recordatorios por SMS a los clientes para recordarles los próximos pagos de préstamos y sesiones de educación sobre la salud. Pro Mujer utiliza servicios de puerta de enlace de SMS como Twilio, Nexmo o Plivo para enviar recordatorios por SMS a sus clientes.
- Mantenimiento de registros digitales: Pro Mujer utiliza herramientas digitales para almacenar y administrar la información y las transacciones de los clientes, mejorando la transparencia y la rendición de cuentas. Pro Mujer utiliza las herramientas basadas en la nube como Salesforce y Google Suite para almacenar y administrar la información y las transacciones de los clientes.
- E-learning: Pro Mujer también utiliza herramientas digitales para crear plataformas de e-learning y cursos en línea para capacitar a su personal y comunidades en diversos temas, como educación financiera, educación para la salud y gestión empresarial. Pro Mujer utiliza las plataformas de aprendizaje electrónico Coursera y Udemy para crear cursos en línea y capacitar a su personal y comunidades.

Resultados: Mediante el uso de herramientas digitales, Pro Mujer ha podido llegar a más clientes en áreas remotas, aumentar la retención de clientes y mejorar la prestación de sus servicios.



4.3 VisionSpring



Año de fundación: 2001

Forma/estructura legal: Organización sin fines de lucro

Enfoque y actividades: Proporcionar anteojos asequibles a personas de bajos ingresos en países en desarrollo.

Contexto de digitalización: VisionSpring utiliza herramientas digitales para mejorar la gestión de su cadena de suministro y el servicio al cliente.

Herramientas digitales:

- **Recopilación de datos móviles:** VisionSpring utiliza teléfonos móviles para recopilar datos de sus programas, como información sobre ventas, inventario y datos demográficos de los clientes. Estos datos se utilizan para gestionar su cadena de suministro y optimizar sus operaciones. VisionSpring utiliza teléfonos móviles con Open Data Kit (ODK) para la recopilación de datos, este es un software gratuito y de código abierto que permite crear formularios y recopilar datos utilizando dispositivos móviles.
- **Gestión de inventario digital:** VisionSpring utiliza herramientas digitales para realizar un seguimiento de su inventario y garantizar que pueda satisfacer la demanda de los clientes. VisionSpring utiliza software de gestión de inventario como TradeGecko, BrightPearl o SkuVault para realizar un seguimiento de su inventario y garantizar que pueda satisfacer la demanda de los clientes.
- **Marketing digital:** VisionSpring utiliza herramientas de marketing digital para promocionar sus productos y servicios, como campañas de correo electrónico, redes sociales y optimización de motores de búsqueda para llegar a más clientes y aumentar la conciencia sobre su misión. VisionSpring utiliza herramientas de marketing digital como Mailchimp, Hootsuite o Google Analytics para promocionar sus productos y servicios y llegar a más clientes.

Resultados: Mediante el uso de herramientas digitales, VisionSpring ha podido administrar sus operaciones de manera más eficiente, aumentar su alcance y mejorar la experiencia del cliente.

4. Aquadat



Año de fundación: 2017

Forma/estructura legal: Empresa privada.

Enfoque y actividades: La misión de Aquadat es generar y transformar los datos del agua en un impacto económico, social y ambiental positivo. Aquadat centra su proyecto en ofrecer soluciones integrales que permitan una gestión inteligente del agua, dirigidas principalmente a empresas e instituciones públicas.

Contexto de digitalización: Impulsado por watertech Aquadat transforma los datos de calidad del agua en información útil para la toma de decisiones.

Herramientas digitales:

- Datos: Generación de datos multiparamétricos (a partir de sensores y fuentes externas).
- Nube: Recopile en la nube AquaRADAR toda la información de los sensores conectados a cualquier red IoT (Sigfox, Lora, etc.).
- Data Science: Transformación de datos en información útil para la toma de decisiones.
- Certificación: Blockchain, Timestamp TSA, Autoridades Certificadoras CAs.
- Visualización: Dashboard, panel de administración personalizado.
- Predicción: Algoritmos predictivos ML y AI.
- Integración: Toda la información puede ser extraída del sistema e incluso integrar fuentes externas fácilmente con APIs REST y SOAP.

Resultados: Mediante el uso de herramientas digitales, Aquadat gestiona de manera eficiente el ciclo integral del agua y contribuye a la prevención de riesgos. Mediante tecnología abierta transforma los datos del agua en capacidad cognitiva para la toma de decisiones en tiempo real.





Anexo - Herramientas de colaboración online

A.1 Herramientas de comunicación online

La comunicación eficaz es la clave del éxito de la enseñanza y el aprendizaje, ya sea en un aula física o virtual, en la educación formal o en la no formal. Sin embargo, mantener la comunicación en línea no con uno, sino con más de veinte alumnos al mismo tiempo es, sin duda, todo un reto. Las plataformas de comunicación ayudan a superarlo; permiten la comunicación con grupos más grandes, con videoconferencias, mensajería instantánea, llamadas de audio, salas virtuales y mucho más, con cualquier dispositivo y desde cualquier lugar.

Zoom: Se hizo extremadamente popular durante la pandemia de Covid-19, con equipos de todo el mundo trabajando a distancia y herramientas de videoconferencia. Zoom ayuda a empresas y organizaciones a reunir a sus equipos en un entorno sin fricciones para hacer más cosas. Su sencilla y fiable plataforma en la nube para vídeo, voz, intercambio de contenidos y chat funciona en dispositivos móviles, ordenadores de sobremesa, teléfonos y sistemas de salas.

Zoom es una herramienta de videoconferencia basada en la nube que permite organizar fácilmente reuniones virtuales individuales o en equipo. Con potentes funciones de audio, vídeo y colaboración, esta herramienta de comunicación remota conecta a los miembros de equipos remotos entre sí.

MS Teams: Microsoft Teams es un software de colaboración en equipo basado en la nube que forma parte del conjunto de aplicaciones Office 365. Las principales funciones de Microsoft Teams incluyen mensajería empresarial, llamadas, reuniones de vídeo y uso compartido de archivos. Como aplicación de comunicaciones empresariales, Teams permite a los trabajadores locales y remotos colaborar en contenido en tiempo real y casi real a través de diferentes dispositivos, incluidos ordenadores portátiles y dispositivos móviles. Microsoft Teams se integra con otras aplicaciones de Office 365, como Exchange, PowerPoint y SharePoint. Microsoft Teams se lanzó en marzo de 2017. Se añaden nuevas funciones a Teams con frecuencia.

Google Meet: Anteriormente conocido como Hangouts Meet es un servicio de videocomunicación desarrollado por Google. Conéctate, colabora y celebra de forma segura desde cualquier lugar. Con Google Meet, todo el mundo puede crear y unirse de forma segura a reuniones de vídeo de alta calidad para grupos de hasta 250 personas. A partir de principios de mayo de 2020, cualquier persona con una dirección de correo electrónico podrá registrarse en Meet y disfrutar de muchas de las funciones disponibles para nuestros usuarios empresariales y del sector educativo, como la programación sencilla y la pantalla compartida, los subtítulos en tiempo real y los diseños que se adaptan a tus preferencias, incluida una vista en mosaico ampliada.

A.2 Pizarras en línea

Las pizarras en línea o digitales ayudan a emular la experiencia de la pizarra en el aula con los alumnos. La mayoría de estas herramientas ofrecen un lienzo infinito con bibliotecas de formas para crear distintos tipos de diagramas, cuadros, gráficos y otros fines de visualización (es decir, crear pósteres, organizadores gráficos, etc.).

Creately Es ampliamente utilizado por los educadores para diversos fines. El espacio de trabajo visual para la colaboración en equipo (Planificación, lluvia de ideas, o el diseño visual, dibujo de diagramas de flujo, diagramas, mapas mentales, y más) Creately es una de las formas más sencillas de trabajar visualmente y colaborar con su equipo - Desde esbozar conceptos, analizar procesos a planes de lluvia de ideas, utilice Creately Diagrams para pensar y colaborar visualmente.

Jamboard es la pizarra digital de G Suite que ofrece una rica experiencia de colaboración para equipos y aulas. Observa cómo se despliega tu creatividad: puedes crear una Jam, editarla desde tu dispositivo y compartirla con los demás. Todos pueden colaborar en Jam en cualquier momento y lugar. Para las empresas y escuelas que utilizan hardware Jamboard, puede utilizar su teléfono o tableta para unirse o abrir una Jam en una pizarra cercana.

A.3 Herramientas de gestión documental

Desde los exámenes hasta los planes de clase, los educadores tienen que mantener una gran cantidad de documentos con regularidad. Una ubicación central para almacenar, organizar y gestionar todos estos documentos es esencial para realizar un seguimiento adecuado de ellos, especialmente cuando se enseña a distancia. Herramientas como **GSuite, MS office, OneDrive, Dropbox y Evernote** simplifican el proceso de mantenimiento de los documentos que posees. Almacena todos los documentos, archivos, etc. en la nube, lo que te permitirá a ti y a tus alumnos acceder a ellos con cualquier dispositivo y desde cualquier lugar. Organiza ordenadamente los documentos en las carpetas y subcarpetas pertinentes para que sea fácil recuperarlos. Comparte rápidamente archivos y documentos con cualquier persona con un solo enlace o como un archivo. También puede ajustar la configuración de permisos, cambiándolos a modo de Edición, Vista y Sugerencia en las aplicaciones GSuite. Colabore con los estudiantes en la edición y revisión de documentos, añada comentarios y sugerencias y realice un seguimiento de los cambios con el historial de versiones.

A.4 Creadores de cuestionarios en línea

Tanto si enseñas en línea como en un aula física o en un contexto de trabajo con jóvenes, los cuestionarios son una forma estupenda de comprobar el rendimiento de los alumnos y participantes. Los creadores de cuestionarios en línea facilitan:

- 1) Crear, formatear y compartir evaluaciones en línea, y
- 2) Crear hojas de respuestas que te permitan seguir y puntuar fácilmente las respuestas de cada alumno.

- **Kahoot:** es una de las herramientas en línea más famosas para la educación.

- **Quizizz:** un cuestionario que puede compararse con Kahoot, menos conocido pero técnicamente genial, con muchas opciones para las preguntas y una función de memes realmente atractiva.

A.5 Herramientas creativas

Piktochart es una aplicación infográfica basada en web que permite a los usuarios sin experiencia intensiva como diseñadores gráficos crear fácilmente infografías de nivel profesional utilizando plantillas temáticas. Una característica importante de Piktochart es su capacidad de publicación HTML, que genera infografías que se pueden ver en línea con múltiples elementos en los que los usuarios pueden hacer clic. Además, el programa proporciona herramientas para añadir mapas interactivos, gráficos, vídeos e hipervínculos.

Canva es una plataforma de diseño gráfico que permite crear gráficos para redes sociales, presentaciones, carteles, documentos y otros contenidos visuales. La aplicación incluye plantillas que los usuarios pueden utilizar. La plataforma es de uso gratuito, pero ofrece suscripciones de pago como Canva Pro y Canva for Enterprise para funciones adicionales. Canva es una herramienta con suficientes funciones y características fáciles de usar como para que cualquiera pueda crear contenidos atractivos que se compartan.

Mentimeter le permite convertir reuniones, talleres, formaciones, conferencias o clases en experiencias interactivas divertidas tanto para usted como para sus participantes. Cree nubes de palabras basadas en las impresiones de su audiencia, formule una pregunta rápida de opción múltiple para que su audiencia vote, ¡o anime a toda la sala con un concurso de preguntas y respuestas! Más de 25 millones de personas de todo el mundo ya utilizan Mentimeter para realizar presentaciones interactivas.

Si estás cansado de PowerPoint, Visme te ofrece algunas bonitas plantillas de presentación, cada una con su propia colección de diseños de diapositivas. Desde imágenes a infografías, libros electrónicos y vídeos, estas herramientas basadas en web utilizan plantillas prediseñadas junto con la función de arrastrar y soltar para que puedas crear toda una serie de contenidos atractivos que alimenten tus esfuerzos de marketing.

Slido: es una plataforma de preguntas y respuestas y encuestas fácil de usar. Ayuda a los asistentes a sacar el máximo partido de las reuniones y los eventos tendiendo un puente entre los oradores y su público. Desde profesionales de la comunicación interna hasta formadores, jefes de equipo, organizadores de conferencias y presentadores individuales, Slido es utilizada por cualquiera que desee facilitar una conversación abierta en una reunión en directo, ya sea presencial o virtual.

A.6 Aprendizaje colaborativo

Trello: herramienta visual de listas que puede utilizarse para la gestión de proyectos, la colaboración y mucho más. Cuando Trello se lanzó en 2011, los desarrolladores lo describieron como "una página web donde haces un montón de listas. Cada lista contiene tarjetas. Cada tarjeta es algo en lo que alguien podría querer trabajar". En el reverso de cada tarjeta hay espacio para incluir una descripción, conversaciones, archivos adjuntos, enlaces, listas de comprobación, etiquetas y mucho más. ¿Por qué utilizar esto en lugar de cubrir la pizarra con notas adhesivas? Puedes invitar a otros a colaborar contigo en tu tablón de Trello. Esta herramienta acaba siendo útil para proyectos en grupo, colaboraciones con tus colegas, etc.

Padlet: se presenta más como un tablón de Pinterest, pero sin todo el desorden y los anuncios. El sitio web de Padlet describe la herramienta como "a medio camino entre un documento y un completo creador de sitios web, Padlet permite a todo el mundo crear el contenido que desee, ya sea un rápido tablón de anuncios, un blog o un portafolio". La versión "gratuita" de Padlet es lo suficientemente generosa como para utilizarla en clase o en proyectos de grupo. Puedes colaborar con compañeros de clase o colegas en Padlet simplemente conociendo sus direcciones de correo electrónico. Padlet se parece más a las redes sociales: un usuario publica un texto, un enlace o un archivo, y otros usuarios pueden comentar, marcar como favorito, clasificar o incluso puntuar la publicación (según la configuración que elijas). Una ventaja de Padlet es que puede configurarse para que sea privado. Padlet ofrece aplicaciones móviles y la opción de compartir o incrustar un tablero completo en Canvas. También hay aplicaciones móviles y plug-ins de navegador disponibles para que añadir a tu muro de Padlet sea más fácil.

Popplet es quizá la herramienta más sencilla para capturar y organizar ideas. Con unos pocos clics en tu pantalla, puedes hacer "Popplets" (cuadraditos) y añadir texto e imágenes. Es fácil conectar los Popplets, reorganizarlos, cambiar su color e incluso ajustar su forma. Popplet es ideal para aprender en clase y en casa. Los alumnos utilizan Popplet para pensar y aprender visualmente. Aprenden a generar nuevas ideas capturando hechos, pensamientos e imágenes. Aprenden a hacer mapas mentales sencillos en pocos pasos.

MIRO es la plataforma de pizarra colaborativa en línea que reúne a los equipos en cualquier momento y lugar. Miro es una pizarra virtual infinita para hacer lluvias de ideas y anotar proyectos visuales. Puedes añadir vídeos de YouTube y Vimeo y Google Docs de tu Google Drive a la pizarra. Los alumnos pueden colaborar en trabajos de equipo en diferentes dispositivos. Pueden añadir pequeños memos y comentarlos con el mini-chat.

Piazza es una plataforma de debate de preguntas y respuestas gratuita y fácil de usar que permite a educadores y profesores gestionar eficazmente las preguntas y respuestas de sus clases, talleres y cursos de formación. Los alumnos y participantes pueden publicar sus preguntas y colaborar en la edición de las respuestas. Los instructores, formadores y profesores también pueden responder a las preguntas, respaldar las respuestas de los alumnos y editar o eliminar cualquier contenido publicado.



Co-funded by
the European Union

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación en publicación refleja únicamente las opiniones autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la de la información contenida en la misma

2021-1-ES02-KA220-YOU-000029188

Febrero 2023

XUL Fundació



SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAM VE YEŞİL GELECEK DERNEĞİ



TDM2000
INTERNATIONAL

