

# EMPRENDIMIENTO FEMENINO Y COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL

## Estrategias de comunicación para el emprendimiento

- GUÍA DIDÁCTICA -

---

Presentación	03
Objetivos y efectos esperados	07
Contenidos y temporalización	09
Recursos técnicos	14
Calendario	15
Actividades y metodología	15
Módulos y temas	16
Evaluación	17
Tutorías	20
Acreditación	20
Equipo docente	21

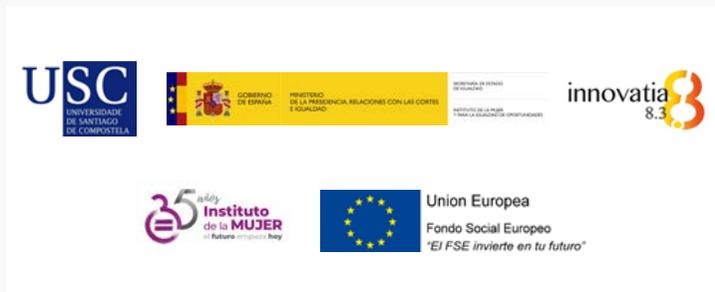
---

# Presentación

**DENOMINACIÓN:** Emprendimiento femenino y competencias para el desarrollo profesional: Estrategias de comunicación para el emprendimiento.

**ORGANIZA:** Esta acción formativa está enmarcada en las actividades de Innovatia 8.3; un proyecto resultado de la colaboración entre la Universidad de Santiago de Compostela, a través de Woman Emprende y el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades.

En esta guía podrás encontrar toda la información relativa a la acción formativa. Te recomendamos que la leas con atención. Aquí podrás conocer los objetivos, contenidos y metodología, datos sobre la acreditación y la plataforma virtual, además de los procedimientos para la tutoría y la evaluación.





# Presentación

## ¿POR QUÉ NACE EL CURSO? SU FUNDAMENTACIÓN.

Hoy sabemos que del total de personas que están desempleadas en España, más de la mitad son mujeres. La “brecha” que existe entre unas y otros en lo que tiene que ver con los asuntos profesionales y laborales hace patente que, igual que otros temas, la crisis socioeconómica no es neutra ante el género.



Con todo y eso, según un estudio de RED GEM (Global Entrepreneurship Monitor), recogido en marzo de 2018 en el portal web de la Cámara de Comercio Española, la tasa de actividad emprendedora femenina en España se ha estabilizado recientemente en un 4.5%, tras la caída que sufrió durante los años de la crisis. Un dato positivo a priori, pero no tanto si se compara con el de otros países: en 61 economías de todo el mundo este porcentaje se ha incrementado en un 7% en los últimos dos años.

Pero, ¿cómo es la mujer que está rompiendo esta tendencia? ¿Qué factores son determinantes para ser emprendedora?

Pues bien, en los últimos años se ha venido detectando un perfil de mujer emprendedora muy característico; concretamente, se puede hacer referencia a una mujer joven, de entre 25 y 34 años de edad, con visión para detectar la oportunidad de negocio. Así lo confirma el último Informe Especial GEM sobre Emprendimiento Femenino, apoyado por el Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE), que también referencia el número de mujeres emprendedoras registradas en nuestro país, -alrededor de 650.000-. En este sentido, el perfil de las mujeres emprendedoras en España podría resumirse del modo en que sigue:

<b>Edad</b>	25-34 años
<b>Motivación</b>	≥70% emprende por necesidad de mercado
<b>Formación</b>	≥50% con estudios universitarios
<b>Expectativas de crecimiento</b>	20% espera generar más de 6 empleos en los próximos años

Fuente: elaborada a partir de información recabada en infoatuónomos.com



# Presentación

## ¿POR QUÉ NACE EL CURSO? SU FUNDAMENTACIÓN.

Según el Centro de Psicólogos/as de Sabadell Coterfam, cuando se hace referencia a una “mujer emprendedora” se está hablando de una mujer autónoma y muy independiente, no sólo en el ámbito laboral o profesional, sino también en el ámbito personal. Además, se alude a una persona creativa, con confianza en sí misma, optimista y con un fuerte sentido de logro. Y aunque cada mujer es única, con sus propios intereses y motivaciones, a las mujeres emprendedoras, en general, podría atribuírseles un patrón psicológico común, caracterizado por:

- Capacidad multitarea: son capaces de llevar a cabo varias tareas de manera eficaz, obteniendo los resultados esperados.
- Mayor capacidad para establecer relaciones profesionales de calidad: la mujer emprendedora tiene una gran facilidad para relacionarse con otras personas; además, posee destrezas para la negociación.
- Innovación y creación; tendencia a la innovación: creando productos o servicios novedosos, que despiertan interés, e incluso mejorando los ya existentes. Suelen ser personas a las que les gusta idear, crear y descubrir cosas nuevas.

- Alta tolerancia al riesgo y orientación al logro: para una mujer emprendedora es más importante el “hasta dónde” pueden llegar con su proyecto y con su idea que los riesgos de ponerla en marcha. Siempre desde la prudencia, la mujer emprendedora se compromete con una idea y busca conseguir lo que se propone.

- Autonomía e independencia: si hay algo que caracteriza a la mujer emprendedora es su autonomía, sus ganas de salir adelante por sí misma y lograr sus objetivos sin depender de nadie. En definitiva, toda mujer que decide emprender lo hace con un objetivo: “ser su propia jefa”.

Pese a todo, “la diferencia de 60% a 40% que separa a hombres y mujeres emprendedores/as en España se mantendrá durante los próximos años. Así lo reflejan las cifras de las iniciativas que impulsan el emprendimiento en nuestro país”, destacó el director del Centro Internacional Santander Emprendimiento (CISE), Federico Gutiérrez-Solana; quién además afirmó que “creemos fundamental el desarrollo de políticas proactivas para el fomento del emprendimiento femenino, cuyo valor aporta mucho en términos de calidad”.



# Presentación

## ¿POR QUÉ NACE EL CURSO? SU FUNDAMENTACIÓN.

En este sentido, teniendo presente que, para reforzar y aumentar la intención y participación de las mujeres en la actividad emprendedora será necesario mejorar sus competencias personales y profesionales, parece más que relevante y pertinente poner en valor la creación de acciones concretas enfocadas a tal fin, como es el caso de este curso. Así, el acceso a programas de formación específicos, que ayuden a las mujeres a mejorar sus competencias para el emprendimiento, contribuirá a aumentar las posibilidades de éxito en el inicio y desarrollo de su negocio.

Esta formación, pensada para mujeres, -potenciales emprendedoras o emprendedoras de facto-, tiene como objetivo contribuir a maximizar sus competencias para el emprendimiento, -entendiendo la inserción laboral, y la ocupación, como elementos fundamentales para el empoderamiento, pero además, para el bienestar-. De este modo, para trabajar en favor de esta finalidad, se pondrá el foco en el desarrollo de habilidades y destrezas aplicadas a la comunicación de un proyecto empresarial en entornos digitales, incidiendo, de manera significativa, en el desarrollo de una ideología de género que permita aplicar esta perspectiva a las actividades de comunicación.

En este mundo global cobran especial importancia las plataformas digitales, pues tienen la capacidad de transformar la economía y el negocio internacional, facilitando las interacciones entre fronteras y creando mercados comunitarios a escala mundial. Así, gracias a las grandes plataformas de comercio electrónico y a la posibilidad de conectar con clientela de cualquier punto de la geografía a través de las redes sociales (Facebook estima que más de cincuenta millones de PYMEs tienen presencia en su plataforma), las pequeñas y medianas empresas están contribuyendo al aumento de los flujos de información entre fronteras, favoreciendo el crecimiento de la economía global en todas las regiones.

Para las pequeñas y medianas empresas, pero también para las personas autónomas y, por supuesto, para las emprendedoras, los canales digitales suponen una oportunidad para expandir sus fronteras y acceder a mercados internacionales, además de para tener un contacto más genuino con clientela y proveedores/as, ofertando sus productos y/o servicios de una forma más directa y adaptada a las necesidades y demandas del mercado.



# Objetivos y efectos esperados

## OBJETIVOS

- Empoderar a las mujeres participantes. Posibilitar su desarrollo integral, sin ningún tipo de restricción, y muy especialmente, sin las restricciones asociadas a los estereotipos y mandatos de género para la construcción del proyecto profesional.
  - Fomentar el emprendimiento femenino en el ámbito universitario, para la creación de más y mejores empresas.
- Dotar a las mujeres emprendedoras de mejores competencias relativas al desarrollo profesional, atendiendo especialmente a la comunicación para la puesta en marcha y desarrollo de sus proyectos profesionales.

## EFECTOS ESPERADOS EN LAS MUJERES PARTICIPANTES

- Mejora de la competencia comunicativa.
- Conocimiento de recursos que favorecen la comunicación interpersonal y redundan en la mejor comunicación de proyectos e iniciativas.
  - Desarrollo de la perspectiva de género en las acciones comunicación presencial y digital de sus proyectos empresariales.
    - Aumento de la conciencia de género en la práctica profesional.
      - Aumento de la autoestima y de la automotivación.



# Personas destinatarias

40  
MUJERES

Derivadas de programas de emprendimiento

Fase de emprendimiento

18 años o más

Inquietud por el marketing digital básico y la perspectiva de género

Mujeres con edades iguales superiores a los 18 años, derivadas por OTRI, que se encuentren en fase de emprendimiento y que tengan inquietud por descubrir estrategias y herramientas para conocer y mejorar la comunicación de sus proyectos empresariales y la perspectiva de género.

Número máximo de participantes: 40 mujeres.



# Contenidos y temporalización



## MODULO 0: INTRODUCCIÓN



1 HORA

### INTRODUCCIÓN A LA FORMACIÓN:

- ¿Qué se hará durante la formación? Bases y funcionamiento.
- Organización de los módulos y los temas.
- Criterios para la evaluación.
- Presentación de grupo y docentes.

### EMPRENDIMIENTO FEMENINO: CONCEPTOS BÁSICOS

- Género y trabajo.
- Emprendimiento femenino: creencias y paradigmas.
- Las mujeres emprendedoras en el contexto español.



# Contenidos y temporalización



## MÓDULO I – INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

 4 HORAS

### COMUNICACIÓN DIRECTA, LA MARCA PERSONAL

- ¿Qué es?
- ¿Por qué es importante?

### COMUNICACIÓN INDIRECTA, LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN INTERNET

- Definición y evolución.
- Medios, personas usuarias y publicidad.



# Contenidos y temporalización

Mod. 2

## MÓDULO II -DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN DE UN PROYECTO EMPRESARIAL



15 HORAS

### COMUNICACIÓN INTERPERSONAL

- Elevator pitch
- Networking
- Estrategia de Red de contactos

### COMUNICACIÓN DIGITAL

- Principales herramientas.
- Las estrategias de comunicación en internet.
- El espacio web propio

### IMAGEN DE MARCA

- Logotipo, colores, tipografía e imágenes
- Tono de comunicación y medios

### PLAN DE ACCIÓN

- Planificación del plan de comunicación: ejemplos.



# Contenidos y temporalización

Mod. 3

## MÓDULO III – PERSPECTIVA DE GÉNERO APLICADA A LA COMUNICACIÓN



6 HORAS

### INTRODUCCIÓN A LA PERSPECTIVA DE GÉNERO:

- ¿Qué es?
- ¿Para qué sirve?

### COMPETENCIAS COMUNICATIVAS:

- Comunicación inclusiva y no sexista:
  - Lenguaje inclusivo.
  - Aplicaciones a la imagen.
  - Aplicaciones a los contenidos.
- La comunicación expresiva en entornos digitales.

ANEXO

## LA IMAGEN DE LA MUJER

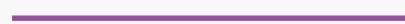
### ESTEREOTIPOS DE GÉNERO, REPRESENTACIÓN Y PUBLICIDAD



# Contenidos y temporalización



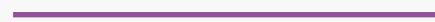
TRABAJO FINAL INDIVIDUAL



4 HORAS



PARTICIPACIÓN EN FOROS



2 HORAS



# Recursos técnicos

Para realizar esta formación será necesario contar con un ordenador que disponga de conectividad para el acceso a internet. Además necesitarás:

- Disponer de navegador en dicho ordenador: Google Chrome, Mozilla Firefox o Internet Explorer.  
Es importante que, para poder acceder sin problemas a los contenidos y actividades, desactives el bloqueo de elementos emergentes (pop-ups).
- Una cuenta de correo electrónico.
- Lector de documentos PDF. Si no dispones de este lector podrías descargar la última versión de Acrobat en la página web <https://get.adobe.com/es/reader/>.
- Para alguna de las actividades quizá necesites un dispositivo móvil con cámara, o en su defecto, una cámara de fotos (que te permita hacer vídeos de corta duración) o cámara de video.



## Calendario

La formación dará comienzo el día 21 de febrero de 2019 y se prolongará hasta el 25 del mes de marzo de este mismo año.

La duración total estimada es de unas 32 horas; si bien este tiempo puede variar en función de los conocimientos previos de los que dispongas y/o del tiempo que necesites para revisar los materiales y realizar las actividades. En cualquier caso, existen unos mínimos que garantizan que la formación se realizará para el debido aprovechamiento.



## Actividades y metodología

Las actividades previstas para esta formación se centrarán en explicaciones, lecturas y análisis, con el objetivo de tomar conciencia sobre las influencias de la realidad tanto en las actitudes y en los pensamientos como en los comportamientos. Se propondrán situaciones que requieran de reflexión, argumentación e interacción, posibilitando en el entrenamiento en destrezas para la comunicación y la relación interpersonal (especialmente en el caso de los foros); se procurará la creación de hábitos de trabajo reflexivo.

La metodología será motivadora e individualizada, pero poseerá carácter grupal, dinámico y participativo al máximo de lo posible; así se buscará la creación de un clima de confort, en la relación profesora/profesor-alumna, para el desarrollo de aprendizajes significativos y útiles.

Además, se desarrollará en la modalidad de teleformación, o formación online, por lo que, permanentemente, podrás contar con el apoyo de una persona tutora que te acompañará a lo largo de todo el proceso (dispondrás de un canal de comunicación constante, -correo electrónico-, para la resolución de dudas y contacto con esta persona tutora). Por otro lado, decir que la formación se realiza de manera asincrónica y guiada, lo que significa que cada persona podrá marcar su propio ritmo de aprendizaje. Consecuentemente no será necesario conectarse unos determinados días o a unas determinadas horas a la plataforma; podrás acceder a contenidos y actividades autónomamente y cuando te convenga.



# Módulos y temas

Los módulos están contruidos de tal manera que, a través de la lectura de los diferentes temas, podrás ir adquiriendo los contenidos relativos a cada uno de estos bloques. En su caso, cada tema está compuesto por diferentes textos con los datos necesarios para alcanzar los objetivos de la formación. Cada uno de los temas se estructura a partir del siguiente esquema:

1. Presentación.
2. Objetivos.
3. Contenidos.

El documento de cada módulo presenta informaciones que te servirán como complemento para ampliar tus conocimientos sobre el asunto a tratar, terminando además con tres apartados donde podrás encontrar información como la que sigue:

- Actividades de evaluación del módulo:
  - Actividades complementarias.
  - Test.
- Caja de herramientas: recursos documentales y/o audiovisuales.
- Referencias.



# Evaluación

## ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN POR MÓDULO

## ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Con el objetivo de reforzar la adquisición de conocimientos será requisito **imprescindible** realizar **2 actividades complementarias por cada módulo**, a escoger entre las propuestas en el apartado “**actividades complementarias**”. Esto se traduce en la necesidad de contar con un total de 8 actividades, como mínimo, a lo largo de toda la formación.

El plazo para la presentación de las actividades complementarias será, como máximo, el 18 de marzo, coincidiendo con el fin de la formación.

Estas actividades complementarias se evaluarán como aptas o no aptas. Para la acreditación de la formación, como se ha dicho anteriormente, será necesario contar con 8 de estas actividades complementarias evaluadas como aptas.

La persona tutora se comunicará contigo solo en el caso de que tu actividad no sea apta. ¡Solo en ese caso! A través de correo electrónico te indicará las aclaraciones pertinentes para que puedas modificar tu documento, concretando también la forma y el plazo para dicha corrección.



# Evaluación

## TEST

Al finalizar cada módulo se realizará un test, que habrá de superarse para obtener el certificado final. Estos test estarán formados por un máximo de 10 preguntas, con tres posibilidades de respuesta cada una. Será necesario acertar, como mínimo, en el 80% de las cuestiones planteadas para que la prueba se considere superada.

La evaluación mediante estas pruebas test se realizará siguiendo esta mecánica:

- Una vez cumplimentado el cuestionario habrás de enviarlo. A partir de tus respuestas, correctas e incorrectas, se te enviará una puntuación.
- Para superar esta prueba deberás acertar, como mínimo, el 80% de las preguntas.
- Dispondrás de 2 intentos para cada test y el tiempo para cada intento es ilimitado.
- Es **imprescindible haber superado todas** estas **pruebas** tipo de **test** para obtener el certificado de la formación.
- El plazo para el envío para de los test de evaluación es el día 25 de marzo, coincidiendo con el fin de la formación.

## TRABAJO INDIVIDUAL FINAL

En cuanto al **trabajo individual final**, se propone como una actividad de carácter reflexivo que sirva para poner en relación todos los contenidos trabajados a lo largo de la formación. Así, pretende ser una tarea que ayude a dar cuenta de los cambios en el grado de desarrollo de tus competencias.

La entrega de este trabajo es **imprescindible** para poder acreditarse, del mismo modo que la superación de las 8 actividades complementarias.



# Evaluación

## OTRAS ACTIVIDADES

### PARTICIPACIÓN EN FOROS

A lo largo de la formación se irán planteando distintos foros de debate, para que el alumnado pueda trabajar en red. Será **imprescindible** participar en al menos **2** de estos de estos **foros** a lo largo de todo el proceso.

Aunque la participación no se evaluará de manera alguna, sí se tendrá en cuenta como parte de los requisitos mínimos para superar la formación.

Las aportaciones, para que computen como efectivas, deben estar suficientemente argumentadas. Es decir, no sirve con aclarar con un “estoy de acuerdo” sino que habrá de explicarse, brevemente y de forma concisa, el posicionamiento frente a según qué temas. Exponer las opiniones razonadas y argumentadas, desde una mirada constructiva y enriquecedora, será lo que facilite el acceso a esa participación apta.

Solo en el caso de que las aportaciones no sean aptas, la persona tutora se comunicará con el alumnado para notificar la necesidad de nuevas aportaciones.

Los foros se abrirán con cada módulo correspondiente y estarán abiertos hasta la fecha final del curso, por lo que se puede realizar la aportación a lo largo de toda la formación.



## Tutorías

Las tutorías online se realizarán a través de mensajería entre la persona tutora y el alumnado, con la finalidad de clarificar cualquier cuestión relacionada con los contenidos y/o las actividades.

Esta comunicación será privada, a través de correo electrónico. Se establece un tiempo mínimo de respuesta de 24 horas, (de lunes a viernes), con la salvedad de días festivos o no laborales, en los que la respuesta podría demorarse más allá de esas 24 horas.



## Acreditación

La formación será superada cuando se cumplan los siguientes requisitos:

- 8 actividades complementarias aptas.
- Trabajo individual final apto.
- Calificación positiva en los test de cada módulo.
- Participación apta en 2 foros.

Recordar que, solo en caso de que alguna de las actividades no sea apta, se recibirá la comunicación de la persona tutora para que se hagan las correcciones necesarias.

El plazo de entrega de todas las actividades propuestas finaliza el día 25 de marzo a las 23:55, fecha y hora en la que se cerrará el plazo general de recepción de trabajos en la plataforma virtual.

Cumpliendo los requisitos expuestos se dará por superada la formación, que será acreditada mediante un diploma expedido por el organismo competente.



## Equipo docente

RESPONSABLE DE LA FORMACIÓN:

### MARÍA FRAGA OTERO

María Fraga es Directora de Proyectos en UNA GRUPO, consultora especializada en el desarrollo de personas y organizaciones a través de la formación y la comunicación.

Licenciada en Sociología es experta en Políticas de Igualdad y Género, Conciliación y Comunicación y Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa.



TUTORA DEL MODULO I (INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL)  
Y DEL MODULO II (APLICACIONES BÁSICAS DEL MARKETING DIGITAL).

### ÁNGELES PARIENTE

Ángeles Pariente es una experta formadora y consultora digital, en 2018 colabora como docente en la asignatura de Marketing estratégico y Fundamentos del Marketing de la Licenciatura de Comercio en la Universidad de Vigo. Poner Licenciada en Periodismo y con un Master en Creación y comunicación digital, se ha especializado en comunicación estratégica convencida de las grandes posibilidades que ofrece internet y los actuales soportes tecnológicos a la comunicación entre personas.



## Apoyo a la Coordinación y la Secretaría técnica

De cara a facilitar las labores de coordinación y secretaría técnica, el equipo de Una Grupo pone al servicio de la formación no solo con profesionales expertas en consultoría y docencia, si no también en gestión e implantación de acciones y programas formativos orientados al desarrollo personal y profesional.

# Gracias

## EMPRENDIMIENTO FEMENINO Y COMPETENCIAS PARA EL DESARROLLO PROFESIONAL

---

### Comunicación de un proyecto empresarial y perspectiva de género