



## **Guía del programa DIGA**

Esta guía es un producto intelectual del proyecto de Alianza Estratégica *Innovaciones Digitales para el Crecimiento Académico* (DIGA) [2014-1-UK01-KA202-001780]. Ofrece información para la preparación y facilitación del programa formativo DIGA.

### **Introducción**

*Innovaciones Digitales para el Crecimiento Académico* cubre las necesidades estratégicas definidas en el Comunicado de Brujas para mejorar la capacidad de la Formación Profesional para responder a los nuevos requisitos del mercado laboral. Algo fundamental para los profesionales de FP es la capacidad de mantener el ritmo con los cambios en las nuevas tecnologías, en la organización laboral y en la internacionalización relacionada con el despliegue de herramientas digitales, TIC e Internet. Este proyecto ha sido enfocado en desarrollar un programa que posibilite a los formadores y educadores empresariales de toda Europa a ayudar de forma efectiva a los alumnos de PYMES a adquirir competencias digitales y tener la capacidad de utilizar conocimiento digital y habilidades dentro de sus procesos de negocio.

La guía ha sido preparada para asistir a aquellos que deseen utilizar el Programa Formativo DIGA. El contenido está alineado con los objetivos clave del proyecto DIGA para ofrecer guía sobre cómo enseñar el programa.

Además de ofrecer una introducción del proyecto DIGA, esta guía también ofrece información y materiales en las cuatro áreas siguientes:

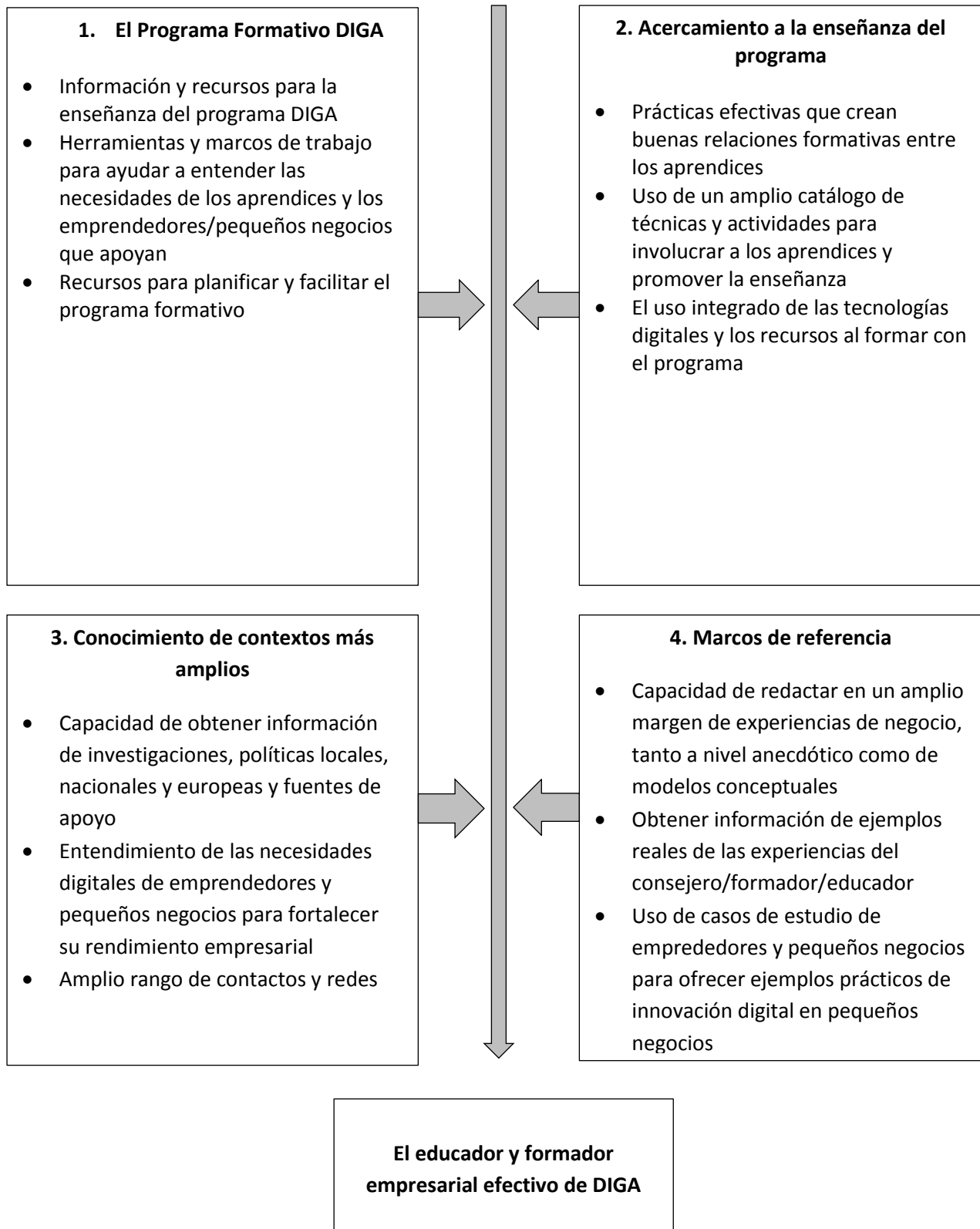
1. El Programa Formativo DIGA – resultados del aprendizaje, planes de lecciones, diapositivas, material de apoyo, actividades y recursos en línea adicionales.
2. Acercamiento a la enseñanza del programa – promocionar efectivamente y de forma apropiada las estrategias de enseñanza.
3. Conocimiento de un entorno más amplio – entendimiento de las necesidades de los negocios pequeños y las prioridades de las políticas que ofrecen el contexto del Programa Formativo DIGA.
4. Marcos de referencia – posibilidad de recurrir a un amplio catálogo de experiencias y recursos que ofrezcan ejemplos prácticos y relevantes de los beneficios de la innovación digital a negocios y emprendedores en formación.

Esta estructura da forma a los componentes de un formador y educador empresarial de DIGA y ha sido adaptado a partir del trabajo del profesor Alan Gibb para apoyar a los consejeros de las pequeñas empresas.

Los enlaces ofrecidos en esta guía amplían la información y los recursos creados y coleccionados por los socios del proyecto DIGA entre 2016 y 2017. Este documento está disponible en la página web del proyecto DIGA [aquí](#).



Figura 1: Componentes de un formador y educador empresarial de DIGA





## 1. El Programa Formativo DIGA

El Programa Formativo DIGA ofrece una oportunidad para formadores y educadores empresariales para mejorar el conocimiento y entendimiento digital y para considerar cómo integrar las capacidades, herramientas y procesos digitales en los nuevos negocios, el desarrollo formativo y las actividades de apoyo.

Este programa formativo de cinco módulos ha sido diseñado con extensa investigación ([aquí](#)) que analiza las necesidades y experiencias de los aprendices considerando el emprendimiento como la opción de carrera, emprendedores dirigiendo sus propios pequeños negocios y sus profesores como consejeros.

Los cinco módulos son:

1. Enhancing Digital Awareness and Knowledge
2. The Role and Use of Digital Technologies and their Benefits to Business
3. Making Digital Deliver for the Start-up and Small Business
4. Enabling and Supporting the Development of an Entrepreneurial Digital Strategy
5. Designing Integrated (Digital Competence) Entrepreneur Support / Programmes

*Los recursos de los módulos del Programa Formativo DIGA*

Recursos completos han sido desarrollados para cada uno de los módulos, incluyendo **planes de sesión, materiales formativos, diapositivas y hojas de trabajo.**

El **plan de sesión** ofrece una guía para la facilitación de un módulo de 4 horas, con objetivos formativos claros, programación indicada para las presentaciones, actividades grupales y reflexión individual.

Los **materiales formativos** ofrecen un conocimiento e información de fondo que conforma el módulo. Este recurso ha sido desarrollado para apoyar a los facilitadores, no como un recurso completo para el participante. No obstante, los facilitadores son capaces de compartir extractos de los materiales si lo consideran apropiado. Los materiales incluyen un número de ejemplos y casos de estudio – no se espera que todo sea usado en cada grupo, sino que una cantidad suficiente de ejemplos sean mostrados para que los facilitadores escojan los más apropiados.

También se ha desarrollado un conjunto completo de diapositivas para cada módulo. Los facilitadores deben adaptar las diapositivas para los requisitos del grupo, el estilo individual de la facilitación y el reflejo de los contextos locales, regionales y nacionales como consideren. Observe que el diseño de las diapositivas no debe de modificarse, y los logos y lemas de la UE están incluidos para asegurarse del correcto cumplimiento de las reglas del programa Erasmus+.

Cada módulo contiene un número de actividades grupales y hojas de actividades que han sido diseñadas para distribuirse entre los participantes y como apoyo a las actividades descritas.

*Los socios de DIGA han producido un conjunto de recursos para apoyar el despliegue del programa piloto. Aunque la intención es que cada programa sea enseñado para cubrir los objetivos formativos comunes y beneficiarse del banco de recursos comunes provistos, se entiende que haya diferencias en los métodos de enseñanza – por ejemplo, las diapositivas usadas y los casos de estudio considerados.*



*Se pide a los facilitadores que se aseguren de que los recursos son usados y aplicados de forma que se adapten lo mejor posible a su audiencia y a sus participantes.*

En general, se sugiere que el Programa Formativo DIGA emplee 20 horas de enseñanza y que los participantes trabajen de forma independiente hasta 10 horas, en línea con el plan de desarrollo personal.

#### *El Plan de Desarrollo Personal (PDP) del Programa Formativo DIGA*

Una parte inseparable del Programa Formativo DIGA es el Plan de Desarrollo Personal (ver módulo 1 [aquí \(en\)](#)). Los participantes habrán recibido el PDP como parte de la información del curso previo, o introducida como el PDP en el módulo 1. Los objetivos del PDP posibilitan a los participantes a reflexionar sobre su aprendizaje al terminar cada módulo o a su propio ritmo entre los módulos.

Este enfoque en el desarrollo personal de los participantes proporciona un entorno para que los individuos tengan en consideración su desarrollo de habilidades digitales para alcanzar un nivel óptimo de capacidad con las tecnologías digitales para poder responder a la demanda actual o futura del estudiante nativo digital, emprendedores y pequeñas empresas.

Aunque el PDP es para participantes individuales y no forma parte del proceso de administración y evaluación DIGA, provee una estructura útil para el feedback y la reflexión en grupos. Como tal, se le recomienda a los facilitadores que pidan a los participantes compartir elementos o ejemplos del PDP- Esto puede hacerse en parejas o grupos pequeños, o invitando a los participantes dispuestos a compartir experiencias con todo el grupo.

La investigación de DIGA identificó la importancia de evaluar la perspectiva personal y de negocio para establecer una visión general para la empresa. Esto implica identificar la etapa de desarrollo de la empresa y la visión de las habilidades digitales para la empresa. Este análisis debe ser dirigido por el carácter del emprendedor, dónde pretenden llevar el negocio y en qué marco temporal. Este detalle permite que se centren las intenciones y objetivos del emprendedor y los lleva a un plan integrado a largo plazo, donde se planifica la dirección del negocio y lo necesario para llevarlo a un nivel superior. El PDP aporta herramientas aplicables a este enfoque.

Los socios de DIGA han aplicado este programa piloto con compañeros de trabajo en Bulgaria, Lituania, Eslovenia, España y Reino Unido. El programa de aprendizaje aquí descrito es el resultado del trabajo y evaluación de los pilotos llevados a cabo por los socios y hemos buscado la forma de asegurar que el programa cumple con las necesidades de los emprendedores y pequeños negocios europeos.

Los contenidos y recursos están disponibles en 5 idiomas: Bulgaro, Inglés, Lituano, Esloveno y Español; y están disponibles aquí: <http://digaproject.eu/learning-programme/>



## 2. Acercamiento a la enseñanza del programa

Partiendo de la investigación DIGA ([summary report](#)) el Programa de Enseñanza DIGA ha sido desarrollado a partir de la premisa de que:

*‘Los educadores deben asegurarse de que el aprendizaje digital no es sobre la tecnología en sí o las herramientas digitales, sino que deben mostrar para qué se usan (propósito) y cómo se usan (proceso y estrategia) para conseguir ese objetivo en un entorno de emprendimiento de negocios. Los propósitos relacionan cómo las tecnologías digitales pueden ser aplicadas a las diferentes secciones del negocio, especialmente en marketing y ventas, expansiones de mercado, branding, etc.’*

Cada módulo incluye una combinación de presentaciones para compartir conocimiento e información, actividades de grupos reducidos e individuales. Informes, casos de estudio y una gama de actividades de aprendizaje están incluidas en la guía de recursos para los facilitadores para ser empleadas durante el programa. Es importante que la combinación de actividades estén adaptadas para asegurar el aprovechamiento de los talleres y obtener el máximo de los participantes en el programa. El programa también reconoce el valor de las experiencias y conocimientos de los participantes, y los facilitadores tienen la flexibilidad para animar debates y otras oportunidades para que los participantes compartan conocimientos entre ellos. La flexibilidad del programa también está pensada para permitir que los facilitadores adapten el contenido del programa a las necesidades individuales de los participantes y los conocimientos sean relevantes a nivel local, regional y nacional.

### *El rol del facilitador del programa DIGA*

- Establecer el contexto del alumno. Necesita conocer a la gente que entrena, su conocimiento digital, habilidades, metas y necesidades. El uso del Plan Personal de Desarrollo identificará esos elementos y formará una importante base sobre la cual se modifica y adapta el contenido del programa y presentarlo adecuadamente.
- El Plan Personal de Desarrollo es una importante herramienta de aprendizaje de auto refuerzo que anima la participación de los estudiantes para que, algunos por primera vez, se percaten de su nivel de capacidad digital y les permite aclarar sus conocimientos y necesidades de competencias digitales.
- Esté preparado e identifique sus propias fortalezas y debilidades como Educador/ Entrenador Empresarial de tecnologías digitales basadas en los módulos descritos y determine si necesita apoyos para el programa.
- Planifique el aprendizaje para que tenga un ritmo definido, involucre actividades variadas y esté claramente dirigido a objetivos relevantes y a las necesidades de aprendizaje identificadas en el PDP y en los resultados del Programa Formativo DIGA.
- Desarrollar estrategias que involucren a los participantes en cada una de las fases del aprendizaje como compañeros, no “pupilos”. Los estudiantes aprenden mejor cuando son activos y se les anima a aprender por propia iniciativa (Incluyendo permitirles cometer y corregir errores). Su rol es facilitar: Asegurar que tanto las prácticas como las oportunidades de aprender de ellas sucedan.



- Como muchos de los temas son nuevos y requieren impartir conocimientos relacionados con la legislación vigente en materia digital, el facilitador necesita estar al día y asegurarse de que la información está actualizada y es aplicable a circunstancias reales y al sector de los participantes. Además, deben indicarse fuentes fiables a los participantes para que estén al día de los posibles cambios.

### *Impartiendo los módulos y ejercicios DIGA*

- Emplee un procedimiento consistente para cada sesión. Cada sesión de entrenamiento tiene una estructura similar, que favorece la asimilación de nuevos conocimientos.
- Necesita una fase introductoria para ayudar a los participantes a aflorar los conocimientos que ya poseen en la materia. Brainstorming, criticar un caso de estudio puede ayudar. Los resultados le ayudarán a comprender los puntos de partida de los participantes y les permite internalizar los siguientes contenidos mejor, puesto que ya están usando su propio conocimiento.
- Una corta sesión de información (de usted, de una lectura y debate, de un trabajo asignado a un grupo, de un invitado o de un vídeo o un caso de estudio) consolida el conocimiento y aporta ejemplos de el *Qué*, *Cómo* y *Por qué* del contenido.
- Analice la combinación de ejercicios en el aula, actividades online y material de apoyo suministrado con DIGA y adáptelo a las necesidades de los participantes para asegurarse de que son útiles y pueden usarse en el aprendizaje de los principios de lo “digital” y la aplicación de estos conocimientos a contextos prácticos relevantes que les beneficiarían en sus papeles de apoyo a la audiencia empresarial habitual.
- Una fase de prácticas (una actividad o tarea) hace que los participantes interactúen con el nuevo conocimiento, probándolo, evaluándolo, explorando nuevos conceptos y animando al aprendizaje entre compañeros.
- Una fase de consolidación permite que los participantes vuelvan a su conocimiento o experiencia previa, viendo cómo encaja lo nuevo (Y si no encaja, por qué no) y planear futuras actividades basadas en un nuevo nivel de comprensión.
- Hacer una sesión de recapitulación al principio de cada día/ sesión/reunión. Pregunte a los participantes cuáles fueron los puntos clave para ellos de las actividades anteriores – No tienen por qué coincidir con los puntos clave que usted haya preparado y no se preocupe si es el caso puesto que puede modificar las sesiones para desarrollar sobre esos puntos. También le permite percatarse si los puntos clave previos han sido olvidados, mal entendidos u ignorados. Si le sucede, tendrá que refrescar esos puntos clave.



- Fíjese en la variedad de sus sesiones. La concentración humana en una única tarea tiene una duración media de menos de 15 minutos. Para mantener a los participantes concentrados, cambie las actividades o tipos de actividades habitualmente: de hablar a escuchar o leer; pasar de un ejercicio físico a sentarse y escribir, del trabajo individual al grupal. Use los ejercicios proporcionados o cree sus propios ejercicios basándose en ellos.
- Tenga en cuenta el tiempo y otras restricciones. No intente abarcar demasiado: Si “cubrir” un tema significa simplemente mencionarlo en una clase, los participantes aprenderán muy poco de ese tema.

Más información sobre el diseño de un programa de aprendizaje para emprendedores y aprendizaje empresarial está disponible en el módulo 5, incluyendo una introducción a [Design Inquiry of Learning](#)

### 3. Conocimiento de contextos más amplios

Hay estudios que muestran que las pequeñas y medianas empresas crecen de dos a tres veces más rápido y crean nuevos puestos de trabajo cuando aprovechan las tecnologías digitales. El crecimiento basado en la adopción de tecnologías digitales no es exclusivo de los negocios TIC. Las tecnologías pueden usarse en negocios ya existentes o “tradicionales” para transformar sus áreas de negocio. Las nuevas tecnologías ofrecen una nueva gama de oportunidades para las empresas de servicios en la economía del conocimiento y tienen el potencial para crear nuevos modelos de negocios para las empresas de la UE. Pero este potencial está sumamente desaprovechado en Europa, con el 41% de las empresas permaneciendo no digital y solo el 2% explotan completamente las posibilidades de las oportunidades digitales (aprovechando sus cuatro pilares –análisis de datos, nube, redes sociales y móviles).<sup>1</sup>

La necesidad de reducir esta brecha digital en las empresas pequeñas ha sido advertida en los estudios actuales y considerada una prioridad para el desarrollo de la industria tanto a nivel nacional como europeo. Según Catinat (2014) ‘gestores, emprendedores y ejecutivos deben ser competentes en tecnologías digitales para crecer, exportar y estar conectados a los mercados digitales mundiales en una economía digital y por lo tanto el liderazgo digital es esencial’ (Catinat, 2014:5). Esta necesidad también es subrayada en otros documentos como (Communication on e-Skills for the 21st Century (2012); the Digital Agenda for Europe 2012; Digital Entrepreneurship Forum 2014) Empíricamente, la necesidad de desarrollar una perspectiva más integrada de la tecnología digital y las TIC en el funcionamiento de los negocios era destacada en los resultados del anterior proyecto de la UE Transmisión de Innovación, e-Business Enterprise Learning for Women (EBEL), cuyo objetivo era evaluar el uso y aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en empresas pequeñas dirigidas por mujeres. ([Resultados de la investigación DIGA](#))

El análisis sugiere que las agencias digitales de los países son críticas para el desarrollo económico y social. La mayoría de países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos

---

<sup>1</sup> European Commission, DG Enterprise and Industry: Strategic Policy Forum on Digital Entrepreneurship; Fuelling Digital Entrepreneurship in Europe; Background Paper





(OCDE) han establecido o están en proceso de preparar sus propias estrategias para el desarrollo de la economía digital. Las estrategias nacionales son multisectoriales por naturaleza y en muchas ocasiones están diseñadas para desarrollar la competitividad entre países, el desarrollo económico y el estado del bienestar. Las múltiples estrategias digitales de los países miembros de la UE reflejan los objetivos establecidos en la Agenda digital para Europa (EC, 2010), la primera de siete medidas destacadas establecidas bajo la estrategia “Europa 2020” para el desarrollo sostenible, inclusivo e inteligente.

La estrategia económica digital nacional normalmente incluye los siguientes puntos clave: (1) desarrollo de las infraestructuras de telecomunicaciones (e.j. acceso a redes de banda ancha y servicios de telecomunicaciones) y mantener internet libre.; (2) Promover el sector TIC incluyendo su internacionalización; (3) Reforzar los servicios públicos digitales incluyendo el acceso a la información del sector público y el acceso a los datos (e.j. repositorio de datos públicos); (4) reforzar la confianza (identidades digitales, privacidad y seguridad); (5) Promover la adopción de TICs por las empresas, especialmente las pequeñas y medianas, reforzando los sectores clave como (i) sanidad, (ii) transporte y (iii) educación; (6) Promover la inclusión digital centrándose en la población envejecida y en riesgo de exclusión; (7) Promover habilidades y competencias relacionadas con las TIC, incluyendo habilidades básicas y de especialistas; (8) Afrontar retos globales como la gobernanza de internet, clima y cooperación del desarrollo.<sup>2</sup>

### Competencia Digital

La competencia digital es el grupo de conocimientos, capacidades, actitudes (incluyendo habilidades, estrategias, valores y comprensión) que son necesarias cuando se usan TIC y medios digitales. Proporciona un marco que apoya las actividades que desarrollan capacidades y la implementación de políticas dirigidas a promover las competencias digitales- para negocios y ciudadanos. La investigación y el desarrollo continúan en las áreas de competencias digitales, de las cuales se muestra un resumen en la tabla inferior:

<b>Digital Competence in Practice (2012)</b>	<b>DigComp 2.1 (2017)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar tareas</li> <li>• Solucionar problemas</li> <li>• Comunicar</li> <li>• Gestionar información</li> <li>• Colaborar</li> <li>• Crear y compartir contenido</li> <li>• Construir conocimiento eficientemente, efectivamente, apropiadamente, críticamente, creativamente, autonomamente, flexiblemente, éticamente, de forma reflexiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información y lectura de datos</li> <li>• Comunicación y colaboración</li> <li>• Creación de contenido digital</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Resolución de problemas<sup>4</sup></li> </ul>

<sup>2</sup> OECD (2015). Digital Economy Outlook 2015. OECD Publishing. Paris: [Link](#)

<sup>4</sup> Stephanie Carretero, Riina Vouikari & Yves Punie (2017) DigComp: The Digital Competence Framework for Citizens [Link](#)





- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Aprendiendo, socializando, consumiendo y empoderando. (definición de la UE, 2013)<sup>3</sup>.</li></ul> |  |
|--|--|

En cualquier caso, mientras las políticas digitales y los marcos de competencias se desarrollan, la investigación DIGA muestra que la mayoría de [emprendedores y emprendedores aprendices] se enfrentan a las tecnologías digitales y muestran intenciones de incrementar el uso de herramientas digitales durante el próximo año. Además, los entrevistados usaron múltiples herramientas digitales más allá de Facebook y LinkedIn para adentrarse en la venta online, trabajo en red y en menor medida, comercio digital. En cualquier caso la habilidad y necesidad de integrar lo digital en las actividades habituales del negocio requiere mucha atención y es un pilar fundamental para éxito de la estrategia de negocio de una empresa pequeña. Los resultados indican que que las decisiones de los emprendedores se basan más en las necesidades actuales que en un plan de negocio establecido y analizado. Por lo tanto es necesario animar a los emprendedores a que adopten una perspectiva estratégica más a largo plazo sobre el papel y las contribuciones de las tecnologías digitales para que lleven más allá su desarrollo y crecimiento empresarial, en vez de relegarlas a un papel secundario y sólo emplearlas forzosamente en caso de necesidad.

Más información disponible en el Módulo 1 [aquí \(en\)](#) y en DIGA Research Reports [Link](#)

---

<sup>3</sup> Anusca Ferrari (2012). Digital Competence in Practice. An Analysis of Frameworks. Report EUR 25351 EN



#### 4. Marcos de referencia

Aunque la información y recursos proporcionados con el Programa Formativo DIGA es amplio e incluye casos de estudio escritos y en formato vídeo, a los facilitadores (y participantes) se les anima a que refuercen y utilicen sus propias redes personales y profesionales. Esto puede ayudar a estar al día con los nuevos avances y asegurar que los ejemplos prácticos son útiles para complementar el contenido principal.

Los asociados DIGA están dedicados al trabajo colaborativo y se les puede contactar directamente para más información. Las direcciones de Email de cada asociado están en nuestra página web, [contáctenos](#).

También están disponibles en nuestra página web ([aquí](#)) enlaces a otros proyectos relevantes y colaboraciones.

Por último, las siguientes definiciones de capacidad digital, pedagogía digital y competencia digital que han guiado la investigación DIGA que ha desarrollado el Programa Formativo DIGA:

**Aprendizaje mixto:** método de aprendizaje que combina aprendizaje online y en persona, permitiendo un alto grado de personalización y autonomía.

**Capacidad Digital:** las capacidades, competencias y actitudes que permiten que la gente viva, trabaje y aprenda en un mundo complejo cada vez más digital” (National Forum Strategy Meeting, Enero 2014).

**Emprendimiento digital:** Las empresas digitales se caracterizan por un alto uso de últimas tecnologías digitales (en especial redes sociales, big data, móviles y nube) para mejorar su operativa de negocios, crear nuevos modelos de negocio, mejorar la inteligencia de negocios y crear relaciones con clientes y accionistas. Crean empleos y oportunidades de crecimiento para el futuro.

**Pedagogía digital:** La integración uniforme de tecnología (Herramientas digitales/páginas web/hardware... ) con buena pedagogía (Hawker, 2010)

**Alfabetismo digital:** define las capacidades que adecuan un individuo para vivir, aprender y trabajar en una sociedad digital ” (JISC, 2014).

**Línea digital del abonado (DSL):** son tecnologías que incrementan el ancho de banda en comparación con los cables de cobre, incluyen IDSL, HDSL, SDSL, ADSL, RADSL, VDSL, DSL-Lite y xDSL.

**E-business:** definido por la OCDE como “procesos de negocios automatizados (tanto dentro como fuera de la empresa) usando redes de ordenadores”, con la condición de que “ los procesos forman cadenas que van más allá de una aplicación autónoma o individual” y que “el proceso debe describir la funcionalidad provista por la tecnología, no la tecnología en sí.

**E-learning:** Aprendizaje mediante medios electrónicos, normalmente internet.

**Comercio electrónico(e-Commerce):** Transacciones mediante redes basadas en IP (Internet Protocol) con otros ordenadores. Los bienes y servicios son solicitados mediante esas redes pero el pago y el envío pueden ser offline. Los pedidos recibidos por teléfono, facsímil y Emails no interactivos no cuentan como comercio electrónico.



**Entrenador/Educador Empresarial:** individuos que proporcionan educación y entrenamiento en los campos del emprendimiento y desarrollo de negocio; tenga en cuenta que pueden estar trabajando en universidades, centros educativos u organizaciones de apoyo a los negocios.

**Extranet:** una extensión segura de una intranet que permite a los usuarios externos acceder a algunas partes de la intranet de la organización.

**Intranet:** Una red de comunicaciones internas que el protocolo IP dentro de una organización.

**MOOC:** Siglas de “curso masivo abierto online”; Masivo puesto que no hay limite de participación, por lo que miles pueden participar; abierto, pues los cursos puede ser accedidos gratuitamente sin tener que satisfacer requisitos de entrada; online porque el curso completo, incluyendo las evaluaciones y servicios adicionales se sirven online (incluso cuando se produce contacto directo entre estudiantes y o profesores).

**Redes sociales:** el uso de redes sociales se refiere al uso de aplicaciones basadas en internet o en plataformas de comunicación para conectar, crear e intercambiar contenido online con clientes, proveedores, socios o dentro de la empresa. Las empresas que usan redes sociales son aquellas que tienen un perfil de usuario, una cuenta o una licencia de usuario según los requisitos de la red social; Algunos ejemplos son Facebook, LinkedIn, Xing, Viadeo, Yammer, etc; Blogs o microblogs como Twitter; sitios de contenido multimedia como YouTube, Flickr, Picassa, SlideShare; o sitios para compartir conocimiento como Wikipedia.

**Descargo de responsabilidad:** Esta publicación ha sido producida en el marco del proyecto Erasmus+ DIGA (Digital Innovation for Growth Academy). La información contenida en esta publicación solo refleja la visión del autor y la Comisión no puede ser considerada responsable por ningún uso que pueda hacerse de la información contenida aquí. Toda la responsabilidad recae sobre el autor.

Gracias por su interés en el proyecto DIGA

<http://digaproject.eu/>