

# Navegando en Redes





## **PROYECTO DE GRADO**

### **Autora**

Stephanía Ramírez

### **Directoras del Proyecto**

Elvia Serrano Rojas

Maria José Mugno

### **Corporación Actuar Famiempresas**

Institución T.E. Sagrado Corazón

Diseto

Biblioteca Cultural de Soledad

### **Dirección editorial**

Stephanía Ramírez

### **Dirección gráfica y creativa**

Stephanía Ramírez

### **Programa de Diseño Industrial Escuela de Arquitectura, Urbanismo y Diseño.**

## **Agradecimientos especiales**

*Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que hicieron posible el desarrollo de Navegando en Redes. A mis docentes Elvia y Majo, por su guía, confianza y orientación a lo largo de este proceso, que me permitió fortalecer mi mirada como diseñadora y comprender el valor del diseño cuando se pone al servicio de las comunidades. A Antonio, asesor de la Corporación Actuar Famiempresas, por su compromiso, apoyo y valiosas aportaciones a lo largo del proceso, así como por su labor en el trabajo con los microempresarios que dieron vida a este proyecto. A la Universidad del Norte, por ofrecer el espacio académico y humano donde este proyecto pudo nacer, crecer y convertirse en una experiencia significativa. Y, sobre todo, a los participantes de Navegando en Redes, quienes con su calidez, entusiasmo y apertura hicieron de cada encuentro una oportunidad de aprendizaje mutuo. Gracias por recibirme con tanto cariño y por recordarme que diseñar también es escuchar, acompañar y construir juntos.*

# Navegando en Redes

ALFABETIZACIÓN DIGITAL BÁSICA EN REDES SOCIALES PARA  
MICROEMPRESARIOS ENTRE 40 Y 70 AÑOS DE LA  
CORPORACIÓN ACTUAR FAMIEMPRESAS.



**Resumen:**

Navegando en Redes es un sistema de alfabetización digital que busca disminuir las brechas tecnológicas y comunicativas que enfrentan los adultos mayores al incorporar herramientas digitales en sus negocios. Está centrado en los participantes –microempresarios entre 40 y 70 años– pertenecientes a las asesorías de la Corporación Actuar Famiempresas. El proyecto se desarrolla desde andragógica y de diseño centrado en el usuario, priorizando metodologías participativas y materiales accesibles que facilitan el aprendizaje autónomo y contextualizado. El sistema está compuesto por tres componentes: recursos análogos (IdentiRed: actividades didácticas), recursos digitales (landing page y materiales descargables) y un grupo de WhatsApp que sirve como herramienta comunicativa entre pares. Durante el proceso de validación, se realizaron pruebas con usuarios reales en distintos niveles de alfabetización digital, observando mejoras significativas en la comprensión, la navegación en redes sociales y la confianza para publicar o promocionar productos. Los participantes destacaron la claridad visual, el lenguaje cercano y el equilibrio entre lo análogo y lo digital como factores clave de motivación. Más allá de la enseñanza técnica, Navegando en Redes promueve la inclusión digital, el empoderamiento y la apropiación tecnológica como herramientas de desarrollo local. De esta manera, el proyecto contribuye a que los microempresarios se conviertan en protagonistas activos de su presencia en redes, fortaleciendo tanto sus emprendimientos como el tejido productivo y social del Caribe colombiano.

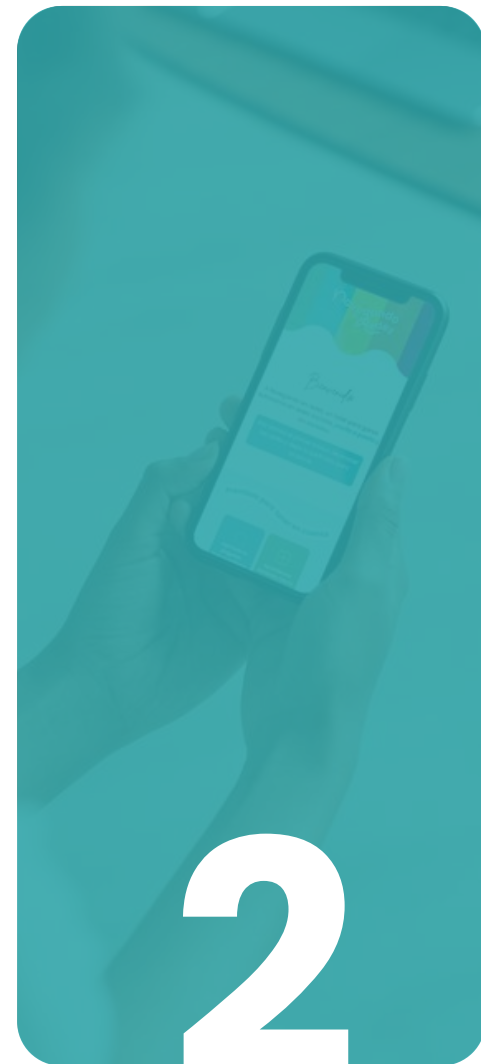
# INDICE

## FORMULACIÓN DEL PROYECTO



- 1.0. Planteamiento del problema.
- 1.1. Conceptualización de la solución (propuesta conceptual)
- 1.2. Objetivos.
- 1.3. Método.
- 1.4. Plan actividades /Cronograma.
- 1.5. Alcances.

## DESARROLLO



- 2.0. Descripción del contexto donde se desarrolla el proyecto
- 2.1. Descripción del sistema
- 2.2. Diagrama explicativo del sistema
- 2.3. Frase concepto
- 2.4. Lineamientos formales de diseño

## PROTOTIPOS



- 3.0. Etapa 1: Bocetos
- 3.1. Etapa 2: Prototipos de validación

# INDICE

## COMPROBACIONES



- 4.0. Protocolos de validación
- 4.1. Instrumentos y evidencias
- 4.2. Resultados y conclusiones

## RESULTADOS



- 5.0. Prototipos finales

## REFLEXIONES



- 6.0. Reflexiones finales

1

# FORMULACIÓN DEL PROYECTO

## 1.0. Planteamiento del problema

### **Autonomía digital de microempresarios/as afectada por conocimiento incipiente del uso de redes sociales.**

Los microempresarios de Soledad y barrios aledaños, entre 40 y 70 años, transitaron del punto de venta físico al entorno digital, donde las redes sociales se han vuelto esenciales para mantener la comercialización. Sin embargo, el conocimiento sobre su uso se encuentra aún en construcción, lo que reduce la autonomía al gestionar tareas cotidianas del canal online. Los microempresarios de Soledad y barrios aledaños, entre 40 y 70 años, transitaron del punto de venta físico al entorno digital, donde las redes sociales se han vuelto esenciales para mantener la comercialización. Sin embargo, el conocimiento sobre su uso se encuentra aún en construcción, lo que reduce la autonomía al gestionar tareas cotidianas del canal online.

Al enfrentarse a acciones clave –organizar un catálogo sencillo, redactar descripciones con medidas y materiales, publicar con precio visible, responder mensajes con oportunidad y cerrar cobros básicos– se genera dependencia de familiares cercanos para completar los pasos. Estos apoyos externos, con tiempos limitados, dificultan la práctica constante y la apropiación personal de los procesos.

Como resultado, las actividades digitales toman más tiempo, la presencia en redes se vuelve intermitente y el aprendizaje pierde continuidad. Esta situación impacta la autopercepción de competencia y retrasa la consolidación de rutinas estables de publicación, atención, cobro y entrega, necesarias para sostener la operación comercial en el entorno digital.



## Problema

Las competencias básicas para usar redes sociales con fines de venta en microempresarios (40–70 años) pertenecientes a las asesorías de la fundación Actuar son clave para su continuidad comercial y autonomía en el canal digital. Fortalecer estas competencias –organizar un catálogo mínimo, publicar con precio visible, describir con medidas y materiales, responder con oportunidad y cerrar cobros y entregas– promoverá una autopercepción positiva de capacidad y facilitará el cumplimiento de metas de venta en línea.

### **Vd:**

Los microempresarios realizan de forma autónoma las rutinas digitales básicas (catálogo, publicaciones periódicas, respuesta oportuna, cobro y entrega segura), cumpliendo metas de alcance y conversión, y fortaleciendo su confianza en el uso cotidiano de redes.

---

### **Vo:**

Los microempresarios muestran dominio incipiente de dichas rutinas y dependencia frecuente de familiares para completar pasos clave, lo que ralentiza la operación digital, vuelve intermitente la presencia en redes y debilita su autopercepción de competencia.

## 1.1. Conceptualización de la Solución

La propuesta Navegando en Redes surge como una respuesta de diseño social y sentipensante frente a las brechas digitales y formativas que enfrentan los microempresarios artesanos y reposteras de Soledad, Atlántico, acompañadas por la Corporación Actuar Famiempresas. A partir del diagnóstico realizado y del marco teórico consultado, surge una solución que articula alfabetización digital, educación para adultos, marketing digital y diseño centrado en el usuario en un sistema Andragógico integral, accesible y contextualizado.

La conceptualización de la solución tiene como fundamento la evidencia encontrada: la brecha digital en Colombia es sostenida principalmente por la falta de habilidades digitales (MinTIC, 2023), problema que coincide con las observaciones en campo—dificultad para publicar contenidos, gestionar catálogos, leer métricas y comunicarse con clientes. Este vacío formativo es especialmente crítico entre adultos mayores, quienes enfrentan ansiedad tecnológica, menor agilidad cognitiva y barreras de motivación. Bajo este contexto, se plantea una solución que no solo enseña herramientas, sino que construye autonomía digital, confianza y apropiación tecnológica desde una perspectiva humanizada.

La propuesta se estructura como un ecosistema híbrido compuesto por materiales físicos, recursos digitales y metodologías participativas, diseñado a partir de los principios de la andragogía (Knowles, 1980), el aprendizaje significativo (Ausubel, 1989), el aprendizaje situado (Lave & Wenger, 1991) y el aprendizaje basado en proyectos. Esto implica:

- Secuencias de aprendizaje conectadas con su experiencia previa.
- Actividades prácticas y contextualizadas a su negocio.
- Ritmos de aprendizaje pausados, repetitivos y acompañados.
- Ejercicios que vinculan teoría y práctica.

En coherencia con Norman (2013) y Papanek (1971), la solución se concibe desde el diseño centrado en el usuario y el diseño social: no busca producir materiales estéticos vacíos, sino crear herramientas verdaderamente útiles para transformar la vida productiva de las emprendedoras. El enfoque sentipensante, inspirado en Fals Borda, orienta la relación con las participantes: la solución se construye con ellas, respetando sus lenguajes, ritmos y saberes, y generando confianza desde la escucha activa y la construcción conjunta.

## 1.1. Conceptualización de la Solución

Navegando en Redes se construye como una propuesta de alfabetización digital básica en redes sociales, diseñada intencionalmente en tres etapas para ajustarse tanto al tiempo limitado de intervención como a las características de aprendizaje de los microempresarios. Cada fase organiza contenidos y actividades de manera progresiva, evitando la sobrecarga de información y priorizando lo esencial para comenzar a usar Instagram como canal de venta. Para definir la estructura de las capacitaciones y la cantidad de información por sesión, la propuesta se fundamenta en la andragogía, asegurando que los contenidos sean relevantes, prácticos y directamente vinculados con la experiencia previa de las participantes. Paralelamente, el diseño de la landing page y de los recursos digitales se desarrolló con base en leyes de UX (como simplicidad, jerarquía visual y consistencia), con el fin de ofrecer una interfaz clara, fácil de recordar y usable para personas con distintos niveles de familiaridad tecnológica. De esta manera, las tres etapas articulan contenido, metodología y experiencia de usuario en un sistema coherente y accesible.



### ETAPA #1

#### Reconocimiento:

íconos, para qué sirve cada red, perfil iniciado.



### ETAPA #2

#### Interfaz de uso:

Dónde están los botones y cómo hacer tu primera publicación.



### ETAPA #3

#### Planificación y estrategias:

Qué subir y cuándo, con un calendario sencillo.

Etapas	Propósito	Intensidad Horaria
Reconocimiento	Identificar las redes clave, comprender su propósito en la gestión del negocio y escoger una red social para trabajar durante las sesiones de capacitación.	2 horas
Interfaz de Uso	Comprender la estructura y los formatos de la red escogida (las instrucciones de las otras redes estarán disponibles en la landing page); realizar publicaciones básicas.	2 horas y 30 min.
Planificación y estrategias iniciales	Organizar una presencia sostenida con criterios simples y replicables.	2 horas

## 1.2. Objetivos

### Objetivo General

Fortalecer la autonomía digital de microempresarios/as (40–70 años) pertenecientes a la fundación Actuar mediante el diseño, pilotaje y evaluación de un proceso de alfabetización digital aplicada al manejo de redes sociales.

### Objetivos Específicos

Comprender las rutinas actuales, barreras y motivaciones de los microempresarios en el uso de redes sociales.



Delimitar las competencias digitales prioritarias para lograr autonomía en las rutinas de publicar–responder–repetir.



Materializar en versiones preliminares los recursos educativos y guías de trabajo adaptadas al grupo.



Validar la comprensión, facilidad de uso y aplicabilidad de las herramientas con el grupo objetivo.



### 1.3. Metodología de Diseño

Este proyecto adopta el enfoque de Diseño Centrado en el Usuario (User-Centered Design, UCD), una metodología defendida por autores como Don Norman (2013) que sitúa al usuario como eje central de todo el proceso de diseño. La idea principal es que un producto, servicio o experiencia solo es exitoso si satisface las necesidades, expectativas y capacidades reales de las personas que lo usan. En el contexto de alfabetización digital para microempresarios adultos de 40 a 70 años, este enfoque es congruente, ya que permite incorporar principios de usabilidad, accesibilidad y pertinencia cultural en cada etapa del desarrollo.

El UCD se distingue por su ciclo iterativo, que combina investigación y evaluación con los usuarios para generar mejoras continuas. En este proyecto, este ciclo garantiza que las rutinas digitales (como publicar, responder, cobrar y entregar) sean claras, adaptables y comprensibles para un público que puede enfrentar barreras de memoria, ansiedad tecnológica y limitaciones para actuar de manera autónoma.

La pertinencia del UCD en este contexto es que promueve la co-creación y la validación temprana de soluciones, permitiendo que los microempresarios se involucren activamente en la creación de herramientas y contenidos. Esto no solo refuerza su aprendizaje, sino que también aumenta las posibilidades de que el proceso genere un impacto duradero en la comunidad, cumpliendo con los objetivos del proyecto y los principios del diseño social y sostenible.



## Etapas de la metodología UCD en el proyecto

Las etapas del Diseño Centrado en el Usuario (UCD) en este proyecto se desarrollan de manera secuencial e iterativa para garantizar que las soluciones propuestas respondan directamente a las necesidades de los microempresarios participantes, asegurando que el diseño sea funcional, accesible y apropiado para el contexto social, cultural y tecnológico de los participantes.

### Investigación del usuario

**Objetivo:** Comprender las rutinas actuales, barreras y motivaciones de los microempresarios en el uso de redes sociales.

**Actividades:** entrevistas no estructuradas, observación no participativa de sesiones de asesoría, encuesta estructurada.

**Herramientas:** cuestionarios, notas de observación.

En esta fase, se busca entender a fondo las características, necesidades, limitaciones y expectativas de los microempresarios que están participando. Con el fin de diseñar soluciones que realmente funcionen para ellos. Se llevarán a cabo entrevistas no estructuradas para poder explorar de manera más abierta las experiencias y percepciones de los participantes en relación al uso de redes sociales para sus negocios. También se realizará observación no participativa durante las sesiones de asesoría que da la Fundación Actuar, lo que permitirá observar en tiempo real cómo se producen las dinámicas de aprendizaje, las interacciones y las dificultades que surgen.



Además, se aplicará una encuesta estructurada para recoger datos cuantitativos que nos ayuden a identificar tendencias y patrones en el uso de herramientas digitales. Las herramientas empleadas en esta etapa incluyen cuestionarios para recolectar información cuantitativa y notas de observación para llevar un registro sistemático de los hallazgos cualitativos. Los resultados obtenidos en esta fase serán organizados y analizados para establecer una base sólida que ayude a definir los requisitos y prioridades para las siguientes fases del proyecto.

### **Definición de necesidades y requisitos.**

**Objetivo:** Delimitar las competencias digitales prioritarias para lograr autonomía en las rutinas de publicar–responder–repetir.

**Actividades:** Diagnóstico, síntesis de hallazgos, definición del problema, búsqueda de referentes.

**Herramientas:** Matriz de diagnóstico, Matriz de investigación.

En esta fase se busca delimitar las competencias digitales prioritarias necesarias para que los microempresarios logren autonomía en las rutinas esenciales de publicar, responder, cobrar y entregar en el entorno digital.

Para esto, se desarrollará un diagnóstico que sintetice los hallazgos obtenidos en la etapa anterior, identificando brechas de conocimiento, barreras de uso y oportunidades de mejora. Se procederá con la definición del problema con base en la información recolectada y se realizará una búsqueda de referentes que aporten prácticas y soluciones aplicables al contexto. Las herramientas empleadas serán la matriz de diagnóstico, que permitirá clasificar y priorizar las necesidades, y la matriz de investigación, que facilitará la búsqueda e interpretación de los referentes. Como resultado se obtendrá un documento que oriente de manera clara las decisiones de diseño en las fases posteriores.

## Creación de prototipos

**Objetivo:** Materializar en versiones preliminares los recursos educativos y guías de trabajo adaptadas al grupo.

**Actividades:** diseño de módulos y plantillas, experimentación con mockups digitales y análogos.

**Herramientas:** software de diseño, canva, materiales impresos.

Esta fase tiene como objetivo materializar en versiones preliminares los recursos educativos y guías de trabajo adaptadas al grupo objetivo, buscando que sean comprensibles, usables y pertinentes a su realidad. Las actividades contemplan el diseño de módulos y plantillas con contenidos visuales y textuales simplificados, así como la experimentación con mockups tanto digitales como análogos, permitiendo visualizar y ajustar el formato final antes de su implementación. Las herramientas utilizadas incluirán software de diseño y plataformas como Canva, además de materiales impresos que permitan realizar pruebas físicas con los usuarios. Esta fase busca generar prototipos funcionales que respondan directamente a las necesidades identificadas.

## Evaluación con usuarios reales

**Objetivo:** Validar la comprensión, facilidad de uso y aplicabilidad de las herramientas con el grupo objetivo.

**Actividades:** simulacros de asesoría, pruebas de usabilidad durante talleres, retroalimentación grupal, ajustes y rediseño.

**Herramientas:** tarjetas y plantillas impresas, landing pages, plantillas digitales, cuestionario de retroalimentación.



Como pruebas de usabilidad durante talleres que permitan observar el uso real de las herramientas. La retroalimentación grupal se recogerá mediante un cuestionario de retroalimentación, complementada con observaciones directas, para identificar ajustes y posibles mejoras. Las herramientas para esta etapa incluirán tarjetas y plantillas impresas, landing pages y plantillas digitales, asegurando que la validación integre tanto formatos físicos como virtuales. Los resultados serán una guía para el rediseño y optimización de los recursos antes de su entrega final.



**Investigación del usuario**

**Definición de necesidades y requisitos.**

**Creación de prototipos**

**Evaluación con usuarios reales**

## 1.4. Plan de Trabajo - Agosto

N°	ETAPA	ACTIVIDAD	SUBACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	AGOSTO																																	
					6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31								
1	1. Investigación del usuario.	1.1. Reunión con asesor a cargo del proyecto	1.1.1. Espacio de preguntas	Conversación acerca del contexto de los microempresarios y cómo la fundación los ayuda	6																																	
2		1.2. Investigación estado del arte y marco teórico	1.2.1. Búsqueda bibliográfica	Localizar fuentes clave sobre alfabetización digital y andragogía y búsqueda de referentes.	6	7																																
3		1.3. Asistencia asesoría a microempresarios Fundación Actuar	1.3.1. Observar dinámica de casos en grupo	Observación no participativa en asesoría			8																															
4		1.4. Creación Grupo de whatsApp	1.4.1. Recolección de números y autorización	Confirmar teléfonos y permiso para uso del grupo.			8																															
5		1.5. Diseño encuesta diagnóstico usuarios	1.5.1. Redacción de ítems y escalas	Construir preguntas (hábitos, barreras, autoeficacia).			8																															
6		1.6. Recolección datos encuesta	1.6.1. Seguimiento por WhatsApp	Recordatorios y apoyo a quien no alcanzó a responder.				9	10	11																												
7			1.6.2. Consolidación y limpieza de datos	Exportar a Sheets, depurar y etiquetar variables.								12																										
8	2. Entrega Memoria	2.1. Entrega Memoria proyecto de grado	2.1.1. Entrega one page y documento	Presentación proyecto de grado										13																								
9	3. Definición de necesidades y requisitos.	3.1. Síntesis de hallazgos	3.1.1. Matriz de diagnóstico (brechas-barreras-oportunidades)	Consolidar datos cualitativos - cuantitativo y clasificar hallazgos por categoría.											14																							
10		3.2. Arquitectura didáctica y contenidos	3.2.1. Objetivos de aprendizaje por sesión	Definir objetivos medibles para Reconocimiento, Interfaz y Planificación.												14																						
11		3.3. Ajustes propuesta															14	15	16	17																		





## 1.4. Plan de Trabajo - Septiembre

N°	ETAPA	ACTIVIDAD	SUBACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SEPTIEMBRE																																		
					1	2	3	4	5	6	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30						
24	7. Prototipado 2da Etapa	7.1. diseño y fabricación 2da etapa	7.1.1. Diseño de la primera etapa de la propuesta	Diseño de mockups																																			
25				Rediseño de landing pages																																			
26				Planteamiento de indicadores para evaluar																																			
27			7.1.2. Elaboración de elementos análogos	Fabricación mockups																																			
28				Impresión QR landing pages																																			
29				Impresión indicadores de evaluación Etapa 2																																			
30	8. Ejecución 2da etapa	8.1. Presentación propuesta a Adultos mayores	8.1.1. Presentación metodología de la ejecución en la etapa de reconocimiento	Desarrollo de actividades propuestas																																			
31				Espacio de preguntas																																			
32				Retroalimentación asesor																																			
33		8.1.2. Evaluación 2da etapa	Evaluación etapa con indicadores propuestos																																				
34	9. Prototipado 3ra Etapa	9.1. diseño y fabricación 2da etapa	9.1.1. Diseño de la tercera etapa de la propuesta	Diseño de mockups																																			
35				Rediseño de landing pages																																			
36				Planteamiento de indicadores para evaluar																																			
37			9.1.2. Elaboración de elementos análogos	Fabricación mockups																																			
38				Impresión QR landing pages																																			
39				Impresión indicadores de evaluación Etapa 3																																			



## 1.4. Plan de Trabajo - Octubre

N°	ETAPA	ACTIVIDAD	SUBACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	OCTUBRE																																					
					25	26	27	28	29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
45	12. Ajustes prototipo y validación	12.1. Ajustes del prototipo	12.1.1. Rediseño de prototipo	Rediseñar elementos según datos recolectados en las ejecuciones																																						
46		12.2. Validación con microempresarios	12.2.1. Validación de ajustes	Ejecución de la propuesta rediseñada																																						
47					Documentación de resultados																																					
48	13. Presentación Validación	13.1. presentación validación a profesores y jurados	13.1.1. Presentación resultados	Exponer objetivos, método, prototipo y resultados de la validación aplicada en asesorías.																																						
49	14. Ajustes documento	14.1. Ajustes documento proyecto de grado		Integrar cambios de fondo y forma solicitados.																																						

## 1.5. Alcances

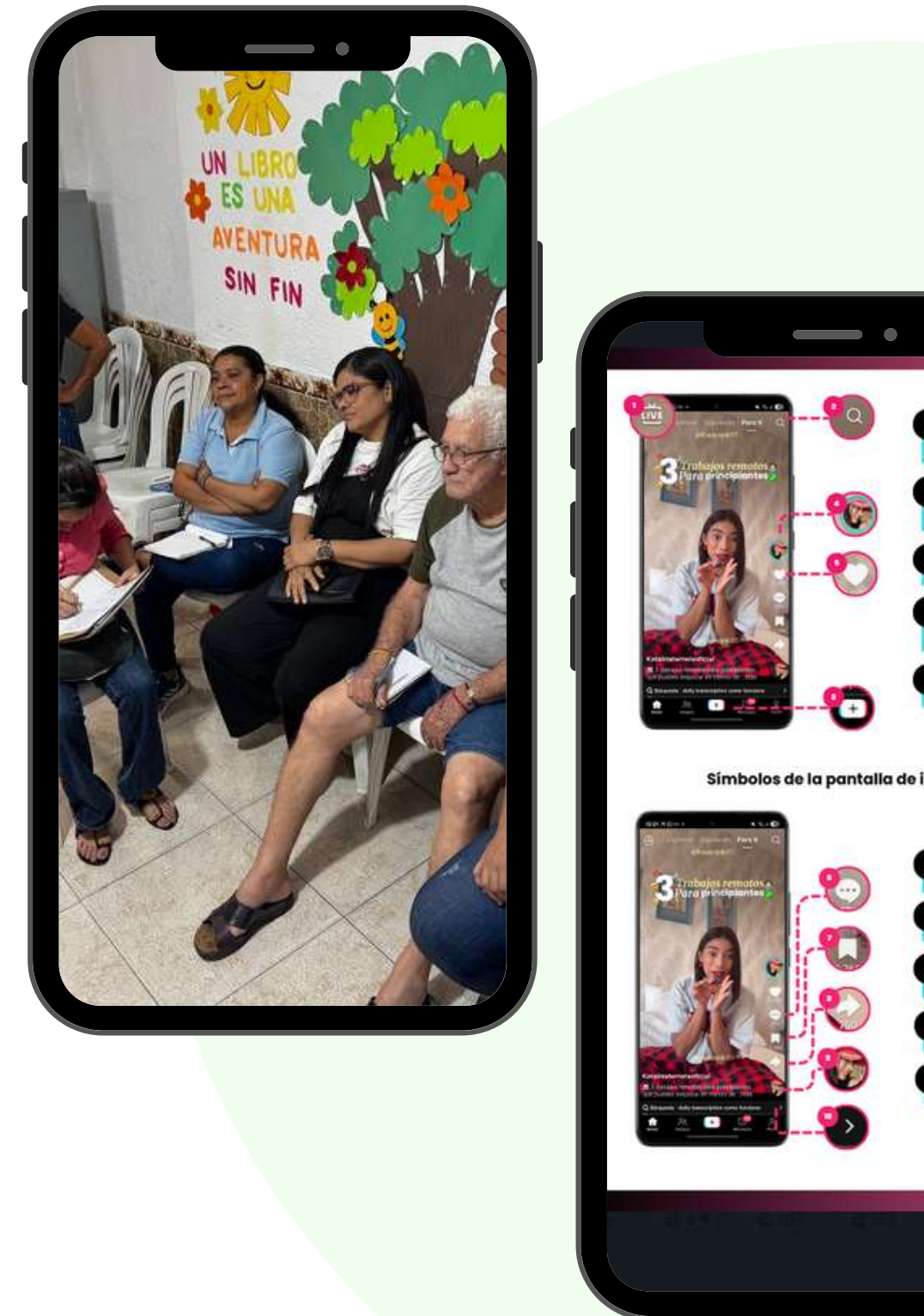
El presente proyecto se enmarca dentro del campo del diseño industrial con un enfoque metodológico mixto, combinando técnicas de investigación cualitativas y cuantitativas, y sustentado en los principios del diseño centrado en el usuario. Este enfoque permite comprender de manera integral las realidades y necesidades de los microempresarios artesanos y reposteros vinculadas a la Fundación Actuar, reconociendo que la alfabetización digital no solo implica la adquisición de habilidades técnicas aisladas, sino también la incorporación de procesos de apropiación cultural y social de la tecnología. La metodología busca que cada decisión de diseño esté fundamentada tanto en datos objetivos como en la interpretación de las experiencias y contextos particulares de las participantes.

En la fase cualitativa, se emplearán herramientas como entrevistas semiestructuradas, observación participante y talleres de co-creación, para explorar las percepciones, motivaciones y barreras que influyen en la adopción de prácticas digitales. Estos insumos permitirán identificar patrones de comportamiento,



niveles de confianza tecnológica y elementos de la identidad local que pueden ser integrados en las propuestas de diseño. Paralelamente, en la fase cuantitativa se utilizarán encuestas estructuradas y análisis de datos para medir el nivel de apropiación digital, frecuencia de uso de herramientas tecnológicas y efectividad de las soluciones propuestas, generando así un marco comparativo que sustente la validación del proyecto. Asimismo, se espera que los resultados obtenidos contribuyan a establecer lineamientos y buenas prácticas que puedan ser replicadas en otras comunidades con características similares, fortaleciendo así el impacto social del diseño.

Finalmente, este proyecto no se limita a resolver una necesidad inmediata, sino que sienta las bases para una transformación a largo plazo en la relación entre comunidad, tecnología y diseño. La investigación se proyecta como un referente para futuras intervenciones en alfabetización digital con enfoque social, incorporando aprendizajes que permitan escalar las soluciones y adaptarlas a diferentes territorios. De esta forma, el proyecto se inscribe en una tendencia global de diseño socialmente responsable, capaz de potenciar la autonomía económica, la participación activa en entornos digitales y el fortalecimiento de capacidades comunitarias frente a los retos de la era tecnológica.



2

# Desarrollo

## 2.0. Descripción del contexto

Este proyecto se desarrolló en alianza con la Corporación Actuar Famiempresas, con el propósito de fortalecer la autonomía digital de microempresarios adultos entre los 40 y 70 años, vinculados a las asesorías de dicha corporación. La intervención se diseñó como un proceso didáctico dividido en tres etapas –reconocimiento, interfaz de uso y planificación– que fueron validadas en cinco sesiones presenciales en tres espacios clave: la Institución Educativa Técnica Sagrado Corazón (Etapa #1), las oficinas de la empresa Diseto (Etapa #2) y la Biblioteca de Soledad (Etapa #3).

La participación fluctuó entre 8 y 15 asistentes por sesión, en su mayoría artesanas y reposteras, quienes enfrentaban el reto de migrar sus negocios al entorno digital. A través de recursos análogos y digitales – mockups, fichas, plantillas y landing pages– los participantes aprendieron a reconocer íconos y funciones básicas de las redes sociales, realizar publicaciones iniciales y organizar un calendario sencillo de contenidos.

El objetivo central fue que cada microempresario pudiera construir confianza y autopercepción positiva en el uso de redes, disminuyendo la dependencia de terceros y generando rutinas digitales básicas como publicar, reconocer las funciones de cada red social y planificar contenidos. De este modo, el proyecto contribuyó a que los participantes vieran en la alfabetización digital no solo una herramienta de venta, sino una forma concreta de autonomía y sostenibilidad para sus negocios.

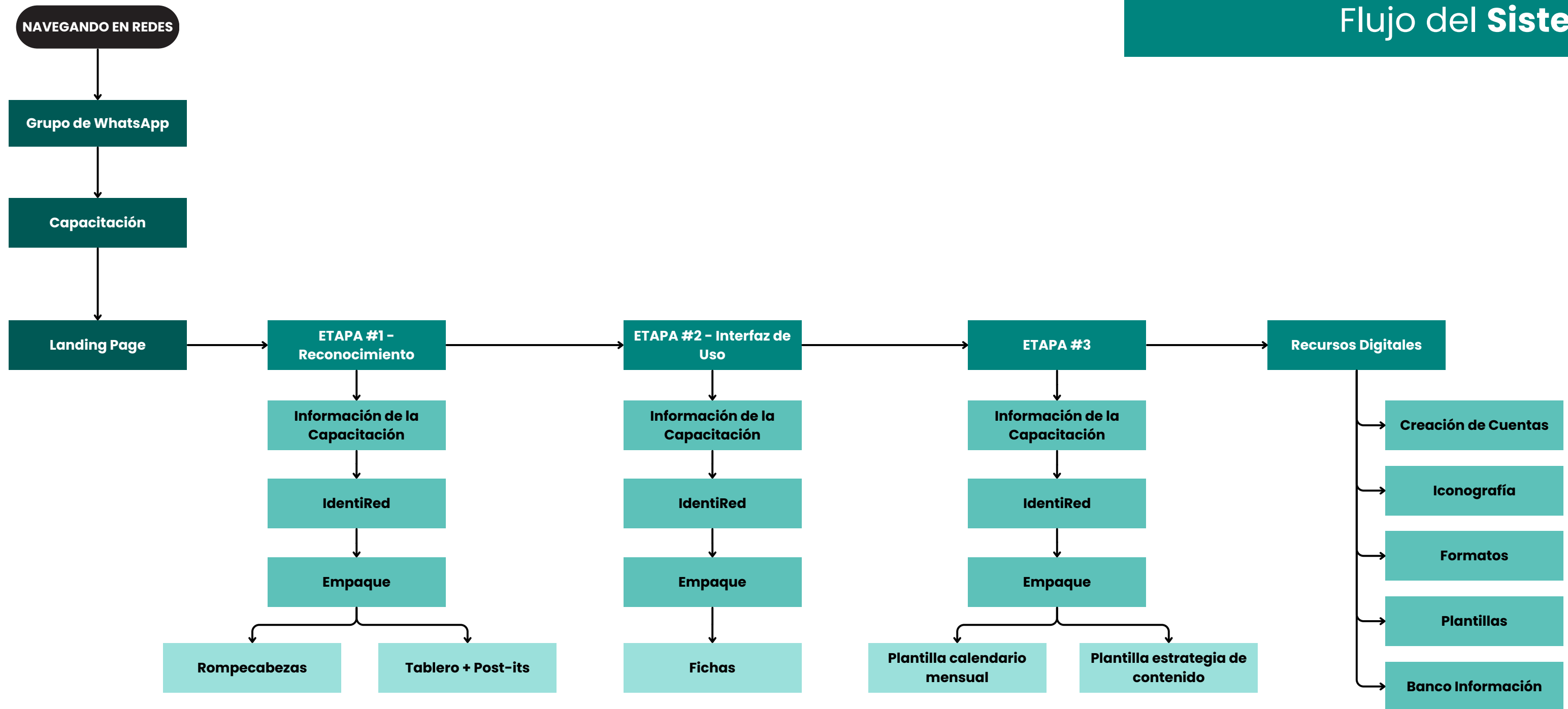
## Descripción del Sistema

El sistema está diseñado como un conjunto **andragógico y didáctico** que combina **recursos análogos y digitales** para **alfabetizar en redes sociales** a microempresarios adultos mayores (40–70 años) de manera accesible, cercana y situada en su contexto cultural. El proceso se apoya en 3 capacitaciones que cuentan con **recursos digitales**, como una **landing page** con guías paso a paso, iconografía y formatos, y **materiales físicos**, elementos pertenecientes a **“Identired”**, como el rompecabezas – que permite reconocer la configuración formal de cada red–, el mapa de propósitos –en el que los participantes escriben con post-its para qué sirve cada red según lo aprendido–, fichas de iconos e interfaces, plantilla de calendario mensual y plantilla de estrategia de contenidos. Todo esto se organiza dentro de **empaques sencillos y prácticos**: bolsas para rompecabezas y fichas, y sobres de manila para plantillas, facilitando su transporte y uso. Además, el sistema se articula con un **grupo de WhatsApp** que asegura comunicación constante, resolución de dudas y envío de recordatorios, generando una comunidad de práctica entre asesores y microempresarios. El conjunto de materiales y dinámicas no solo fortalece la **experiencia de aprendizaje**, sino que favorece la autopercepción positiva de los participantes: cada micro-logro –abrir un perfil, hacer la primera publicación, organizar un calendario básico– se celebra como un avance real hacia la **autonomía digital**. De esta manera, Navegando en Redes conecta lo tecnológico con la vida cotidiana, integrando el enfoque sentipensante que hace del proceso una experiencia significativa, cercana y motivadora.

## Flujo del Sistema

El flujo del sistema se articula como un proceso secuencial que integra recursos digitales y análogos para acompañar a los microempresarios adultos mayores en la alfabetización digital. A partir del grupo de WhatsApp, se mantiene la comunicación, la motivación y los recordatorios de cada sesión. En las capacitaciones, la landing page ofrece la información central y guías paso a paso, mientras que los recursos físicos de IdentiRed (rompecabezas, tablero con post-its, fichas, plantillas de calendario y de estrategia) permiten practicar de manera tangible lo aprendido. Cada etapa refuerza un aspecto del aprendizaje: reconocimiento de redes, uso de interfaces y planificación de contenidos, logrando que los participantes avancen con seguridad hacia la autonomía digital. Finalmente, los recursos digitales complementarios (iconografía, formatos y banco de información) amplían el proceso y aseguran que los aprendizajes puedan replicarse en la práctica cotidiana.

# Flujo del Sistema



# Elementos del Sistema



### 1 Grupo de WhatsApp:

Canal de comunicación directa entre microempresarios y asesores, donde se comparten recordatorios, materiales y se fomenta el apoyo entre pares.



### 2 Landing Page:

Sitio web central que reúne toda la información de las capacitaciones, materiales descargables y banco de información.



### 3 IdentiRed - Rompecabezas:

Dinámica analógica para asociar conceptos y elementos clave de las redes sociales, facilitando la comprensión inicial.



### 4 IdentiRed Mapa de propósitos:

A través de post-its los participantes escribirán y pegaran en el tablero el propósito de cada red con respecto a su marca.



### 5 IdentiRed - Fichas de iconos:

Fichas con símbolos e iconos para reconocer e identificar funciones básicas.



### 6 IdentiRed - Plantilla Calendario mensual:

Hoja impresa de un formato sencillo para planear publicaciones de cada mes.



### 7 IdentiRed - Plantilla Estrategia de contenido:

Hoja impresa para definir temas y tipos de contenido.



## Relación y coordinación entre los elementos

Al iniciar el proceso de alfabetización digital, los participantes son convocados y acompañados a través del **grupo de WhatsApp**, espacio que garantiza comunicación constante, envío de recordatorios y resolución de dudas. En cada sesión, los microempresarios acceden a la landing page, donde encuentran la información central de la capacitación, junto con guías paso a paso, ejemplos visuales y microcontenidos que contextualizan lo que se trabajará.

En la **Etapa 1 – Reconocimiento**, los recursos físicos de IdentiRed (rompecabezas y mapa de propósitos) permiten que los participantes identifiquen íconos y funciones básicas de las redes, escribiendo con post-its para qué sirve cada una según lo aprendido. Esta actividad se articula con la información de la landing page, reforzando la comprensión inicial de las plataformas.

Durante la **Etapa 2 – Interfaz de uso**, la experiencia combina el material digital —que muestra la ubicación de botones y menús— con las fichas de iconos e interfaces, que los participantes manipulan físicamente para afianzar el reconocimiento. De esta forma, logran realizar de manera práctica su primera publicación, un micro-logro que refuerza su confianza.

En la Etapa 3 – Planificación y estrategias, la landing page ofrece ejemplos de calendarios y formatos de contenidos, mientras que los participantes trabajan con la plantilla de calendario mensual y la plantilla de estrategia de contenidos, organizando qué publicar y cuándo. El empaque (bolsas y sobres) facilita que los materiales se conserven y puedan usarse en casa, integrando la capacitación a la vida cotidiana.

Finalmente, todos los aprendizajes se consolidan en el grupo de WhatsApp, donde los asesores dan seguimiento, celebran micro-logros (primer mensaje, primera publicación, primer calendario) y motivan la práctica continua. Así, el sistema articula recursos digitales y análogos en un recorrido progresivo que combina práctica, reflexión y acompañamiento, generando una experiencia significativa que impulsa la autonomía digital y fortalece la autopercepción positiva de los participantes.

## Navegando en Redes: Aprende, comparte y confía

La frase resalta la importancia de alfabetizar en el uso básico de redes sociales en adultos mayores, microempresarios, para que gestionen sus negocios con mayor seguridad y autonomía. La idea de **“Navegando en Redes”** alude a que cualquier persona, sin importar la edad o si es experta, puede iniciar su perfil, identificar íconos y funciones esenciales, realizar su primera publicación y organizar un calendario sencillo de contenidos. La estrategia conecta razón y emoción: cada micro-logro como: crear un perfil, subir una foto o responder un mensaje, se convierte en una experiencia que refuerza la confianza personal y la percepción de que **“sí puedo hacerlo”**. A través de actividades prácticas, lenguaje cercano y apoyo entre pares, el proyecto busca transformar la relación con lo digital en un proceso cálido, ameno y motivador. De esta manera, la propuesta convierte la alfabetización digital en una oportunidad de autoconfianza y sostenibilidad, fortaleciendo la identidad emprendedora y la capacidad de cada participante para desenvolverse en el mundo digital con seguridad y orgullo.



# Lineamientos de Diseño

## Tono de comunicación:

- Cercano, amigable y motivador, pensado para adultos mayores (40–70 años).
- Lenguaje sencillo y práctico, con énfasis en beneficios inmediatos para su negocio (“¿para qué me sirve hoy?”).
- Uso de frases cortas, repetitivas y ejemplos de la vida cotidiana (venta por WhatsApp, fotos de productos, entregas).

## Tipografía y Jerarquías

Títulos / encabezados principales: 24px

### Poppins extra / Poppins Bold

Subtítulos: 20px

### Poppins Medium

Texto Descriptivo: 16px




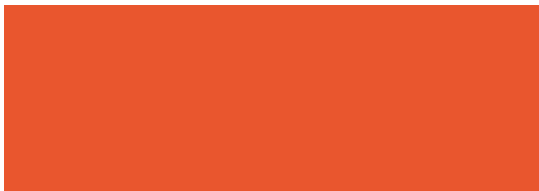







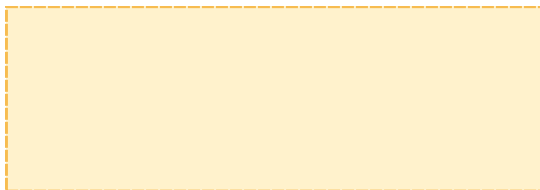


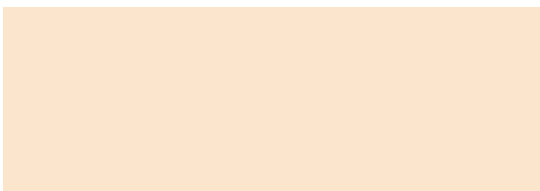


Poppins Regular / Poppins Thin

## Jerarquía Visual

<p><b>Iconografía de Instagram</b></p> <p>Pantalla de Inicio</p>	<p>Título principal destacado para captar la atención.</p>
<p><b>Etap #1:</b></p> <p>En esta primera parte vamos a identificar las redes sociales más importantes para un negocio y entender para qué sirve cada una.</p>	<p>Subtítulo que introduce el contenido y explica de qué trata la sección.</p>
<p><b>Explora las guías:</b></p> <p>Haz clic en cada botón para acceder a la información:</p> <p><b>Creación cuentas:</b></p>	<p>Explora las guías: Llamado a la acción con contraste visual que invita a interactuar. Texto inferior: Instrucción breve y clara que orienta sobre el siguiente paso.</p>

# Lineamientos de Diseño

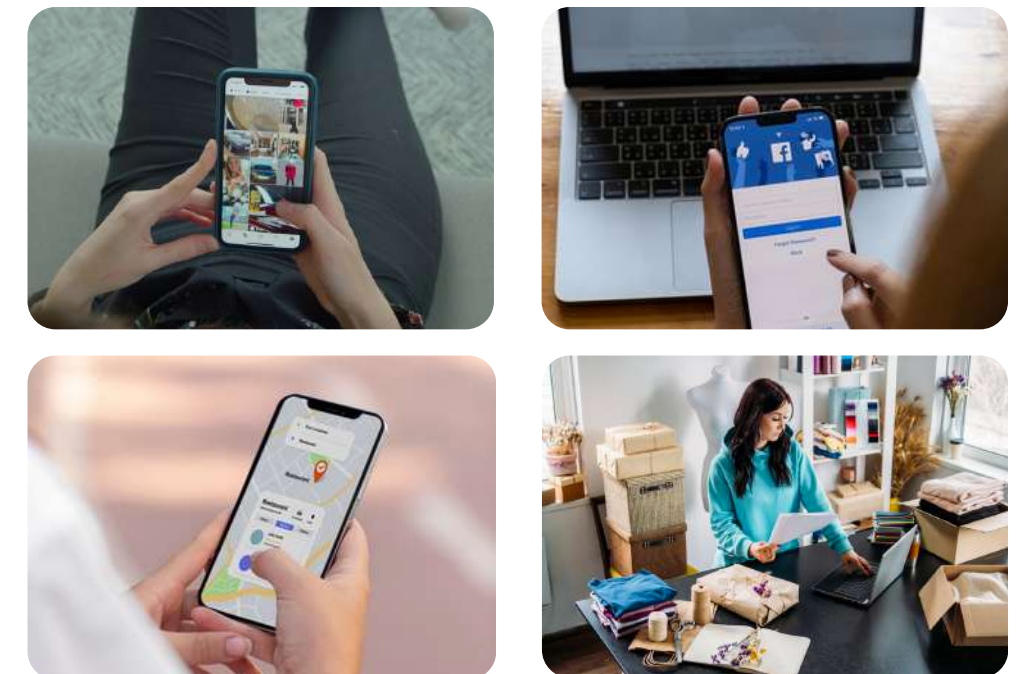
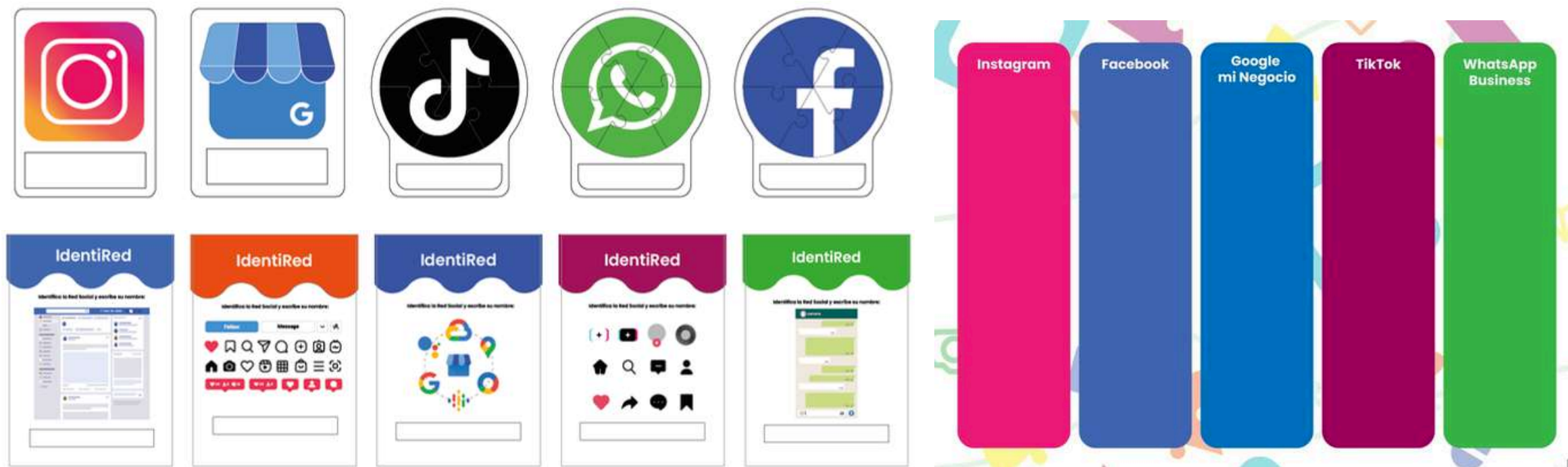
## Paleta de colores:

					
					
					
Concentración y armonía, facilita el aprendizaje tranquilo	Calma y productividad, apoya procesos digitales.	Motiva, estimula la memoria y resalta puntos clave.	Energía y participación activa, impulsa la práctica.	Asociado al marketing y las redes sociales.	Aporta claridad y neutralidad, funciona como fondo para generar contraste con los demás colores y mejorar la legibilidad.

# Lineamientos de Diseño

## Imágenes e Ilustraciones

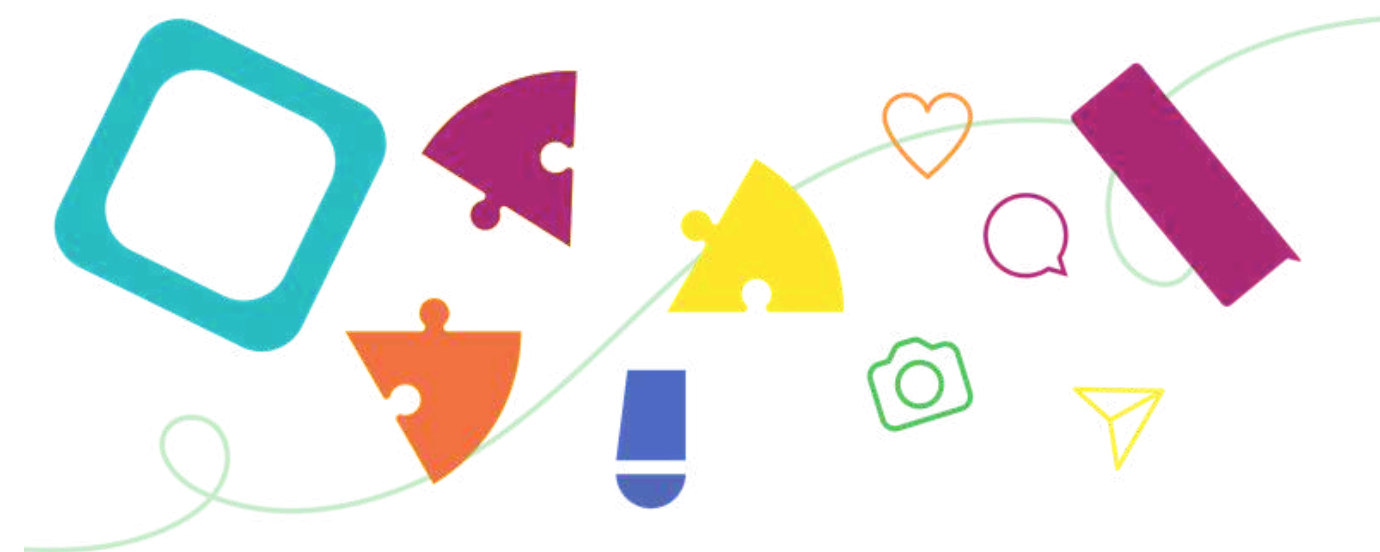
- Estilo fotográfico cotidiano: personas usando celular, negocios pequeños, actividades en negocios.
- Ilustraciones planas y contornos limpios, como las piezas de IdentiRed.
- Buscan generar identificación y confianza en los usuarios.



## Lineamientos de **Diseño**

### Grafismos

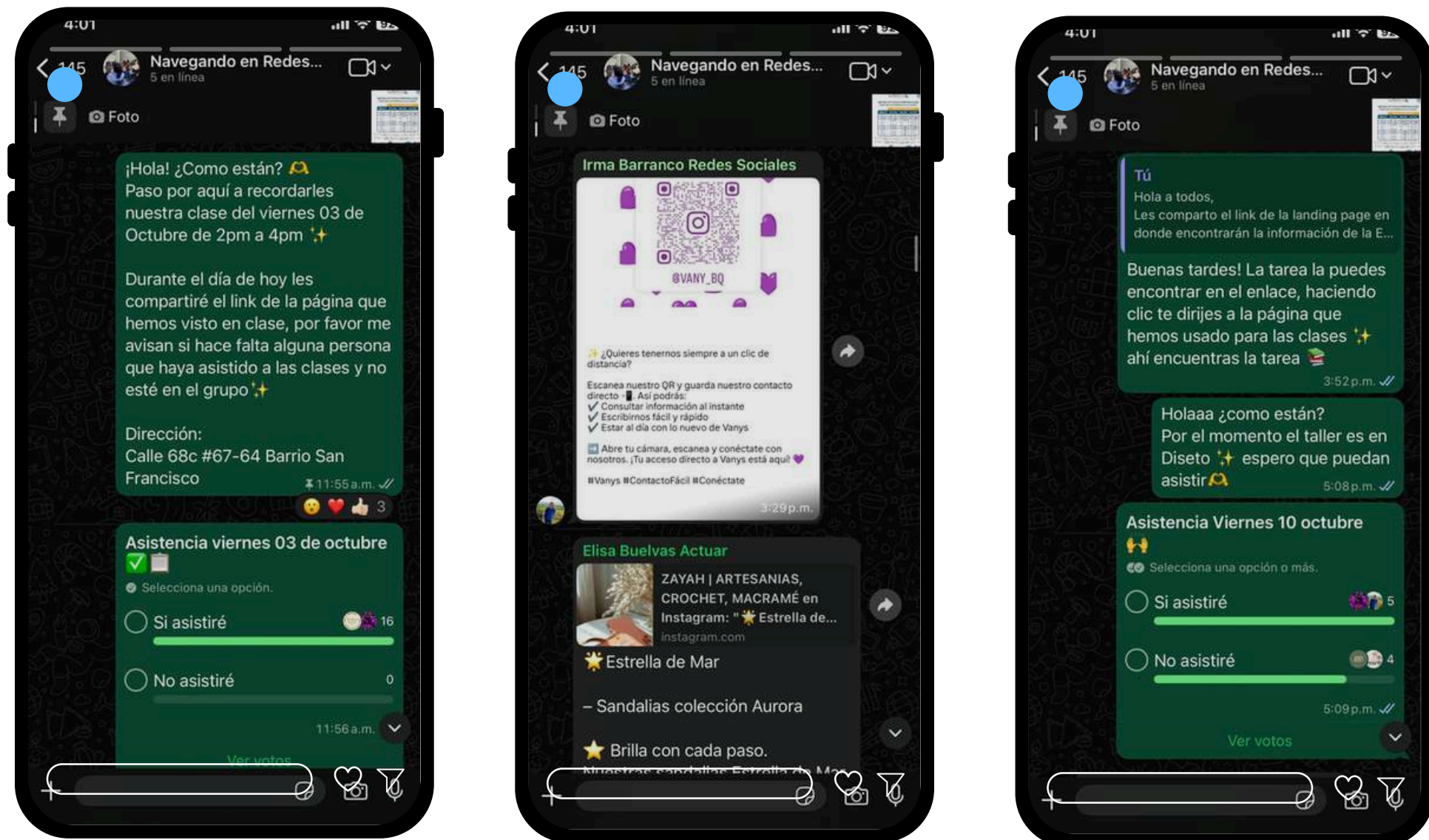
- Patrones inspirados en íconos digitales (burbujas de chat, corazones, flechas).
- Líneas curvas y dinámicas que evocan fluidez, cercanía y acompañamiento.
- Uso de transparencias o superposición de franjas de color sobre fotografías para integrar lo visual con lo didáctico.



3

# Prototipos y Bocetación

## Grupo WhatsApp

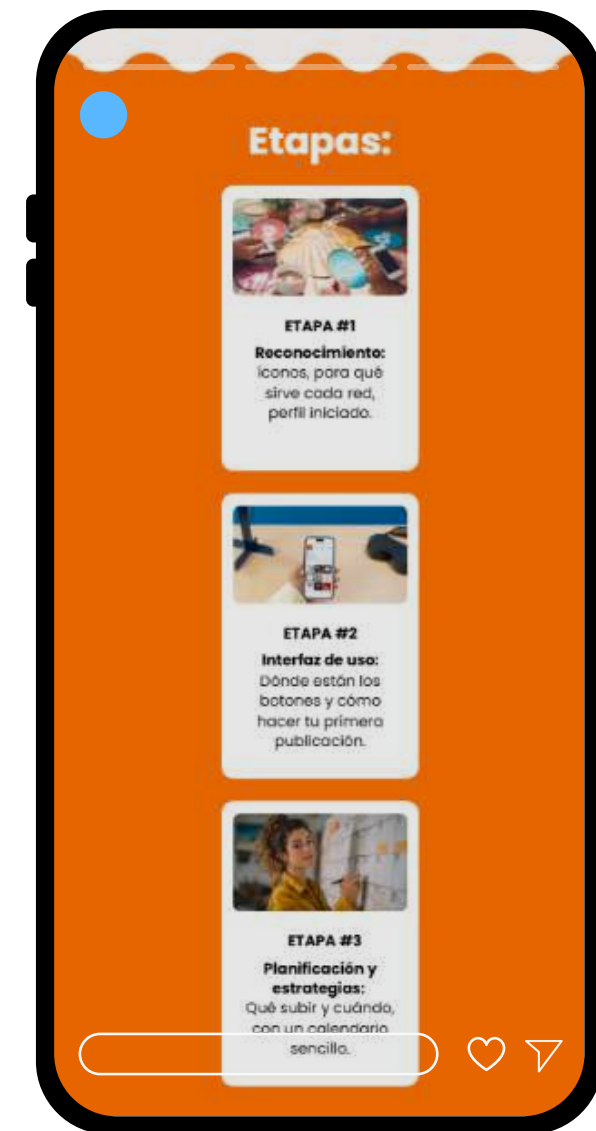


Canal de comunicación constante entre asesores y microempresarios, asegurando acompañamiento, recordatorios y resolución inmediata de dudas.

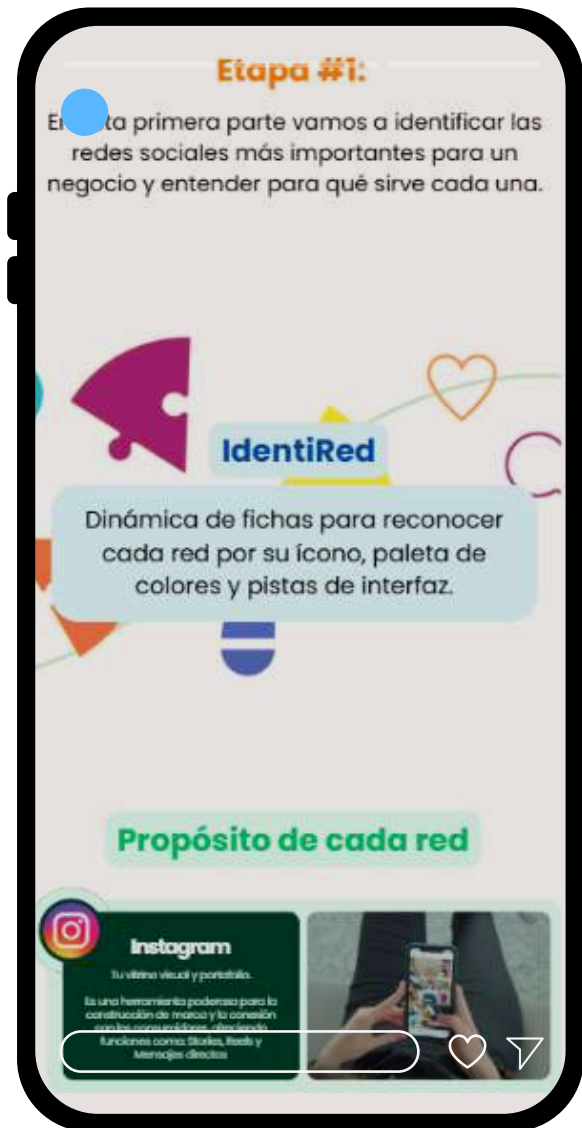
Este espacio fomenta la interacción entre pares y la creación de comunidad, lo que refuerza la autopercepción positiva al compartir logros y aprendizajes en tiempo real.

# Landing Page – Inicio Capacitación

Diseñada como puerta de entrada al sistema, organiza el contenido en pasos claros y accesibles.



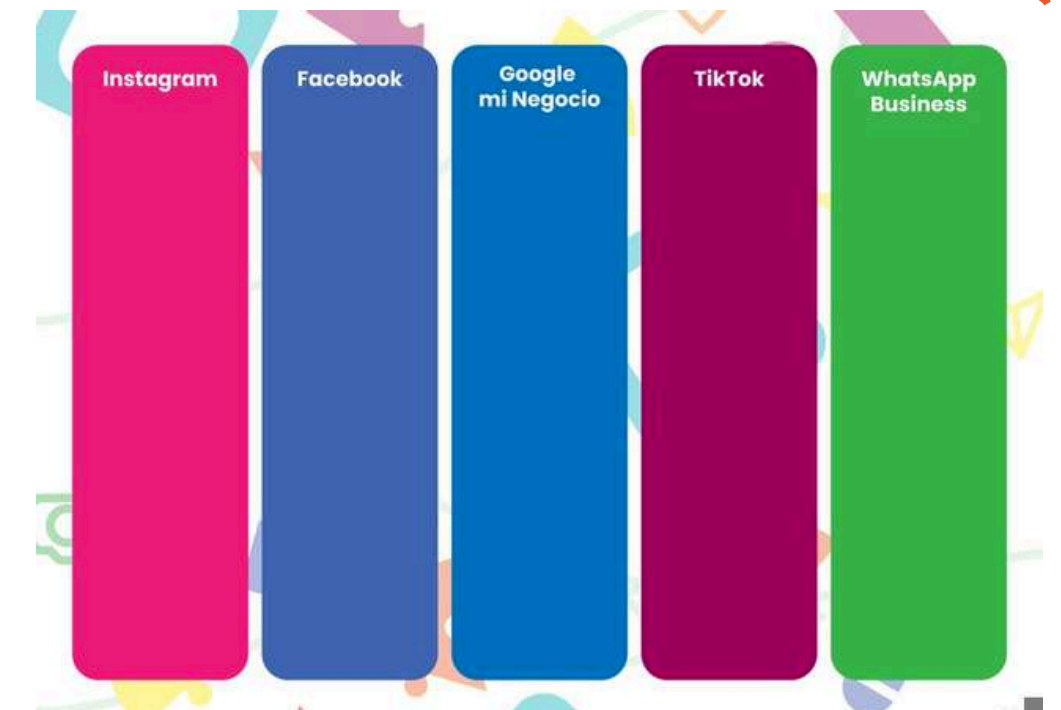
# Etapa #1: Reconocimiento



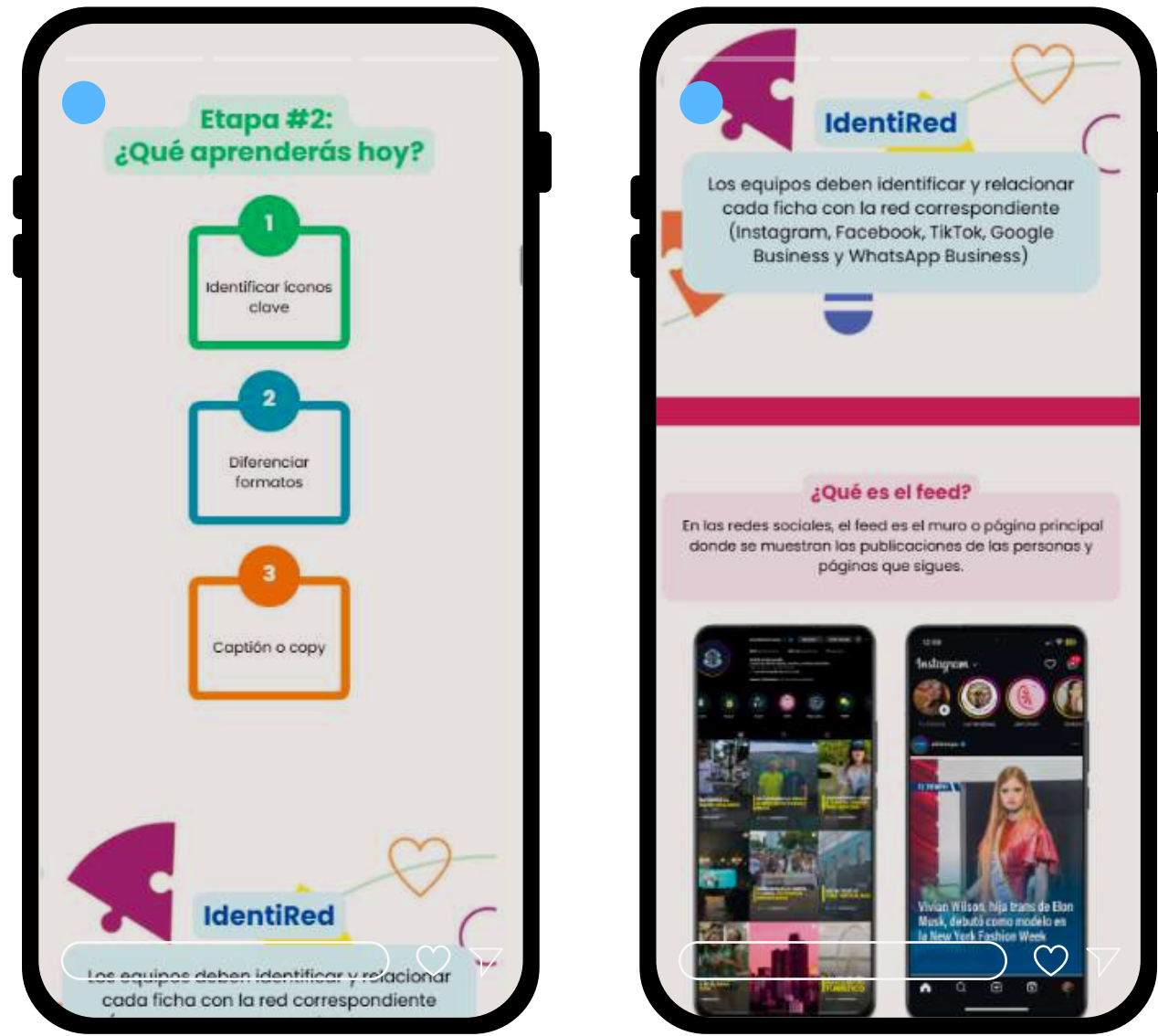
Elaborados en foamboard con impresión en vinilo adhesivo de alta durabilidad, utilizando corte láser para mayor precisión. Sus dimensiones son 28 x 22 cm, pensados para un manejo cómodo durante las dinámicas prácticas.



Construido en foamboard de 70 x 50 cm, con impresión en vinilo adhesivo ecosolvente, lo que garantiza colores resistentes y un acabado limpio.

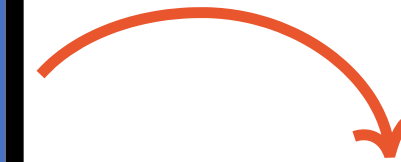
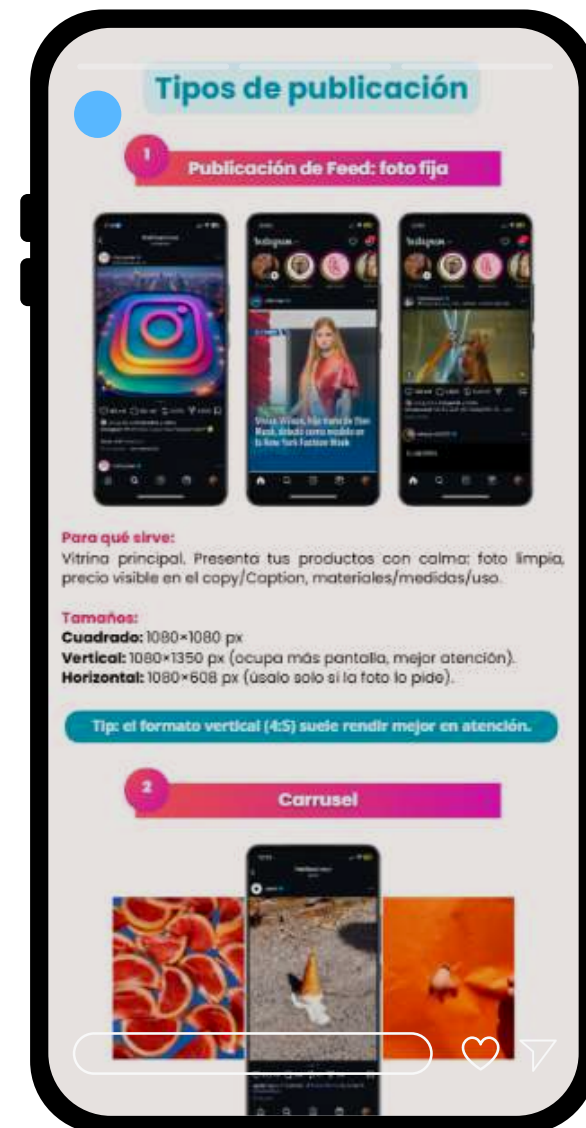


# Etapa #2: Reconocimiento



Impresas en papel fotográfico tamaño A4, con impresión de alta calidad para resaltar los colores y facilitar la identificación de cada red social.

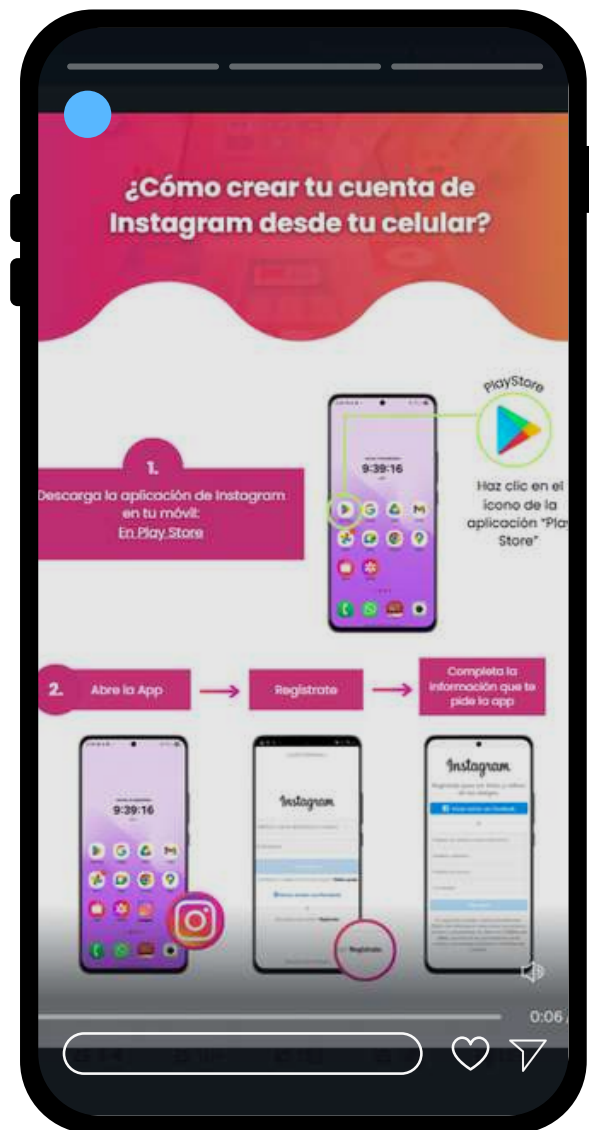
## Etapa #2: Reconocimiento



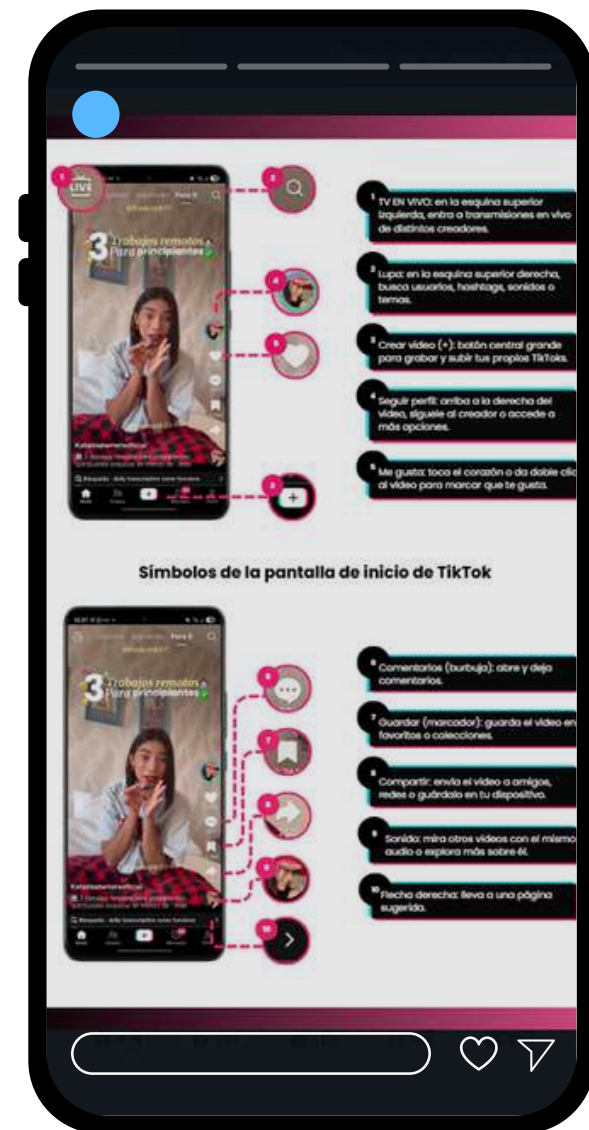
Las tareas están diseñadas bajo un enfoque andragógico y orientado a problemas, de manera que cada participante pueda aplicar lo aprendido en su contexto inmediato y obtener un beneficio real para su negocio.



# Recursos Digitales



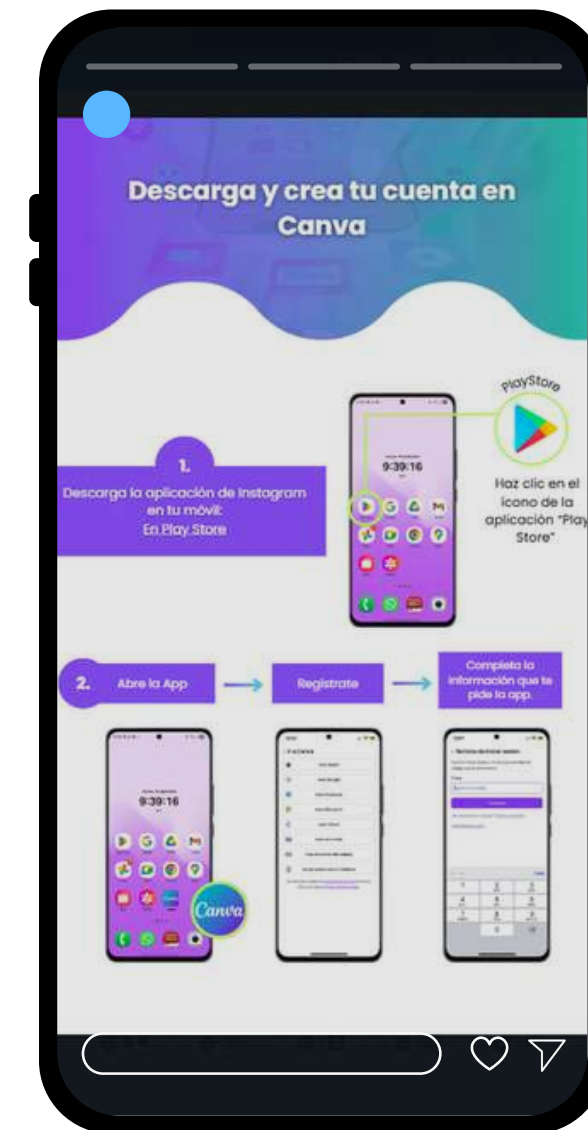
Paso a Paso



Iconografía



Formatos



Plantillas

Guías paso a paso en formato visual y práctico que acompañan cada etapa: desde crear cuentas hasta planificar publicaciones. Están diseñadas con tipografía grande, colores asociados a sus redes sociales, lo que garantiza aplicabilidad inmediata y micro-logros que consolidan confianza digital.

4

# COMPROBACIONES

## Protocolo de comprobación

### Objetivo General

Desarrollar autonomía digital en microempresarios/as de 40–70 años para crear, configurar y usar con solvencia sus redes sociales (Instagram, WhatsApp Business, Google Business Profile, Facebook y TikTok), mediante una capacitación de 3 etapas mixtas (análogo + digital) centrado en el usuario.

### Enfoque pedagógico (andragogía aplicada)

- **Necesidad de saber:** cada actividad inicia con el “¿para qué me sirve hoy?” (beneficio inmediato para su negocio).
- **Experiencia previa:** se parte de lo que ya hacen (venta por WhatsApp, fotos existentes) y se integra a las prácticas nuevas.
- **Aprendizaje orientado a problemas:** tareas reales (crear perfil, publicar, responder, coordinar entrega).
- **Autodirección:** opciones de ruta por nivel (básico/intermedio), elección de red prioritaria.
- **Aplicabilidad inmediata:** micro-logros al final de cada sesión (perfil listo, primera publicación, calendario simple).
- **Ritmo y claridad:** pasos cortos, letra grande, lenguaje cercano, repetición guiada, práctica entre pares.

El siguiente protocolo de comprobación tiene como objetivo validar los componentes del sistema de la propuesta “Navegando en Redes”, verificando que cada recurso –análogo y digital– cumpla con los criterios de claridad, aplicabilidad y pertinencia para la alfabetización digital de microempresarios.

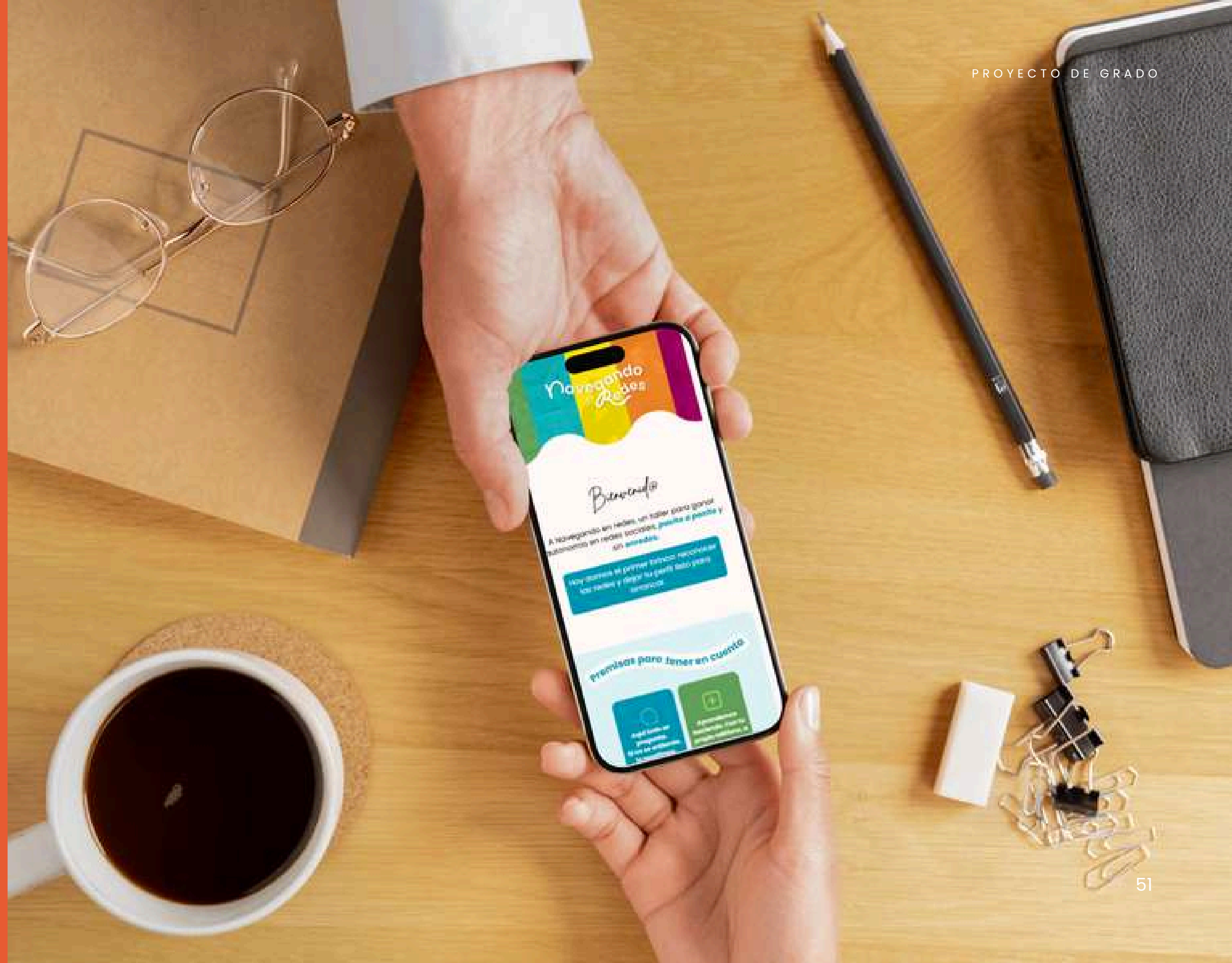
A través de estas comprobaciones se asegura que el grupo de WhatsApp, las landing page, los recursos de IdentiRed y los apoyos digitales funcionen de manera articulada, favoreciendo la autonomía de los participantes y garantizando la calidad del proceso formativo.

Metodología		
Fase comprobación	Descripción	Matriz
#1 - Landing page	Arquitectura landing page	Matriz de comprobación
	Recursos Digitales	Matriz de comprobación
#2 - Información	Etapa 1	Matriz de comprobación
	Etapa 2	Matriz de comprobación
	Etapa 3	Matriz de comprobación
#3 - Grupo WhatsApp	Comunicación entre asesor, facilitador y microempresarios	Matriz de comprobación

<b>Protocolo Comprobación</b>		
<b>Etapas</b>	<b>Propósito</b>	<b>Intensidad Horaria</b>
#1 - Reconocimiento	Identificar las redes clave, comprender su propósito en la gestión del negocio y escoger una red social para trabajar durante las sesiones de capacitación.	2 hrs
#2 - Interfaz de Uso	Comprender la estructura y los formatos de la red escogida (las instrucciones de las otras redes estarán disponibles en la landing page); realizar publicaciones básicas.	2 hrs
#3 - Planificación y estrategias iniciales	Organizar una presencia sostenida con criterios simples y replicables.	2 hrs

## Fases de comprobación

- Componente: Landing Page
- Componente: Información
- Componente: Grupo de Whatsapp



# Comprobación – Landing Page

Matriz Comprobación					
Característica por validar	Método de validación	Instrumento	Población	Muestra	La validación es exitosa si...
Estructura – arquitectura – UX/UI	Prueba de usabilidad + heurísticas	Métricas	Inteligencia Artificial	Fibr Landing Page Analyzer	La validación es exitosa si la puntuación de rendimiento general es mayor o igual a 6, lo que indica que los componentes cumplen de manera satisfactoria con los criterios de claridad, usabilidad y pertinencia.
		Ficha	Empresa experta en desarrollo de páginas Web	Entrevista Anthuan Pro	La navegación es clara, el diseño es legible y accesible para adultos 40–70 años.
Recursos Digitales	Encuesta	Encuesta	Microempresarios	7 usuarios	Los participantes logran acceder a los recursos digitales sin dificultad, encuentran la información clara y comprensible, consideran los materiales útiles para su aprendizaje y manifiestan que pueden aplicar lo aprendido en sus negocios.
	Prueba de uso directo	Métricas	Microempresarios	15 usuarios	Los usuarios logran acceder y aplicar los cursos sin dificultad.

[LINK DOCUMENTO](#)



# Comprobación - Landing Page

1.1. Ficha de comprobación – Landing Page – Estructura – arquitectura – UX/UI						
<b>Usuario:</b>	Edgardo Cantillo (Anthuan Pro)	<b>Durabilidad:</b>	40 Minutos	<b>Fecha:</b>	21 de oct de 2025	
UX (Experiencia de usuario)						
Aspecto a comprobar	Criterio de cumplimiento			Indicadores observables		Comentarios
Navegación	Ley de Hick: menos opciones = menor tiempo de decisión. Validar que la cantidad de botones no sobrecargue a los usuarios.			Los usuarios identifican rápidamente la acción principal sin confundirse.		La navegación cumple con su propósito, ya que los botones están organizados por categoría, lo cual facilita la comprensión para adultos mayores y reduce la confusión. Aunque implica más clics, esta distribución refuerza la claridad y orientación, aspectos prioritarios para este grupo de usuarios.
<b>Nivel de cumplimiento</b>	1	2	3	4	5	
Agrupación de información	Principio de Gestalt (proximidad y similitud): elementos relacionados deben estar juntos y visualmente coherentes.			Los usuarios perciben que los bloques de información están organizados lógicamente.		La agrupación es funcional, pero la sección de recursos muestra dispersión de elementos que rompe la coherencia visual. La propuesta de consolidar guías por categorías (creación de cuentas, iconografía, formatos) Mejorar la percepción de organización y reduciría la sobrecarga visual.
<b>Nivel de cumplimiento</b>	1	2	3	4	5	
Carga cognitiva	Ley de Miller: se recomienda no superar 5-7 ítems de información a la vez. Validar que las instrucciones sean breves y fáciles de recordar.			Los usuarios recuerdan las instrucciones sin necesidad de releer constantemente.		La carga cognitiva es moderada, aunque algunos apartados presentan textos extensos. Resumir instrucciones clave.
<b>Nivel de cumplimiento</b>	1	2	3	4	5	

# Comprobación - LanithPag

UI (Interfaz de usuario)						
Aspecto a comprobar		Criterio de cumplimiento		Indicadores observables		Comentarios
Legibilidad del texto		Fuente clara, tamaño mayor o igual a 16px, contraste alto.		Los usuarios leen sin esfuerzo en celular y PC.		Poco contraste (amarillo/blanco) y tipografías con tamaños pequeños.
<b>Nivel de cumplimiento</b>	1	2	3	4	5	
Jerarquía de Información		Uso correcto de títulos, subtítulos y bloques de contenido		Los usuarios distinguen qué es lo más importante de cada etapa		Hay jerarquía, pero se ve afectada por la inconsistencia en tamaños de fuente. Escoger un tamaño para: Título,
<b>Nivel de cumplimiento</b>	1	2	3	4	5	
Diseño visual general		Estética simple, sin saturación de elementos, consistencia en colores e íconos		Los usuarios perciben una interfaz limpia y amigable		Estética amigable, con consistencia en colores e íconos.
<b>Nivel de cumplimiento</b>	1	2	3	4	5	

## Comprobación - Landing Page

Heurística						
Aspecto a comprobar		Criterio de cumplimiento		Indicadores observables		Comentarios
Visibilidad del estado del sistema		El usuario debe saber siempre dónde está. Validar que haya indicadores claros de avance o secciones.		Los usuarios reconocen en qué etapa o parte de la landing están.		Subtítulos claros de cada etapa. Definir un solo color para los subtítulos
<b>Nivel de cumplimiento</b>	1	2	3	4	5	

### Resultado final:

La Landing Page alcanza una calificación global de 4/5, lo que refleja un cumplimiento alto. Está bien adaptada para adultos mayores gracias a la navegación por categorías y los títulos claros en cada etapa. Las oportunidades de mejora están en la legibilidad y la jerarquía tipográfica, que requieren ajustes de contraste y consistencia en fuentes para optimizar la experiencia.

## Comprobación – Landing

- **Ficha de Validación – Recursos Digitales (clics en la landing)**

Recurso	Clics #	Observación
Crear cuenta Canva	19	Es el recurso más usado, lo que indica alta relevancia práctica para los microempresarios.
Iconografía Instagram	12	Muy consultado; confirma interés en fortalecer la identidad visual en esta red.
Iconografía WhatsApp	5	Uso medio; muestra interés moderado en personalizar esta app.
Iconografía Facebook	5	Igual nivel que WhatsApp, útil pero no prioritario.
Formatos Facebook	3	Baja interacción; podría necesitar mayor explicación o incentivo de uso.
Iconografía TikTok	3	Bajo uso, sugiere que no todos lo consideran prioritario aún.

Formatos TikTok	2	Muy poco consultado; muestra baja familiaridad con esta red.
Formatos Google Business	2	Bajo interés; confirma que Google Business sigue siendo la red menos explorada.
Formatos WhatsApp	2	Baja interacción; los usuarios pueden priorizar más el uso directo de la app que la guía.
Crear tu cuenta Facebook	2	Poco consultado, posiblemente porque la mayoría ya tiene la cuenta creada.
Crear tu cuenta Instagram	2	Igual que Facebook, poco uso ya que la mayoría ya maneja esta red.
Iconografía Google Business	2	Muy poco consultado, evidencia desconocimiento o baja prioridad.
Crear tu cuenta TikTok	1	Mínimo uso, lo que confirma baja adopción de esta red entre los participantes.

## Comprobación – Landing Page

- **Ficha de Validación – Recursos Digitales (clics en la landing)**

### Objetivo

Medir el uso real de los recursos digitales a través del registro de clics en cada botón de la landing page, para identificar cuáles son los más consultados por los microempresarios y validar su pertinencia.

### Conclusión:

- Los recursos más valorados fueron Canva y la iconografía de Instagram, lo que confirma que los emprendedores priorizan herramientas de diseño y personalización de la red más usada.
- Los menos usados fueron los de Google Business y TikTok, lo que evidencia que requieren refuerzo en capacitación para aumentar su relevancia.
- En general, la validación muestra que los recursos digitales son utilizados de forma selectiva según la familiaridad e interés de los microempresarios en cada red.

## Comprobación – Lanthopag

- **Ficha de Validación – Recursos Digitales (encuesta)**

Pregunta	Resultados principales	Promedio Likert	Observación
¿Pudiste acceder sin dificultad a los recursos digitales?	50% eligió 4, 37,5% eligió 5, 12,5% eligió 3	425	La mayoría accedió sin problemas, aunque hubo una persona con dificultad puntual.
¿Qué tan clara y comprensible fue la información presentada?	37,5% eligió 4, 62,5% eligió 5	46	La información fue clara, sin respuestas bajas.
¿Qué tan útiles consideras los recursos para tu aprendizaje?	37,5% eligió 4, 62,5% eligió 5	46	Alta percepción de utilidad en los recursos.
¿Qué tanto sientes que puedes aplicar lo aprendido en tu negocio?	25% eligió 3, 75% eligió 5	475	Los participantes se sienten en gran medida capaces de aplicar lo aprendido.
¿Qué tan necesario consideras agregar más recursos digitales?	25% eligió 4, 75% eligió 5	475	Existe interés en tener más materiales y mejorar los existentes.

## Comprobación - Información

Matriz Comprobación					
Característica por validar	Método de validación	Instrumento	Población	Muestra	La validación es exitosa sí...
Comprensión de la información por Etapa	Encuestas post-sesión + IdentiRed	Encuestas + Ficha	Microempresarios	15 usuarios	Los usuarios comprenden los contenidos y pueden responder preguntas sobre etapas anteriores.
Tareas realizadas por etapa	Tareas realizadas por etapa	Listado de tareas cumplidas	Microempresarios	15 usuarios	Los usuarios completan las tareas propuestas en cada etapa.

[LINK DOCUMENTO](#)



## Comprobación – Información

### Comprensión de la información

**1. Etapa #1:** Identificar las redes clave, comprender su propósito en la gestión del negocio y escoger una red social para trabajar durante las sesiones de la capacitación.

Fecha: 12 Septiembre 2025

- **Etapa #1: Reconocimiento**

#### Rompecabezas:

Validar la comprensión de los microempresarios sobre la identidad visual de las redes sociales, a través de una dinámica grupal en la que, divididos en equipos de 5-6 personas, debían armar rompecabezas que contenían íconos y paletas de colores de distintas plataformas digitales.

El propósito fue comprobar que los participantes pudieran reconocer, diferenciar y asociar correctamente cada red social, fortaleciendo su memoria visual y el entendimiento de los elementos gráficos que las representan.



## Comprobación - Información

Equipo	Redes identificadas correctamente (0-5)	Puntuación Likert (1-5)	Observación
Equipo 1	5   5	5	Reconocieron todas las redes con rapidez.
Equipo 2	4   5	4	Confusión con Google Business.
Equipo 3	3   5	3	Dificultad con TikTok y Google Business.



## Comprobación – Información

La dinámica permitió comprobar la capacidad de los microempresarios para reconocer y asociar visualmente las redes sociales, reforzando lo aprendido en la capacitación de manera práctica y lúdica.

Incentivo: a grupo #2  
 El grupo ganador, que completó primero el rompecabezas, recibió como premio 1 metro de stickers personalizados de su marca, incentivando la participación activa y el trabajo en equipo.



Fotografía comprobación  
 Etapa #1:  
 Ganadora Incentivo

Fotografía comprobación  
 Etapa #1:  
 Ganadora Incentivo

Fotografía comprobación  
 Etapa #1:  
 Ganadora Incentivo

## Comprobación – Información

### IdentiRed – Mapa de propósitos:

**Dinamica:** Identificar el propósito de cada red social expuesta en capacitación.



## Comprobación – Información

Red social	Propósito según microempresarios					Observación
Instagram	Para impulsar y mostrar mis productos					Comprensión clara y alineada al propósito enseñado.
	Para dar a conocer mis productos					
	Mostrar mis manualidades, que otras personas fuera del país conozcan					
	Para llamar la atención de mis seguidores y así aumentar mis ventas					
Nivel de entendimiento	1	2	3	4	5	
TikTok	Para viralizar y tener alcances masivos					Comprensión general correcta, aunque algunos lo asocian solo con entretenimiento.
	Solo lo utilizo para publicar fotos, pero también me hacen pedidos					
	Tratar de llegar a todos - Joven, niños, adolescentes, adultos					
	Publicidad, seguidores, alcance masivo					
Nivel de entendimiento	1	2	3	4	5	
Facebook	Dar a conocer mis productos con la gente de mi comunidad					Reconocimiento correcto, aunque algunos lo reducen solo a "publicar" sin ver su valor comunitario.
	Ventas, comunidad y publicitar					
	Solo uso para publicar					
	Tratar de que más gente sepa de mi negocio					
Nivel de entendimiento	1	2	3	4	5	

## Comprobación – Información

Red social	Propósito según microempresarios					Observación
WhatsApp Business	Medio de comunicación para interactuar o concretar ventas					Alta claridad y uso práctico, completamente alineado a lo expuesto en la capacitación
	Para compartir catálogo					
	Fidelizar, atención al cliente, catálogo					
	Mostrar catálogo a mis clientes					
Nivel de entendimiento	1	2	3	4	5	
Google Business	Para que llegue mi marca al público					Los que lo mencionan lo describen bien, pero varios no lo reconocen.
	Ventas que generan confianza al cliente, direccionamiento a redes y página web					
	Vender, expandir la ventas hasta lograr mi propósito					
	No lo se usar					
Nivel de entendimiento	1	2	3	4	5	

## Comprobación – Información

Preguntas	Resumen	Observación (sobre comprensión de la etapa)
<b>Emprendimiento</b>	Artesanías, repostería, crochet, accesorios, arte, pasabocas, entre otros.	Los participantes identifican y nombran sus negocios; esto muestra apropiación del ejercicio de contextualizar las redes según su tipo de emprendimiento.
<b>¿Con cuáles de estas redes cuentas actualmente?</b>	100% Instagram, 62.5% Facebook, 62.5% TikTok, 62.5% WhatsApp Business, 0% Google Business.	Se evidencia que Instagram es la red más conocida y usada; existe menor conocimiento o uso de Google Business, lo que indica un área de formación necesaria.
<b>Colores asociados a Instagram</b>	Respuestas variadas: rosados, naranja, rojo, morado, negro y dorado, colores claros.	Aunque algunos asocian el color oficial (degradado rosa-naranja-morado), otros muestran confusión. Esto sugiere que la dinámica IdentiRed ayuda a reforzar el reconocimiento de identidad visual.
<b>Colores asociados a Facebook</b>	66.7% azul, 16.7% pasteles, 16.7% "normal".	La mayoría reconoce correctamente el azul, aunque hay pequeñas desviaciones que muestran falta de claridad en algunos participantes.
<b>Colores asociados a TikTok</b>	57.1% negro, otros: negro y dorado, o confusión.	La mayoría identifica el color negro, que es parte de la identidad de TikTok, aunque se observa dispersión en respuestas.
<b>Colores asociados a WhatsApp Business</b>	66.7% verde, otros colorido o negro/dorado.	Mayoría reconoce bien el verde característico, aunque persisten algunas confusiones.
<b>Colores asociados a Google Business</b>	Algunos no tienen perfil; quienes respondieron mencionan amarillo, rojo, azul y verde.	La falta de perfil genera desconocimiento; aun así, los que respondieron identifican los colores principales de Google, lo cual es positivo.

# Comprobación – Información


## 2. Etapa #2: Interfaz de Uso

comprender la estructura y los formatos de cada red; realizar publicaciones básicas.

**Fecha:** 03 Octubre 2025

- **IdentiRed – Fichas:**

**Objetivo:** Validar la comprensión de los participantes sobre los elementos visuales y de interfaz de cada red social, verificando si pueden reconocerlas e identificarlas correctamente.

Descripción actividad	Registro fotográfico
<p>Los equipos recibieron fichas con íconos, pantallas o símbolos representativos de Instagram, Facebook, TikTok, Google Business y WhatsApp Business. Su tarea fue escribir el nombre de la red correspondiente debajo de cada ficha.</p>	



## Comprobación – Información

Equipo	Redes identificadas correctamente (0-5)	Puntuación Likert (1-5)	Observación
Equipo 1	Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp	4	Fallaron en Google Business; muestran desconocimiento de sus elementos.
Equipo 2	Todas	5	Reconocimiento completo de íconos y colores.
Equipo 3	Facebook y WhatsApp	2	Confundieron TikTok con Instagram y no identificaron Google Business.

La dinámica permitió comprobar que la mayoría de los microempresarios reconocen las redes sociales más comunes (Instagram, Facebook y WhatsApp Business), mientras que persiste confusión en Google Business y en algunos casos con TikTok. Esto evidencia la necesidad de reforzar estos contenidos.



## Comprobación – Información

- **Práctica en Sesión (Instagram + Caption)**

**Objetivo:**

Validar que los microempresarios comprendan y apliquen los elementos básicos de una publicación en Instagram: selección de formato adecuado y redacción de un caption breve con estructura historia + detalle + llamado a la acción (CTA).

**Evidencia de la actividad:**

En un ejercicio de 5 minutos, los equipos subieron una publicación de prueba con la foto de su producto y redactaron un caption siguiendo la guía aprendida.

**Práctica en sesión:**

**5 min**

- Sube una publicación con la foto de producto que enviaste al grupo de WhatsApp.
- Escribe un caption breve siguiendo lo aprendido (historia + detalle + CTA).



## Comprobación – Información

- **Tarea – Moodboard**

**Objetivo:**

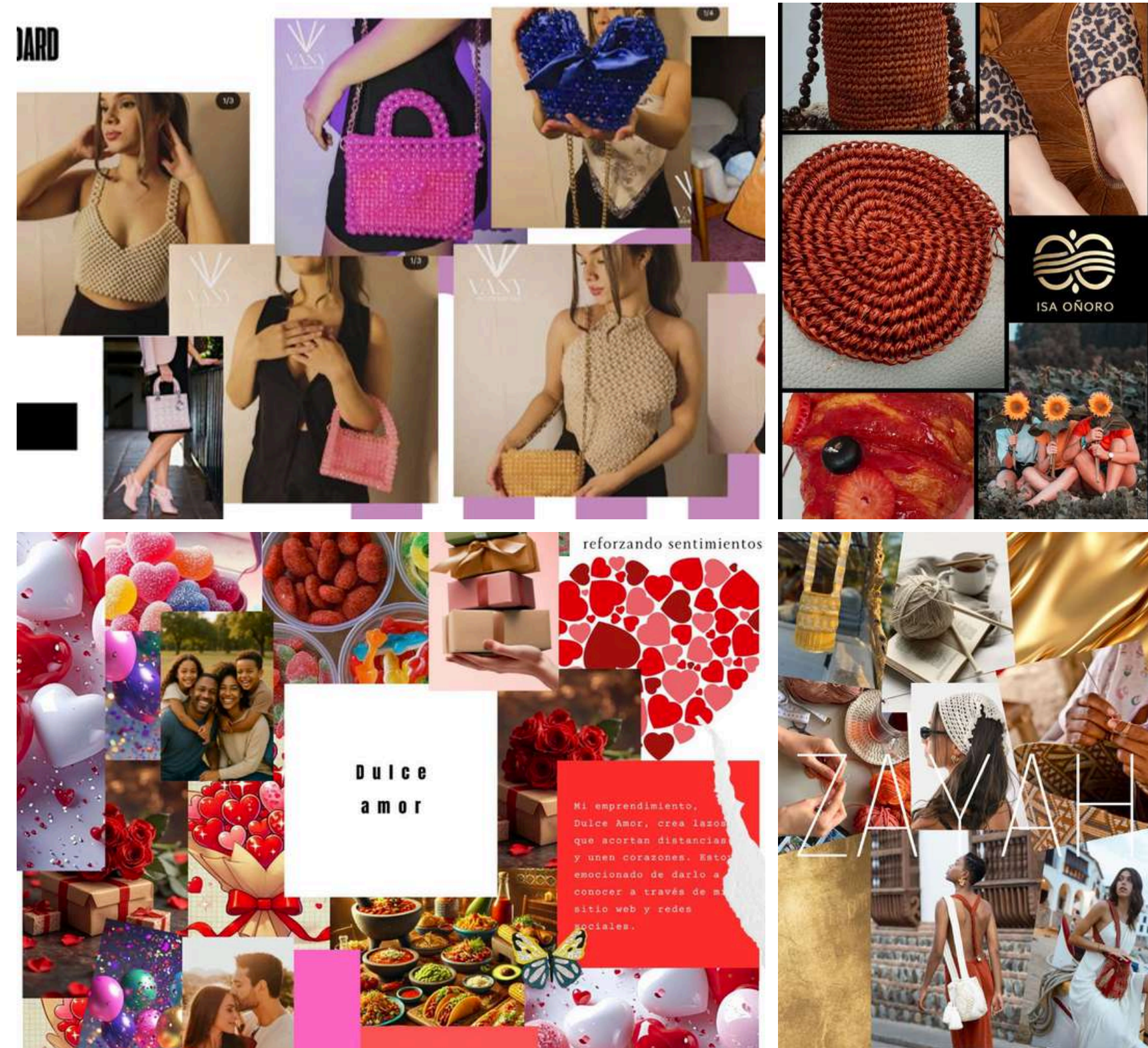
Validar la comprensión de los microempresarios sobre el uso del moodboard como herramienta visual para expresar la identidad de su marca, explorando colores, estilos, tipografías e imágenes que representen su negocio.

**Evidencia de la actividad:**

Aunque inicialmente la actividad estaba pensada para desarrollarse en la capacitación, se dejó como tarea individual. De los 8 participantes, 4 entregaron su moodboard aplicando lo aprendido, mostrando coherencia en la selección de recursos visuales alineados con la identidad de sus marcas.

**Tarea**

- Envía al grupo de WhatsApp 6-8 imágenes que representen tu estilo + 3-5 colores.
- Descarga la aplicación de "Canva" en tu celular.



## Comprobación – Información

### 3. Etapa #3: Estrategia y planificación de contenido

**Fecha: 17 Octubre 2025**

**Objetivo:**

Validar la comprensión de los microempresarios en la planificación estratégica de contenidos digitales, mediante el diligenciamiento de una plantilla que les permitió definir su objetivo, pilares de contenido, caption y fecha de publicación, complementando con la organización de un cronograma básico.

**Evidencia de la actividad:**

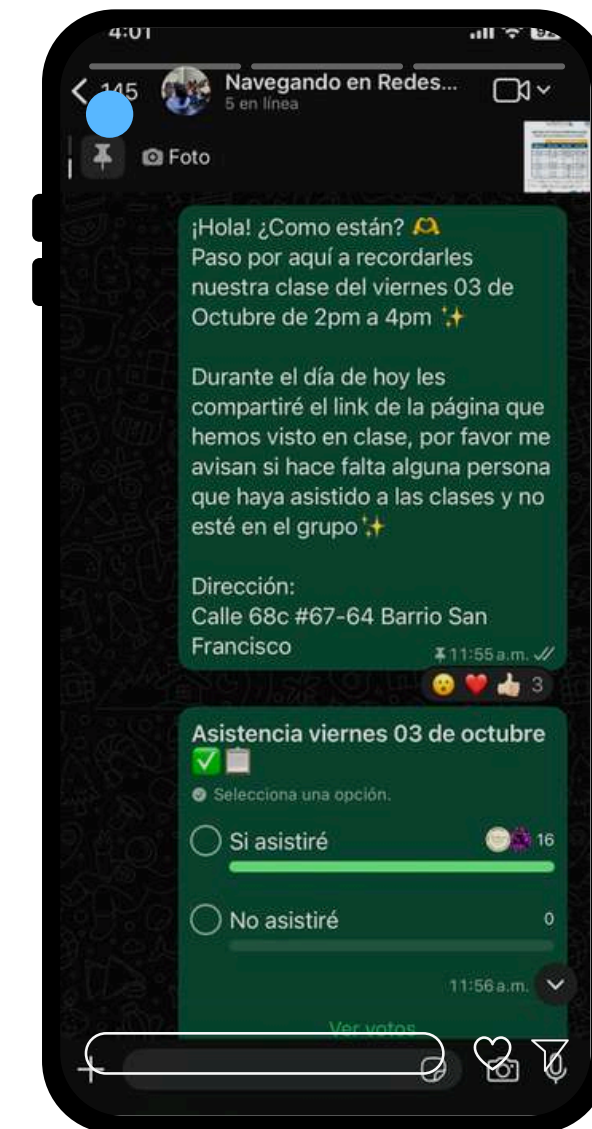
Cada participante, de manera individual, completó la plantilla estructurando su estrategia de contenido y el cronograma de publicaciones. Este ejercicio permitió comprobar su capacidad para planificar y organizar la comunicación digital de su negocio de forma clara y aplicada.

Participante	Cumplimiento de la plantilla	Puntuación Likert (1–5)	Observación
Irma Barranco	Plantilla completa + cronograma	5	Cumplió con todos los apartados.
Isabel Oñoro	Plantilla completa + cronograma	4	Ejercicio aplicado a su negocio, pero se demoró más de lo habitual.
Elisa Buelvas	Plantilla completa + cronograma	5	Coherencia y claridad en la propuesta.
Gloria Castro	Plantilla completa + cronograma	5	Muy buena organización.
Kelly Cantillo	Plantilla completa + cronograma	5	Trabajo completo y estructurado.
Maryuris Arvila	Plantilla completa + cronograma	5	Aplicación práctica lograda.
Monica Padilla	Plantilla completa + cronograma	5	Ejercicio bien elaborado.
Salvadora Laguna	Plantilla completa + cronograma	5	Demostró dominio y comprensión.

# Comprobación – Grupo WhatsApp

Matriz de efectividad – Grupo de WhatsApp			
Dimensión	Descripción	Evidencia	Nivel de efectividad
Acceso y participación	Todos los microempresarios lograron unirse y participar activamente en el grupo.	Registro de 16 participantes en encuestas y reacciones a mensajes.	Alta
Comunicación de asistencia	El grupo permitió confirmar asistencia mediante encuestas rápidas antes de cada sesión.	Encuesta del 03 de octubre: 16 respuestas, todas positivas.	Muy alta
Entrega de tareas y evidencias	Los participantes compartieron fotos y respuestas de las actividades solicitadas.	Envío de registros fotográficos al grupo después de cada tarea.	Alta
Claridad en la comunicación	Los mensajes enviados fueron breves, directos y acompañados de links. Los adultos mayores entendieron las instrucciones sin dificultad.	Ejemplo: envío de link a la landing con instrucciones claras (Etapa 2).	Alta
Acceso a recursos	El grupo funcionó como puente para distribuir links de la landing y materiales digitales.	Evidencia de link compartido y reacciones de confirmación.	Alta
Interacción asesor–microempresarios	Los asesores mantuvieron comunicación constante, resolvieron dudas y recordaron actividades.	Mensajes de recordatorio y retroalimentación en tiempo real.	Muy alta
Organización del proceso formativo	WhatsApp facilitó la coordinación logística (hora, lugar, materiales) y el acompañamiento entre sesiones.	Mensajes recordando fechas y compartiendo direcciones.	Alta

[LINK DOCUMENTO](#)



## Comprobación – Grupo WhatsApp



El grupo de WhatsApp se validó como un recurso altamente efectivo de comunicación. No solo permitió compartir enlaces y tareas, sino que también funcionó como canal de asistencia, coordinación logística y acompañamiento continuo. Su efectividad fue alta en todas las dimensiones y muy alta en interacción y confirmación de asistencia.

## Conclusiones



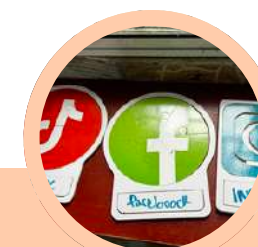
### 1. Landing Page

La landing page cumplió con su propósito de ser una guía clara y comprensible para adultos mayores entre 40 y 70 años. La navegación por categorías permitió que identificaran cada etapa sin confusión, aunque se identificaron áreas de mejora en la legibilidad (contraste y tipografía) y en la jerarquía de información. En términos generales, la landing fue percibida como limpia, organizada y funcional para el perfil de usuario, alcanzando un nivel alto de efectividad.



### 2. Recursos Digitales

Los recursos digitales (guías, formatos, iconografía y materiales de apoyo) fueron valorados positivamente en la encuesta, con promedios superiores a 4.5/5 en acceso, claridad, utilidad y aplicabilidad. Sin embargo, el análisis de clics mostró que los participantes priorizan recursos como Canva e Instagram, mientras que Google Business y TikTok tuvieron baja interacción. Esto confirma la pertinencia de los recursos, pero también señala la necesidad de reforzar las plataformas menos usadas para equilibrar el aprendizaje.



### 3. IdentiRed

Las dinámicas análogas (rompecabezas, mapa de propósitos, moodboard, plantillas de estrategia y cronograma) se validaron como ejercicios altamente efectivos para comprobar la comprensión. Los participantes lograron identificar correctamente redes, propósitos y formatos, además de aplicar lo aprendido en la práctica. No obstante, se observó menor participación en actividades autónomas (ejemplo: solo 4 de 8 entregaron el moodboard), lo que indica que se requiere fortalecer el compromiso en las tareas fuera de clase.



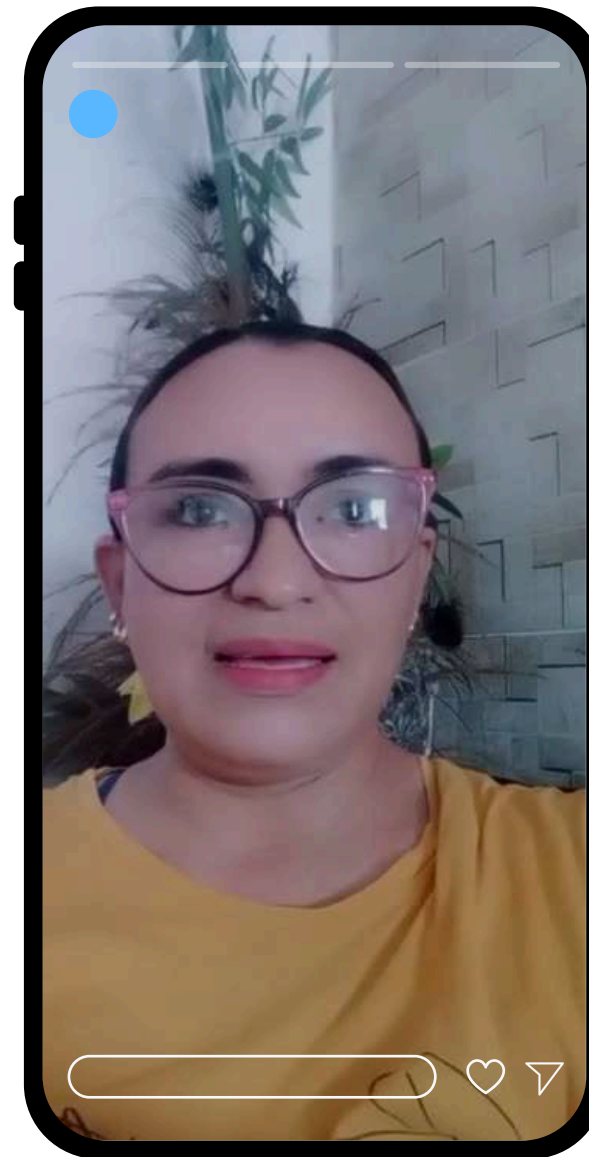
### 4. Grupo de WhatsApp

Canal clave de comunicación y acompañamiento. Fue efectivo para compartir recursos, coordinar sesiones, enviar tareas y aplicar encuestas de asistencia. La interacción entre asesores y microempresarios fue constante y positiva, validando su utilidad como puente entre lo presencial y lo digital. Su efectividad se calificó como muy alta, ya que garantizó la participación activa y la continuidad del proceso formativo.

## Conclusiones

Las fases de comprobación evidencian que la propuesta de Navegando en Redes logra su propósito como proceso de alfabetización digital básica en redes sociales para adultos mayores (40–70 años). Los participantes comprendieron los contenidos, aplicaron lo aprendido en actividades prácticas y se apropiaron de los recursos digitales más familiares. Existen oportunidades de mejora en legibilidad de la landing, reforzamiento de redes menos usadas (Google Business, TikTok) y seguimiento de tareas autónomas, pero en general las validaciones confirman un nivel de efectividad alto y consistente en la formación.

Esta propuesta no solo fortaleció habilidades digitales, sino también la confianza y la voz de los participantes. La experiencia se refleja en el testimonio de agradecimiento de una de las microempresarias, cuyo video simboliza el impacto de esta alfabetización digital: un aprendizaje que no se queda en lo técnico, sino que transforma la manera en que se relacionan con su comunidad y con su propio emprendimiento.

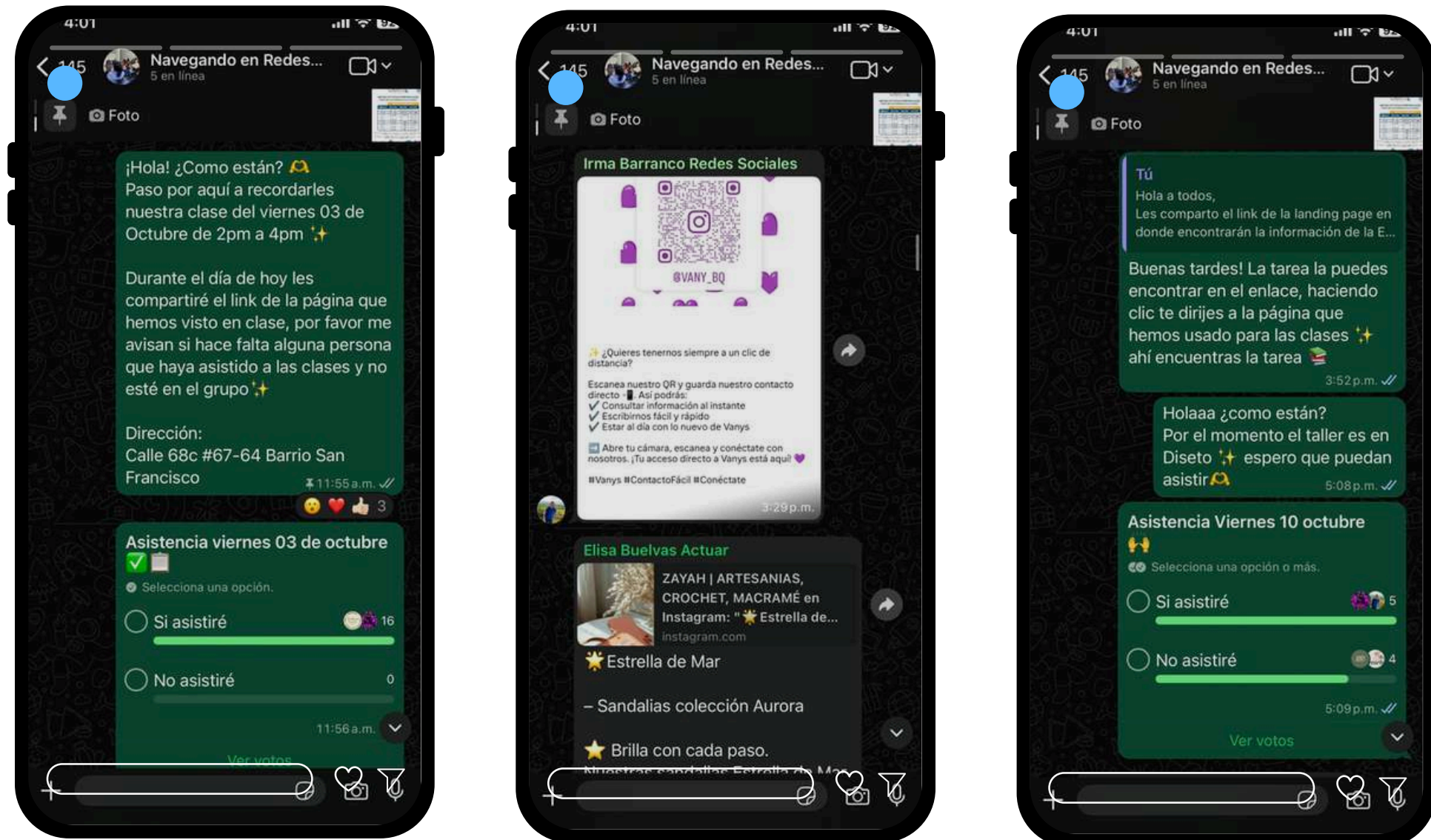


*Kelly Cantillo - Artesana de Soledad*

5

# Resultados

## Landing Page – Inicio Capacitación



El grupo de WhatsApp, ahora que las capacitaciones finalizaron, funciona como un pequeño banco de información donde los participantes pueden consultar recursos clave, incluido el enlace a la landing page.

Este espacio queda activo como soporte, permitiendo que los microempresarios accedan fácilmente al material cuando lo necesiten y continúen reforzando lo aprendido.

# Landing Page – Inicio Capacitación

Diseñada como puerta de entrada al sistema, organiza el contenido en pasos claros y accesibles.



La landing page fue ajustada a partir de las conclusiones obtenidas en las comprobaciones, incorporando mejoras en contraste, jerarquía tipográfica y claridad visual para garantizar una experiencia más accesible.

Estos ajustes responden directamente a las necesidades identificadas durante la validación, optimizando la navegación y facilitando que los microempresarios encuentren y comprendan la información de forma autónoma.

## Tipografía y Jerarquías

Títulos / encabezados principales: 24px

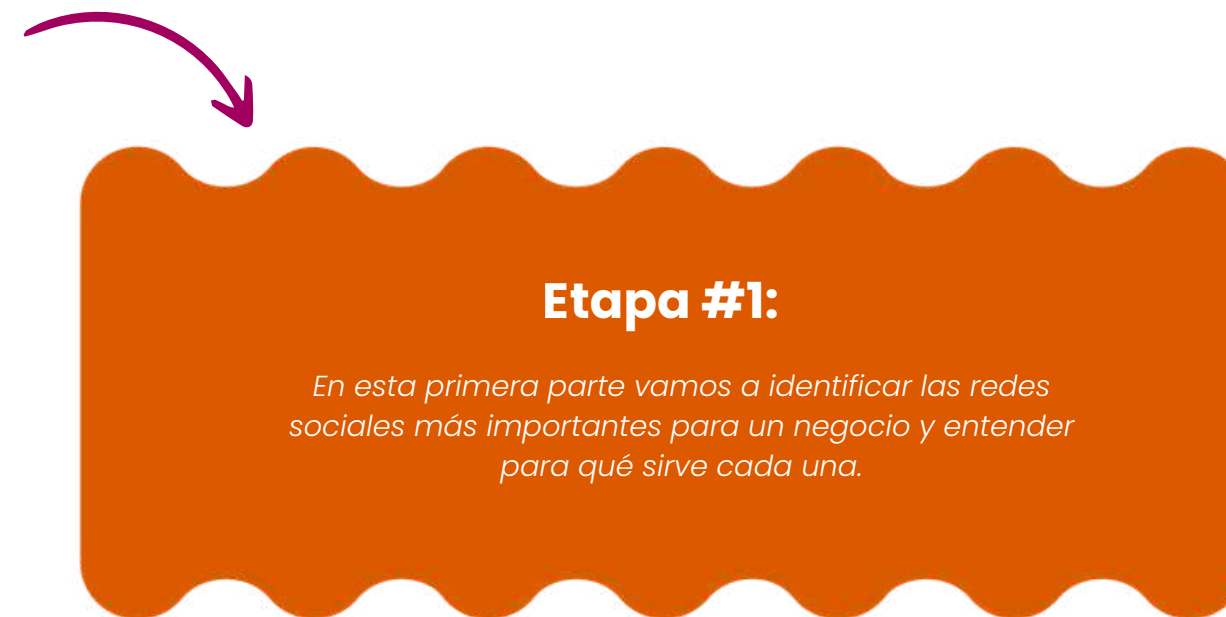
### Poppins extra / Poppins Bold

Subtítulos: 20px

### Poppins Medium

Texto Descriptivo: 16px

Poppins Regular / Poppins Thin



Para identificar cada etapa dentro del sistema, se utiliza un encabezado visual como este, que resume de manera sencilla el objetivo principal del momento formativo. Estos bloques funcionan como guías rápidas que orientan al participante, facilitan la navegación y permiten reconocer de inmediato qué se trabajará en cada parte del proceso.

# Etapa #1 – Reconocimiento



En la primera etapa incorporamos un empaque específico para la dinámica de IdentiRed. Este empaque organiza todos los materiales necesarios y reúne las instrucciones en un solo lugar, permitiendo que los participantes realicen la actividad de manera más ordenada, guiada y autónoma.



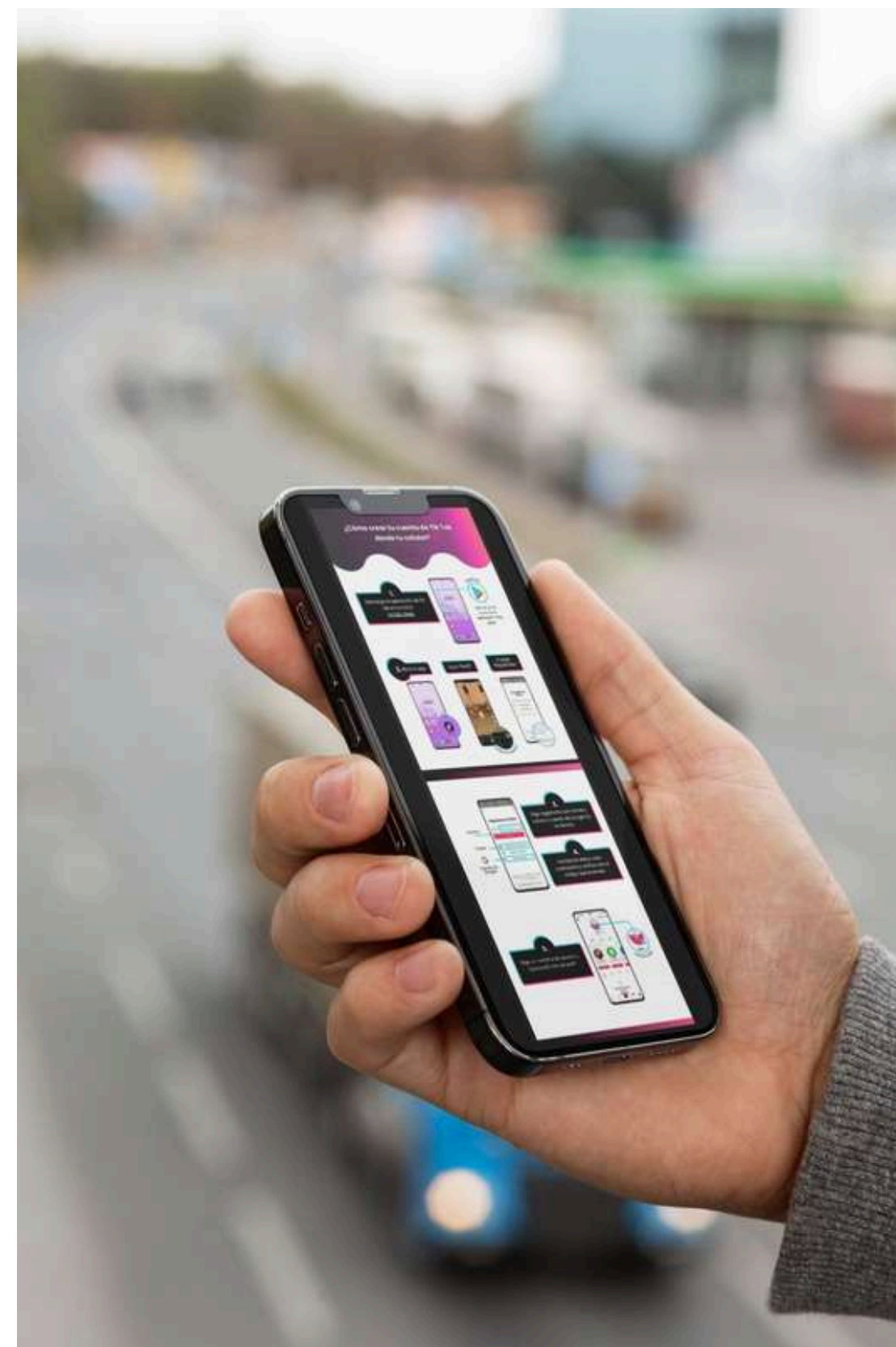
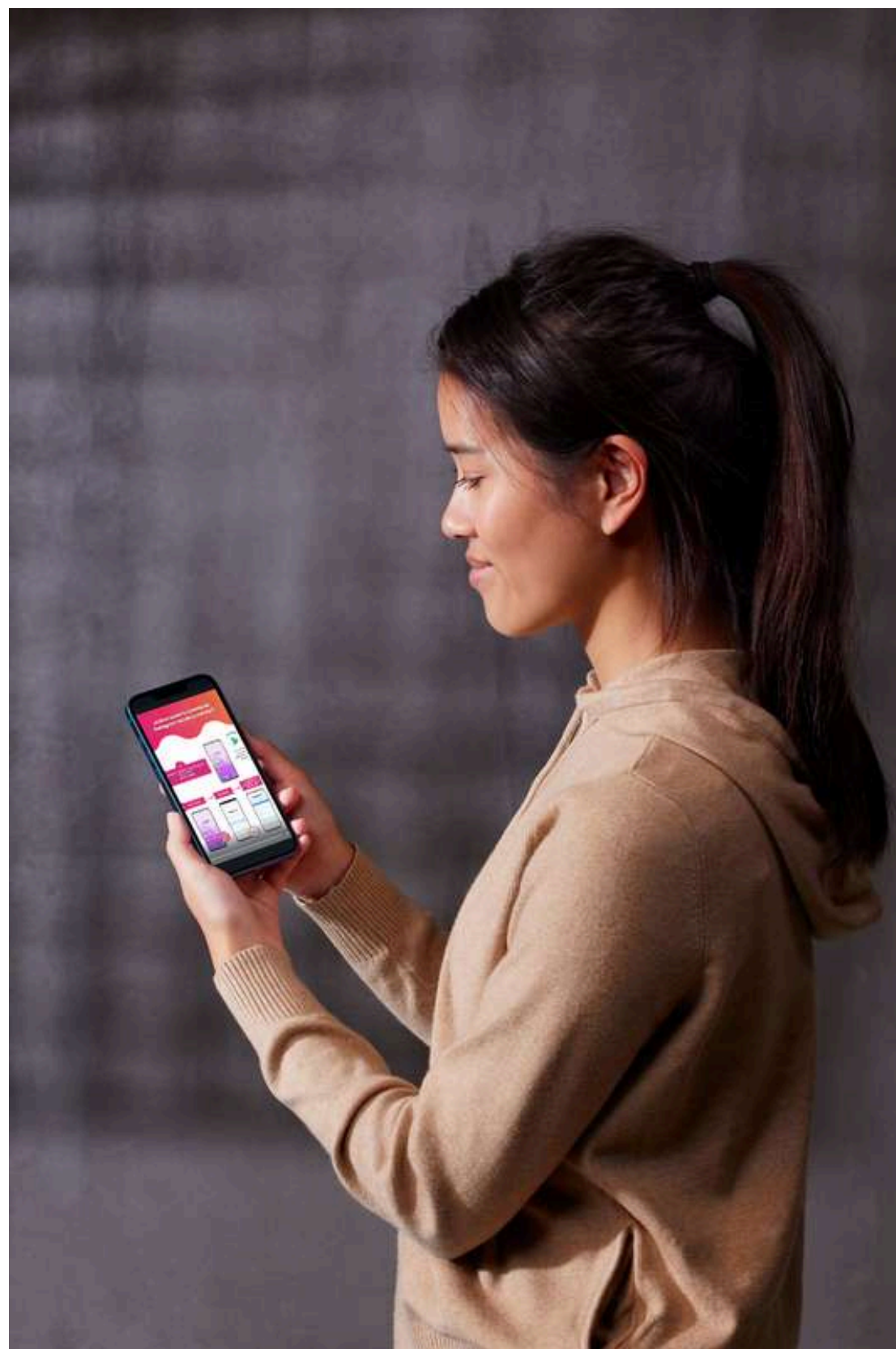
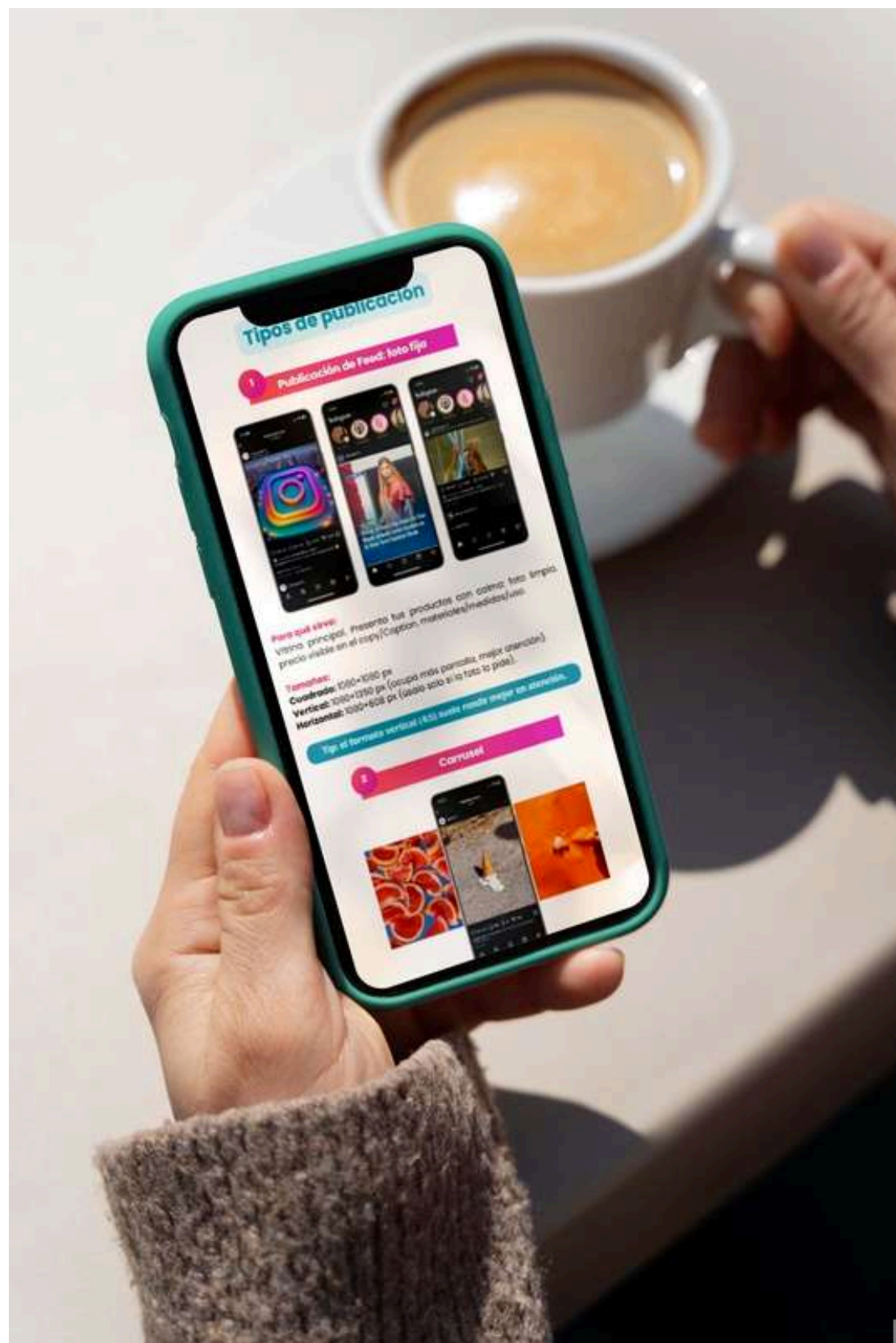
Se actualizaron los rompecabezas utilizando los colores oficiales de cada red social, asegurando que los participantes los reconozcan de inmediato. Esta decisión evita confusiones al momento de armar las piezas y fortalece la asociación visual correcta, facilitando que los microempresarios identifiquen cada plataforma sin dificultad.

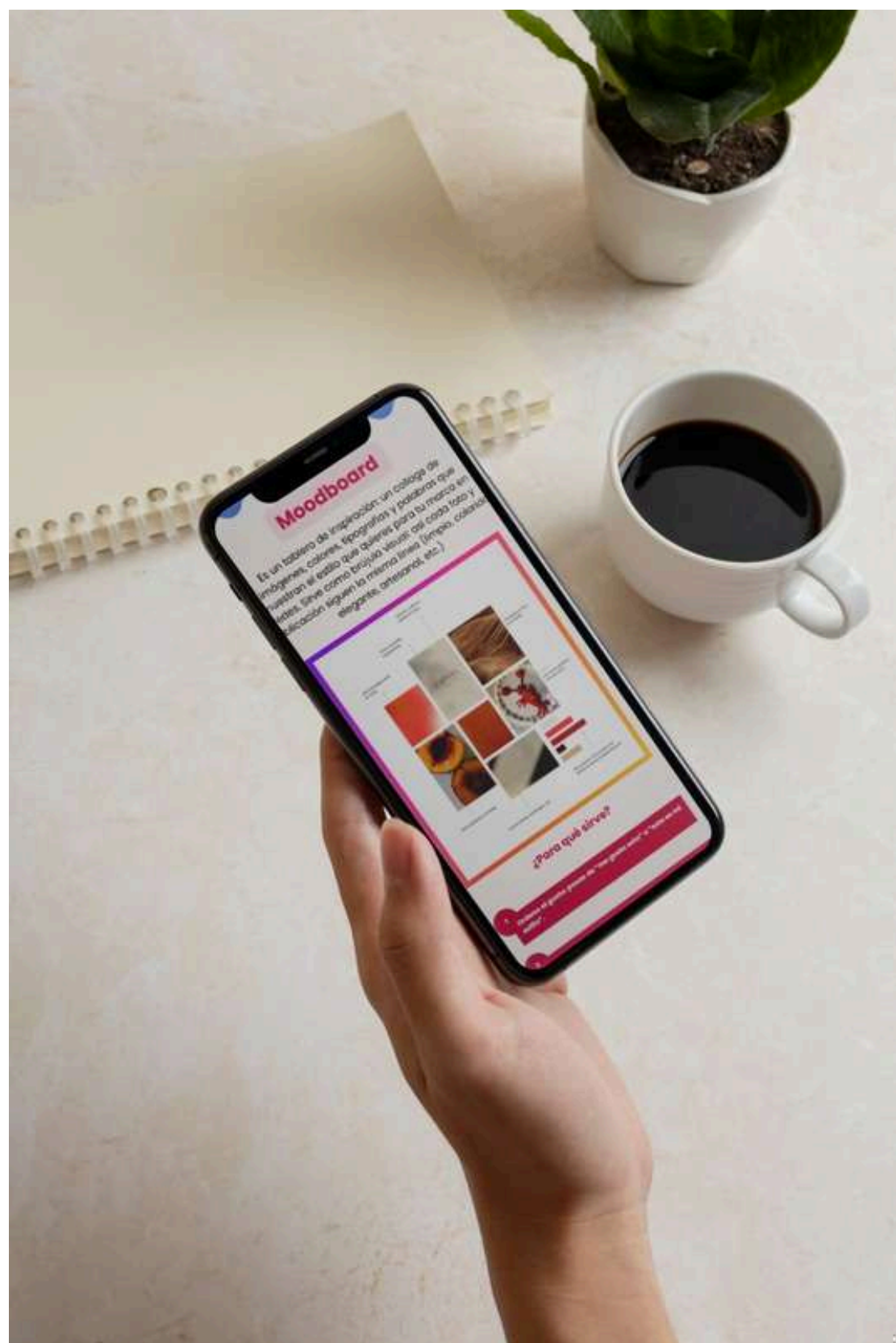
## Etapa #2- Interfaz de Uso



Impresas en papel fotográfico tamaño A4, con impresión de alta calidad para resaltar los colores y facilitar la identificación de cada red social.







6

# Reflexiones

## Reflexión

“Navegando en Redes” permitió reconocer que aprender sobre tecnología puede convertirse en un acto de confianza, acompañamiento y crecimiento colectivo. Más allá de enseñar a usar redes sociales, este proyecto abrió un espacio donde los microempresarios pudieron acercarse al entorno digital desde su propia experiencia, sin miedo, sin juicios y con la certeza de que cada pequeño avance representa una puerta nueva para sus negocios.

El proceso se construyó escuchando sus voces, comprendiendo sus ritmos y valorando sus historias. Cada actividad —desde los rompecabezas hasta la planeación de contenido— fue diseñada para sentirse cercana, práctica y respetuosa con sus formas de aprender. Ver cómo compartían, preguntaban, se reían y se atrevían a probar algo distinto confirmó la importancia de un diseño pensado para ellos y con ellos.

Las validaciones mostraron que cuando el aprendizaje es sencillo, guiado y construido desde la vida cotidiana, las personas ganan seguridad para seguir explorando. Instagram, Facebook o WhatsApp dejaron de ser herramientas ajenas para convertirse en aliados reales de sus emprendimientos. Y aunque aún existen retos, cada paso dado reflejó el deseo de crecer y la capacidad de adaptarse a un mundo donde lo digital es parte del día a día.

Este camino también deja una reflexión profunda: la tecnología no transforma por sí sola; son las personas, con su disposición y esfuerzo, quienes logran que cobre sentido. Por eso, cada mensaje enviado, cada publicación creada y cada conversación en el grupo de WhatsApp recuerda que la autonomía digital se cultiva con paciencia, acompañamiento y empatía.

En conjunto, este proyecto reafirma que el diseño social puede abrir oportunidades, fortalecer vínculos y sembrar confianza. Agradezco a cada microempresario por permitirme acompañar su proceso y por demostrar que, cuando el aprendizaje se comparte con humanidad, siempre termina dejando una huella.



***Cuando la tecnología se hace cercana, los sueños se hacen posibles.***

