



ESCUELA DE INGENIERIA CIENCIA Y TECNOLOGIA

MAESTRÍA EN GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA INFORMACIÓN E INNOVACIÓN
DIGITAL

DISEÑO UNA PLATAFORMA WEB PARA LA FORMACIÓN EN HABILIDADES
DIGITALES PARA MUJERES EMPRENDEDORAS EN CONDICION DE
VULNERABILIDAD

TRABAJO FINAL PARA LA ASIGNATURA “**FOUNDATION**” COMO BASE DE
PROYECTO DE GRADO

Tutor:

IRIS LETICIA FERNÁNDEZ MARÍN

Titulo a obtener: Magister en Gestión Estratégica de la información e innovación Digital

AUTORES

JUAN CAMILO GARCÍA FERNÁNDEZ

JAIVER DUVÁN BARBOSA PÉREZ

LEONARDO AVILA GARZÓN

NOVIEMBRE 25 DE 2023

Contenido

1. INTRODUCCION	3
Diagnóstico y Justificación	4
Definición del Problema.....	9
Problema	12
2. OBJETIVO.....	12
2.1. Solución	12
2.2. Focos	13
3. HITO 1: CARACTERIZACIÓN DE LAS USUARIAS Y COMPRESIÓN DE LAS NECESIDADES	14
3.1. Empatizar	14
3.2. Propuesta de Valor	17
4. HITO 2: DISEÑO DE PLATAFORMA WEB PARA LA FORMACIÓN EN HABILIDADES DIGITALES Y CAPTURA DE DATOS DE MUJERES EMPRENDEDORAS EN CONDICIÓN DE VULNERABILIDAD	21
4.1. Diseño de la plataforma.....	21
4.3. Captura de Datos	31
5. HITO 3: CONSTRUCCIÓN DE MÉTRICAS DE CUMPLIMIENTO ALINEADAS A LOS INDICADORES DE PLANEACIÓN DEL ENTE DEPARTAMENTAL	34
6. CONCLUSIONES	38
7. Bibliografía	39

1. INTRODUCCION

La rápida evolución de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha impactado profundamente la estructura social, económica y cultural de Colombia en las últimas décadas. Aspectos como la adopción masiva de internet y procesos de transformación digital en sectores clave como la educación, la salud y la economía, han significado una transición significativa hacia una sociedad conectada y digitalizada.

La evaluación del uso de las TIC, liderada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) desde 2007, ha sido fundamental para comprender cómo estas tecnologías se integran en la vida cotidiana de los colombianos y colombianas. Estos indicadores no solo reflejan el acceso a la tecnología, sino también su impacto en la economía, la equidad de género, la educación y la inclusión social.

Sin embargo, este progreso no ha sido uniforme en todas las regiones y sectores de la sociedad colombiana. Persisten brechas significativas que se producen en la conectividad y en la apropiación efectiva de las TIC, especialmente en mujeres del sector rural, generando una falta de oportunidades para poder progresar en el mundo digital 4.0. Por lo tanto, la brecha de género en el acceso y uso de la tecnología sigue siendo un desafío relevante que requiere estrategias específicas para promover la inclusión digital y la equidad en el país.

Este análisis sobre el cierre de las brechas de género en entornos digitales en Colombia aborda las disparidades existentes, destacando la necesidad imperante de crear proyectos educativos con enfoque de género, donde las políticas públicas y programas de desarrollo permitan cerrar estas brechas y mejorar la calidad de vida de mujeres en condición de vulnerabilidad, además de aprovechar plenamente el potencial transformador de las tecnologías en la sociedad colombiana, en especial aquellos entornos de emprendimiento en las regiones, los cuales se consolidan como pequeños motores que dinamizan las economías familiares.

Por lo anterior ante el objetivo de este proyecto es diseñar una ruta de formación y apropiación de habilidades digitales y toma de datos de usuarias, mediante la construcción de una plataforma web que oferte cursos en modalidad E-learning, ajustado y dirigido a las necesidades de las mujeres emprendedoras y en condición de vulnerabilidad presentes en las

regiones, para el presente caso de estudio, localizadas en el departamento del Tolima, en alianza con la Gobernación del Tolima. El diseño de la alternativa se construyó desde aproximaciones con diferentes metodologías como Scrum, Design Thinking y Jobs To be Done, teniendo en cuenta que la iniciativa estará marcada de manera importante por procesos de empatía hacia las usuarias con el fin de mejorar su experiencia con la plataforma y los procesos de apropiación del conocimiento.

El proyecto se compone de 3 pilares, primero; la caracterización de usuarios, segundo; el diseño de la plataforma web enfocado al usuario, y finalmente; la construcción de métricas de cumplimiento alineadas a los indicadores de planeación del ente departamental, este último foco representa una de las apuestas importantes de la propuesto valor, teniendo en cuenta que se realizó, la formulación de indicadores de largo aliento, con el propósito de medir los impactos reales de la habilidades digitales apropiadas en la calidad de vida de las mujeres y sus familias meses después de la finalización del curso. Creando así, una plataforma flexible para la recolección de información crucial en la toma de decisiones de los gobernantes para futuros proyectos de inversión asociados a la innovación social en un abanico de poblaciones vulnerables

Diagnóstico y Justificación

Cuando se habla de Brecha digital se entiende por ser la diferencia socioeconómica que existe las comunidades que tienen la accesibilidad a la tecnología de la información y de las comunicaciones con respecto de aquellas que no la poseen, además de tener en cuenta aquella capacidad de utilizar las TIC, considerando los distintos niveles de alfabetización y tecnología. (MinTIC, S.f.)

La evolución de la tecnología ha cambiado la forma de comunicarse y entregar servicios a los ciudadanos, esto creó la necesidad de que múltiples organizaciones del orden público y privado, se adapten y actualice para entregar productos y servicios de calidad a una sociedad de la información y el conocimiento.

Es así como se ha promovido la transformación digital de las Entidades, apalancadas en tecnologías de la información y como resultado de este proceso se tiene la necesidad de contar

con un recurso humano que aproveche e incorpore estas nuevas capacidades tecnológicas en el desarrollo de sus actividades económicas, laborales e incluso de bienestar social

Actualmente el 62% de la población en Colombia vive en lugares donde la penetración de Televisión, Internet y Telefonía es menor al 20%, por lo tanto, la implementación de proyectos para disminuir la brecha digital y ampliar la transferencia de conocimiento de las TIC, tienen como meta mejorar la calidad de vida de cada ciudadano, disminuir la pobreza y contribuir al desarrollo del país con la apropiación de las TIC.

A partir del análisis realizado por el DANE en el año 2021 respecto a la Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares – ENTIC Hogares, expuso que el dispositivo más utilizado para acceder y usar a internet fue el celular con un 43,9% seguido del computador portátil con 27.8% y con un tercer puesto el televisor inteligente (Smart TV) con un 22,8%, cifras que demuestra el gran avance del uso de los teléfonos inteligentes como dispositivo de comunicación.

Ahora, ¿En qué se utilizan los dispositivos para acceder a internet?; según el DANE, el celular inteligente es utilizado un (67,2%) para fines de entretenimiento, (20,7%) para trabajo y tan solo (12,1)% para fines educativos. Lo cual nos lleva a pensar, ¿en qué realmente se están utilizando los dispositivos a los que tenemos acceso los colombianos? y ¿Cómo estos pueden cerrar la brecha digital en el país?

Por otra parte, se dimensiona un segundo aspecto agravante de la brecha digital, y es la brecha de género, explicada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) como la muestra de la distancia entre mujeres y hombres respecto a un mismo indicador y a las oportunidades para acceder al control de recursos de tipo social, económico, políticos entre otros. (CEPAL, 2018)

En Colombia existen 22.6 millones de mujeres (CNPV, 2018), representando la mitad de la población, pero que en las condiciones actuales contribuyen por debajo de la mitad en la actividad económica debido a que, de manera estructural, sus oportunidades se ven limitadas. Según un estudio realizado por la fundación 'Women's Rights Online', se reveló que en Colombia hay una brecha de 'conectividad significativa' del 17%. El informe también evidenció que el 22% de las mujeres que viven en territorios rurales no tienen un fácil acceso

al servicio de internet y el 45% de las mujeres encuestadas no usan el servicio porque no saben cómo hacerlo.

En relación con la dimensión económicas de las mujeres, La CEPAL, en su publicación Panorama Social de América Latina , ha presentado evidencia sobre los efectos positivos de incrementar la participación económica de las mujeres. Las distintas estimaciones apoyan el argumento de que igualar a mujeres y hombres, lejos de sacrificar el dinamismo y el crecimiento económico, es un requisito para su eficiencia. El mismo estudio indica que el avance se debe principalmente a algunos factores como: mayores niveles educativos, mayores niveles de ingreso y acceso a tecnologías que reducen el tiempo necesario para llevar a cabo tareas domésticas

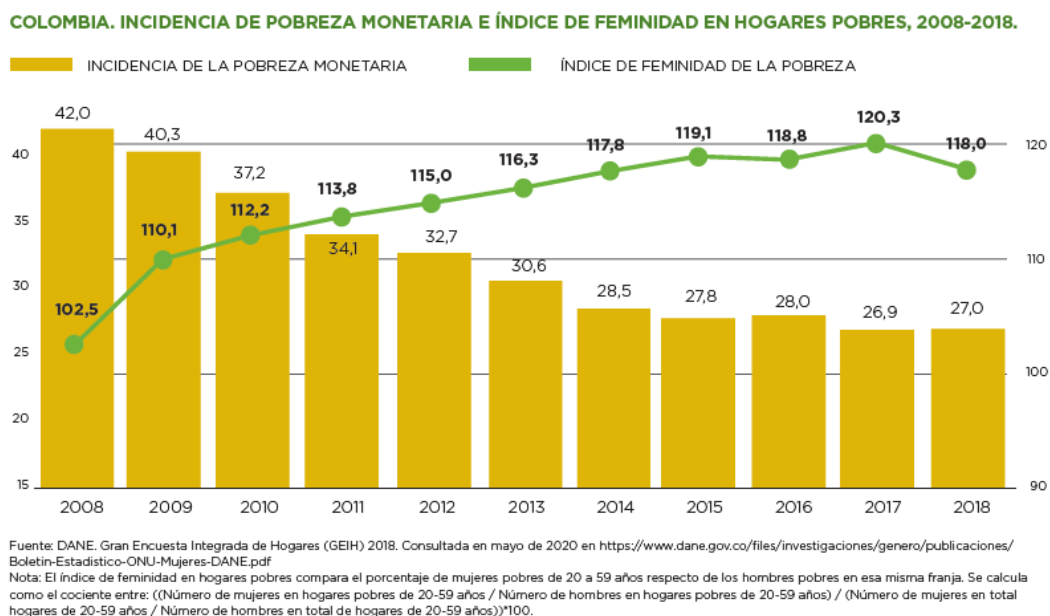
Según un informe de la OIT, el nivel de escolaridad de las mujeres es un pilar determinante en la tasa global de participación laboral de las mujeres, aquellas con escolaridad alta ronda entre el 80% y el 90%; lo que contrasta, notablemente, con la tasa de participación de las mujeres con un nivel educativo bajo (45%), una brecha considerable de casi el doble. Una tendencia que se confirma para el territorio colombiano según la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH) 2018, en donde un tan solo un 37% de mujeres con básica secundaria acceden al mercado laboral.

Si se revisa con detenimiento, las áreas de desempeño de las mujeres, rápidamente se encuentra un patrón con sesgo de género. En general, tienen una baja participación laboral y académica en los campos de la ciencia, la tecnología y la ingeniería. Lo anterior explicado por componentes familiares como las creencias y expectativas de los padres, así como su nivel educativo. Adicionalmente, deben enfrentar el reto que supone conciliar las responsabilidades del hogar y de cuidados que recaen en ellas, con las obligaciones que conlleva un empleo.

Por lo anterior, es necesario reconocer la importancia de la autonomía económica de las mujeres, en donde la CEPAL la define como, la suma de condiciones que les garantiza la percepción de ingresos para superar la pobreza y disponer de su tiempo libremente para capacitarse, acceder al mercado laboral, desarrollarse profesional y personalmente, participar de manera activa de la vida social y política, y dedicarse a sus seres queridos sin que ello se transforme en una barrera para el logro de sus propias aspiraciones (CEPAL, 2016)

En Colombia, la probabilidad de no contar con un sustento económico propio de las mujeres (27,5%) es casi tres veces mayor que la de los hombres (10,2%). Esta diferencia se agrava en el ámbito rural, donde la probabilidad de una mujer de estar en esta condición es cinco veces mayor a la de un hombre (35,9% y 7,8%, respectivamente) (DANE y ONU, 2020). En ese sentido y en una búsqueda por generar ingresos adicionales al hogar desarrollan emprendimientos a partir de sus saberes, sin embargo, el desconocimiento de habilidades digitales imposibilita la transformación innovadora de sus productos o servicios, situándose en una posición de desventaja, al respecto, el DANE, calcula un índice de feminidad de la pobreza, el cual permite constatar las desventajas a las que se enfrentan las mujeres. En 2018, el porcentaje de mujeres pobres era un 18% superior al de los hombres pobres, lo que indica la sobrerrepresentación de las mujeres en los hogares pobres.

Imagen 1. Incidencia pobreza monetaria e índice de feminidad en hogares pobres 2008-2018



Fuente: DANE, 2018. Gran Encuesta Integrada de Hogares

Como se evidencia en la gráfica el índice de feminidad de pobreza tiene una tendencia creciente desde el 2008, en contraste con la incidencia a la baja del mismo indicador. Lo cual

indica que los esfuerzos tanto gubernamentales como privados, que han buscado combatir la pobreza en el país, no han tenido un impacto equitativo en cuestiones de género. Por el contrario, han beneficiado mayoritariamente a los hombres.

En coherencia con los anteriores argumentos, se hace fundamental la generación de estrategias de desarrollo económico y social diseñadas con enfoque diferencial, en donde los conocimientos y la formación del ser humano con enfoques innovadores, sean la base para la construcción de nuevas oportunidades para todos.

En ese mismo sentido, se afirma que la educación es un elemento constitutivo del desarrollo humano, social y económico y, al mismo tiempo, un instrumento fundamental para la construcción de equidad social, entendida como la igualdad de oportunidades reales de las personas. Ahora, en contexto con la revolución 4.0, la formación en competencias digitales se vuelve vital para garantizar esa promesa de desarrollo social, no obstante, esta educación digital avanza de manera muy veloz para algunos sectores sociales mientras que se aleja cada vez más para otros más vulnerables, especialmente para las mujeres.

En la última década se han dado avances importantes en términos de igualdad de género, sin embargo, aún persisten enormes desafíos y brechas en múltiples áreas. Por ejemplo, en el sector digital y según la profesora Sandra Ortiz, investigadora del Departamento de Derecho de las Telecomunicaciones del Externado, las mujeres compiten en desventaja en la sociedad de la Información, en la cual, el acceso a la tecnología, el desarrollo de habilidades para obtener de esta el mejor provecho y la participación en el diseño de propuestas de TIC, resulta crucial para, al menos, reducir los abismos que hoy separan a ambos géneros.

Según estadísticas de la Cámara de Comercio de Bogotá, el emprendimiento se ha convertido en un vehículo para que las mujeres alcancen su independencia económica y ocupen posiciones de liderazgo. Por otro lado, la Cámara de Comercio de Ibagué, realizó en el año 2018, un diagnóstico del estado de madurez digital de las MIPYMES de la región en 806 empresas en donde se evidencia que las empresas del Tolima poseen un rezago importante en procesos de transformación digital, por lo tanto, acelerar este proceso tecnológico se convierte en una apuesta de competitividad para una región que ocupa el puesto 16 en el Índice Departamental de Competitividad (Consejo Privado de competitividad, 2019). Ahora, la Cámara de Comercio de Ibagué también revela que de las 24.831 empresas registradas

como personas naturales en la jurisdicción del ente cameral a corte 31 de diciembre de 2022, el 52,24% fueron creadas por mujeres, las cuales son clave para la dinamización económica del departamento.

Para contribuir con el cierre de la brecha digital de género en el Tolima, la secretaría de la mujer y la secretaría de planeación y TIC departamental han realizado esfuerzos por formular y ejecutar proyectos, la primera tiene como objetivos fundamental empoderar y formar a las mujeres, y la segunda, tiene como una de sus misiones, sensibilizar y formar ciudadanos en el buen uso de herramientas tecnológicas, sin embargo estos esfuerzos se hacen de manera desarticulada entre ambas secretarías (entre otras entidades territoriales), notándose además, estrategias sin un enfoque de diferencial ajustado a las necesidades de las mujeres emprendedoras o cabezas de familia en condición de vulnerabilidad.

Un factor importante es la ausencia de programas sociales de largo aliento que realicen un seguimiento acucioso de los impactos sociales generados en las beneficiarias alcanzadas, pues las estrategias se limitan a las entregas mediáticas o instrumentales de herramientas o servicios de transformación digital con el fin de cumplir metas internas y externas de gestión institucional mas no de desarrollo integral del ser humano, esta situación se repite tanto para la Gobernación del Tolima como para otras instituciones encargadas del desarrollo territorial, tales como la Alcaldía Municipal, Cámaras de comercio y Universidades

El desafío es evidente, sin embargo, para lograr equidad, no es suficiente garantizar el acceso a internet o a dispositivos móviles, se requiere enfocar esfuerzos en la transferencia de conocimientos en habilidades digitales y su apropiación, es decir encontrar propósitos útiles y productivos a la conectividad, específicamente, para las mujeres vulnerables, que les permitan aprender y desarrollar proyectos de vida dignos mediante sus emprendimientos.

Definición del Problema

Una vez analizado el diagnostico anteriormente descrito, se inició la definición de la problemática mediante la construcción del lienzo de problema, abordando el contexto de los usuarios y su realidad desde una visión sistémica.

Como primer paso se realizó un esfuerzo importante por comprender los hechos, actores, oportunidades y retos inherentes a la formación y apropiación de habilidades digitales en mujeres emprendedoras en condición de vulnerabilidad, priorizando las variables que estas mismas usuarias experimentaban en su día a día, complementando este contexto con la percepción de los tomadores de decisión frente a los programas de desarrollo territorial en el departamento del Tolima, por supuesto relacionados a la generación de oportunidades, cierre de brechas digitales y de género mediante las tecnologías de la información y apropiación de conocimientos de la industria 4.0. A, continuación se enlistan los componentes que dan origen al lienzo del problema y finalmente a la delimitación del problema:

Ventana de Oportunidad

- Altos números de emprendimientos de mujeres susceptibles a ser apoyados como posibles motores de crecimiento económico y social en los territorios
- Gran cantidad de herramientas digitales disponibles para potenciar modelos de negocio y pensamiento tecnológico transformacional
- Inicio de estructuración de los planes de desarrollo departamentales (2024-2027)

Disparadores

- Demanda de formaciones en habilidades digitales en aumento
- Falta de talento humano capacitado en apropiación de las TIC
- Programas de formación digital instrumentales y mediáticos

Clientes

- ONG y organización que protejan los derechos de la mujer
- Entes gubernamentales (Alcaldías, Gobernaciones, Ministerios y entes descentralizados)
- Profesionales y Facilitadores del sector educativo
- Las empresas y organizaciones que buscan fomentar la igualdad de género y la diversidad en el lugar de trabajo

- Emprendedoras en condición de vulnerabilidad con mínimas nociones de navegación en una herramienta tic o con una inmersión digital básica

Impactos

- Disminución de la productividad de una sociedad o unidad organizacional por ausencia de habilidades digitales
- Aumento de las barreras digitales que impiden el desarrollo social equitativo en el marco de una transformación digital mundial
- Pérdida de confianza en los gobernantes que escogieron al no encontrar un apoyo efectivo hacia su necesidad de emprender
- Aumento de los índices de criminalidad, como respuesta de mujeres vulnerables ante la falta de oportunidades para mantener a sus familias y suplir sus necesidades básicas

Alternativas

- Plataformas de capacitación y apropiación de buen uso de las TIC y habilidades digitales
- Convocatorias gubernamentales que buscan apoyar emprendedoras mediante programas de formación y capital semilla.
- Mentorías digitales personalizadas

Oportunidad

- Implementar estrategias de transformación digital con enfoque de mujer
- Implementar metodologías ágiles para potenciar el pensamiento innovador digital
- Utilización estratégica de los datos para diseños de productos enfocados a necesidades específicas y toma de decisiones por parte de autoridades gubernamentales

Defectos de las alternativas

- Programas de formación digital genéricos sin enfoque diferencial que permitan la apropiación un pensamiento transformador acorde a sus realidades y necesidades como emprendedoras.
- Deficiente articulación de la capacidad operativa y capital semilla de mujeres emprendedoras con habilidades digitales para potenciar su modelo de negocio
- Programas con números de beneficiarios reducidos y alcances cortos por la disponibilidad de recursos y altos costos de profesionales

Véase: Anexo 1. Lienzo del Problema

Entendiendo todas las dimensiones anteriormente descritas se logro llegar a la siguiente estructuración de la problemática a abordar a lo largo del proyecto:

Problema

Ausencia de estrategias y metodologías de formación para la apropiación de habilidades digitales diseñadas para mujeres vulnerables, que les permitan potenciar sus modelos de negocio en el contexto de la revolución 4.0

2. OBJETIVO

La problemática anteriormente delimitada fue la base para construir el punto de vista o solución ideal a desarrollar en este proyecto, la cual toma la siguiente forma:

2.1. Solución

Diseño de una plataforma web para la formación de habilidades digitales y toma de datos, dirigido a mujeres vulnerables del departamento del Tolima que les permita potenciar sus modelos de negocio o emprendimiento en la industria 4.0.

Para el desarrollo de la solución y mediante la implementación de metodologías Scrum se establecieron tres hitos de trabajo, los cuales representan los ejes de fundamentales de la

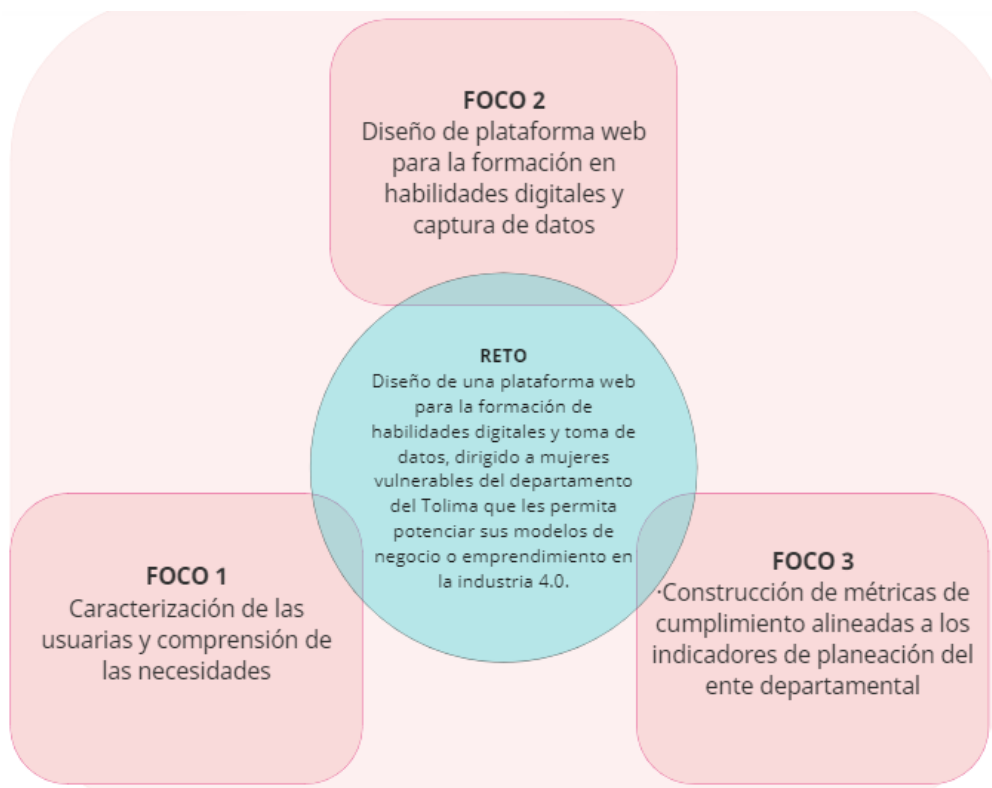
propuesta y que permitirán la entrega de valor de manera incremental conforme se afinan cada uno de ellos.

2.2. Focos

- **Caracterización de las usuarias y comprensión de las necesidades:** Es de vital importancia para el ente gubernamental delimitar las características sociales, demográficas y culturales de la población beneficiaria de cualquier inversión pública, con el fin de evidenciar el cumplimiento de las metas de plan de gobierno establecidas al inicio de su administración y adicionalmente esta toma de información será crucial para levantar las líneas base de las métricas de satisfacción, apropiación del conocimiento e impacto social de este proyecto (las cuales se explicarán más adelante).
- **Diseño de plataforma web para la formación en habilidades digitales y captura de datos de mujeres emprendedoras en condición de vulnerabilidad:** Los cursos de formación serán diseñados a partir de la caracterización previa con el fin de entregar una propuesta de valor pertinente a la realidad de las mujeres, enfocada a las necesidades de las usuarias y basado en los datos recolectados. En esta fase se realizará una curaduría de la información disponible en fuentes confiables sobre los dos programas de formación priorizados, los cuales son Alfabetización digital para mujeres y Fundamentos del marketing digital para emprendedoras. El propósito es que la plataforma logre ser accesible en cualquier momento y desde cualquier lugar. implementando herramientas pedagógicas como videos, textos, tutoriales y audios, en modalidad asincrónica, de tal forma que les permita a las usuarias acceder y correr los módulos de aprendizaje, acorde a sus disponibilidades de tiempo desde cualquier lugar con conectividad.
- **Construcción de métricas de cumplimiento alineadas a los indicadores de planeación del ente departamental:** Se diseñarán las métricas alineadas a los indicadores de planeación del ente departamental (Plan de desarrollo en este caso) con el fin contribuir a los intereses del cliente directo. Otro segmento de las métricas estará enfocado en medir los resultados de la apropiación del conocimiento en habilidades digitales en el corto plazo y por último, se busca medir el impacto socioeconómico del proyecto en la calidad de

vida de las beneficiarias a largo plazo, con el fin de que los gobernantes tengan un insumo real y cuantificable para la toma de decisiones en futuros proyectos de inversión.

Imagen 2. Reto y foco del problema



3. HITO 1: CARACTERIZACIÓN DE LAS USUARIAS Y COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES

3.1. Empatizar

La primera fase es la de empatizar para caracterizar, y como primera consideración es importante resaltar que se planeó una caracterización integral desde ambas puntas de la problemática, en donde se buscó conocer a fondo tanto a los clientes directos, que son los tomadores de decisiones de la gobernación del Tolima, (secretarios y directores), como a las usuarias (mujeres emprendedoras en condición de vulnerabilidad del departamento del Tolima), que finalmente son para quien se diseñara la plataforma y son ellas determinaran si las funcionalidades y navegabilidad se ajustan a sus necesidades de tal forma que el ente

gubernamental logre el impacto deseado en la transformación digital de ellas y finalmente en la mejora de su calidad de vida.

Esto nos permitió comprender de manera objetiva y clara la dinámica de la problemática entre los diferentes actores, a la par que nuestros usuarios se familiarizan y comprenden el objetivo del proyecto. Este proceso empático se realizó mediante entrevistas uno a uno de forma presencial, con el fin de lograr percibir las emociones de los usuarios de una manera cercana y clara.

Véase Anexo 2, Modelo de entrevista fase de empatía.


A continuación, describimos el grupo focal definido para el desarrollo del proyecto

- ✓ Clientes: Dos secretarios de despacho de la Gobernación del Tolima y que las personas competentes y que lideran las apuestas departamentales en los sectores de transformación digital y desarrollo de la mujer, específicamente fueron: La Secretaria de la Mujer y El secretario de Planeación y TIC
- ✓ Mujeres: 5 mujeres emprendedoras ubicadas en el departamento del Tolima que van desde los 25 hasta los 50 años, las cuales fueron seleccionadas por haber tenido algún contacto con proyectos de inversión social provenientes del sector público. Teniendo en cuenta que se identificó que las retroalimentaciones eran muchos más enriquecedoras, debido a que las mujeres realizaban un rápido comparativo mental entre la propuesta presentada en este proyecto y otras iniciativas gubernamentales que ya conocían previamente.

Una vez definido el grupo focal se emplearon las técnicas de Buyer Persona y Mapa de empatía, generando un entendimiento mucho más real de clientes y usuarios, e identificando las necesidades con un mayor peso en sus experiencias asociadas a la problemática inicial

Imagen 3. Buyer Persona Secretario Planeación y Tic

NUESTRO CLIENTE



Juan Pablo Garcia
Secretario de planeación y TIC

encargado de liderar los procesos de apropiación digital en el territorio y realizar el seguimiento a las metas del plan de desarrollo

Biografía

Economista y especialista en gerencia de proyectos de la Universidad del Tolima. Igualmente es especialista en evaluación y desarrollo de proyectos de la Universidad del Rosario y magister en gerencia del desarrollo de la Universidad Externado de Colombia

¿Qué piensa y hace?

- + decidir cuales seran las alternativas que disminuyan la brecha digital y de conectividad en el departamento, alineado a las necesidades de los ciudadanos
- Trabajo**
- + Disfruta ejecutar programas que signifiquen el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos en condición de vulnerabilidad mediante proyectos que generen transformación digital
- Sentimientos**

Dolores

- + Las estrategias de apropiación digital no tienen el alcance e impacto esperado por la gran diversidad de segmentos y líneas base de formación de los ciudadanos
- + Limitaciones en la conectividad de las zonas rurales para implementar procesos de alfabetización e inclusión digital
- + Ineficiencia de los proyectos ejecutados en la gobernación frente al cumplimiento de metas e indicadores en el plan de desarrollo

Objetivos

- encontrar alternativas innovadoras para lograr una apropiación de habilidades digitales
- Garantizar el cumplimiento del plan de desarrollo territorial
- Liderar procesos de formación TIC

Demograficos

+ 41 años	+ Tomador de decision
+ Planeador	+ Tolima

Imagen 4. Buyer Persona Secretaria Mujer

NUESTRO CLIENTE



Janeth Sabogal
Secretaria de la Mujer

encargada de liderar los procesos de empoderamiento de la mujer en el territorio y su reivindicación de derechos.

Biografía

Es egresada de la Fundación Universidad Central, contadora pública, especialista en Gestión Financiera Pública de la Universidad Externado de Colombia, con una amplia experiencia laboral liderando procesos en el sector público y privado.

¿Qué piensa y hace?

- + Decidir cuales seran las alternativas que me permitan disminuir a la brecha de genero y mejorar la calidad de vida de las mujeres
- Trabajo**
- + Disfruta compartir directamente con las mujeres, escuchar, sus historias de vida como puntos de encuentro para construir soluciones de manera colectiva
- Sentimientos**

Dolores

- + Ausencia de una estrategia que apalanque la apropiación del conocimiento para mujeres emprendedoras desde la SMT
- + No diseñar un solución que mantenga el interes de las mujeres emprendedoras y que a su vez cumpla sus expectativas de cara a la conocimiento digital.

Objetivos

- Mejorar calidad de vida de las mujeres
- Estructurar procesos de formación
- Promover emprendimientos con enfoque de mujer
- Proteger e impulsar a las mujeres

Demograficos

+ 45 años	+ Tomador de decision
+ Ejecutora	+ Tolima

Véase Anexo 3, Mapa de empatía Cliente (secretaria de la Mujer)

Véase Anexo 4, Mapa de empatía Usuaría (Mujer emprendedora)

Una vez analizadas las entrevistas y procesado los mapas de empatía correspondientes a clientes y usuarios, se encontraron patrones de comportamientos, motivaciones y dolores, de la siguiente forma:

- ✓ Clientes (Secretarios): Sus dos satisfacciones y motivaciones mas grandes son la de liderar procesos que impacten de manera positiva en la calidad de vida de los ciudadanos a la par de recibir el reconocimiento por su gestión frente al gobernador electo y la ciudadanía en general. Adicionalmente priorizan la importancia de la formación de habilidades digitales como ventanas de oportunidades a poblaciones vulnerables como las mujeres y reconocen la ausencia de estrategias gubernamentales con enfoque de género para promover esta apropiación de conocimiento digitales.

- ✓ Usuarios (Emprendedoras): Se caracterizan por la perseverancia y el enorme valor que le dan a la familia, siendo su principal motivación para casi todas sus acciones. Se observa que los emprendimientos (generalmente asociados al sector belleza, accesorios y alimentos) son fuentes de ingresos adicionales a su trabajo principal bien sea remunerado o no (tareas del cuidado), sin embargo uno de sus sueños es dedicarse de tiempo completo a su emprendimiento de tal forma que le permita suplir sus necesidades y la de sus familias con un margen de utilidad, reconociendo múltiples barreras que les impide llegar a ese punto de independencia económica, como por ejemplo la carencia de habilidades digitales útiles en el mercado (marketing digital, creación de contenido, inteligencia artificial, dominio de dispositivos digitales, etc), sintiéndose rezagadas en la carrera de la revolución 4.0 algunas. Otro factor interesante en común fue la relevancia de las redes de apoyo entre mujeres e historias de éxito que las inspiran a seguir adelante en su camino como emprendedoras y de empoderamiento femenino. Las técnicas para fortalecer su autoconfianza son fundamentales en una estrategia dirigida a esta población.

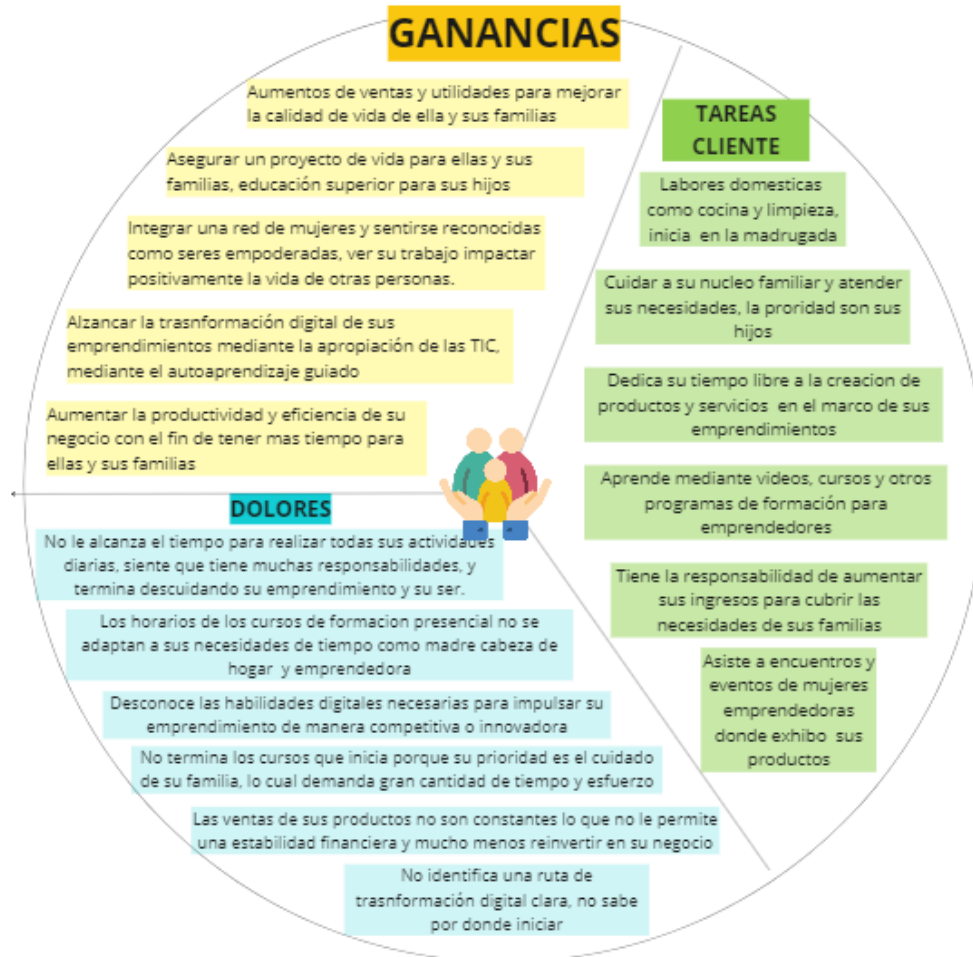
3.2. Propuesta de Valor

En el marco de la metodología Jobs to be done, se concentraron los comportamientos y patrones identificados desde los mapas de empatía en un canva de valor de la siguiente manera:

Imagen 5. Canvas de valor: zona de observación de clientes – perfil de tomador de decisión



Imagen 6. Canvas de valor: zona de observación de Usuarias – perfil de consumidor



Otro resultado de esta caracterización empática fue determinar dos arquetipos de posibles usuarias como centro del desarrollo de la solución digital

El primero corresponde a mujeres jóvenes de aproximadamente 20 a 35 años, las cuales identificaremos ahora en adelante como **Curiosas de la conectividad** y se caracterizan porque tienen nociones de algunas habilidades digitales, principalmente las redes sociales y conocen los principios de uso de los dispositivos como celulares y Tablet, aunque tienen algunos problemas para aplicarlos a sus labores diarias, saben desenvolverse medianamente en el medio por lo tanto se les clasifica como un nivel intermedio de competencias digitales

El segundo corresponde a mujeres maduras de aproximadamente 35 a 50 años, las cuales identificaremos ahora en adelante como **Exploradoras digitales** y se caracterizan por desconocer casi todas las herramientas digitales y se les dificulta generar una relación

productiva con la tecnología, generando una serie de obstáculos a la hora de promocionar su negocio en las diferentes plataformas digitales, a su vez se siente agobiadas por la ver un mundo digital que avanza sin ellas, y con él, sus posibilidades de un mejor futuro.

A partir del canva de empatía anterior y con el fin de generar una aproximación hacia la propuesta de valor de la solución a diseñar con los beneficios más relevantes tanto para los clientes como para los usuarios. Se conceptualizaron aliviadores de dolor y creadores de beneficio que dieron luces a la definición de los criterios de diseño del producto final.

Imagen 7. Canvas de valor cliente y usuario final



Véase Anexo 5, Mapa de valor cliente

Véase Anexo 6, Mapa de valor usuaria

A partir de la fase anterior y del análisis del canva de valor se establecen que el producto diseñado ante la problemática será una plataforma digital para la formación de habilidades digitales enfocado a mujeres emprendedoras en condición de vulnerabilidad, que de soporte tecnológico a los cursos E-learning como herramienta de educación e impacto social

4. HITO 2: DISEÑO DE PLATAFORMA WEB PARA LA FORMACIÓN EN HABILIDADES DIGITALES Y CAPTURA DE DATOS DE MUJERES EMPRENDEDORAS EN CONDICIÓN DE VULNERABILIDAD

4.1. Diseño de la plataforma

Como un ejercicio de vigilancia tecnológica de las alternativas de formación en línea disponibles en la Web, se ha realizado una investigación de cursos en habilidades digitales en Colombia con enfoque diferencial; perfilándose como un ejemplo interesante para el análisis de esta alternativa por su similitud, el curso “Mujeres TIC” del Ministerio TIC (Véase: <https://mujeresticparaelcambio.gov.co/809/w3-propertyvalue-412234.html>), que busca fomentar el liderazgo femenino a través de procesos de formación gratuita. Consiste en una serie de micro cursos cortos sobre habilidades digitales específicas en tendencia, estructurado principalmente con capsulas de conocimientos de lecturas, cartillas, videos que son evaluadas en talleres prácticos o casos de estudio con una variedad de objetos digitales que permiten una ruta de apropiación de conocimiento atractiva visual y metodológicamente enfocada a mujeres. Sin embargo, resulta siendo una iniciativa genérica, que desconoce los enormes matices culturales que existen en nuestro país y entrega una serie de conocimientos sin realizar ningún tipo de seguimiento a mediano y largo plazo del impacto real que se genera en las condiciones de calidad de vida de sus estudiantes

Como se ha venido argumentando, la construcción de este sitio web tiene su origen en un proceso de investigación sobre las necesidades y falencias de las habilidades digitales en mujeres vulnerables en el Tolima, enfocado a sus emprendimientos y la necesidad de visualizar sus productos en un mercado digital. A partir de la fase de caracterización es claro la pertinencia de un sitio web asequible desde diferentes dispositivos digitales, donde de manera intuitiva y sencilla brinde confianza y fidelización hacia el mismo. De cara al front del sitio se tienen como principios de diseño una experiencia de usuario fresca, enfocada a mujeres en condición de vulnerabilidad con un alto interés hacia nuevas formas de impulsar sus emprendimientos apalancadas por las bases de conocimiento que el sitio.

En ese sentido y previamente a iniciar técnicas de prototipado de la solución, fue necesario establecer parámetros de diseño relacionados a las necesidades de los dos tipos de usuarios

identificados alineados siempre a las preferencias también del cliente. Los cuales fueron plasmados en las primeras versiones tipo boceto y digital tipo Frame

Según Manuel Fernandez “Un prototipo es una representación concreta de todo o parte de los resultados de nuestro proyecto... Es una versión temprana, económica y reducida que sirve para revelar cualquier problema no detectado y avanzar hacia una solución final” (Fernandez, 2020). Por lo tanto, en esta primera etapa del prototipo se considero realizar un boceto como un inicio a la aproximación que se tendría de la plataforma digital, con el fin de estructurar los posibles flujos de información, navegabilidad (Wireframing) y los diagramas que ilustren de manera sencilla el despliegue de la solución digital. A continuación, se muestran los primeros bocetos:

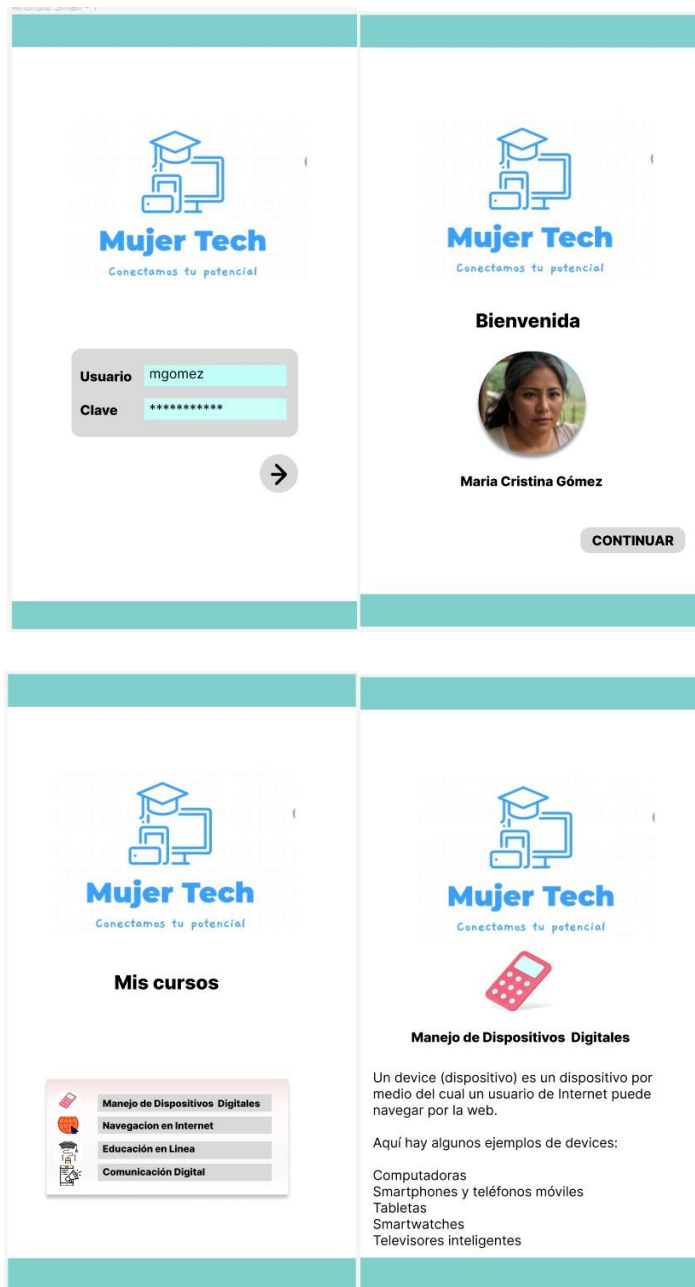
Imagen 8. Prototipo tipo boceto



Fuente: Elaboración Propia

Posteriormente se llevaron estas primeras ideas a un prototipo digital tipo frames utilizando la plataforma de Figma, como insumo para la primera prueba con el grupo focal:

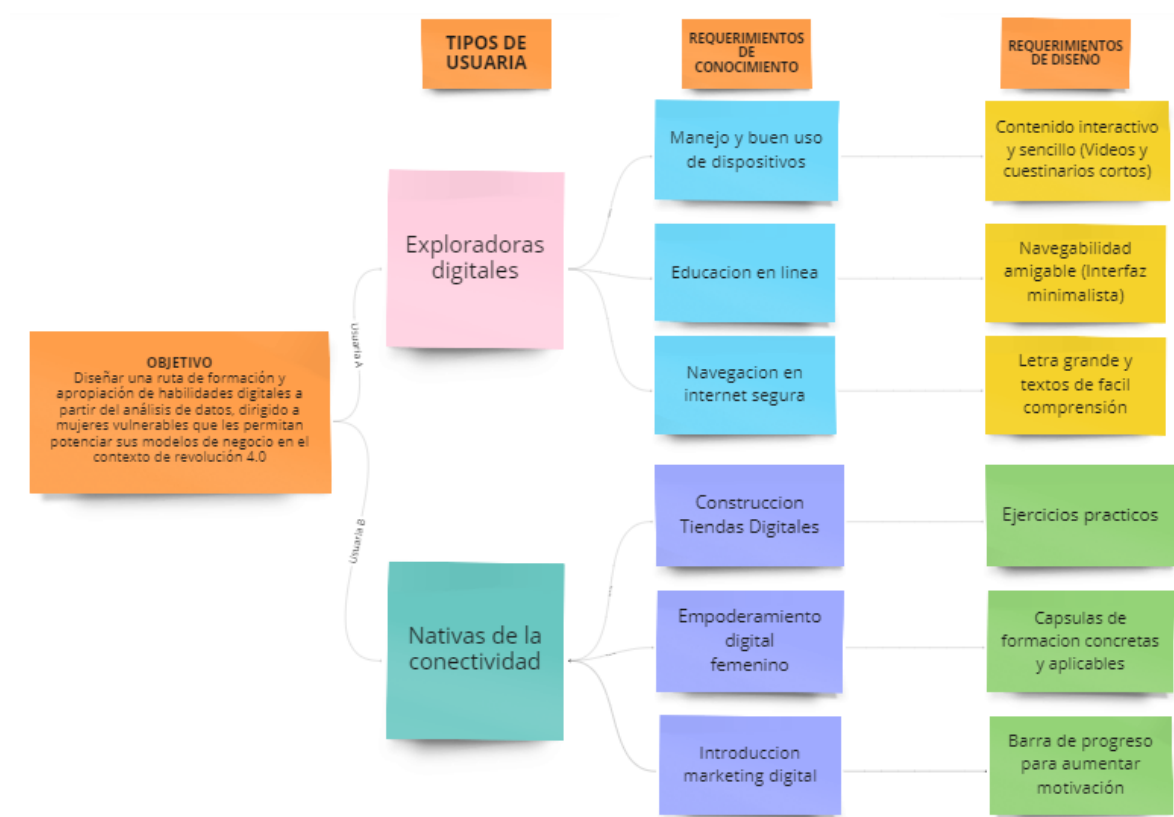
Imagen 13. Prototipo tipo frame



Elaboración: Figma.com

Una vez realizada la primera prueba de retroalimentación con el grupo focal se evidenciaron varias preferencias de campos de conocimiento que les gustaria profundizar y asi como también requerimientos en el diseño de la interfaz que permitirían una mejor interacción con los cursos y por supuesto una mayor receptividad de la información, a continuación, se enumeran algunas conclusiones de esta primera retroalimentación:

Imagen 13. Resumen primera prueba con usuarias



Una vez realizado este primer contacto con las usuarias se delimitaron y priorizaron los componentes académicos que resultan tanto de interés para ellas como de utilidad productiva en el camino de sus emprendimientos. En la imagen número 13 se pueden observar los dos tipos de usuarias, cada una con módulos de conocimiento, asociados a criterios de diseño que ayudan a mejorar la experiencia, motivación y apropiación de contenidos.

Desde este punto hemos diseñado la estructura de: cursos, lecciones y tópicos con el objetivo de avanzar de manera escalonada y al mismo tiempo teniendo seguimientos dentro de cada etapa. EL sitio principalmente direcciona hacia las tecnologías de aprendizaje, inicialmente disponibilizamos dos cursos:

- **Alfabetización Digital para Mujeres:** Brinda aquellas habilidades básicas para operar tecnologías digitales como a su vez fomentaremos la capacidad para evaluar y utilizar el conocimiento que se recibe a través de la participación en entornos digitales, en pocas palabras buscaremos la combinación de habilidades técnicas, procedimentales, cognitivas y socioemocionales. Su arquitectura de curso es la siguiente

1. **Módulo 1:** Introducción a la alfabetización Digital

1.1 lección 1: Conceptos básicos e Importancia de la alfabetización digital.

1.1.1 Definición de Alfabetización Digital

1.1.2 Componentes clave

1.1.3 Habilidades Básicas

1.1.4 Navegación en internet

1.1.5 Manejo de software y aplicaciones

1.2 Lección 2: Entendiendo la alfabetización digital.

1.2.1 ¿Por que es importante la alfabetización digital en la Sociedad Actual?

1.2.4 ¿La alfabetización digital tiene algún impacto en los Emprendimientos y Negocios?:

2. **Módulo 2:** Desmitificación de la tecnología – superando el miedo a lo digital

2.1. Lección 1: Manejo de Dispositivos Móviles

2.1.1 Definición y tipos de dispositivos móviles.

2.1.2 Importancia de la movilidad en la vida diaria y empresarial

2.1.3 Acceso Instantáneo a la Información

2.1.4 Comunicación Eficiente

2.1.5 Productividad Mejorada

2.1.6 Innovación en los emprendimientos

2.2 Lección 2: Configuración Básica de Dispositivos Móviles

2.2.1 Encendido y apagado de dispositivos

2.2.2 Configuración de Wi-Fi y redes móviles

2.2.3 Consejos Prácticos

2.2.4 Beneficios de una Conexión Exitosa

2.2.5 Importancia de la Configuración Básica

3. Módulo 3: Navegación en Internet y Seguridad en Línea

3.1. Lección 1: Fundamentos de Navegación en Internet

3.1.1 Evaluación de Información

3.1.2. Introducción a la navegación web

3.1.3. Uso de navegadores populares.

3.2 Lección 2: Búsqueda Efectiva de Información

3.2.1 Técnicas de búsqueda en motores como Google.

3.2.2 Evaluación de la confiabilidad de las fuentes en línea.

3.3 Lección 3: Navegación Segura

3.3.1 Configuración de ajustes de privacidad en el navegador.

3.3.2 Identificación de amenazas y prácticas seguras en redes públicas.

3.3.3 Conocimiento sobre virus y malware

4. Módulo 4: Educación en Línea

4.1. **Lección 1:** Introducción a la Educación en Línea

4.1.1 Definición y beneficios de la educación en línea.

4.2. Lección 2: Plataformas de Educación en Línea

4.2.1 Exploración de plataformas populares

4.2.2 Creación de cuentas y navegación en plataformas.

4.3 Lección 3: Elección de Cursos y Programas

4.3.1 Identificación, evaluación de reseñas y calificaciones de cursos para el emprendimiento.

4.3.2 Identificación de recursos gratuitos y de calidad.

4.4. Lección 4: Métodos de Aprendizaje en Línea

4.4.1 Estrategias efectivas para el aprendizaje autónomo.

4.4.2 Enfoque Activo en el Aprendizaje:

- **Fundamentos del marketing digital para emprendedoras:** Fundamentos del marketing digital, incluyendo el comportamiento del consumidor, los elementos del mercado y del marketing. Además, análisis estrategias de contenido, tendencias actuales, tipos de clientes y las herramientas esenciales en el entorno digital. Su arquitectura de curso es la siguiente

1. **Modulo 1:** Conoce el Marketing Digital

En este modulo se pretende instruir a las emprendedoras sobre conceptos claves de las bases del marketing digital con herramientas, redes sociales y metodologías para la creación de contenidos sencillas y fáciles de aplicar a casos de la vida real, que les permitan incrementar las ventas y la comercialización de sus productos y servicios.

1.1. Lección 1: Introducción al Marketing Digital

- ¿Qué es el Marketing Digital?
- 6 Claves para entender el marketing digital
- Ser visible
- ¿Qué es SEO?

1.2. Lección 2: Mercado y audiencia

- Estrategias para comprender y segmentar el público objetivo.
- Comportamiento del consumidor
- ¿Quién es tu cliente ideal?

1.3. Lección 3: Presencia en Redes Sociales:

- Uso efectivo de plataformas sociales para promocionar productos o servicios.
- Introducción a Facebook ADS
- El Universo de Tik Tok
- Instagram, tu mejor vitrina

1.4. Lección 4: Estrategias de Contenido:

- Creación de contenido relevante y atractivo para atraer clientes.
- Herramientas para la creación de contenido

.2. Modulo 2: Construcción de Tiendas Digitales

En esta sección tiene como objetivo instruir sobre las bases teórico prácticas para la creación de tiendas digitales como mecanismo efectivo de generar venta en línea, así como también algunas generalidades de diseño (apoyado en inteligencia artificial) y concientización de los riesgos cibernéticos de las transacciones digitales.

2.1. Lección 1: Plataformas de Comercio Electrónico

- Comparativa y elección de plataformas según las necesidades.

2.2. Lección 2: Diseño de Tiendas en Línea:

- Principios de diseño web y experiencias de usuario.
- Teoría del color
- Herramientas de IA para el diseño

2.3. Lección 3: Gestión de Inventario Digital:

- Herramientas y mejores prácticas para el control de inventario en línea.

2.4. Lección 4: Medios Electrónicos de Pago

- Introducción a Métodos de Pago Electrónico:
- Configuración de Pasarelas de Pago
- Instrucciones paso a paso para integrar métodos de pago seguros.
- Seguridad en Transacciones

3. **Modulo 3.** Empoderamiento Digital Femenino

Este componente académico tiene como objetivo brindar el enfoque diferencial a mujer de todo el curso, en donde se hace énfasis en la importancia del empoderamiento digital femenino como mecanismo para motivar y fortalecer las habilidades digitales anteriormente apropiadas desde una visión de colectividad de género, entendiendo que las mujeres se encuentran en condiciones de desventaja en contextos de uso de las tecnologías y por ende deben conocer herramientas sencillas que las ayuden a afrontar esta brecha de manera eficiente y segura

3.1. Importancia del Empoderamiento Digital:

- El papel de las mujeres en la economía digital y el empoderamiento personal.

3.2. Superando Barreras:

- Estrategias para superar desafíos comunes que enfrentan las mujeres en entornos digitales.

3.3. Networking y Colaboración:

- Construcción de redes y colaboración en línea para el crecimiento profesional.

3.4. Seguridad en línea para mujeres digitales

- Riesgos cibernéticos para las mujeres

- Mecanismos de protección en línea

Cada etapa del curso está diseñada para llevar un control del avance de tópicos, lecciones y módulos, de tal forma que tanto el alumno como el administrador tenga visual del avance individual a través de un porcentaje de progreso, dentro del mismo avance se puede visualizar el último momento que accedió la secuencia de temas con fecha y hora de este.

Los cursos son secuenciales de tal forma que lleva al alumno de principio a fin, se implementó la funcionalidad de navegabilidad de tal forma, que se permite el recorrido de los cursos en avance y en retroceso. De acuerdo con las necesidades, el sitio permite reforzar o apoyar los cursos incrustando videos, imágenes, links, listas, párrafos entre otros. Al final de las lecciones se habilitan cuestionarios y evaluaciones cortas que permiten tener una medición de la apropiación del conocimiento, de igual forma se estructura evaluaciones finales por curso lo que permite la entrega de certificados por aprobación del curso.

De cara a la satisfacción y/o percepción, se habilitó una sección donde se publican comentarios de instructores y alumnos. Alineado con lo anterior, y con el fin de generar confianza, se habilitará sección “Porque elegirnos” donde comparte las razones por las que inclinarse por nuestra solución

La oferta de valor en esta solución está dada en una plataforma intuitiva, rápida y sobre todo práctica a luz de una mujer con poco o ningún conocimiento de cara a las habilidades digitales. Dentro del proceso de evaluación de otros sitios se ha evidenciado un flujo rodeado de tecnicismo y alto contenido de contenido teórico, lo cual en un momento dado llega a confundir al usuario, ocasionando pérdida de continuidad y en algunos casos la prolongación en el tiempo o abandono del curso, es decir, un impacto importante de cara a los Tiempos Medios de Ejecución de los cursos. Por otra parte, se habilitó funcionalidades que permitan medir la participación real en los cursos, y de esta forma controlar las horas de dedicación por cada participante el alumno.

A continuación, se muestra el enlace de la plataforma web

<http://mujertech.com/#>

4.3. Captura de Datos

La información proporciona la base sobre la cual se toman decisiones. Contar con datos precisos y relevantes ayuda a comprender la situación actual, evaluar opciones y realizar procesos de mejora continua. Según Citroen “una organización usa información estratégicamente para percibir los cambios de su ambiente, crear nuevo conocimiento para innovar y tomar decisiones acerca de sus cursos de acción” (Citroen, 2011, p.494) y en ese sentido los tomadores de decisión armonizan y priorizan los recursos disponibles para alcanzar las metas propuestas mediante una estrategia organizacional.

Si cruzamos el anterior argumento con los objetivos y metas institucionales de la Gobernación del Tolima en los sectores de transformación digital con enfoque diferencial y generación de oportunidades para las mujeres, los cuales están plasmados en su plan de desarrollo “El Tolima nos une 2019-2023” (Tabla 1), se logran identificar unos indicadores o metas de desarrollo que consideraran como una de las bases para la elaboración de las propias métricas de este proyecto, con el propósito de generarle valor a nuestros usuarios (Gobernación) al aportar de manera clara una herramienta que contribuya a la medición del impacto de su estrategia institucional y además, como un insumo información valiosa para la toma de decisiones frente a futuras oportunidades de inversión social.

Tabla 1. Resumen metas de producto de transformación digital con enfoque diferencial y generación de oportunidades para las mujeres en Plan de Desarrollo Departamental “El Tolima nos une”

SECTOR	PROGRAMA	META DE PRODUCTO	META
Trabajo	Inclusión social y productiva para la población en situación de vulnerabilidad	1000 mujeres rurales y urbanas en procesos de emprendimiento y productividad	1000
Trabajo	Inclusión social y productiva para la población en situación de vulnerabilidad	1000 mujeres con procesos de formación para el trabajo y el emprendimiento empresarial y la asociatividad	1000
Emprendimiento y fortalecimiento empresarial	Fomento del desarrollo de aplicaciones, software y contenidos para impulsar la apropiación de las TIC	1 plataforma implementada	1
Integración Regional	Facilitar el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en todo el territorio nacional	Personas capacitadas en el uso y apropiación de las TIC	11000

Adicionalmente, en la formulación de métricas propias se consideraron los resultados obtenidos en la etapa de caracterización empática frente a los aliviadores de dolor y creadores de ganancia para los tomadores de decisión y para las mujeres a beneficiar.

En ese orden de ideas se diseñaron tres momentos de la captura de información mediante la implementación de tres encuestas bajo el siguiente cronograma:

Imagen 14. Diagrama de flujo captura de información



Cada uno de los diferentes momentos de la captura de información tienen un objetivo en el marco de una estrategia para ofrecer valor a los usuarios y medir la temperatura e impacto del proyecto

Tabla 2. Momentos de captura de la información y objetivos estratégicos

CAPTURA DE DATO	OBJETIVO ESTRATEGICO	DIMENSIONES QUE MIDE	MÉTODO DE CAPTURA
Inicial	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una caracterización demográfica y poblacional con enfoque diferencial • Levantar las líneas base de los variables sociales y de emprendimiento de las usuarias • Evaluar los conocimientos previos en habilidades digitales 	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque diferencial • Autoeficiencia digital • Curiosidad digital • Emprendimiento • Economía familiar • Calidad de vida 	Formulario de Google Forms dispuesto en la pagina web como requisito habilitante para iniciar cualquiera de los cursos
Medio	<ul style="list-style-type: none"> • Medir la apropiación de los conocimientos adquiridos • Evaluar algunas variables básicas de usabilidad y satisfacción con los cursos y la plataforma 	<ul style="list-style-type: none"> • Efectividad digital • Apropiación de conocimiento • Navegabilidad • Retención de usuarias • Conciencia digital 	Formulario de Google Forms dispuesto en la pagina web como requisito habilitante para terminar cualquiera de los cursos
Final	<ul style="list-style-type: none"> • Medir el impacto social en los índices de calidad de la vida de las usuarias, a largo plazo 	<ul style="list-style-type: none"> • Emprendimiento • Economía familiar • Calidad de vida 	Formulario de Google Forms entregado en el marco de un encuentro presencial de egresadas, empoderamiento e historias de éxito

5. HITO 3: CONSTRUCCIÓN DE MÉTRICAS DE CUMPLIMIENTO ALINEADAS A LOS INDICADORES DE PLANEACIÓN DEL ENTE DEPARTAMENTAL

El propósito en la construcción de este sitio web es generar una herramienta que apalque y potencialice los emprendimientos en mujeres vulnerables en Colombia, mediante la apropiación de habilidades digitales, donde estas sean aplicadas y explotadas las usuarias, de tal forma que sus productos se visualicen e impulsen en mercados de su región y del país, dado que, hoy no es posible visualizarlos. En ese sentido y partir del análisis realizado en la anterior etapa de captura de información, se plantean los siguientes indicadores distribuidos en los tres momentos de captura de información, desarrollados en el hito anterior:

Tabla 3. Descripción de métricas e indicadores del proyecto Diap 17

CAPTURA DE DATO	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR O METRICA	VARIABLE DE INFORMACION
Inicial	Realizar una caracterización demográfica y poblacional con enfoque diferencial		Edad, nombre, genero, Ubicación geográfica, nivel educativo, cantidad de hijos, estrato socioeconómico, enfoque diferencial, situación laboral
	Levantar las líneas base de los variables sociales y de emprendimiento de las usuarias	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos mensuales por emprendimiento • Número de horas dedicadas al emprendimiento • Número de horas dedicadas a la familia • Porcentaje de ingresos reinvertidos en el emprendimiento • Porcentaje de ingresos reinvertidos en mejorar la calidad de vida familiar • De las tres comidas diarias cuantas veces 	<ul style="list-style-type: none"> • Sector económico del emprendimiento

		consume proteína para toda la familia	
	Evaluar los conocimientos previos en habilidades digitales	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de uso de nuevas aplicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de exploración y curiosidad digital • Uso de dispositivo favorito • Uso redes sociales • Cercanía y confianza digital • Utilización de herramientas digitales para la productividad
Medio	Medir la apropiación de los conocimientos adquiridos	<ul style="list-style-type: none"> • Frecuencia de uso de nuevas aplicaciones • Calificaciones por curso 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de exploración y curiosidad digital • Uso de dispositivo favorito • Uso redes sociales • Cercanía y confianza digital • Utilización de herramientas digitales para la productividad
	Evaluar algunas variables básicas de usabilidad y satisfacción con los cursos y la plataforma	<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia a cursos • Tiempos Medios de permanencia en la página por sesión • Calificación de satisfacción 	<ul style="list-style-type: none"> • Puntaje de recomendación del curso • Amigabilidad de la plataforma • Pertinencia de los cursos
Final	Medir el impacto social en los índices de calidad de la vida de las	<ul style="list-style-type: none"> • Variación de Ingresos mensuales por emprendimiento 	

	usuarias, a largo plazo	<ul style="list-style-type: none"> • Número de horas dedicadas al emprendimiento • Número de horas dedicadas a la familia • Porcentaje de ingresos reinvertidos en el emprendimiento • Porcentaje de ingresos reinvertidos en mejorar la calidad de vida familiar • De las tres comidas diarias cuantas veces consume proteína para toda la familia 	
--	-------------------------	--	--

La información recolectada será almacenada en la nube de Google drive bajo una cuenta de uso exclusivo para el proyecto (creemujertech@gmail.com) y tratada conforme a la política de privacidad dispuesta en la Ley 1581 de 2012 y el Decreto 1074 de 2015. A continuación se enlistan los enlaces de los tres formularios de captura de información:

- a. <https://forms.gle/Vmbief8u12iGzQ9U7>
- b. <https://forms.gle/fqLeimFBJAy3boXX9>
- c. <https://forms.gle/NfuubdPxYBomaesH6>

Uno de los indicadores más importantes es la variación en el indicador de ingresos mensuales percibidos por su emprendimiento. El objetivo es medir el impacto de las habilidades digitales apropiadas y utilizadas en su emprendimiento frente a los ingresos percibidos por su emprendimiento, tanto de la mujer, como de su Grupo Familiar, y de esta forma mapear las variaciones dadas.

Proyección

Se espera que después de un año se vea un cambio positivo el ingreso originado desde el emprendimiento después de la implementación de plataformas y herramientas tecnológicas. La medición se realizará en dos fases cada seis meses, la primera seis meses después de

tomado los cursos (tiempo cursos estimado dos meses) y la segunda a los 12 meses de finalizado los cursos.

Para Ene-2024 se espera un incremento automático por el efecto de incremento salarial mínimo legal del 10%. La proyección para las dos fases, será un 5%, el cual es calculado sobre ingreso promedio a 28-Feb-2024 del mismo 204, y para Mar-2025 sobre el promedio de los últimos seis meses, así:

	Nov-23	Dic-23	Ene-24	Feb-24	Mar-24	Sep-24	Mar-25
Ingreso Promedio	2780000	2780000	3058000	3058000	3211000	3211000	3211000

Asistencia a cursos

Dentro de la plataforma hemos diseñado una funcionalidad para capturar la fecha y hora de inicio de permanencia en un curso, así como los tiempos en que finaliza. La plataforma guarda un registro tanto del avance del curso como del tiempo de permanencia, estos datos son tomados para calcular el tiempo invertido en cada curso

Tiempo Permanencia = Fecha Inicio – Fecha terminación curso. La idea es que dese 01*-ene-23 se de inicio a lso curso de manera formal.

TMC Tiempo Medio por Curso = Total Permanencia / Numero de alumnas inscritas en periodo de un año

Ejemplo:

Fecha	Hora Inicio	Hora Final	Total Minutos	Nombre	Curso	Lección	Tópico
3/11/2023	22:01	23:57	1:56	Helena Gómez	Fundamentos Marketing	Introducción Marketing	Ser Visible

Calificaciones Finales por Curso

La data incluida en este documento corresponde a datos aleatorios solo con el fin de ilustrar los indicadores, dado que a la fecha las emprendedoras no han iniciado los cursos. El objetivo proporcionar a los participantes las habilidades necesarias para comprender, gestionar y mejorar los sistemas de calificación en distintos entornos educativos.

Etiquetas de fila	Promedio de Cal2
Clara Peña	3,67
Helena Gómez	4,13
Laura Lopez	3,53
Total general	3,78

6. CONCLUSIONES

En este trabajo se diseñó una plataforma web para la formación de habilidades digitales y toma de datos, dirigido a mujeres vulnerables del departamento del Tolima donde se les permitirá potencializar sus modelos de negocio o emprendimiento en la industria 4.0.

Lo más importante del diseño de esta metodología ágil fue poder ofrecer conocimiento de alto valor a las mujeres emprendedoras con un enfoque de género permitiendo proporcionar herramientas que serán aplicados en sus emprendimientos, permitiendo mejorar las condiciones de vida para ellas y sus familias, este desarrollo se produjo porque se pudo identificar las necesidades de los clientes y usuarios, así como los principales dolores y beneficios que se desean alcanzar con la solución propuesta. A partir de esta información, se pudo definir que el PMV diseñado busca estar alineado a las necesidades de sus clientes, así permitiendo aumentar las habilidades digitales con un enfoque diferencia en género dirigido en especial a aquellas mujeres en condición de vulnerabilidad, lo que más ayudó a generar esta metodología ágil fue tener en cuenta aspectos de gran importancia como son los principios de accesibilidad, usabilidad, confianza y fidelización. Se buscando que el sitio sea accesible desde diferentes dispositivos digitales, intuitivo y sencillo de usar, que brinde

confianza a las usuarias y que las motive a continuar su aprendizaje. Porque esto va a permitir poder recolectar la data necesaria que el ente tomador de decisión tenga la información precisa y oportuna que permita poder proyectar a futuro como la educación en línea puede mejorar el desarrollo de mujeres en el departamento permitiendo la acertada toma de decisiones porque el elegir lo más beneficioso es una de las principales formas de mostrar la importancia en velar por el bien general de la sociedad.

Aunado en la anterior se recomienda realizar las siguientes actividades:

Contemplar la posibilidad de asignar un recurso público para poder ser invertido en este proyecto, permitiendo poder ser aplicado a mayor escala en el departamento así como el poder contar con la disponibilidad logística para poder ser apoyado para su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo.

Tener en cuenta las métricas de seguimiento del impacto del proyecto, tanto en términos de satisfacción de usuarios, apropiación del conocimiento y impacto social esto con el fin de ser de tenidas en cuenta para la mejora continua del proyecto.

Con estas actividades, se garantizará que la plataforma sea un producto de calidad y que cumpla con el objetivo del proyecto.

7. Bibliografía

Camacho, K. (2005). *La Brecha digital*. En A. Ambrosi, V. Peugeot y D. Pimienta (Coords.), *Palabras en Juego: Enfoques Multiculturales sobre las Sociedades de la Información*. Obtenido de C&F Éditions: <https://vecam.org/archives/article550.html>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2016). *Autonomía de las mujeres e igualdad en la agenda de desarrollo sostenible*. Obtenido de [cepal.org: https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/9674705b-b3b8-47b2-a339-831cd0af39d4/content](https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/9674705b-b3b8-47b2-a339-831cd0af39d4/content)

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2018a). *Tercera reunión de la conferencia regional sobre Población y Desarrollo en América Latina y el Caribe*. Obtenido de Brechas de género: Retos pendientes para garantizar el acceso a la salud sexual y reproductiva, y para cerrar las brechas de género: https://crpd.cepal.org/3/sites/crpd3/files/presentations/panel2_marcelaeternod.pdf

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2018b). *Panorama Social de América Latina*. Obtenido de repositorio.cepal.org: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/5a4765e3-47c5-4ed2-bf2d-273af7927e4f/content>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] / Organización Internacional del Trabajo [OIT]. (2019). *Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe*. Obtenido de cepal.org: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/1e71c8a6-30a4-4dfe-95be-c49cf8d984c7/content>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] y Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2020a). *MUJERES Y HOMBRES: BRECHAS DE GÉNERO EN COLOMBIA*. Obtenido de www.dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/publicaciones/mujeres-y-hombre-brechas-de-genero-colombia-informe.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2018). *Censo Nacional de Población y Vivienda [CNPV]*. Obtenido de dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/informacion-tecnica/cnpv-2018-presentacion-3ra-entrega.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE] y Organización de las Naciones Unidas. (2020b). *MUJERES Y HOMBRES: BRECHAS DE GÉNERO EN COLOMBIA. LA FEMINIZACIÓN DE LA POBREZA*. Obtenido de dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/genero/publicaciones/mujeres-y-hombre-brechas-de-genero-colombia-informe.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2021a). *Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares – ENTIC Hogares*. Obtenido de dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-entic/encuesta-de-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-en-hogares-entic-hogares>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2021b). *Encuesta de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Hogares – ENTIC Hogares*. Obtenido de dane.gov.co: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-entic/encuesta-de-tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-en-hogares-entic-hogares>

Fernández, M. J. (2020). Prototipado rápido en Design Thinking. *Technical Report JWNRA. Departamento de Ingeniería Telemática. Universidad de Vigo*, p.2.

Ministerio de las Telecomunicaciones [MinTic]. (13 de junio de 2022). *Aprende qué es y cómo cerrar la brecha digital de género*. Obtenido de Mintic.gov.vo: <https://mintic.gov.co/chicassteam/801/w3-article-238991.html#:~:text=Seg%C3%BAAn%20un%20estudio%20realizado%20por,posibilidad%20de%20acceder%20a%20un>

Ortiz, S. (20 de abril de 2021). *Existe una “brecha digital de género” en Colombia y América latina*. Obtenido de [uexternado.edu.co](https://www.uexternado.edu.co): <https://www.uexternado.edu.co/departamento-de-derecho-de-las-telecomunicaciones/existe-una-brecha-digital-de-genero-en-colombia-y-america-latina/>

Unión Internacional de Telecomunicaciones [UIT]. (2014). *Resumen ejecutivo: informe sobre la medición de la sociedad de la información*. Ginebra Suiza: Place des Nations.

ANEXOS

Anexo 1. Lienzo del Problema



Anexo 2, Modelo de entrevista fase de empatía.

Entrevistada: Lucia Villanueva

Edad: 35 años

Entrevistador: Juan Camilo Garcia

Duración Entrevista: 65 minutos

Fecha Entrevista: Septiembre 26 de 2023

1. "¿Puedes explicarme como es tu día siendo emprendedora y mujer?"

Es espiritual, dos hijas dulce y paz, alista a su hija pequeña desde las 5:00 am, una adolescente y otra de cinco, la adolescente la ayuda en sus labores, después de media mañana, hace marketing digital, es community manager en otra empresa, maneja las redes sociales, prepara el almuerzo, tiene un precedente de violencia intra familiar, lucho por su independencia económica y emocional ante un contexto de miedo por la integridad de ella y su familia, la casa de la mujer y apoyo gubernamental fue fundamental, junto con la red de mujeres. Su emprendimiento consiste paquetes de flores, desayunos sorpresas, en maquillaje y productos de belleza femenina, enfocado en fortalecer la autoestima de las mujeres, asesoramiento a mujeres y niñas en presentación personal.

Considera muy importante que las mujeres estén enteradas de una ruta de apoyo y acción ante hecho de inseguridad.

2. ¿Cuáles son las tareas o actividades más desafiantes que desarrollas como mujer emprendedora?
No poder satisfacer al cliente en lo que necesite, que su servicio o bienes signifiquen emoción en sus clientes. Manejar sus propias emociones frente a su antecedente de violencia, los traumas, como la culpa, esta muy presente en su día a día.
3. "¿Qué es lo que más disfrutas de tu trabajo como emprendedora?"
Se sintió muy bien al ayudar a otra ser humano en sentirse mejor con su propio cuerpo, generando un cambio en su estado de ánimo, está consciente de la crisis por falta de empatía.

4. "¿Cuáles son las actividades que generan estrés como mujer emprendedora?"
Le genera mucha ansiedad y estrés que las publicaciones no generen el alcance o impacto esperado para su negocio, sentir que todo el esfuerzo no sirvió de nada, el market place, le estresaba no poder contestarle a sus clientes, después del mensaje de bienvenida, la posibilidad de pérdida de cliente por no contestar rápido
5. ¿Cuáles han sido los procesos de formación en los que has participado como emprendedora?
Curso de liderazgo y empoderamiento por la secretaria de la mujer
Curso de marketing digital de la CCI
Curso de empoderamiento femenino
Curso herramientas digitales para emprendedores CCI
Curso de Dani emprende
6. "¿Qué fue lo que más te gusto del programa de formación del que participaste? ¿Qué le mejorarías?"
Le encanta la formación en habilidades digitales, en el de Dani emprende, que consistía en la caja de herramientas digitales para emprender, le mostro que era herramientas que estaban a su alcance y no necesitaban un gran recurso, todo fue presencial, una sola jornada, con sus propias herramientas (teléfonos) ponían en práctica algunos conocimientos. Resalta su interactividad.
7. "¿Cuál crees que es la situación que más causa fallas o deserciones en los programas de formación a las mujeres?"
Precisamente por la presencialidad, es un bloque para alcanzar sus sueños
8. ¿Qué buscas a la hora de seleccionar un curso de formación?
Para ella lo mas importante es encontrar un curso acorde a su rol de negocio como emprendedora, que tenga conocimientos en tendencias, en redes sociales, vanguardia de lo que se está utilizando, le encantaría modalidad virtual,
9. Tienes conocimiento de algunas habilidades digitales para tu negocio, cuales has aplicado
Marketing digital y redes sociales, como enfrentarse a la cámara.
10. "¿Cuáles son las actividades que generan estrés como mujer en la era digital?"
Ya la respondió

11. "¿Con qué frecuencia te has formado en transformación digital?

Cada semestre

12. "¿Cuáles son las habilidades digitales que te gustaria aprender para avanzar en tu camino como emprendedora?

13. ¿Cómo le gustaría que fuese una alternativa de formación en habilidades digitales para mujeres de todo el departamento del Tolima?

Debería ser un curso fundamental en marketing digital, romper el paradigma de hablar ante una cámara, aun si no son las más hermosas, aprender a contar historias para mover emociones, un horario ideal sería en la mañana desde las 9:00 am hasta la 1:00 pm, modalidad blended. Es fundamental el seguimiento a las emprendedoras después de finalizado el proyecto, contactar regularmente, como ejemplo mejoramiento de las páginas virtuales o vitrinas, publicaciones (índice de publicación y marketing digital) hacerle seguimiento a ese emprendimiento o entregable digital que salga como producto del curso.

Es muy importante el tema de empoderamiento femenino. **LO QUE REALMENTE LA HIZO SENTIR EMPODERADA FUE EL DIA DE LA MUJER CUANDO PAULA GONGORA, DESDE LA SEC DE LA MUJER LES HICIERON UNA EXALTACION Y UNA PLACA DE RECONOCIMIENTO POR SUS LOGROS EN MEDIO DE UN EVENTO CON OTRAS MUJERES Y COMO FIONALIZACION DE FERIAS, EVENTOS, COMO UNA GRADUACION. RECONOCIMIENTO POR DIRECTIVOS. CLAVE PARA SEGUIR FORMANDOSE.**

14. "¿Cuándo fue la última vez que lograste aprender algo nuevo y fundamental para tu negocio? Como te sentiste al aplicarlo

Muy feliz y con ganas de aprender mucho mas

15. ¿Cómo consideras que impacta el trabajo en la vida de otras mujeres?

Es inspirador para otra ver como he salido adelante con mi hija

16. "¿Si fuera la emprendedora de hace cinco años en busca apoyo en formación que aspectos no admitirías que pasaran y cómo te gustaría que dieran respuesta a los inconvenientes presentados?

Véase Anexo 3, Mapa de empatía Cliente (secretaria de la Mujer)

DEMOGRAPHICS

Mujeres y hombres

Ages 30-40

Secretario de mujer y Planeación del arte departamental, encargada de liderar los procesos de empoderamiento de la mujer en el territorio y su reivindicación de derechos.

Alto nivel de formacion

Tomador de decision

Estrato 3-4

Lider

SAYS

Una de las grandes barreras para que las mujeres apropien habilidades digitales son el acceso a internet y a las TIC.

Falta mucho capital humano formado en temas de tecnología, competencias tic en nivel medio avanzado.

Algunos de los beneficiarios de formaciones digitales no culminan los programas hasta el final

Necesito encontrar alternativas innovadoras para lograr una apropiación de habilidades digitales



Sec Mujer

DOES

Implemento estrategias de aceleración de emprendimientos y transformación digital empatizando con las necesidades de las mujeres

Sus únicas métricas son listados de asistencia o entregables comprados

Debo decidir las alternativas para enfrentar la brecha de genero y promover el empoderamiento economico y social de mujeres en un contexto de Revolución 4.0

Caracteriza los usuarios de sus proyectos despues de que formula las estrategias

SEE

madres cabeza de familia quienes acuden a su casa de la mujer en busca de herramientas para salir adelante o buscando la protección de sus derechos.

Estrategias de transformación digital interesantes como laboratorios de emprendimiento en Antioquia y centros de emprendimiento digital en Caldas

Demanda de capacitación en redes sociales para vender, creación de contenido, y marketing

Iniciativas de otras entidades como el Sena, con formaciones dirigidas a mujeres con enfoques y metodologías tradicionales.

FEELS

Redes de mujeres emprendedoras que me inspiran

Me llena de satisfacción transformar las realidades de las mujeres y contribuir a mejorar su calidad de vida y la de sus familias

Me preocupo porque mi equipo y yo nos capacitemos constantemente en las tendencias de nuevas tecnologías en el marco de la revolución digital

PAI POI

Proyectos que no mejoren la calidad de vida de sus usuarios

Ausencia de procesos de formación desarrollados centrados en usuarios

GOALS

Ser referentes nacionales de innovación social

miro

Véase Anexo 4, Mapa de empatía Usuaría (Mujer emprendedora)



Véase Anexo 5, Mapa de valor Cliente



Anexo 6, Mapa de valor Usuario (Emprendedora)



Como aspectos logísticos se debe contar con lo siguientes puntos a tener en cuenta para la realización del curso en habilidades digitales con enfoque de género.

Plataforma Tecnológica: La institución debe contar y configurar una plataforma educativa que sea fácil de usar, accesible y segura para las participantes. Esto incluye la creación de cuentas de usuario, acceso a recursos, y soporte técnico en caso de problemas.

Contenido y Materiales: Preparar y organizar el contenido del curso, que puede incluir presentaciones, videos, documentos, tareas, y cualquier material didáctico necesario. Todo esto debe estar disponible y ser accesible para las participantes.

Comunicación y Soporte: se deben establecer un canal de comunicación, como línea de atención, correo electrónico, comunidades por redes sociales u otro mecanismo sencillo de inclusión que permita el fácil acceso para fomentar la interacción entre las participantes.

Calendario y Horarios: Definir claramente el cronograma del curso, especificando fechas, plazos de entrega de tareas y actividades.

Semana/ Horas	Curso	Módulo	Contenido	Fechas	Descripción de la Lección
1/10 hrs	Curso de Alfabetización digital para mujeres	1	Introducción a la alfabetización Digital	DD/MM	1.1 lección: Conceptos básicos e Importancia de la alfabetización digital. 1.1.1 Definición de Alfabetización Digital 1.1.2 Componentes clave 1.1.3 Habilidades Básicas 1.1.4 Navegación en internet 1.1.5 Manejo de software y aplicaciones 1.2 Lección: Entendiendo la alfabetización digital. 1.2.1 ¿Por que es importante la alfabetización digital en la Sociedad Actual? 1.2.4 ¿La alfabetización digital tiene algún impacto en los Emprendimientos y Negocios?:
		2	Desmitificación de la tecnología – superando el miedo a lo digital	DD/MM	2.1 Lección Manejo de Dispositivos Móviles 2.1.1 Definición y tipos de dispositivos móviles. 2.1.2 Importancia de la movilidad en la vida diaria y empresarial 2.1.3 Acceso Instantáneo a la Información 2.1.4 Comunicación Eficiente 2.1.5 Productividad Mejorada 2.1.6 Innovación en los emprendimientos

					2.2 Lección Configuración Básica de Dispositivos Móviles 2.2.1 Configuración de Wi-Fi y redes móviles 2.2.2 Consejos Prácticos 2.2.3 Beneficios de una Conexión Exitosa 2.2.4 Importancia de la Configuración Básica
2/10 Hrs		3	Módulo Navegación en Internet	DD/MM	3.1 Fundamentos de Navegación en Internet 3.1.1 Evaluación de Información 3.1.2. Introducción a la navegación web 3.1.3. Uso de navegadores populares. 3.2 Búsqueda Efectiva de Información 3.2.1 Técnicas de búsqueda en motores como Google. 3.2.2 Evaluación de la confiabilidad de las fuentes en línea.
		4	Educación en Línea	DD/MM	4.1 Introducción a la Educación en Línea 4.1.1 Definición y beneficios de la educación en línea. 4.2 Plataformas de Educación en Línea 4.2.1 Exploración de plataformas populares 4.2.2 Creación de cuentas y navegación en plataformas 4.3 Elección de Cursos y Programas 4.3.1 Identificación, evaluación de reseñas y calificaciones de cursos para el emprendimiento. 4.3.2 Identificación de recursos gratuitos y de calidad 4.4 Métodos de Aprendizaje en Línea 4.4.1 Estrategias efectivas para el aprendizaje autónomo 4.4.2 Enfoque Activo en el Aprendizaje 4.4.3 Metodología del Módulo
3/10 hrs	Fundamentos del marketing digital para	1	Conoce el Marketing Digital	DD/MM	1.1. Lección 1: Introducción al Marketing Digital • ¿Qué es el Marketing Digital? • 6 Claves para entender el marketing digital visible • Ser • ¿Qué es SEO?

	emprendedoras:				<p>1.2. Lección 2: Mercado y audiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> Estrategias para comprender y segmentar el público objetivo. Comportamiento del consumidor ¿Quién es tu cliente ideal? <p>1.3. Lección 3: Presencia en Redes Sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> Uso efectivo de plataformas sociales para promocionar productos o servicios. Intro Facebook ADS El Universo de Tik Tok Intagram, tu mejor vitrina <p>1.4. Lección 4: Estrategias de Contenido:</p> <ul style="list-style-type: none"> Creación de contenido relevante y atractivo para atraer clientes. Herramientas para la creación de contenido
4/10 hrs		2	Construcción de Tiendas Digitales	DD/MM	<p>2.1. Lección 1: Plataformas de Comercio Electrónico</p> <ul style="list-style-type: none"> Comparativa y elección de plataformas según las necesidades. <p>2.2. Lección 2: Diseño de Tiendas en Línea:</p> <ul style="list-style-type: none"> Principios de diseño web y experiencias de usuario. <p>2.3. Lección 3: Gestión de Inventario Digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> Herramientas y mejores prácticas para el control de inventario en línea. <p>2.4. Lección 4: Medios Electrónicos de Pago</p> <ul style="list-style-type: none"> Introducción a Métodos de Pago Electrónico: Configuración de Pasarelas de Pago Instrucciones paso a paso para integrar métodos de pago seguros. Seguridad en Transacciones
5/10 hrs		3	Empoderamiento Digital Femenino	DD/MM	<p>3.1. Importancia del Empoderamiento Digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> El papel de las mujeres en la economía digital y el empoderamiento personal. <p>3.2. Superando Barreras:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estrategias para superar desafíos comunes que enfrentan las mujeres en entornos digitales. <p>3.3. Networking y Colaboración:</p>

					<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de redes y colaboración en línea para el crecimiento profesional.
					3.4. Seguridad en línea para mujeres digitales

Actividades y responsabilidades: Responsabilidades adicionales que debe contar la institución:

1. Realizar acompañamiento de asistencia y asesoría de las participantes del curso.
2. Asistir a las reuniones y mesas de trabajo que sean convocadas para medir y evaluar el impacto además de las oportunidades de mejora que haya a lugar

Acceso a Recursos y Biblioteca Digital: Garantizar el acceso y convenios a bibliotecas digitales con recursos complementarios, como libros, artículos, o tutoriales, que enriquezcan el aprendizaje.

Prever la posibilidad que las mujeres emprendedoras cuenten cada una con un dispositivo móvil para poder ver las clases, además de replicar lo que se este enseñando en los cursos ofertados

Facilitadores o Instructores: Designar y preparar a los instructores o facilitadores encargados de guiar el curso, resolver dudas y fomentar la participación activa. Para esto es necesario tener una nómina de profesionales altamente calificados, que hayan cursado estudios en áreas afines a la tecnología y a la educación; o en su defecto, haber estado vinculados a las tecnologías y las comunicaciones, preferiblemente con experiencia mínima en este campo de tres años. por cada módulo académico debe tener un tutor o guía que haga el acompañamiento necesario a las mujeres durante el curso (es importante dejar claro que el docente ofertado para cada módulo deberá ser quien dicte el módulo.

Compatibilidad Tecnológica: Verificar que los materiales y la plataforma sean compatibles con diversos dispositivos y sistemas operativos para garantizar el acceso a una amplia audiencia.

Misceláneos: Poseer un recurso para aspectos de papelería y misceláneos, con el fin de evitar entorpecimientos en la parte administrativa, jurídica o contractual con la cual se pueda ver afectado el desarrollo del curso.

Lugar y plazo de ejecución La entidad deberá ofertar un recinto como lugar de inicio del curso, contar con un salón con capacidad para treinta (30) personas y en lo posible con la infraestructura física y técnica de un aula académica de tipo virtual. Puede servir como sustitución la utilización de aulas móviles o carros de capacitación, se recomienda la utilización de proyectos que esten en curso como metodo de apalancamiento para ahorra costos de movimiento o similares.

