

UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA  
ESCUELA DE DISEÑO E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA  
DISEÑO MULTIMEDIA



**UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ**  
*Universidad del Estado*

**VIDEO INSTRUCTIVO SOBRE EL USO DE REDES SOCIALES CON  
FINES COMERCIALES Y/O COMUNICACIONALES, ORIENTADO A  
PERSONAS DE ARICA CON BAJA COMPETENCIA  
TECNOLÓGICA.**

Informe de Investigación para optar al  
Título de Diseñador Comunicacional  
Multimedia

Integrantes:

- Daniel Alberto Rojas Rojas
- Ernesto Natanael Gómez Díaz
- Ricardo Antonio Valle Valenzuela

Evaluador guía:

Catalina Andrea Arriagada Vergara

Evaluador informante:

Marina Inés Vera Chamorro

# ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE GENERAL .....	i
Índice de figuras .....	iii
Índice de tablas .....	iv
RESUMEN .....	v
ABSTRACT .....	vi
INTRODUCCIÓN .....	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.1 Descripción y formulación del problema. ....	2
1.2 Objetivos. ....	3
1.2.1 Objetivo general.....	3
1.2.2 Objetivos Específicos.....	3
1.3 Justificación del estudio. ....	4
1.3.1 Estado del arte de la problemática.....	4
1.3.2 Diagnostico. ....	4
1.3.3 Conclusiones del diagnóstico. ....	5
1.4 Limitaciones. ....	9
1.5 Proyecciones.....	9
2. MARCO TEORICO.....	10
2.1 Antecedentes Teóricos. ....	10
2.1.1 Transformación digital a través de la pandemia COVID 19. ....	10
2.1.2 Competencia digital. ....	10
2.1.3 La migración digital.....	11
2.2 Digitalización de las Pymes. ....	11
2.3 El video Instructivo.....	11
2.3.1 El Aprendizaje audiovisual.....	12
2.3.2 Teoría para realizar un video instructivo. ....	12
2.4 Antecedentes Gráficos.....	13
2.4.1 Estilos de videos.....	14
2.4.2 Tipografías para videos. ....	15
2.4.3 Videos instructivo.....	16

2.4.4 Paleta de colores. ....	18
2.4.5 Estilo Gráficos.....	18
2.4.6 Diseño y Diagramación.....	19
3. MARCO METODOLÓGICO .....	20
3.1 Metodología. ....	20
3.2 Metodología de Munari. ....	20
3.3 Etapas de la Metodología. ....	20
4. DESARROLLO DEL PRODUCTO .....	22
4.1 Definición del problema:.....	22
4.2 Elementos del Problema: .....	23
4.3 Diagnóstico: .....	23
4.4 Recopilación de datos:.....	23
4.5 Análisis de datos: .....	24
4.5.1 Datos Teóricos.....	24
4.5.2 Datos Gráficos .....	25
4.6 Creatividad.....	27
4.7 Materiales y tecnologías: .....	28
4.8 Experimentación: .....	29
4.9 Modelos: .....	30
4.10 Verificación:.....	30
CONCLUSIÓN .....	31
REFERENCIAS.....	32
ANEXO 1: Guiones .....	35

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> .....	iv4
<b>Figura 2.</b> .....	144
<b>Figura 3.</b> .....	144
<b>Figura 4.</b> .....	144
<b>Figura 5.</b> .....	155
<b>Figura 6.</b> .....	155
<b>Figura 7.</b> .....	155
<b>Figura 8.</b> .....	155
<b>Figura 9.</b> .....	166
<b>Figura 10.</b> .....	166
<b>Figura 11.</b> .....	177
<b>Figura 12.</b> .....	177
<b>Figura 13.</b> .....	177
<b>Figura 14.</b> .....	177
<b>Figura 15.</b> .....	188
<b>Figura 16.</b> .....	188
<b>Figura 17.</b> .....	199
<b>Figura 18.</b> .....	21
<b>Figura 19.</b> .....	29
<b>Figura 20.</b> .....	29
<b>Figura 21.</b> .....	29
<b>Figura 22.</b> .....	29

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> <i>Resultados de la encuesta para Expertos</i> .....	5
<b>Tabla 2.</b> <i>Resultados encuesta para Emprendedores</i> .....	6

## RESUMEN

La digitalización ha revolucionado nuestra manera de vivir, si bien fue un síntoma que se veía venir con el paso de los años, la pandemia actual aceleró su proceso. Nuestro ecosistema de medios evolucionó drásticamente, intensificando la brecha digital existente que desfavorecía a los migrantes digitales que no contaban con el conocimiento o los medios tecnológicos, quedando obsoletos frente a las nuevas oportunidades que entrega la digitalización comercial de las pymes. Es por esto que la presente investigación tiene como objetivo desarrollar un producto audiovisual que instruya a las pymes de Arica y Parinacota en el proceso de digitalización de sus negocios posicionándolas en redes sociales, utilizando como base la metodología de Bruno Munari por la estructura de su contenido metódico. Cabe destacar que la encuesta realizada nos muestra la necesidad real de las pymes de nuestra región de competencias en redes sociales como medio comercial, por lo que desarrollar capsulas instructivas se muestra como una herramienta potencial para la educación en temas de digitalización empresarial.

*Palabras clave: Alfabetismo mediático, migración digital, alfabetización digital, analfabetismo digital, aprendizaje digital*

## ABSTRACT

Digitalization has revolutionized our way of living, although it was a symptom that was seen to come over the years, the current pandemic accelerated its process. Our media ecosystem evolved dramatically, intensifying the existing digital divide that disadvantaged digital migrants who did not have the knowledge or the technological means, becoming obsolete in the face of the new opportunities offered by the commercial digitization of SMEs. This is why this research aims to develop an audiovisual product that instructs Arica and Parinacota SMEs in the process of digitizing their businesses by positioning them in social networks, using as a basis the methodology of Bruno Munari for the structure of its methodical content. It should be noted that the survey shows us the real need of SMEs in our region for social networking skills as a commercial medium, so developing instructional capsules is shown as a potential tool for education on issues of business digitalization.

*Keywords: Media literacy, digital migration, digital literacy, digital illiteracy, digital learning*

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es parte importante del ser humano, va junto a su desarrollo personal y social, por lo que es una habilidad innata y necesaria. Son estas habilidades las que cada persona va puliendo y mejorando según sus capacidades y a través del contexto social en el que se desenvuelve, es así que nacieron en esta era digital, los nativos digitales.

Sin embargo, no todos se han ido adaptando a estas nuevas tecnologías de la información, si no que han persistido en el tiempo en las formas y costumbres comunicativas no digitales, como lo son los medios analógicos y mecánicos. Es en gran mayoría personas adultas que vienen de un sistema antiguo y que se han visto en la postura de no querer aprender o no sentirse en la necesidad de aprender a utilizar las distintas aplicaciones multimediales. Es por lo dicho anteriormente que, en el primer capítulo de este estudio, nos centraremos principalmente en los objetivos y en el análisis de la problemática, buscando un sustento que justifique nuestra investigación.

El gran problema de la pandemia COVID-19 vino a visibilizar la brecha entre analfabetas digitales y nativos digitales. El sistema cambio y se vio en la obligación de forzar una migración de lo analógico a lo digital haciendo un fuerte hincapié en los procesos comerciales y la gestión de las ventas, trasladándose a un nuevo mundo virtual, provocando una necesidad imperante de saber utilizar los medios digitales. Es por esto que en el segundo capítulo entregamos antecedentes relacionados a la transformación digital y el proceso de digitalización a las que se han visto enfrentadas las pymes.

Adicionalmente se analiza la problemática y se establece una solución que ayudaría a las personas que buscan digitalizar su emprendimiento, a experimentar y aprender a utilizar aplicaciones que son de utilidad en la actualidad. Por medio de capsulas instructivas se pretende que el usuario sea capaz de utilizar una aplicación de su interés entre las sugeridas y pueda ser capaz de comprender las demás aplicaciones ofrecidas por el mercado, a la vez que de manera autodidacta pueda aprender a usarlas. Para esto es que se utilizó la metodología de Bruno Munari, que se detalla en el capítulo tres de este documento.

Es sin duda una tarea importante ayudar a todas aquellas personas que quieran aprender a utilizar los medios digitales, por lo que en el cuarto capítulo explicamos el desarrollo del producto final siguiendo cada paso de la metodología Munari, estableciendo definiciones, elementos, diagnósticos, etc. Es en este documento donde expondremos el proceso de digitalización de las pymes y como la pandemia saco a la luz la importancia de las competencias digitales que existen en Chile.



# 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1.1 Descripción y formulación del problema.

La digitalización ha sido un proceso que se ha ido implementando con los años, más bien por las condiciones sociales como una herramienta educativa, de entretenimiento y comercial. Gran parte de este desarrollo tecnológico ha sido adoptado por los nativos digitales, jóvenes que crecieron ya en un mundo digitalizado y tecnológico. Por otra parte, muchos adultos no se hicieron parte de este desarrollo, por lo que aún conservan las antiguas formas y costumbres.

Es ahí donde radica la problemática de esta investigación, haciendo foco en todos aquellos adultos que no han hecho esa transición o migración hacia lo digital. Más importante aún es que por los últimos acontecimientos que ha sufrido el planeta, el COVID 19, la brecha entre nativos y migrantes digitales se ha hecho aún mucho más visible.

Con la aparición de nuevas tecnologías nuestra forma de trabajar, comprar y relacionarnos ha sufrido grandes cambios. Como dijo Scolari (2018) Nuestro ecosistema de medios fue evolucionando, y así también el alfabetismo mediático, el cual incluyó formación y prevención de riesgos en relación al uso de nuevas tecnologías como el uso web, redes sociales y dispositivos móviles. (p.3)

Sin embargo, este proceso no es tan sencillo, según un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Santiago, Corfo (2019) que midió el nivel de transformación digital en el país en el ámbito de empresa, revelando así que un 33% es "Principiante Digital", un 11% "Análogo", un 35% está en el nivel "Intermedio Digital", un 19% avanzado y solo un 2% "Líder Digital". Así, casi el 80% de las empresas en Chile tienen niveles de evolución de "Intermedio Digital" o menor. En resumen, aunque haya un pequeño aumento de madurez cultural y digital, las empresas chilenas se encuentran en un nivel principiante o inferior.

La transformación digital de las ocupaciones y modelos de trabajos es un cambio que va avanzando rápidamente a través de los años, pero el factor clave que acelero este proceso fue la pandemia actual. Según se menciona en la Revista latina de Comunicación social, Martínez, M. et al. (2021) En los últimos años la pandemia ha cambiado la vida en diversos ámbitos, el trabajo, la educación, vida social y ha puesto de manifiesto la importancia de protocolos y guías que han aumentado la participación de las personas en el mundo digital. (p. 79)

Hoy en día el uso de la tecnología se ha masificado de manera exponencial en nuestra sociedad y más aún en el tiempo de la pandemia del COVID 19 que vivimos.

A causa de la repentina incorporación forzada a la digitalización, se abrieron muchas aristas que las personas necesitan resolver.

Como plantea Flores, A et al. (2019) citando a Prete. A et al. (2013), el avance de la tecnología y su aceleración, en la sociedad o en nuestro diario vivir implicó la mejora de las habilidades, el conocimiento, acceso y uso ante ellas para un incremento de la participación.

La competencia digital, dejó en evidencia que una gran parte de las personas, no solo la gente común, sino que empresarios, profesores, etc. Presentaron ciertas dificultades al integrarse a la nueva implementación dada durante la pandemia, demostrando un aprendizaje básico de las herramientas que utilizaban.

A la par del incremento de faltas de oportunidades de las personas que mantienen una noción básica de la tecnología, también saldría a flote la brecha digital que se demostró que afectaba a una gran parte de las personas.

Una buena cantidad de personas ha decidido realizar una migración digital, voluntaria u obligatoria porque su situación lo ameritaba. Es importante mencionar que gran parte de los emprendedores se vieron enfrentados a la problemática de cerrar sus negocios y adaptarse a las nuevas formas digitales de comerciar y vender. Es en este punto donde aprender a digitalizar un negocio toma valor y, sobre todo, la utilización de las distintas redes sociales y sus diferentes segmentaciones en el marketing digital.

Ante el problema anteriormente mencionado, se formula la siguiente pregunta del problema, ¿Cómo mejorar las habilidades en el uso de redes sociales, en personas de Arica con baja competencia tecnológica, para su aplicación en fines comerciales y/o comunicacionales?

## **1.2 Objetivos.**

### **1.2.1 Objetivo general.**

Desarrollar un producto audiovisual que instruya a las pymes de Arica en el proceso de digitalización de sus negocios.

### **1.2.2 Objetivos Específicos.**

1. Diagnosticar el nivel de digitalización de los emprendedores de la región de Arica y Parinacota.
2. Elaborar una capsula instructiva que enseñe a los emprendedores el uso de redes sociales desde el punto de vista comercial.
3. Prototipar la capsula instructiva y validarla con un panel de expertos.

### **1.3 Justificación del estudio.**

#### **1.3.1 Estado del arte de la problemática.**

En los últimos años nuestra manera de vivir ha tomado un ritmo diferente, se intensificó de gran manera el uso de la digitalización, ya sea en el trabajo, vida social, educación, etc.

Uno de los acontecimientos que aceleró este proceso de digitalización fue la pandemia que afectó al mundo, como afirma Montoya (2020) Algunas de las personas que se resistían al uso de las nuevas tecnologías en los procesos de enseñanza tuvieron que transformar sus prácticas.

La pandemia mundial transformó la vida de las personas, entre comprar, vender, realizar tramitaciones por internet y códigos QR, etc. Todo esto se convirtió en un gran problema para las personas que no son nativos digitales, afectándolos en su vida diaria, llevándolos a una transformación digital obligatoria donde una gran parte de los afectados fueron los emprendedores y las pymes de nuestra región.

#### **1.3.2 Diagnostico.**

Para comprobar si realmente el problema que abarcamos afecta a las personas y está presente en nuestra sociedad, se realizaron dos encuestas, dirigidas a personas expertas que trabajan con personas que necesitan ayuda en temas comerciales (dentro del área del Centro de Negocios Sercotec Arica) y a emprendedores o empresarios.

##### **Encuesta para “Expertos”:**

- 1.- Durante la Pandemia ¿Hubo un cambio potencial en la necesidad de conocimientos tecnológicos por parte de las personas?
- 2.- De acuerdo a su experiencia ¿Qué rango de edad ha necesitado más ayuda?
- 3.- Defina. ¿En qué App considera que han requerido más ayuda las personas?
- 4.- ¿Cuál cree que sería el medio tecnológico más fácil para educar digitalmente?
- 5.- ¿Qué aplicación usaría para enseñar de mejor manera al cliente?

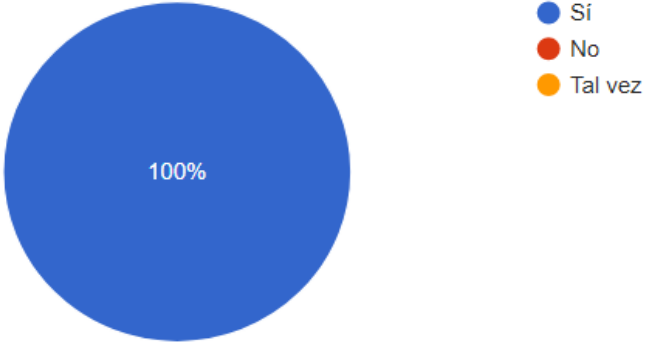
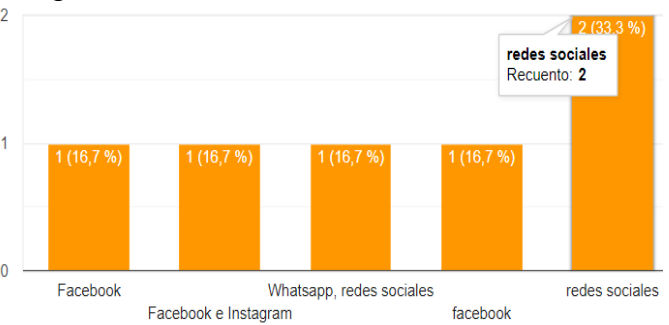
##### **Encuesta para emprendedores:**

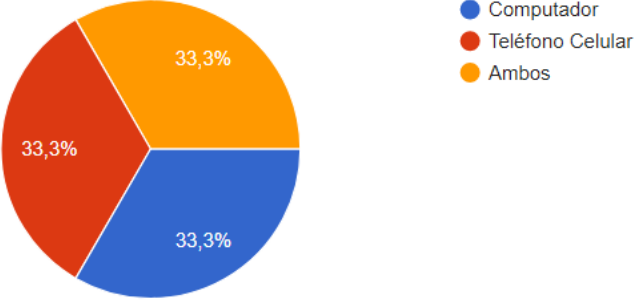
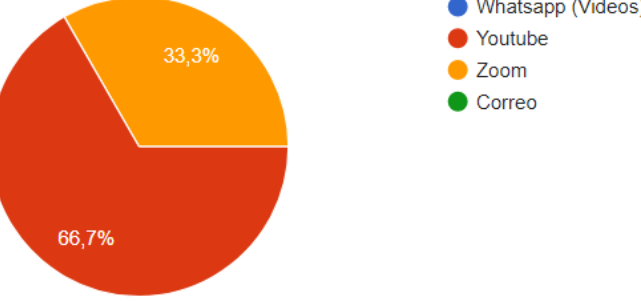
- 1.- ¿Con que frecuencia utiliza la tecnología en su día a día?
- 2.- De acuerdo a su criterio ¿Qué nivel de competencia mantiene en la tecnología y su uso?

- 3.- ¿Qué aplicaciones o redes sociales usa con mayor frecuencia?
- 4.- ¿Le interesa aprender a utilizar de mejor manera los digitales?
- 5.- Si tuviese que aprender a través de una aplicación ¿Cuál sería?

### 1.3.3 Conclusiones del diagnóstico.

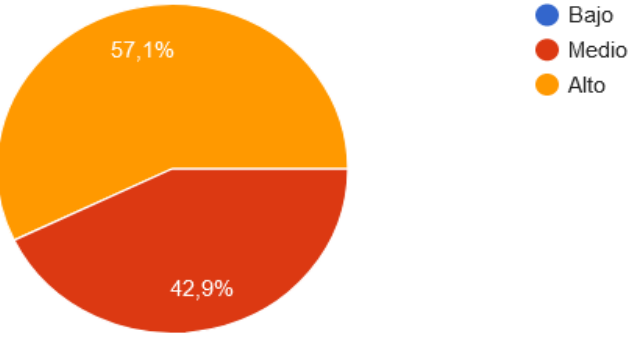
**Tabla 1.** Resultados de la encuesta para Expertos.

<p>Pregunta n°1</p>  <p>Legend:  <span style="color: blue;">●</span> Sí  <span style="color: red;">●</span> No  <span style="color: orange;">●</span> Tal vez</p>	<p>1.- Observación: A raíz de la pandemia es que surgió la necesidad de conectarse a los distintos medios tecnológicos. Según los resultados los expertos señalan que si hubo un cambio en la necesidad de conocimientos tecnológicos por parte de las personas.</p>																		
<p>Pregunta n°2</p>  <p>Legend:  <span style="color: blue;">●</span> Entre 25 y 40 años  <span style="color: red;">●</span> Entre 40 y 55 años  <span style="color: orange;">●</span> 40 y 65</p>	<p>2.- Observación: Todos los expertos determinaron que el rango de edad que más ha necesitado ayuda en relación a conocimientos tecnológicos, son personas mayores de 45 años.</p>																		
<p>Pregunta n°3</p>  <p>Legend:  <span style="color: orange;">■</span> redes sociales</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Recuento</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Facebook</td> <td>1</td> <td>16,7 %</td> </tr> <tr> <td>Facebook e Instagram</td> <td>1</td> <td>16,7 %</td> </tr> <tr> <td>Whatsapp, redes sociales</td> <td>1</td> <td>16,7 %</td> </tr> <tr> <td>facebook</td> <td>1</td> <td>16,7 %</td> </tr> <tr> <td>redes sociales</td> <td>2</td> <td>33,3 %</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Recuento	Porcentaje	Facebook	1	16,7 %	Facebook e Instagram	1	16,7 %	Whatsapp, redes sociales	1	16,7 %	facebook	1	16,7 %	redes sociales	2	33,3 %	<p>3.- Observación: Este dato va relacionado directamente a la edad, ya que Facebook es utilizado principalmente por personas mayores. De las respuestas podemos inferir que las personas han necesitado más ayuda en Facebook, que es la aplicación que más se repite y se incluye dentro de “redes sociales”, teniendo también dos indicadores propios.</p>
Categoría	Recuento	Porcentaje																	
Facebook	1	16,7 %																	
Facebook e Instagram	1	16,7 %																	
Whatsapp, redes sociales	1	16,7 %																	
facebook	1	16,7 %																	
redes sociales	2	33,3 %																	

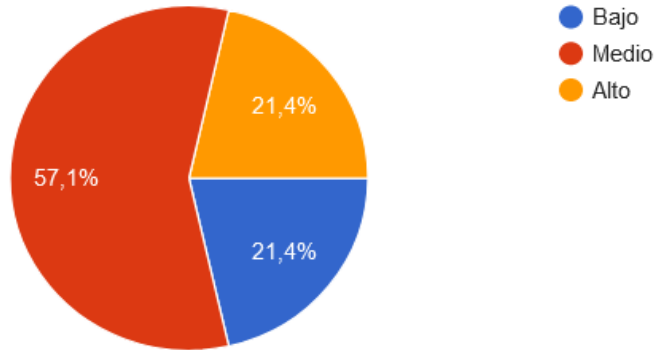
<p>Pregunta n°4</p>  <p> <span style="color: blue;">●</span> Computador  <span style="color: red;">●</span> Teléfono Celular  <span style="color: orange;">●</span> Ambos </p>	<p>4.- Observación: Sin duda los dispositivos más utilizados en la época actual son los teléfonos celulares y los computadores.</p> <p>En esta pregunta los expertos concordaron de igual forma en que ambos medios son fáciles para educar digitalmente.</p>
<p>Pregunta n°5</p>  <p> <span style="color: blue;">●</span> Whatsapp (Videos)  <span style="color: red;">●</span> Youtube  <span style="color: orange;">●</span> Zoom  <span style="color: green;">●</span> Correo </p>	<p>5.- Observación: Al menos 4 de los 6 expertos encuestados, determinaron que YouTube es la aplicación que más usarían para enseñar a un cliente. Sin embargo 2 de ellos creen que zoom es la segunda mejor opción.</p>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 2.** Resultados encuesta para Emprendedores.

<p>Pregunta n°1</p>  <p> <span style="color: blue;">●</span> Bajo  <span style="color: red;">●</span> Medio  <span style="color: orange;">●</span> Alto </p>	<p>1.- Observación: Esta pregunta busca saber con qué regularidad utilizan tecnología las personas en el día a día. Un 57,1% afirma que, con alta frecuencia, un 42,9% con media, y un 0% en baja. El hecho de que exista un 0% en baja frecuencia, es porque estamos en un tiempo en que la tecnología gobierna y es necesaria para todo de tipo de actividades durante el día, ya sea trabajo, estudio o simplemente ocio.</p>
---	--

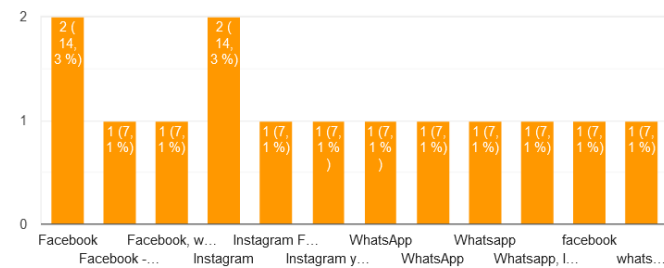
Pregunta n°2



7.- Observación: Es sin duda una pregunta que establecerá el margen de usuarios que marcaran el nivel de complejidad necesario en contenidos que necesiten aprender.

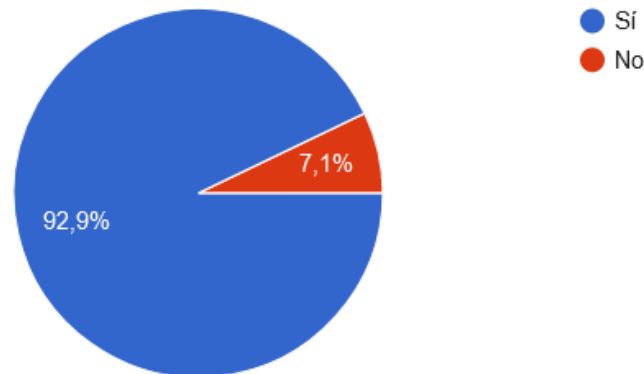
En esta pregunta poco más de la mitad de encuestados considera que mantiene un nivel medio de conocimientos y competencias con el uso tecnológico. Por otro lado, con igual margen de respuestas hay personas con un rango de conocimientos en bajos y altos. Estos últimos datos se dan principalmente por el acceso a los distintos dispositivos y los rangos de edad.

Pregunta n°3



8.- Observación: Podemos inferir de las respuestas entregadas por las personas encuestadas que gran parte de ellos, al menos 6 utilizan mayormente WhatsApp, seguidos de Facebook e Instagram con un poco menos de uso.

Pregunta n°4



9.- Observación: Es una pregunta de opinión personal, la cual va dirigida al aprendizaje propio de las nuevas tecnologías y medios digitales. Un 92,9% contesto que, si desea aprender, y un 7,1% se negó.

Esto nos deja claro que las personas quieren seguir aumentando su conocimiento en los medios digitales, es fundamental para adaptarse al mundo que cada vez domina y avanza más tecnológicamente.

	<p>La cantidad de respuestas afirmativas viene a confirmar la necesidad y las ganas de aprender que tienen las personas en su condición baja de habilidades digitales. Por otra parte, también refleja que existe en la actualidad un nivel de digitalización importante en la que quieren estar integrados.</p>								
<p>Pregunta n°5</p> <p>A pie chart titled 'Pregunta n°5' showing the preference for video platforms. The chart is divided into three segments: a large blue segment for YouTube (92.9%), a small red segment for Whatsapp (7.1%), and a very small yellow segment for Zoom (0%). A legend to the right of the chart identifies the colors: blue for YouTube, red for Whatsapp (videos), and yellow for Zoom.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Plataforma</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>YouTube</td> <td>92,9%</td> </tr> <tr> <td>Whatsapp (videos)</td> <td>7,1%</td> </tr> <tr> <td>Zoom</td> <td>0%</td> </tr> </tbody> </table>	Plataforma	Porcentaje	YouTube	92,9%	Whatsapp (videos)	7,1%	Zoom	0%	<p>10.- Observación: Según el análisis un 92,9% prefiere YouTube, antes que WhatsApp (Videos) o Zoom. Esto confirma que YouTube la plataforma de videos es la preferida, ya que a diferencia de las demás es más rápida y global, no necesita reuniones como “Zoom” y menos es tan personal como “WhatsApp”, es por esto que las personas decidieron una aplicación dedicada a videos donde ellos pueden entrar libremente a aprender.</p>
Plataforma	Porcentaje								
YouTube	92,9%								
Whatsapp (videos)	7,1%								
Zoom	0%								

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a las encuestas realizadas a expertos y a emprendedores podemos concluir que sin duda el conocimiento y uso de las redes sociales como medio de comunicación o de comercialización, son una herramienta que necesita ser explotada. Gran parte de las personas reconoce esta necesidad y se interesa por aprender de existir un medio que apoye este tipo de educación. Así también se considera a YouTube como un medio por el cual a las personas les gustaría aprender y creen que es efectivo y práctico. Entregar contenidos respecto a los medios digitales a través de videos, podría solucionar de cierta manera la necesidad de conocimientos ya que son fácilmente reproducibles desde cualquier dispositivo, ya sea un computador o un celular.

#### **1.4 Limitaciones.**

- Falta de acceso a dispositivos electrónicos, sin estos medios, nuestro público objetivo no podría utilizar la herramienta visual que entregamos.
- La continua actualización de las herramientas digitales nos obligarían a generar nuevas cápsulas continuamente al quedar obsoletas.
- El nulo conocimiento o rechazo a las tecnologías de la información.

#### **1.5 Proyecciones**

- Se espera que este proyecto educativo y multimedial pueda masificarse en pro de las pymes con brechas digitales y aumentar considerablemente la competencia digital.
- La masificación de esta herramienta dirigida a emprendedores.
- Que se reconozca este material como una fuente confiable de aprendizaje para la digitalización empresarial en redes sociales.



## **2. MARCO TEORICO**

### **2.1 Antecedentes Teóricos.**

#### **2.1.1 Transformación digital a través de la pandemia COVID 19.**

No cabe duda que antes de la pandemia nuestra sociedad ya daba pasos a un sistema que digitalizaba más su forma de trabajar, a fines del 2019 y principios del 2020 con la declaración de la pandemia, se tuvieron que realizar cambios drásticos para que las pymes pudieran mantenerse activas mediante la digitalización de sus negocios.

“La situación causada por la pandemia ha forzado la adaptación en el corto plazo, pero debe verse como un paso o un salto hacia la transformación digital” (Portafolio 2020 como se cita en Arredondo, 2021, p.6).

El cambio a la digitalización, abrió muchas puertas a personas nativas digitales, pero, por otro lado, complicó a muchos emprendedores que desconocían el uso de las redes sociales como una vía para seguir activas.

#### **2.1.2 Competencia digital.**

Un gran conjunto de personas se vio atrapada al no saber desenvolverse de manera completa con las nuevas herramientas digitales, las que solo manejaban con un conocimiento básico. Savona, M. (2020) menciona que el trabajo a distancia y los trabajos digitales solo serían unos de los tantos síntomas de una transformación de las ocupaciones.

Una vez implantado en nuestra sociedad el sistema digital, muchas pymes se vieron afectadas al no tener los conocimientos necesarios para sumarse a este proceso. Es aquí donde se evidencio de manera clara el nivel de competencia digital que poseían las personas dentro de cada negocio.

### **2.1.3 La migración digital.**

La migración digital, como su nombre lo dice, es un proceso consistente en la transición a un nuevo espacio, el espacio digital de actividades que venimos realizando (Peraza, 2020 como se cita en Llanos Arévalo, E. S. 2021.) “La devastadora realidad que se vivió en esos meses en el ámbito sanitario, social, político y sobre todo económico, llevó a la ciudadanía en general a buscar medios y recursos para subsistir” (p.11).

Según Aguirre (2020) “La actual crisis sanitaria ha generado un profundo cambio en la sociedad, donde múltiples sectores de ésta han tenido que sumarse a la digitalización de sus procesos y adoptar nuevas herramientas tecnológicas para mantener así el ritmo y operabilidad de la ciudad.” (párr. 1).

Aunque la migración digital se ha visto dificultada por brechas existentes, esta no ha dejado de avanzar últimamente, aunque a pasos tranquilos.

### **2.2 Digitalización de las Pymes.**

La brecha digital es uno de los problemas que se ha mantenido a flote durante la pandemia e incluso antes de ella, demostrando que todas las pymes presentaban distintos niveles de manejo de herramientas digitales, ya sea bajo, medio o alto, entre ellos emprendedores, comerciantes, empresarios, etc.

### **2.3 El video Instructivo.**

“El video instructivo se define como un producto audiovisual cuya característica principal es guiar de manera ordenada, siguiendo pasos específicos y orientados a personas que no están familiarizadas con el producto.” (Hernández B. 2016, p. 33).

Como hace mención el Equipo IDA (2020) es común que hoy en día las personas necesiten materializar un producto en poco tiempo, teniendo en cuenta que leer una larga guía puede que no sea una buena opción, en cambio en lo audiovisual, nos permite observar un paso a paso detallado del objetivo a realizar; resulta una alternativa difícil de superar, pero esta nos permite repetir la idea una y otra vez hasta que nos quede claro qué y cómo hacerlo.

### **2.3.1 El Aprendizaje audiovisual.**

En el último tiempo el aprendizaje audiovisual se ha instalado en nuestras vidas de una gran forma, ya sean tutoriales, documentales, entrevistas, dependiendo el interés de las personas, lo audiovisual les permite absorber la información de mejor manera.

El autoaprendizaje es fundamental en este tipo de situaciones, teniendo en cuenta que las herramientas multimedia poseen un valioso potencial para la creación de sistemas de apoyo al aprendizaje.

Rajas, M (2018) menciona que el vídeo forma parte del ecosistema digital de los medios de comunicación, de las redes sociales y de los universos virtuales de creación y consumo de contenidos a través de dispositivos tecnológicos que emplean docentes y alumnos. Es decir, conecta enseñanza, información, entretenimiento o marketing en un entorno abierto. Dando a entender que no solo un video pueda servir como aprendizaje en algo común, sino que también puede integrarse en el campus virtual de una asignatura, como un elemento exclusivo del itinerario curricular, o difundirse libremente en plataformas abiertas.

“El video es uno de los recursos, junto con diversos materiales textuales, infografías o actividades interactivas de muy variada índole, que componen el catálogo habitual de contenidos didácticos” (Gértrudix, M. 2017, p. 290).

### **2.3.2 Teoría para realizar un video instructivo.**

Para empezar a desarrollar una capsula instructiva, hay que tener presente lo que queremos que la gente vea, teniendo en cuenta que tiene que ser un video conciso y ordenado, las herramientas o software a utilizar para el desarrollo del video y grabación de voz que guie el video.

“La medida más importante a destacar en el video es que puede ser utilizado como un método crítico para diferentes medios educativos, uniéndose a componentes de otros medios, por ejemplo, fotografía, imagen en movimiento, contenido, sonido; con una meta final específica para apoyar el avance del proceso de aprendizaje instructivo” (Areal, P. 2017, p. 2).

El primer paso es el análisis, hay que indagar respecto al tipo de video que queremos realizar, observar otros proyectos y ver que funciona y que no, para no cometer los mismos errores y que el proyecto sea lo más beneficioso posible.

Luego de haber desarrollado el análisis y haber recolectado la información necesaria para desarrollar la capsula, empezamos a crear el esquema de nuestro video, es decir; definir de principio a fin, que se les mostrará a las personas en el video; imágenes, textos, sonidos o música.

Teniendo presente lo que se visualizará, es hora de empezar a formular y escribir el guion, como menciona Colman H (2020). Un guion, como cualquier historia, debe tener una estructura. No importa lo corto o extenso que sea, debe de tener una introducción, desarrollo y conclusión.

Como cuarto paso, ya teniendo formulado el guion y el contenido, empieza la grabación del video, aplicando la técnica escogida previamente.

Y como paso final, comenzaremos con la producción y postproducción de nuestro video, agregando nuestras imágenes, grabaciones y sonido, realizando un video atractivo para el receptor, agregando anotaciones, subtítulos o movimientos de imágenes.

#### **2.4 Antecedentes Gráficos.**

Se realizó una recopilación de antecedentes gráficos, que nos ayudarán a tener una referencia de la estructura del video que se presentará. Son estos antecedentes en los que nos sustentaremos para desarrollar nuestro proyecto, sentarán las bases estructurales y el formato que contendrán nuestros videos.

## 2.4.1 Estilos de videos.

**Figura 1.**

Animación 3D



Nota. Vídeo instructivo de RCP usando solo las manos de la American Heart Association. por American Heart Association, 2015, YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=EWGVc5kzb4Y>

**Figura 2.**

Motion Graphics



Nota. Video Instructivo. por Comunicaciones UTP, 2018, YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=8ZFqPBdn1QA>

**Figura 3.**

Stop motion.

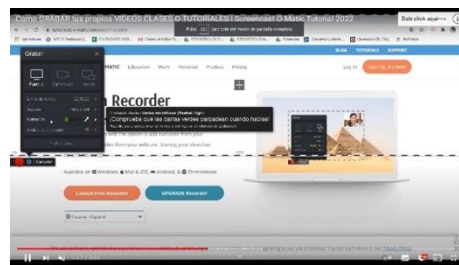


Nota. CUENTO MAPUCHE PARA NIÑOS - EPEW MAPUCHE. por Paulina Alvial Muñoz, 2020, YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=z5XkX2I2VNw&t=92s>

**Figura 4.**

Screencast



Nota. Como GRABAR tu pantalla para VIDEOS CLASES O TUTORIALES | Screencast O Matic Tutorial. por Ingenia TICs, 2020, YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=VJ7dYQ7spbA&t=80s>

## 2.4.2 Tipografías para videos.

**Figura 5.**

Bebas Neue.



*Nota.* Muestra de la tipografía Bebas Neue, esta tipografía contiene absolutamente todas sus letras en mayúscula.

**Figura 6.**

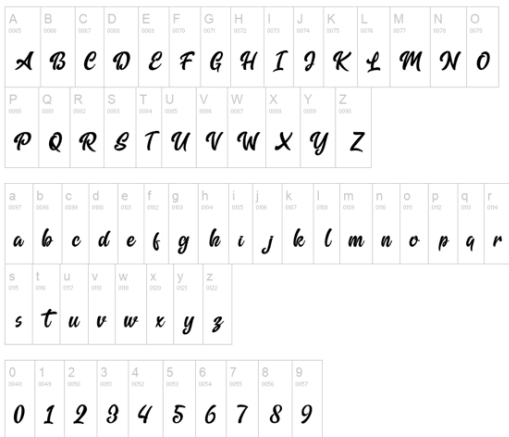
Myriad.



*Nota.* Se muestran las diferentes variaciones de Myriad

**Figura 7.**

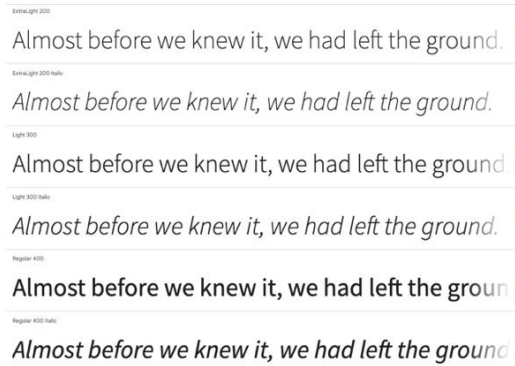
Alpha Monday



*Nota.* Se muestra la tipografía Alpha Monday que nos entrega un diseño cursivo de decorativo.

**Figura 8.**

Source Sans



*Nota.* Diferentes variaciones de la tipografía Source Sans siendo esta una tipografía muy común por su facilidad de lectura.

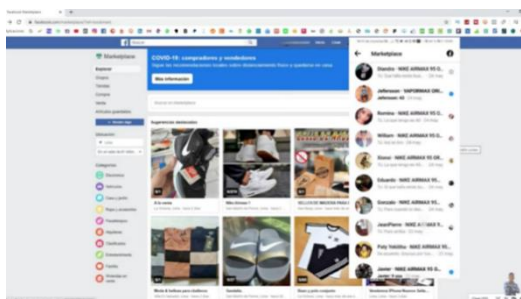
Se usará como tipografías principales “Bebas Neue” para los títulos o subtítulos, y “Myriad (Pro)” para los párrafos principales, por su gran claridad al momento de leer, ya que se llegará con un mensaje directo para este tipo de público.

Como detalles dentro del diseño se usó “Alpha Monday” y “Source Sans” para resaltar ciertos puntos y hacerlo más agradable a la vista. Creando así una composición clara y directa, fácil de entender, pero a la vez llamando la atención del público.

### 2.4.3 Videos instructivo.

**Figura 9.**

*Video instructivo 1: “Como vender por el Marketplace de Facebook y posicionar tus publicaciones + ventas”*



Nota. COMO VENDER por el MARKETPLACE de FACEBOOK y POSICIONAR TUS PUBLICACIONES + VENTAS. por Juan Luis Huerta, 2020, YouTube  
<https://www.youtube.com/watch?v=iLKXWC96q5c>

**Figura 10.**

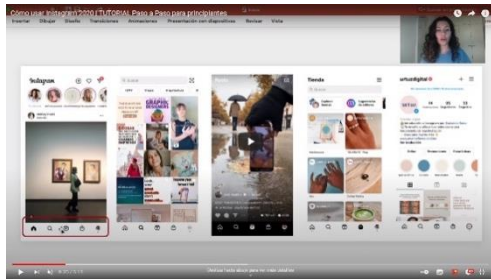
*Video instructivo 2: Facebook para Principiantes Parte I, Captura de pantalla del video tutorial “Facebook para Principiantes Parte I”*



Nota. FACEBOOK PARA PRINCIPIANTES - PARTE I. por Video Tutoriales Web, 2015, YouTube  
[https://youtu.be/W601Y\\_SNjDw](https://youtu.be/W601Y_SNjDw)

**Figura 11.**

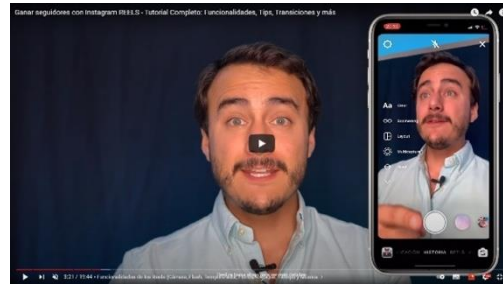
Video instructivo 3. Captura de Pantalla Video “Como usar Instagram 2020 Tutorial Paso a Paso para Principiantes.”



Nota. Cómo usar Instagram 2020 | TUTORIAL Paso a Paso para principiantes. por Arianne, 2020, Youtube (<https://youtu.be/5lcyoSE8Ai4>). CC BY 2.0

**Figura 12.**

Video instructivo 4. Captura de Pantalla Video “Ganar seguidores con Instagram REELS - Tutorial Completo: Funcionalidades, Tips, Transiciones y más”



Nota. Ganar seguidores con Instagram REELS - Tutorial Completo: Funcionalidades, Tips, Transiciones y más... por Joako Baena Q, 2021, Youtube ([https://youtu.be/XgKtrdDpY\\_Q](https://youtu.be/XgKtrdDpY_Q)). CC BY 2.0

**Figura 13.**

Video instructivo 5. Captura de Pantalla Video “Uso correcto de las redes sociales.”



Nota. Uso correcto de las redes sociales. por Jhonny Ramírez Fuentes, 2020, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=wHkj1qLUtfk>). CC BY 2

**Figura 14.**

Video instructivo 6. Captura de Pantalla Video “Empieza a VENDER con redes sociales 2022 | 4 CLAVES para vender en REDES SOCIALES”



Nota. Empieza a VENDER con redes sociales 2022 | 4 CLAVES para vender en REDES SOCIALES. por Aprendamos Marketing, 2022, Youtube (<https://www.youtube.com/watch?v=rrJ4k2thhkh>). CC BY 2.0



#### 2.4.4 Paleta de colores.

Dentro de la paleta de colores se separó en tres categorías. La primera siendo los colores usados en tipografía principal (título, subtítulos, etc.) usando el color “#F49819” como el principal. Como colores secundarios usaremos principalmente la escala de monocromía del azul, aludiendo así a la plataforma “Facebook”. Para los colores terciarios se usarán como detalles, destacando sutilmente otras plataformas como “Instagram” o “WhatsApp”.

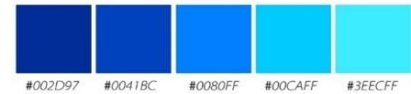
**Figura 15.**

#### Paleta de colores

Colores principales.



Colores secundarios (Ventanas Facebook).



Colores Terciarios (Fondos y demas).



*Nota.* Muestra de colores según jerarquía de uso.

#### 2.4.5 Estilo Gráficos.

Para los estilos gráficos se recopiló una serie de contenido relacionado a las redes sociales, especialmente de “Facebook”, diseños compatibles, para hacer la composición visualmente agradable y llamativa. Además, se agregó detalles sobre “Instagram” para hacer guiño dentro del video sobre algunos detalles de esta. Finalmente se recopilaron varios íconos importantes para los efectos y transiciones de video.

**Figura 16.**

#### Estilos gráficos

Recopilación de Estilos Graficos.



*Nota.* Recopilación de estilos gráficos utilizados.

#### 2.4.6 Diseño y Diagramación.

Para este proyecto se utilizará una tendencia de diseño en espacio negativo, ya que es estratégicamente ingenioso para agregar un significado rápido y profundo a tu diseño, es ideal para proyectos de presentación, es una composición simple pero no al punto de ser muy minimalista.

En cuanto a la diagramación será una combinación entre más peso visual de elementos y menos texto. Los gráficos y vectores que se presentan se encuentran en el centro de la composición, generalmente siguiendo la regla del texto a la izquierda y gráficos a la derecha. Mientras menos elementos se encuentren en la composición, más preciosa y agradable a la vista se ve. El color principalmente se rellena el fondo completo según lo que se esté mostrando, con una opacidad (60%, 80%), mostrando así el fondo.

*“Shift Branding” Ejemplo de diseño negativo.*

**Figura 17.**



*Nota.* Shift Branding se encuentra entre las nuevas tendencias de diseño más utilizadas en los últimos años.

## 3. MARCO METODOLÓGICO

### 3.1 Metodología.

Para la realización de nuestro proyecto audiovisual que busca instruir a los emprendedores en el proceso de digitalización de sus pymes, para que de manera efectiva se puedan desarrollar ante su propósito comercial y/o comunicacional, necesitaremos seguir una estrategia o método proyectual que nos permita sistematizar la resolución de problemas. Existe una gran variedad de metodologías a seguir, pero para nuestro proyecto nos enfocaremos en realizar la Metodología de Bruno Munari.

### 3.2 Metodología de Munari.

Como dice Bruno Munari (1983) “La metodología proyectual consiste simplemente en una serie de operaciones dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo” (P.18)

Esta metodología se utilizará para poder entregar a las personas la información dada en el marco teórico; se realizará una producción audiovisual, la que necesita seguir los siguientes diez pasos metodológicos.

### 3.3 Etapas de la Metodología.

**1) Definición del problema:** En esta primera etapa se plantearán distintas formas de poder identificar la respuesta a la pregunta en cuestión (el problema), para ello tendremos que ver si lo planteado tiene una solución, el cómo se solucionará y que procedimiento se utilizará para lograrlo.

**2) Elementos del problema:** En este paso se tomarán en cuenta las soluciones para los subproblemas que irán surgiendo a medida que se va avanzando o produciendo la respuesta al problema.

**3) Diagnóstico:** Se analizará el problema, con el objetivo de poder definir su existencia y a quienes les afecta (definir el público objetivo), y establecer las posibles soluciones.

**4) Recopilación de datos:** En esta etapa, se realizará una investigación a proyectos similares dentro del área y a la solución del problema, para así tener una referencia de lo que se puede y no se pueda hacer.

**5) Análisis de datos:** Ya teniendo la información de la investigación anterior, se analizarán uno a uno los datos para ver si estos pueden contribuir o no como solución y tener una buena orientación en su producción.

**6) Creatividad:** Ya habiendo analizado los datos, este paso se centra en buscar una solución que realmente funcione, que pueda llegar a la gente y principalmente que esté al alcance de nuestras manos.

**7) Materiales y tecnologías:** Se realizará una breve recopilación de datos respecto al equipo de trabajo del diseñador que desarrollará el producto, ya sea computador, programas, micrófono, etc., para así saber si se cuenta con lo necesario.

**8) Experimentación:** Pondremos a prueba todo lo reunido anteriormente y así podremos descubrir nuevas formas para llevar a cabo lo propuesto y ver si pueden servir en la producción.

**9) Modelos:** En esta etapa se realizarán los primeros bocetos del producto, todo lo producido se tomará en cuenta, ya sean errores o aciertos, y así tener un producto final al margen de los errores y mejor realizado.

**10) Verificación:** En este último paso de la metodología comprobaremos los resultados presentándoles el modelo a un determinado número de usuarios para que emitan su juicio y nos retroalimenten sobre la efectividad de nuestro producto.

**Figura 18.**

*Metodología de Bruno Munari*



Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar la metodología de Munari nos ayuda a mantener un orden en la realización del proyecto, el cual nos permite plantear lo que nos puede servir para llevar a cabo de una mejor manera el proceso de trabajo, para lograr la solución que tenemos en mente.

## **4. DESARROLLO DEL PRODUCTO**

Unas de las principales ventajas de hacer un proyecto audiovisual es que puede llegar a más personas de las esperadas, ya que al ser un video instructivo puede ayudar a diferentes personas de distintas edades, que les pueda interesar desenvolverse de mejor manera por las redes sociales, para un mayor impulso comercial o comunicacional.

Esta metodología nos ayudara a tomar en cuenta hasta el mínimo detalle de lo que se quiere realizar y lo que se requiere para poder desarrollarlo.

### **4.1 Definición del problema:**

Como concluimos en un amplio análisis del capítulo 1, “Definición del problema” se formuló la siguiente pregunta del problema, ¿Cómo mejorar las habilidades en el uso de redes sociales, en personas de Arica con baja competencia tecnológica, para su aplicación en fines comerciales y/o comunicacionales?

Hoy en día, todas las personas utilizan medios digitales para desenvolverse, pero muchos no saben darle un uso correcto a las herramientas que utilizan, quedándose con lo básico, pudiendo ampliar mucho más su conocimiento y desarrollo, no quedando solo en eso, si no que sacándole el provecho desde un punto de vista comunicacional y comercial.

Es a raíz del mismo avance digital que muchas personas fueron quedando atrás, ya sea por poco acceso a los dispositivos tecnológicos o simplemente por un rechazo a la migración digital. Es en este punto como resultado de la pandemia COVID, se hizo totalmente necesario dar el paso ya que todo trámite burocrático, así como medios de comunicación y servicios comerciales, se digitalizaron en gran medida.

**4.2 Elementos del Problema:** Mediante la realización del producto aparecerán ciertas interrogantes que se irán resolviendo a medida que se avanza, como, por ejemplo:

- 1) ¿Qué elementos gráficos se utilizarán?
- 2) ¿Qué paleta de colores y tipografías usaremos?
- 3) ¿Qué formatos de archivos elaboraremos adicionales al web?
- 4) ¿Qué técnica se utilizará para la realización del video?
- 5) ¿Qué estilos gráficos se utilizará para la portada del video y transiciones?

### **4.3 Diagnóstico:**

Luego de realizar un exhaustivo análisis a los resultados arrojados por las encuestas que se detallan ampliamente en el capítulo 1 de este documento, podemos confirmar la existencia del problema que hemos detectado. Sin dudas, la digitalización ha sido un problema que, en la modernidad al día de hoy, se maximizó y se ha hecho un recurso necesario para los emprendedores, no solo como un medio de comunicación, sino que también como una herramienta por la que la comercialización de diferentes productos o servicios llega a las personas. Así también vemos en los resultados, que existe la necesidad y las ganas de aprender a digitalizar sus pymes.

### **4.4 Recopilación de datos:**

Es importante mencionar que se expone en gran detalle el marco teórico en el capítulo 2, el que incluye antecedentes teóricos y gráficos. Dentro de este contenido detallamos el proceso forzado de migración digital que origino la pandemia COVID y como expuso el nivel de competencias digitales que presentaba la población. Pensando en una solución que permita avanzar en el proceso migratorio digital es que consideramos desarrollar un producto multimedial, el que podría incluir animación 3D, motion graphic, stop motion o screencasts.

Para la recopilación de información se realizó una búsqueda en internet entre páginas y videos que hablaban sobre el problema a tratar, o que nos puedan servir para la realización de nuestro proyecto (realizado en los antecedentes gráficos del capítulo II).

Para los antecedentes gráficos, los cuales servirán de referencia para la producción de la metodología, se hizo una recopilación de videos que abordan en si la temática a realizar.

Los elementos que se tomarán en cuenta son:

- La breve duración del material máx. 3 minutos.
- El uso de imagen de acuerdo con lo que se habla.
- La cantidad de texto y su función.
- Uso de una paleta de colores.
- La tipografía según finalidad del texto.

#### **4.5 Análisis de datos:**

En esta etapa se hará un análisis teórico y gráfico, donde se verán los conceptos principales que se abordaron en el marco teórico y en la recopilación de datos mencionados en el apartado anterior para ver si nuestro procedimiento se dirige por una buena orientación y sigue un orden de información.

##### **4.5.1 Datos Teóricos**

###### **1) Transformación digital a través de la pandemia COVID 19:**

A fines del 2019 y principios 2020 con la declaración de la pandemia, se tuvieron que realizar cambios drásticos para que las pymes pudieran mantenerse activas mediante la digitalización de sus negocios (p. 10).

###### **2) Competencia digital:**

Un gran conjunto de personas se vio atrapada al no saber desenvolverse de manera completa con las nuevas herramientas digitales, las que solo manejaban con un conocimiento básico (p. 10).

###### **3) La migración digital:**

La migración digital, como su nombre lo dice, es un proceso consistente en la transición a un nuevo espacio, el espacio digital, de actividades que venimos realizando. (p. 11).

###### **4) Digitalización de las Pymes:**

La brecha digital es uno de los problemas que se ha mantenido a flote durante la pandemia e incluso antes de ella, demostrando que todas las pymes presentaban distintos niveles de manejo de herramientas digitales. (p. 11).

###### **5) El video instructivo:**

Lo audiovisual, nos permite observar un paso a paso detallado del objetivo a realizar, resulta una alternativa difícil de superar, pero esta nos permite repetir la idea una y otra vez hasta que nos quede claro qué hacer. (p. 11).

## **6) El aprendizaje audiovisual:**

En el último tiempo el aprendizaje audiovisual se ha instalado en nuestras vidas de una gran forma, ya sean tutoriales, documentales, entrevistas, dependiendo el interés de las personas, lo audiovisual les permite absorber la información de mejor manera. (p. 12).

### **4.5.2 Datos Gráficos**

Para los antecedentes gráficos, los que servirán de referencia para la producción de la metodología, se hizo una recopilación de videos que abordan en si la temática a realizar.

Los elementos que se tomarán en cuenta son:

- La breve duración del material máx. 3 minutos.
- El uso de imagen de acuerdo con lo que se habla.
- La cantidad de texto y su función.
- Uso de una paleta de colores.
- La tipografía según finalidad del texto.

Para el desarrollo del producto multimedial, definimos las siguientes categorías graficas:

**Estilos de videos:** Estilo que se tomara de base en el desarrollo del video, el que puede ser animación 3D, motion graphic, stop motion o screencast.

**Tipografías para videos:** En este punto definimos las tipografías que se adapten mejor al estilo del video y al contenido que se esté mostrando en cada secuencia.

**Videos Instructivos:** Tipo de video en el que se entrega contenido educativo respecto a un tema en particular.

**Paleta de colores:** Selección de colores con los que se trabajara el material gráfico y visual del video.

**Estilos gráficos:** Estilo con el que se diseñan los elementos gráficos del video, la temática y formas de cada elemento.



## 1. Estructura y partes de un video:

**Preproducción:** Primera etapa donde se verá la construcción del producto. El objetivo principal es asegurar las condiciones más apropiadas para la realización, la producción del guion y organización del material audiovisual. Este plan incluye la redacción del proyecto, los conceptos a definir, entre otras cosas, se determinará el enfoque del proyecto

**Producción:** Es donde se comenzará la elaboración del material multimedia, recopilando la información visual y el sonido a usar. Es el paso en el que comienzan a concretarse lo pauteado en la preproducción siguiendo paso a paso lo acordado.

**Postproducción:** Es la etapa final donde se ve la sincronización de las imágenes junto con el audio o los sonidos seleccionados, en definitiva, es la parte del montaje dónde se afinan los detalles, se da lugar a las acciones últimas y decisivas en el proceso de construcción de un video. Es donde se corrige errores o se cambian detalles del producto.

## 2. Análisis de materia recopilado.

**Ritmo, equilibrio y movimiento:** Tomando la información extraída de los videos recopilados se destaca el ritmo y movimiento de la animación, la narrativa que se desarrolla. Se hace utilización del espacio de trabajo total y si la interacción entre cada elemento era completa. El equilibrio que presentaban en el entorno hacía agradable a la vista las transiciones, siendo no complicado de entender.

**Simplicidad:** La simplicidad contenida en las piezas gráficas la hacían fácil de entender, constituían un orden lógico que mantiene a la audiencia al pendiente de cada cambio.

**Tipografía:** Se utilizará tipografía serif, sans-serif, cursivas, para darle más dinamismo al video y que no sean siempre las mismas tipografías, pero a la vez, que se entienda lo que se dice.

**Jerarquía visual y de información:** Mediante se esté dando la información del video esta vendría acompañada con la tipografía para recalcar ciertos aspectos de esta misma apareciendo en el video acompañando a las imágenes.

## **4.6 Creatividad.**

Desarrollaremos en esta etapa un video instructivo en el que explicaremos detalladamente como elaborar un Fanpage y como generar publicaciones. Este video estará enfocado principalmente para un público de 45 años en adelante, por lo que utilizaremos la técnica del motion graphic para hacerlo más dinámico y visual.

Ya teniendo los datos recopilados, nos centraremos en la producción del video, en la cual hay que tener presente que tiene que ser dinámico, entretenido, fluido y fácil de entender para el espectador. Conteniendo todo en un tiempo el cual el máximo es de 3 min.

Este video no contendrá personajes, pero si hará uso de imágenes, sonidos, música de ambientación, también lo que no puede faltar, la información transmitida en voz en off.

Cada una de las partes de la información será representada por cada tipografía distinta para poder mostrar una variedad en el video, así también la paleta de colores que utilizaremos tiene expresa relación a la aplicación que se esté utilizando, como sería el azul al Facebook, tonos amarillos rosas para Instagram.

Las tipografías irán en color blanco para crear un mayor contraste con las diferentes imágenes que vayan apareciendo dentro del video.

Se hará una animación a las imágenes/ilustraciones y palabras que vayan apareciendo, de forma animada, estas serán efectos de zoom, transiciones, cambios de color, etc. Todas estas animaciones resaltarán las secciones importantes que se muestran en cada escena.

#### **4.7 Materiales y tecnologías:**

##### **LISTA DE RECURSOS GRÁFICOS Y/O MULTIMEDIALES:**

- Videos.
- Animación (Motion Graphics)
- Vectores.
- Imágenes.
- Textos.
- Música/Sonido.

##### **LISTA DE RECURSOS TANGIBLES UTILIZADOS:**

###### **Notebook Pavilion Gaming:**

- Intel core i7, 12GB RAM.
- 512 GB SDD.
- Nvidia Geforce RTX 2060 6GB.

###### **Cámara:**

- Canon 5D Mark IV.
- Lente 50mm fijo.
- Estabilizador, Gimbal

##### **LISTA DE SOFWARES UTILIZADOS:**

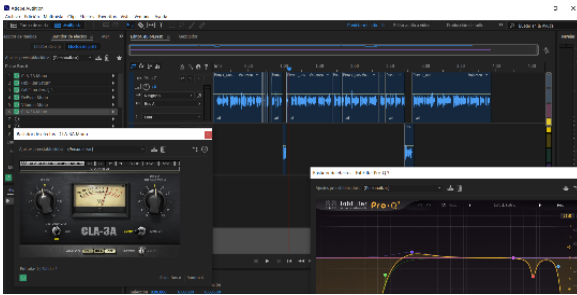
- Adobe Audition 2020.
- After Effect 2020.
- Adobe Illustrator 2021.
- FI Studio 20.

#### 4.8 Experimentación:

Ya teniendo los programas, las imágenes, el guion y la musicalización, nos enfocamos en desarrollar las primeras producciones de prueba, realizando una observación de lo producido, viendo si se requieren cambios, dependiendo de su funcionalidad.

**Figura 23.**

Verificación del guion grabado



Fuente: Elaboración propia

**Figura 28.**

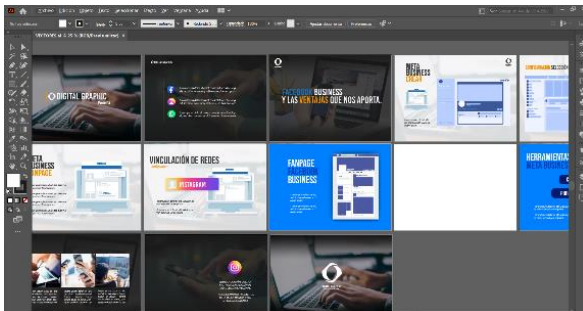
Verificación de la música



Fuente: Elaboración propia

**Figura 33.**

Verificación de vectores



Fuente: Elaboración propia

**Figura 38.**

Realización del primer prototipo



Fuente: Elaboración propia

#### **4.9 Modelos:**

En esta etapa realizamos varias propuestas en la realización del video introductorio a las capsulas educativas. Se recogieron los datos obtenidos en la experimentación y se aplicaron distintas mejoras y enfoques para abordar los aspectos que son más relevantes en el desarrollo de nuestro prototipo. Se utilizo un audio dinámico que acompaña a cada uno de los elementos que van apareciendo en pantalla junto a colores representativos de cada sección y aplicación.

#### **4.10 Verificación:**

Una vez realizado el modelo preliminar, procedemos a subirlo a YouTube y lo sometemos a evaluación por parte de un público de prueba, tomamos sus impresiones para luego modificar y corregir algunos aspectos que no han sido comprendidos de manera rápida o del todo en el prototipo. Con los datos obtenidos mejoraremos el producto final de manera que satisfaga a gran parte del público objetivo.

## CONCLUSIÓN

Podemos inferir de la investigación realizada, que la digitalización de las pymes es una necesidad importante en el marketing de cada empresa, que se ha dado progresivamente pero que se vio acelerada por la pandemia COVID. Siempre son situaciones externas las que visibilizan este tipo de problemas e incitan a la inclusión y el desarrollo de técnicas educativas para distintas edades. Es en la implementación de estas técnicas donde los diseñadores multimediales tenemos un rol importante, ya que somos capaces de desarrollar las herramientas comunicacionales, educativas y didácticas para poder realizar esta tarea.

Es gracias a la investigación realizada que pudimos elaborar un producto audiovisual que resulta ser efectivo en el proceso de digitalización, siendo práctico y atractivo para quienes deseen aprender el uso correcto de las redes sociales como medio comercial.

Fue gracias a la pandemia por COVID 19, que la migración digital se hizo obligatoria lo que acrecentó el problema de la digitalización y la necesidad de aprender y enseñar la utilización de los medios digitales, ya que muchas pymes y empresas se vieron afectadas, así también los distintos sistemas gubernamentales que se acogieron a las vías digitales y remotas.

Siendo totalmente relevante tener en conocimiento un valor estimado en el nivel de digitalización que presentan los emprendedores de la región de Arica y Parinacota, logramos el objetivo de promediar este valor gracias a las encuestas realizadas, las que logran sustentar nuestro estudio mostrándonos que existe una brecha en la que nuestro producto podría servir como herramienta educativa.

Es sin duda una herramienta importante la que en este documento se entrega, las capsulas educativas como una forma de enseñar de manera visible y práctica que logra mitigar en parte la necesidad de aprender rápidamente la utilización de las aplicaciones más usadas comúnmente en el ámbito comercial, reduciendo la brecha e integrando a los emprendimientos y empresas a esta sociedad digital.

Se cumple el objetivo general de este proyecto con el prototipo realizado, el que se evaluó positivamente y con altos estándares, siendo verificado por distintos emprendedores y expertos del Centro de Negocios Sercotec Arica, entre los que se encuentran ingenieros comerciales e ingenieros civiles industriales, mostrándose como un real aporte a los beneficiarios, evidenciando que el desarrollo de este tipo de productos viene a complementar la educación digital de las distintas personas con intereses en utilizar las nuevas vitrinas comerciales en el mundo digital de las redes sociales.

## REFERENCIAS

- 1.- Adobe Originals (1992); Myriad <https://fonts.adobe.com/fonts/floresiad>
- 2.- Agus (s.f). Consejos creativos para diseñar un video <https://wideo.co/es/blog/consejos-creativos-para-disenar-un-video/>
- 3.- Ahmed, S. (22 de agosto de 2013). "Shift Branding". Cargocollective. <https://cargocollective.com/imsameer/Shift-Branding>
- 4.- American Heart Association (8 de abril 2015). Vídeo instructivo de RCP usando solo las manos de la American Heart Association. <https://www.youtube.com/watch?v=EWGVc5kzb4Y>
- 5.- Aprendamos Marketing (14 de febrero 2022). Empieza a VENDER con redes sociales 2022 | 4 CLAVES para vender en REDES SOCIALES <https://www.youtube.com/watch?v=rrJ4k2thhk>
- 6.- Arean, P. (2017). La utilización de los videos como recursos para la enseñanza. In XII Congreso Argentino y VII Latinoamericano de Educación Física y Ciencias (Ensenada, 2017). <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/75912>
- 7.- Arianne (22 de noviembre 2020). Cómo usar Instagram 2020 | TUTORIAL Paso a Paso para principiantes. <https://youtu.be/5lcyoSE8Ai4>
- 8.- ARREDONDO QUINTERO, Víctor Raúl, et al. Transformación digital a causa del COVID 19 en Colombia. 2021. <https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/25631/1/TRANSFORMACI%c3%93N%20DIGITAL%20A%20CAUSA%20DEL%20COVID%2019%20EN%20COLOMBIAI.pdf>
- 9.- Bruno Munari (1983). Como nacen los objetos. [https://wiki.ead.pucv.cl/images/7/70/Como\\_Nacen\\_los\\_Objeto\\_-\\_Bruno\\_Munari.pdf](https://wiki.ead.pucv.cl/images/7/70/Como_Nacen_los_Objeto_-_Bruno_Munari.pdf)
- 10.- Colman H (2020). Cómo hacer un video tutorial (o videotutorial): una guía completa <https://www.ispring.es/blog/como-hacer-video-tutorial>
- 11.- Comunicaciones UTP (2 de noviembre 2018). Video Instructivo. <https://www.youtube.com/watch?v=8ZFqPDbn1QA>
- 12.- Corfo (2019) Índice de Transformación Digital 2019 - Corfo - CCS - PMG [https://www.corfo.cl/sites/Satellite;jsessionid=RK610OeeZMQmQAIF3ed\\_beORxxG\\_rvrsCKqiA8f6uCWedBKZcp51!1004746339!-](https://www.corfo.cl/sites/Satellite;jsessionid=RK610OeeZMQmQAIF3ed_beORxxG_rvrsCKqiA8f6uCWedBKZcp51!1004746339!-)

[54647637?blobcol=urldata&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1475167629778&ssbinary=true](https://www.dafont.com/es/bebas-neue.font)

- 13.- Dharma Type (6 de febrero 2019); Bebas Neue <https://www.dafont.com/es/bebas-neue.font>
- 14.- EknojiStudio (2022); Alpha Monday <https://www.dafont.com/alpha-monday.font>
- 15.- Flores, A. E. H., Maldonado, A. T. C., & Brito, Y. L. M. (2019). Las TIC y el empoderamiento de las comunidades rurales y urbano marginales de la Provincia de los Ríos. Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v30i1.1251>
- 16.- Gétrudix, M., Rajas, M., Barrera, D., Bastida, M., & Soto, C. (2017) REALIZACIÓN DE VIDEO EDUCATIVO: ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE LOS MOOC DE URJCX. <https://www.researchgate.net/profile/Manuel-Gertrudix/publication/316655912-REALIZACION-DE-VIDEO-EDUCATIVO-A-NALISIS-DE-LA-PRODUCCION-AUDIOVISUAL-DE-LOS-MOOC-DE-URJ-CX/links/5909fa9f0f7e9b1d0821fd22/REALIZACION-DE-VIDEO-EDUCATIVO-ANALISIS-DE-LA-PRODUCCION-AUDIOVISUAL-DE-LOS-MOOC-DE-URJ-CX.pdf>
- 17.- Hernández Paucar, B. E. (2016). LOS PRODUCTOS AUDIOVISUALES Y SU APORTE EN EL TRATAMIENTO DE PERSONAS CON DIABETES DEL SUB CENTRO DE SALUD DE IZAMBA (Bachelor's thesis, Ambato: Universidad Tecnológica Indoamérica). <http://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/211>
- 18.- Ingenia TICs (2 de octubre 2020) Como GRABAR tu pantalla para VIDEOS CLASES O TUTORIALES | Screencast O Matic Tutorial 2022. <https://www.youtube.com/watch?v=VJ7dYQ7spbA&t=80s>
- 19.- Jhonny Ramírez Fuentes (9 de julio 2020). Uso correcto de las redes sociales <https://www.youtube.com/watch?v=wHkj1qLUfk>
- 20.- Joako Baena Q. (4 de marzo 2021). Ganar seguidores con Instagram REELS - Tutorial Completo: Funcionalidades, Tips, Transiciones y más. [https://youtu.be/XgKtrdDpY\\_Q](https://youtu.be/XgKtrdDpY_Q)
- 21.- Juan Luis Huerta (28 de mayo 2020). COMO VENDER por el MARKETPLACE de FACEBOOK y POSICIONAR TUS PUBLICACIONES + VENTAS [ MÍRALO]. <https://www.youtube.com/watch?v=iLKXWC96q5c>



- 22.- Llanos Arévalo, E. S. (2021). Migración a entornos digitales por parte de medios tradicionales frente a la pandemia de covid-19 ciudad de Machala año 2020. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/17166>
- 23.- Martínez Bravo, María Cristina; Sádaba-Chalezquer, M. (María Rosario); Serrano-Puche, J. (Javier). "Meta-marco de la alfabetización digital: análisis comparado de marcos de competencias del Siglo XXI". Revista latina de comunicación social. (2021). <https://dadun.unav.edu/handle/10171/61095>
- 24.- Paul D. Hunt (s.f); Source Sans <https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro>
- 25.- Paulina Alvial Muñoz (18 de junio 2020). CUENTO MAPUCHE PARA NIÑOS - EPEW MAPUCHE. <https://www.youtube.com/watch?v=z5XkX2l2VNw&t=92s>
- 26.- Rajas, M., Puebla-Martínez, B., & Baños, M. (2018). Formatos audiovisuales emergentes para MOOCs: diseño informativo, educativo y publicitario. El profesional de la información (EPI), 27(2), 312-321. <http://www.elprofesionaldeinformacion.com/contenidos/2018/mar/09.pdf>
- 27.- Ramírez-Montoya, M. S. (2020). Transformación digital e innovación educativa en Latinoamérica en el marco del CoVId-19. Campus virtuales, 9(2), 123-139. <http://uajournals.com/ojs/index.php/campusvirtuales/article/view/744/418#>
- 28.- Savona, M. (2020). ¿La “nueva normalidad” como “nueva esencialidad”? COVID-19, transformaciones digitales y estructuras laborales. Revista CEPAL-Edición Especial. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46831/RVE132\\_Savona.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46831/RVE132_Savona.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- 29.- Scolari, C. (2018). Alfabetismo transmedia en la nueva ecología de los medios. [http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL\\_whit\\_es.pdf](http://transmedialiteracy.upf.edu/sites/default/files/files/TL_whit_es.pdf)
- 30.- Subsecretaría de Prevención del Delito (25 marzo 2020). Tutorial FNSP 2020 - Protección de Espacios Residenciales [https://www.youtube.com/watch?v=bV\\_JaFbp3Zw](https://www.youtube.com/watch?v=bV_JaFbp3Zw)
- 31.- Video Tutoriales Web (5 de febrero 2015). FACEBOOK PARA PRINCIPIANTES - PARTE I (2020). [https://youtu.be/W601Y\\_SNjDw](https://youtu.be/W601Y_SNjDw)

## ANEXO 1: Guiones

### Guion Multimedia:



Titulo: Facebook Business y las ventajas que nos aporta		Destinatario: Personas que quieran desarrollarse tanto laboral como comunicacionalmente a través de las redes sociales.			
Autores: Ernesto Gomez - Ricardo Valle - Daniel Rojas		Objetivos: Entregar a las personas una herramineta visual que pueda enseñarles el correcto uso de redes sociales como medio comunicacional y comercial.			
Resumen: Iniciamos el video desde la creación de un fanpage, haciendo un recorrido por las principales herramientas para publicación de contenido, así también las que son para manejo de contenidos y configuraciones básicas.		Herramientas de creación: After effect.			
Version: 01		Requisito informatico para el usuario: Computador, tablet o celular, con sistema de audio.			
Observaciones: Se debe considerar que este video de Meta Business esta orientado para pc.		Ubicacion: Youtube			
ESC.	Descripcion de la esc	Imagenes o iconos	Animacion, imagenes o videos	Texto	Audio
1	Logo de la empresa apareciendo estilo Motion Graphics y título del video con videos en background usando redes sociales, Muestran logos de las redes sociales, colocando los temas a tocar y videos de cada una de ellas.	Logo de la empresa  Logos de las redes sociales	Videos donde se muestra la utilizacion de las redes sociales y animacion Motion Graphic		Voz en off  musica ambiente
Texto esc.1					
<p>Nuestro desarrollo nos ha llevado a usar las redes sociales diariamente desarrollando una alta competencia digital en los campos laborales y comunicacionales.</p> <p>Bienvenidos a nuestra serie de videos donde aprenderás a instruirte de manera efectiva en las redes sociales para mejorar su manejo digital. Tales como Instagram donde veremos: Como publicar fotos y videos, Creación de historias y reels, Creación de Cuenta Profesional, Como promocionar tus publicaciones. Facebook donde hablaremos de: Creación de cuenta y Fan Page, Meta Business, Herramientas de Meta Business, Vinculación de cuentas empresa. Y WhatsApp: Instalación y creación de perfil, Funciones básica, Creación de cuenta empresa, Creación de catalogo virtual</p> <p>Hoy veremos la función de Facebook Business y las ventajas que nos aporta.</p>					



ESC.	Descripcion de la esc	Imagenes o iconos	Animacion, imagenes o videos	Texto	Audio
2	<p>Aparece en escena una ventana estilo animado de Facebook (ilustración). Se encierra en un rectángulo la sección con la que inicia esta guía. Se repite el proceso encerrando en rectángulos coloreados la sección que se va indicando. Cada secuencia se anima con un zoom en la zona. Adicionalmente se animará algunos elementos dentro de la composición, junto a texto importante que irá apareciendo en un costado estilo motion graphics.</p>	Ilustraciones de pantalla de facebook	Animacion Motion Graphic	<p>Para empezar, utilizaremos facebook desde la computadora para un mejor desempeño, como zaremos creando nuestro Fan Page, yendo a la sección "Crear" que se encuentra en nuestro panel de la izquierda, creamos nuestra página. Una vez creada debemos completar todos los datos básicos que se nos solicitan en la ventana de creación de la nueva página. Nos dirigimos al menú de configuración, sección roles. Podremos asignar nuevos roles como administrador, editores, moderadores, a otros miembros de Facebook.</p>	<p>Voz en off</p> <p>musica ambiente</p>
3	<p>Reaparece ilustración de pantalla de facebook, con la pantalla principal del Fan Page, Se repite el proceso encerrando en rectángulos coloreado la opción de configuración, luego mostrado la opción de instagram. Adicionalmente se animará algunos elementos dentro de la composición, junto a texto importante que irá apareciendo en un costado estilo Motion Graphics.</p>	Ilustraciones de pantalla de facebook	Animacion Motion Graphic	<p>Las herramientas de Meta Business son capaces de manejar todas nuestras redes al mismo tiempo, para esto debemos vincularlas. Nos desplazamos al menú de configuración del panel izquierdo, sección Instagram. Aquí debes seguir todos los pasos e iniciar sesión en tu cuenta de Instagram y quedara vinculada. No olvides que, para poder vincular estas redes, deben ser cuentas de empresa o profesionales. En el próximo video sobre Instagram te mostraremos el cómo convertir tu cuenta de creador a la de un profesional.</p>	<p>Voz en off</p> <p>musica ambiente</p>


5	<p>Aparece en pantalla una serie de videos de fondo de personas utilizando medios tecnológicos (tecleando computador, scroll celular, etc). Se muestra mediante títulos al centro de la composición, los puntos más importantes tocados en el video a modo de resumen, todos estos títulos contarán con transiciones para aparecer y desaparecer. Seguido de esto, se muestran videos de fondo del uso de "Instagram". Finalmente, se muestra una pantalla en negro con el logo de la empresa y los créditos apareciendo y desapareciendo estilo Motion Graphics.</p>	<p>Logo de la empresa</p> <p>Logos de las redes sociales</p>	<p>Videos donde se muestra la utilización de las redes sociales y animación Motion Graphic</p>	<p>Como pudimos ver la tecnología a avanzando a un nivel tan elevado que aprender a desarrollarse digitalmente con las redes sociales nos puede ayudar en diversos ámbitos de nuestra vida.</p> <p>En el próximo video de nuestra serie veremos el cómo aprender a utilizar la plataforma de Instagram, desde subir fotografías o historias, hasta la creación de una cuenta profesional y promocionar sus productos de la mejor manera, y sus aportes al mercado.</p> <p>Muchas gracias por vernos, hasta el próximo video, adiós.</p>	<p>Voz en off</p> <p>musica ambiente</p>
---	---	--	--	---	--

ESC.	Descripcion de la esc	Imagenes o iconos	Animacion, imagenes o videos	Texto	Audio
4	<p>Reaparece ilustración de pantalla de facebook, con la pantalla principal del Fan Page, con animación ingresando a Facebook Business. Cada opción nombrada empieza a animarse con efecto zoom y Motion Graphics junto a texto importante que irá apareciendo en un costado estilo motion graphics.</p>	<p>Ilustraciones de pantalla de facebook</p>	<p>Animacion Motion Graphic</p>		<p>Voz en off</p> <p>musica ambiente</p>
<p>Texto esc.4</p>					
<p>Ahora te enseñaremos el cómo utilizar las herramientas de Meta Business. Cabe mencionar que, para utilizarlo desde el celular, se necesita descargar la aplicación a través de Google stores, sin embargo desde el computador lo tenemos directamente, en el menú de la izquierda de nuestra fan Page, seleccionamos la opción business donde nos encontraremos con un abanico de nuevas herramientas.</p> <p>En la pantalla de inicio tenemos el botón crear, en el que podremos crear nuevas publicaciones simultáneamente a todas nuestras cuentas vinculadas, además de esto, podrás también programarlas accediendo a las opciones del botón publicar para que se publiquen automáticamente cuando tu estimes conveniente. También encontraras diferentes menús de herramientas en el panel de la izquierda, como son notificaciones, bandeja de entrada, publicaciones, planificador, anuncios, estadísticas, etc.</p>					

## Guion Técnico:

ESC.	Story Board	Texto/Sonido
1	 <p>The storyboard for video 1 consists of three panels. The top panel shows a person's hands typing on a laptop with the text 'DIGITAL GRAPHIC Presenta' and 'Nuestro desarrollo nos ha llevado a usar las redes sociales diariamente'. The middle panel is titled 'O BÍBLIA EMPRESARIAL' and lists various digital marketing tools and services. The bottom panel features the text 'FACEBOOK BUSINESS Y LAS VENTAJAS QUE NOS APORTA.' over an image of a smartphone and tablet.</p>	<p>Sonido: transición de textos, logos          música de fondo (ambiental)          Texto( con voz en off):</p> <p>Nuestro desarrollo nos ha llevado a usar las redes sociales diariamente desarrollando una alta competencia digital en los campos laborales y comunicacionales.</p> <p>Bienvenidos a nuestra serie de videos donde aprenderás a instruirte de manera efectiva en las redes sociales para mejorar su manejo digital</p> <p>Tales como Instagram donde veremos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Como publicar fotos y videos</li> <li>- Creación de historias y reels</li> <li>- Creación de Cuenta Profesional</li> <li>- Como promocionar tus publicaciones</li> </ul> <p>Facebook donde hablaremos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de cuenta y Fan Page</li> <li>- Meta Business</li> <li>- Herramientas de Meta Business</li> <li>- Vinculación de cuentas empresa</li> </ul> <p>Y WhatsApp:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Instalación y creación de perfil</li> <li>- Funciones básicas</li> <li>- Creación de cuenta empresa</li> <li>- Creación de catalogo virtual</li> </ul> <p>Hoy veremos la función de Facebook Business y las ventajas que nos aporta.</p>
2	 <p>The storyboard for video 2 consists of two panels. The top panel is titled 'META BUSINESS CREAR' and shows a laptop screen with the Facebook Business creation interface. The bottom panel is titled 'CONFIGURACIÓN SELECCIÓN DE ROLES' and shows the role configuration menu in Facebook Business, with a text box explaining that roles can be assigned to administrators, editors, moderators, and other members.</p>	<p>Sonido: transición de textos, logos          música de fondo (ambiental)          Texto( con voz en off):</p> <p>Para empezar, utilizaremos facebook desde la computadora para un mejor desempeño, comenzaremos creando nuestro Fan Page, yendo a la sección "Crear" que se encuentra en nuestro panel de la izquierda, creamos nuestra página. Una vez creada debemos completar todos los datos básicos que se nos solicitan en la ventana de creación de la nueva página.</p> <p>Nos dirigimos al menú de configuración, sección roles. Podremos asignar nuevos roles como administrador, editores, moderadores, a otros miembros de Facebook.</p>

ESC.	Story Board	Texto/Sonido
3		<p>Sonido: transición de textos, logos          música de fondo (ambiental)          Texto( con voz en off):</p> <p>Las herramientas de Meta Business son capaces de manejar todas nuestras redes al mismo tiempo, para esto debemos vincularlas.          Nos desplazamos al menú de configuración del panel izquierdo, sección Instagram. Aquí debes seguir todos los pasos e iniciar sesión en tu cuenta de Instagram y quedara vinculada.          No olvides que, para poder vincular estas redes, deben ser cuentas de empresa o profesionales.          En el próximo video sobre Instagram te mostraremos el cómo convertir tu cuenta de creador a la de un profesional.</p>
4		<p>Sonido: transición de textos, logos          música de fondo (ambiental)          Texto( con voz en off):</p> <p>Ahora te enseñaremos el cómo utilizar las herramientas de Meta Business. Cabe mencionar que, para utilizarlo desde el celular, se necesita descargar la aplicación a través de Google store, y ya obteniendo la app, los pasos a seguir serian lo mismo para ambos equipos.          En el menú de la izquierda de nuestra fan Page, seleccionamos la opción business donde nos encontraremos con un abanico de nuevas herramientas.</p> <p>En la pantalla de inicio tenemos el botón crear, en el que podremos crear nuevas publicaciones simultáneamente a todas nuestras cuentas vinculadas, además de esto, podrás también programarlas accediendo a las opciones del botón publicar para que se publiquen automáticamente cuando tu estimes conveniente.</p> <p>También encontraras diferentes menús de herramientas en el panel de la izquierda, como son notificaciones, bandeja de entrada, publicaciones, planificador, anuncios, estadísticas, etc.</p>

ESC.	Story Board	Texto/Sonido
5		<p>Sonido: transición de textos, logos  musica de fondo (ambiental)  Texto( con voz en off):</p> <p>Como pudimos ver la tecnología a avanzando a un nivel tan elevado que aprender a desarrollarse digitalmente con las redes sociales nos puede ayudar en diversos ámbitos de nuestra vida.</p> <p>En el próximo video de nuestra serie veremos el cómo aprender a utilizar la plataforma de Instagram, desde subir fotografías o historias, hasta la creación de una cuenta profesional y promocionar sus productos de la mejor manera, y sus aportes al mercado.</p> <p>Muchas gracias por vernos, hasta el próximo video, adiós.</p>

Enlace al vídeo: <https://youtu.be/oRPltDOaPTU>