



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE  
MÉXICO**

**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

**SISTEMA DE UNIVERSIDAD ABIERTA Y**

**EDUCACIÓN A DISTANCIA**

**SUA(y)ED**  
Filosofía / Letras

**“PROPUESTA DE ALFABETIZACIÓN DIGITAL A  
COMERCIANTES DE NEGOCIOS LOCALES DE SAN FELIPE DEL  
PROGRESO”**

**TESINA**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADA EN  
PEDAGOGÍA**

**P R E S E N T A**

**CARMEN SIOMARA NOLASCO GONZÁLEZ**

**DIRECTORA DE TESIS:**

**MTRA. ADRIANA LORENA GONZÁLEZ  
BOSCÓ**



Cuidad Universitaria, Cd, Mx; 2022.



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

“Una herramienta, por sí misma, sin una intención, sin una actitud,  
sin un valor, no es absolutamente nada”

Matthieu Ricard

“Uno de los principales objetivos de la educación debe ser ampliar las  
ventanas por las cuales vemos el mundo”

Arnold H. Glasow

# Dedicatoria

A mis padres ***Carmen González y Rosendo Nolasco*** quienes han sido la fuente de inspiración más importante en cada paso de mi existencia y me han brindado su apoyo y cariño siempre.

A mis hermanos ***Victor, Lucero, Narciso y Lupita*** que en cada etapa de mi vida me han dado un poco de ellos, siempre alentandome a seguir adelante.

A mi compañero de vida, amigo y confidente ***Luis Felipe Fuentes*** que con todo su amor me ha impulsado a crecer y a luchar por lo que quiero.

A mis abuelitos ***Narciso Nolasco (QEPD), Felisa Álvarez (QEPD), Roberto González (QEPD) y Eustacia Osorio*** que desde mis primeros años de vida me inculcaron que la preparación profesional, era importante.

A todos ellos está dedicatoria por todo el amor que le han brindado a mi existencia.

# Agradecimientos

A la **Universidad Nacional Autónoma de México**, por haberme brindado la oportunidad de realizar mis estudios profesionales a través del SUAyED, proporcionándome los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para poder contribuir a la construcción de una mejor sociedad.

A mi asesora de tesis y gurú del saber, mi querida maestra **Adriana Lorena González Boscó**, quien fue mi inspiración, guía, y soporte durante este proceso. Gracias por el apoyo, paciencia y conocimientos que me regaló para llegar a esta meta; sobre todo, gracias por creer en mí.

A cada una de mis sinodales **Mtra. Luz Elena Angulo Contreras, Dra. Iran Guadalupe Guerrero Terejero, Lic. Ana Delia Mendoza Soriano y Lic. Arisbeth Guadalupe Daniel Ochoa**, que enriquecieron mi trabajo con su sabiduría y conocimientos y lo perfeccionaron, siempre de manera respetuosa.

Al programa **UNAMITA ¡Cierrale a la brecha digital!** Y al equipo que lo conforma, por haberme permitido realizar mi servicio social conservando la esencia del servicio a la comunidad y por haberme regalado experiencias de formación invaluable que se han convertido en la columna vertebral de este trabajo y de mi persona.

A mis amigas, **Mayra, Alma, Ariaafna y Yesenia** cómplices de locuras y compañeras de desvelos que llegaron a mi vida gracias a esta aventura de formación y que han sido desde entonces mi soporte emocional.

A **mi**, por haber logrado este propósito, por haber sido valiente y no rendirme, por todos los esfuerzos que realice para conseguirlo y las crisis que vencí, a pesar de todo y a pesar de todos lo logré.

A la **vida** que me ha dado la oportunidad de llegar a este momento y me invita a plantearme nuevos retos para seguir creciendo de manera profesional y personal.

**Finalmente a todos los que leen esta tesina,**

**¡GRACIAS!**

## Índice

### Contenido

Introducción .....	4
Capítulo I Surgimiento de la propuesta.....	7
1.1 Sociedad de la información y sociedad del conocimiento.....	7
1.2 La brecha digital .....	8
1.3 La brecha digital en México.....	12
1.4 El servicio social universitario en la UNAM .....	19
1.4.1 Normatividad .....	21
1.4.2 Requisitos.....	22
1.4.3 Estructura administrativa.....	22
1.4.4 El servicio social en la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL).....	23
1.5 Programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! .....	24
1.5.1 Antecedentes .....	26
1.5.2 Funcionamiento .....	27
Capítulo II Las bases de la propuesta .....	30
2.1 Alfabetización digital .....	30
2.1.1 Educación de adultos.....	31
2.1.2 Educación permanente .....	33
2.1.3 Educación no formal .....	35
2.2 Andragogía. ....	36
2.2.1 Proceso de Orientación - Aprendizaje .....	37
2.2.2 Modelo andragógico. ....	37
2.2.3 Elementos del modelo andragógico .....	39
2.2.4 Talleres educativos .....	46
2.2.5 Áreas de oportunidad para la alfabetización digital a comerciantes.....	48
2.3 La brecha digital detectada .....	54
2.3.1 El contexto. San Felipe del Progreso.....	54
2.3.2 Facebook y los comerciantes de San Felipe del Progreso.....	60
2.3.3 Acceso .....	62

2.3.4 Uso .....	63
2.3.5 Habilidades .....	64
Capítulo III La propuesta. Taller ¡Hagamos una página de Facebook para tu negocio! ...	65
3.1 Introducción .....	65
3.2 Justificación .....	65
3.2 Objetivo general .....	67
3.3 Objetivos específicos .....	67
3.4 Actividades .....	67
3.5 Requisitos .....	69
3.6 Plan de trabajo .....	69
3.6.1 Cronograma .....	75
3.7 Resultados .....	75
Conclusiones .....	81
Referencias.....	83
Anexos.....	91



## Índice de figuras

Figura 1	<i>Población usuaria de internet 2015-2019.</i>	15
Figura 2	<i>Distribución de usuarios de Internet en el ámbito urbano y rural, 2017-2019.</i>	16
Figura 3	<i>Usuarios de Internet según equipo de conexión, 2019.</i>	18
Figura 4	<i>Ámbitos de servicio social universitario.</i>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Figura 5	<i>Estructura administrativa del servicio social universitario.</i>	23
Figura 6	<i>Slogan UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!</i>	24
Figura 7	<i>Elementos del modelo andragógico.</i>	39
Figura 8	<i>Áreas de oportunidad de alfabetización digital.</i>	49
Figura 9	<i>Comerciante ciudadano digital.</i>	52
Figura 10	<i>Localización geográfica de San Felipe del Progreso.</i>	55
Figura 11	<i>Ubicación de la cabecera municipal de San Felipe del Progreso.</i>	58
Figura 12	<i>Plan de trabajo para el taller.</i>	70
Figura 13	<i>Distribución en generaciones tecnológicas.</i>	77
Figura 14	<i>Escolaridad de los comerciantes.</i>	78
Figura 15	<i>Vigencia de los negocios 2020.</i>	79
Figura 16	<i>Actividad de las páginas de Facebook creadas.</i>	80

## Índice de tablas

Tabla 1	<i>Requisitos para realizar el servicio social universitario.</i>	22
Tabla 2	<i>Estructura del diplomado "Formación de tutores digitales"</i>	27
Tabla 3	<i>Diferencias entre Pedagogía y Andragogía.</i>	36
Tabla 4	<i>Características de las generaciones tecnológicas participantes.</i>	42
Tabla 5	<i>Comparación entre el profesor y el facilitador.</i>	45
Tabla 6	<i>Talleres educativos: Consideraciones.</i>	47
Tabla 7	<i>Preguntas base del marketing.</i>	52
Tabla 8	<i>Cronograma del taller.</i>	75

## Introducción

La sociedad ha pasado por diferentes etapas en el transcurrir del tiempo. Desde su nacimiento se ha desarrollado, presentando transformaciones en todos los aspectos que la conforman. A manera de síntesis retrospectiva se puede hablar inicialmente de una sociedad rudimentaria donde la recolección y la caza eran las fuentes principales de sobrevivencia; después de una sociedad agrícola que se centraba en crear provisiones por medio del cultivo y la cosecha, posteriormente vino la dominación de los recursos naturales y la conversión de estos en bienes comerciales, después se dio la revolución industrial con la que se logró la eficiencia en la fabricación de productos y la sofisticación de las producciones; ya en el siglo XX se habla de una sociedad interesada en la producción de productos más sofisticados y más recientemente, aproximadamente después de la segunda mitad del siglo XX la sociedad experimentó una transformación más... El surgimiento de la sociedad de la información (SI). (Regla y Sánchez, 2016).

La SI implica vivir en una sociedad acelerada sobre todo en temas de innovación tecnológica de la que se desprende la creación, distribución y manipulación de grandes cantidades de información a través de medios digitales, unida a esta nueva sociedad surge la sociedad del conocimiento (SC) que no es otra cosa que la transformación o nueva dinámica social cultural, económica y política a causa de la innovación tecnológica y la utilización del conocimiento como herramienta para el beneficio obedeciendo principalmente a intereses comerciales. (Regla y Sánchez, 2016). Son varios los efectos de la sociedad de la información y el conocimiento (SIC), algunos de ellos son la generación de nuevas necesidades de conocimientos y una evidente desigualdad de oportunidades para el acceso a la información y al conocimiento generando la llamada “brecha digital”. Para combatirla se suponen varias alternativas entre ellas actuar desde la educación.

En este trabajo se presenta una propuesta para colaborar con el cierre de la brecha digital por medio de una alfabetización digital dirigida a comerciantes de negocios locales de la comunidad de San Felipe del Progreso, México. La motivación para la realización de este trabajo surge de la experiencia personal de quien lo escribe dentro del programa de servicio social UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! y de la formación como profesional de la pedagogía dentro de la Universidad Nacional Autónoma de México en el Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia. La fusión de estas experiencias hizo posible la percepción de realidades sociales sobre las cuales se puede intervenir desde la pedagogía. En las páginas siguientes el lector será inducido a la propuesta de alfabetización digital desde la perspectiva de quien la realiza considerando algunos de los elementos que trastocan para su diseño e implementación.

El objetivo de este trabajo es presentar una propuesta que ayude a cerrar la brecha digital presente en la SIC en un grupo poblacional determinado; por dichas características, el presente trabajo califica para la aplicación de una metodología proyectiva, la cual implica la elaboración de una propuesta para la resolución de una necesidad práctica. La investigación proyectiva tiene como propósito anticipar situaciones futuras se ocupa de cómo deberían ser las cosas, para alcanzar unos fines y funcionar adecuadamente. Una propuesta proyectiva debe estar fundamentada en un proceso sistemático de búsqueda e indagación que requiere la descripción, el análisis, la comparación, la explicación y la predicción (Hurtado, 2000). Esta metodología es coincidente con el quehacer pedagógico pues implica todo un proceso sistemático que debe considerarse al momento de diseñar una intervención educativa.

El capítulo I aborda el contexto donde fue elaborada la propuesta de alfabetización digital a comerciantes y habla sobre la SIC, la brecha digital, el servicio social universitario, el programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! Que fueron los aspectos clave para el descubrimiento de las necesidades de alfabetización en los comerciantes de San Felipe del Progreso, México.

El capítulo II está destinado a desarrollar las bases teóricas de la propuesta dentro de este se encuentran temas tales como: alfabetización digital, educación no formal, el contexto de San Felipe del Progreso y la brecha detectada, así como también las áreas de oportunidad sobre las que se puede intervenir desde la pedagogía y lo que implica dicha intervención como los elementos del modelo andragógico y las características de estos.

El capítulo III presenta la propuesta de alfabetización digital a comerciantes de San Felipe del Progreso la cual fue aplicada durante el servicio social en el programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! En este capítulo se encuentra descrita dicha intervención y se desglosan las actividades que se llevaron a cabo y el objetivo que se persigue.

Finalmente se presenta un pequeño análisis de los resultados de la aplicación del taller y derivado del análisis se proyectan algunas visiones o propuestas para futuras implementaciones en contextos similares.

## Capítulo I

### Surgimiento de la propuesta

#### 1.1 Sociedad de la información y sociedad del conocimiento.

A la sociedad actual que se le conoce como sociedad de la información y el conocimiento (SIC), tiene su origen en la sociedad de la información (SI) la cual según varios autores entre ellos; Nora y Minc, 1980; Lacroix y Tremblay, 1995; Negroponte, 1995; Miège, 1998; Castells, 2000 (Como se citó en Crovi, 2002) surgió a mediados de los años setenta, producto de una transformación social a causa de las innovaciones tecnológicas facilitando la creación, distribución y manipulación de la información, este hecho trastocó la vida de las personas modificando sus relaciones, las actividades sociales y la comunicación. Este proceso de innovación tecnológica o creación y distribución de información ha seguido su curso dando pie a una acelerada innovación tecnológica.

Hasta el día de hoy la SI se encuentra en construcción conceptual, y ha sido analizada desde distintas perspectivas: política, economía, filosofía, comunicación, sociología, entre otras; mismas que han permitido mirar el fenómeno de la SI desde diferentes ángulos e intereses.

Con la llegada de la sociedad de la información se ha empezado a vivir una nueva época en la historia contemporánea, la cual ha estado caracterizada por la vertiginosa evolución tecnológica y por el incremento exponencial en los niveles de información generada y difundida a través de las TIC. Este auge se ha convertido en una parte relevante en la vida de las personas, lo que supone una transformación en todos los ámbitos de la actividad humana. (Pérez, R; Mercado, P; Martínez, M; Mena, E; y Partida, J.A, 2018)

Lo anterior deja ver que esta sociedad enfrenta una gran transformación que además no se detiene por lo cual el hombre debe adaptarse rápidamente. Tanto las sociedades de la información y el conocimiento buscan dar solución a problemas de interés social Pescador (como se citó en Pérez, R; Mercado, P; Martínez, M; Mena, E; y Partida, J.A, 2018) afirma que “la sociedad del conocimiento, entre varias alternativas, se puede caracterizar como aquella sociedad que cuenta con las capacidades para convertir el conocimiento en herramienta central para su propio beneficio” (p.6). De tal modo el principal objetivo de la sociedad del conocimiento es producir conocimiento con amplio sentido social.

En conjunto: La sociedad de la información y el conocimiento es aquella en la cual las tecnologías facilitan la creación, distribución y manipulación de la información y juegan un papel esencial en las actividades sociales, culturales y económicas. Para vivir plenamente en la SIC las personas deben incluirse en la utilización de TIC y desarrollar conocimientos y habilidades para su optima utilización; las personas que no logren esto se encontrarán en una posición de desventaja o incluso en exclusión social sobre las personas que pueden hacerlo y las utilizan en su vida cotidiana obteniendo múltiples beneficios; sin embargo, como veremos a continuación existen algunas limitaciones para que esto sea posible.

## 1.2 La brecha digital

La dinámica de la actual SIC depende en gran medida de los avances científicos y tecnológicos, los cuales trastocan la vida cotidiana de todas las personas, pues las actividades que desempeñan diariamente involucran cada vez más el uso de las nuevas tecnologías. En este contexto de desarrollo, se gesta una disparidad en cuanto al acceso y uso de las TIC y surge la recientemente denominada “brecha digital” que:

Se define como la separación que existe entre las personas (comunidades, estados, países...) que utilizan las tecnologías de la información y la comunicación como una parte rutinaria de su vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas y que, aunque las tengan no saben cómo utilizarlas. (Serrano y Martínez, 2003, p. 8).

La definición anterior sirve como preámbulo para comenzar a comprender lo que es la brecha digital, sin embargo; la brecha digital no es un asunto preciso, es más bien complicado identificar claramente la separación de la que se habla, incluso en las definiciones que se han dado sobre ella existen diferencias que no dejan muy en claro los indicadores utilizados para medirla. De acuerdo con Selwyn (2004) se puede reconstruir la brecha digital como una jerarquía de acceso a varias formas de tecnología en varios contextos, lo que resulta en diferentes niveles de participación y consecuencias; de acuerdo con esto se puede hablar de tres tipos de brechas:

1. Brecha de acceso. Se refiere a la disponibilidad de infraestructura y las desigualdades que surgen a partir de la calidad de la tecnología y el lugar de acceso. No implica el uso.
2. Brecha de uso. Se refiere a posesión de los conocimientos y habilidades para ingresar al mundo digital. No implica compromiso.
3. Brecha de apropiación. Se refiere a la capacidad de los individuos de relacionarse significativamente con las Tecnologías de la información y la Comunicación (TIC) para satisfacer ciertas necesidades. Implica uso y compromiso. (Selwyn, 2004, pp.347-351).

De acuerdo con esta clasificación se puede catalogar a las personas de cualquier contexto en algún tipo de brecha, sin embargo, aún clasificados en alguno de estos tipos (de acceso, de uso o de apropiación) pueden existir grados de brecha digital, pues el acceso puede ser total, medio, muy poco o nulo; el uso puede ser individual o con apoyo y la apropiación puede darse también en niveles.

### El acceso

Una parte elemental para colaborar con el cierre de la brecha digital es asegurar el acceso a internet; este aspecto resultó de importancia para la ONU y en junio de 2016 por medio de la resolución para la "promoción, protección y disfrute de los derechos humanos en Internet" considera el acceso a internet como un derecho básico y recomienda a todos los países del mundo que proporcionen a sus ciudadanos acceso a Internet; además condena a cualquier país que interrumpa intencionalmente a sus ciudadanos este derecho. Si bien esta recomendación no obliga a ningún país a cumplir con asegurar el acceso a internet a sus ciudadanos, justifica la importancia de aumentar el acceso a Internet, pues se cree que "Facilita grandes oportunidades para una educación inclusiva y asequible a nivel mundial" y la difusión de la tecnología tiene el "gran potencial para acelerar el progreso humano". (ONU, 2016)

### El uso

Otro elemento importante para asegurar el cierre de la brecha digital es que las personas tengan acceso a al menos un dispositivo tecnológico tales como: teléfono inteligente, tableta, laptop, computadora de escritorio, entre otros que hagan posible el uso de internet y de las nuevas TIC. Sobre este tema no existe aún una norma o política generalizada que asegure el acceso de dispositivos tecnológicos para la población; sin embargo, como ya se mencionó es un elemento necesario para concretar el uso. En México, el gobierno ha hecho algunos esfuerzos por facilitar dispositivos tecnológicos para la población sobre todo en el sector educativo, de esta forma los estudiantes y profesores tienen una posibilidad para el acceso y uso de internet. Existen otros tipos de población que tienen la posibilidad de acceder a internet y a un dispositivo tecnológico por la vía laboral, es decir; el lugar en donde trabajan cuenta con internet y con la infraestructura que hace posible el uso. Las experiencias de acercamiento tecnológico por la vía educativa y la vía laboral han colaborado con el cierre de la brecha digital, por lo menos de forma parcial. Ahora bien; existen individuos más afortunados que tienen acceso a internet y cuentan con al menos un dispositivo tecnológico propio y funcional para utilizar las



tecnologías de la información y la comunicación de forma rutinaria, generalmente estas personas han conseguido esto por sus propios medios, lo que implica que tienen un nivel socioeconómico que les permite solventar dicha situación, pero está no es fortuna de muchos. (INEGI, 2016, p.10).

### La apropiación

El uso se concreta con la combinación del acceso a internet y la infraestructura necesaria para utilizarlo; sin embargo, la apropiación va más allá, consiste en el desarrollo de habilidades y conocimientos para poder darle a la tecnología usos más sofisticados que lo esencial y aprovechar al máximo los recursos que brindan las tecnologías de la información y de la comunicación. Cabe destacar que el cierre definitivo de este tipo de brecha es más avanzado y parece inalcanzable debido a que son amplísimas las áreas sobre las cuales se gesta el desarrollo tecnológico, además día a día se suman novedades, por tanto; de acuerdo con Moretti, M. y Aguirre, A. (2020) la alternativa para el cierre de la brecha digital de apropiación es la actualización constante y poseer un gran espíritu explorador para desarrollar conocimientos y habilidades e interés para descubrir nuevas formas de utilizar la tecnología.

Lo deseable para declarar el cierre de la brecha digital sería que por lo menos todas las personas tengan acceso a internet y que cuenten con los medios tecnológicos para darle un uso básico a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en su vida diaria. Esto parece una utopía, pero a pesar de ello el hecho de que ya se cuente con la concienciación de la existencia de la brecha digital invita a los profesionales de diversas áreas a buscar estrategias para contribuir con su reducción. Se estima que el avance en el cierre de la brecha digital en cualquiera de los niveles antes mencionados contribuye de forma general con la mejora de la sociedad y en un nivel más particular con el desarrollo personal de quien se beneficie de ello.

### 1.3 La brecha digital en México

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) ha sido uno de los principales medios para conocer el estado de la brecha digital en México, pues desde el año 2001 implementó el Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH) arrojando resultados sobre el tema hasta el año 2014; sin embargo en el año 2015 surge la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTHI), derivada de un cambio metodológico de la encuesta anterior y diseñada para generar estadísticas más detalladas sobre el tema en cuestión.

En la ENDUTHI más reciente (2019) se reflejan datos sobre el acceso y uso de las TIC en los hogares mexicanos, considerando variables como la edad, el género, comunidad urbana o rural, los dispositivos de conexión, los principales problemas a los que se enfrenta un usuario, el tipo de uso del internet, entre otros.

En cuanto al acceso la ENDUTHI 2019 muestra que:

- En México hay 80.6 millones de usuarios de internet = 70.1 % de la población de 6 años o más.
- 20.1 millones de hogares disponen de internet= 56.4%
- Los tres principales medios para la conexión de usuarios a internet fueron:
- Celular inteligente con 95.3%
- Computadora portátil con 33.2%
- Computadora de escritorio con 28.9%. (ENDUTHI, 2019).

De acuerdo con estos datos aún hay pendientes en nuestro país en cuestión de acceso a internet, pues aproximadamente 30% de los mexicanos de 6 años o más aun no son usuarios de internet; esto a pesar de que en México el acceso a internet es un derecho constitucional a partir de la Reforma en Telecomunicaciones promulgada en 2013. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos reconoce este derecho para todas las mexicanas y mexicanos; así quedó establecido desde el 2013 en el artículo sexto constitucional (Diario Oficial de la

Federación, 2013) el cual menciona que; el “Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet”

Tal y como lo menciona el artículo sexto y como propone la ONU, asegurar la conexión a internet a toda la población mexicana es una responsabilidad que debe ser absorbida por el gobierno, para ello el gobierno mexicano ha implementado desde hace ya varios años una serie de políticas públicas con el objetivo de asegurar el acceso principalmente a internet. Algunas de estas políticas han sido, por ejemplo:

- El *proyecto e-México* desarrollado en el sexenio de Vicente Fox que tenía como objetivos: 1) conectividad, 2) contenidos y servicios digitales; y 3) inclusión social. (Sandoval, A, 2005, p.295-297). Este proyecto se divide en los proyectos: e- Educación, e-Salud, e- Comercio, e-Economía, y e-Gobierno. Dentro de las medidas consideradas para reducir la brecha digital destacó la creación de los centros comunitarios digitales (CCD).
- La Estrategia Digital Nacional 2013 se planteó como objetivo la adopción y desarrollo de las TIC en México para el periodo 2014-2018, para lograr una economía digital y educación de calidad. De esta estrategia se desprendió el Programa México Conectado, que pretendía brindar conectividad gratuita; para lograrlo se desplegaron redes de telecomunicaciones que proveen conectividad en los sitios y espacios públicos, tales como escuelas y universidades, centros de salud, bibliotecas, centros comunitarios o parques, en los tres ámbitos de gobierno: federal, estatal y municipal (SCT, 2017, p.9). Este programa incluyó la creación de 32 Puntos México Conectado, uno en cada estado de la República. Estos centros ofrecen cursos para niños y adultos sobre robótica, negocios, idiomas, administración o informática para tratar de disminuir la brecha digital y atender a 160 mil personas por año. (Guerrero, 2019, p.136).

- Del Plan Nacional de Desarrollo del actual gobierno se desprende la Estrategia Digital Nacional que es un plan de acción del Ejecutivo Federal para aprovechar el potencial de las TIC centrándose en dos ejes de acción: la política Digital de Administración Pública Federal y la política Social Digital. La primera busca mejorar y transparentar los servicios gubernamentales que se otorgan a la ciudadanía mediante el uso y aprovechamiento de las TIC; y la segunda incrementar la cobertura de internet a todo el país para combatir la marginación y comunicar a las zonas más pobres y alejadas, facilitando con ello su integración a las actividades productivas. (DOF, 2021. p. 3).
- También del PND del actual gobierno se desprende uno de los proyectos prioritarios para el bienestar del país y el impulso de la actividad económica, se trata de cobertura de internet para todo el país, publicado el 08 de octubre 2019 que tiene como objetivo:

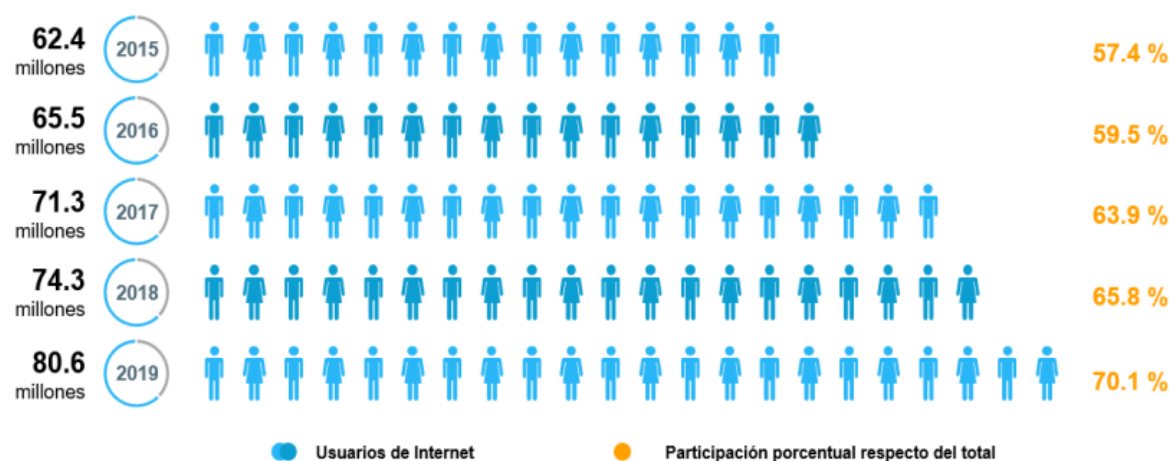
Establecer las bases para promover el incremento en la cobertura de las redes y la penetración de los servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, incluyendo banda ancha e Internet, bajo condiciones de disponibilidad, asequibilidad y accesibilidad, en las Zonas de Atención Prioritaria de Cobertura Social. (SCT, 2019).
- Finalmente, también se encuentra vigente el *programa internet para tod@s* que es un programa del gobierno federal creado para desplegar sitios con acceso gratuito a la red. El programa se creó en agosto de 2019 y pasó de ser atribución de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) a la Comisión Federal de Electricidad (CFE). (Presidencia de la República, 2019).

La ENDUTHI resulta ser un recurso útil para analizar el avance logrado en temas de acceso y uso de la tecnología y de los alcances que han tenido las políticas implementadas sobre esta temática en México. En su versión 2019 la ENDUTHI hace un comparativo de los últimos años, de esta forma se visualizan con mayor facilidad los avances como se muestra a continuación:

Respecto a la población usuaria de internet se observa el progreso que se ha tenido desde el año 2015 en el cual 57.4% de la población de 6 años o más en México era usuaria de internet; sumando 4.8% para el 2016, un 4.4% en el 2017, un 1.9% para el 2018 y para 2019 un 4.3% resultando un 70.1%. Del 2015 al 2019 suma un total de 15.4% más usuarios de internet. De acuerdo con estos datos el año que mayor incremento de usuarios de internet tuvo fue del 2015 al 2016 y el año que ha tenido menor incremento de usuarios de internet fue del 2017 al 2018. (ENDUTHI, 2019).

**Figura 1**

*Población usuaria de internet 2015-2019.*

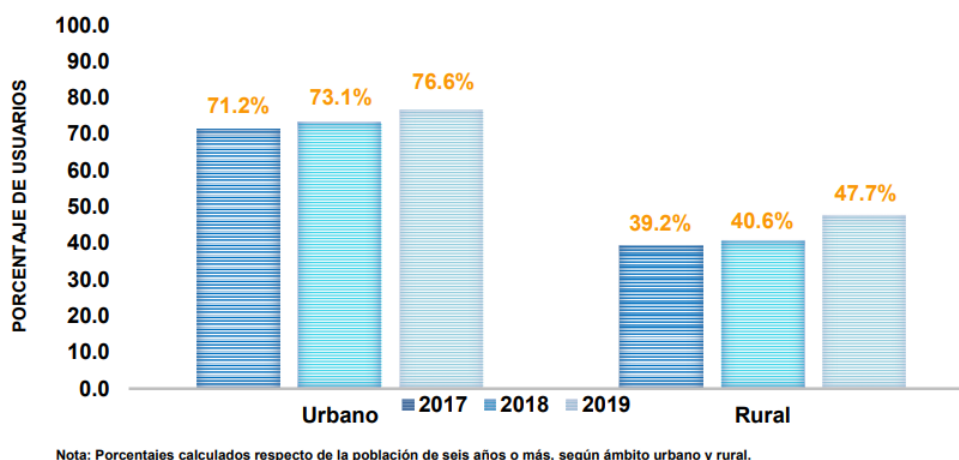


Fuente: Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de la Tecnología en los Hogares (ENDUTIH), INEGI 2020.

En cuanto a la distribución de usuarios; del 2017 al 2019 se observa un aumento pasando de 71.2 % a 76.6% en el ámbito urbano y de 39.2 a 47.7 % en el ámbito rural, lo cual representa un aumento de 5.4 puntos porcentuales en el ámbito urbano y un 8.5% más en el ámbito rural. Sin embargo, aunque dichas cifras resultan positivas porque reflejan un aumento en el número de usuarios de internet, hacen evidente la desventaja en la que se encuentra el ámbito rural, pues tiene solo un poco más de la mitad de los usuarios que el ámbito urbano.

**Figura 2**

*Distribución de usuarios de Internet en el ámbito urbano y rural, 2017-2019.*



Fuente: Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de la Tecnología en los Hogares (ENDUTIH), INEGI 2020.

Estos resultados tienen una explicación lógica, pues las condiciones del desarrollo social que tienen las áreas urbanas cuentan con mayor oportunidad de conexión a internet; en estas zonas la infraestructura es más sencilla de edificar, la geografía ya no es una limitante tan evidente como en las comunidades rurales, el recurso destinado a temas tecnológicos es exclusivo; entre otras. En cambio las comunidades rurales incluso algunas semiurbanas se encuentran en posición de desventaja pues es más complejo desarrollar la infraestructura necesaria debido a que existen terrenos alejados y accidentados a los cuales no es posible siquiera lograr que lleguen los servicios más elementales como luz, agua, telefonía o señal televisiva, sumado a ello existe poco interés en lograr la conexión y destinar el recurso para asegurar el acceso a internet a sus habitantes, pues se da preferencia a otras deficiencias consideradas como más elementales.

Sin embargo, de acuerdo con Mike Warschauer (2003) existen cuatro diferentes tipos de recursos necesarios para la apropiación de las TIC: los físicos (computadoras y conectividad); los digitales (contenidos, lenguaje, códigos, programas); los humanos (cultura escrita y educación), y los sociales (comunidades, instituciones, redes de apoyo). Todos deben articularse

para promover usos de tic que posibiliten consultar, adaptar, crear y recrear conocimiento. (Como se citó en Guerrero, 2014. p. 71).

Por lo anterior y como veremos más adelante centrarse solo en los recursos físicos y digitales como lo han manejado las políticas gubernamentales no es suficiente, ya que la condición social de las comunidades rurales y semirurales siempre será una limitante pues presentan carencias en formación y redes apoyo que les colaboren para una correcta apropiación de la tecnología.

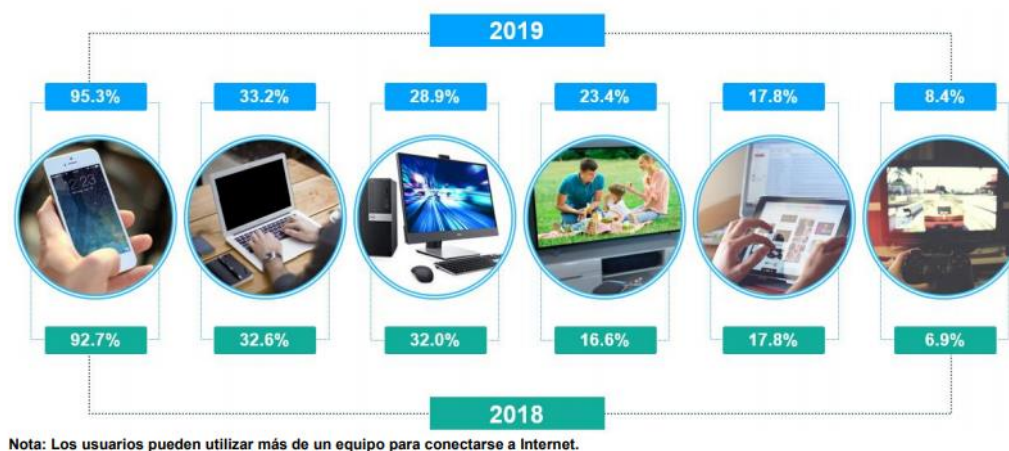
Por otro lado; pareciera que las empresas particulares proveedoras de internet no tienen interés en ampliar el servicio a las comunidades rurales pues esto no les genera una ganancia comercial, es decir no les representa un negocio redituable pues al ser comunidades pobres no tendrían como pagar el servicio. Sin embargo, el más reciente programa “INTERNET PARA TOD@S” lanzado por el gobierno del actual presidente López Obrador es una propuesta para lograr la conexión a internet para todos, en este proyecto trabajan en conjunto el sistema público por medio de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes (SCT) y privado proporcionado por la Comisión Federal de Electricidad (CFE) mismas que, ante la situación de emergencia derivada de la pandemia por el virus SARS-COV 2 se encuentran trabajando a marchas forzadas para lograr su objetivo priorizando las comunidades en situación de desventaja. López Obrador (2019).

En el tema de los dispositivos tecnológicos utilizados para la conexión a internet se observa que; tanto en los resultados del 2018 (92.7%) como en el 2019 (93.5%) el más utilizado es el teléfono inteligente, seguido por la computadora portátil con un 32.6% en el 2018 y un 33.2% en el 2019 y; en tercer lugar, la computadora de escritorio con un 32.0% en el 2018 y un 28.9 % en el 2019, este último dispositivo tuvo una reducción de uso de 3.1% en el 2019. (ENDUTHI, 2019). De estos datos se puede inferir que la movilidad tecnológica es un factor importante en el uso de los dispositivos tecnológicos, que el dispositivo de mayor movilidad y

más uso es el teléfono inteligente y tentativamente su uso irá al alza pues tuvo un crecimiento significativo en solo un año.

**Figura 3**

*Usuarios de Internet según equipo de conexión, 2019.*



Fuente: Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de la Tecnología en los Hogares (ENDUTHI), INEGI 2020.

Entre las principales actividades de los usuarios de Internet en 2019, destacan: entretenimiento (91.5%), obtención de información (90.7%) y comunicarse (90.6%). En contraste, las actividades que menos realizan los usuarios de Internet son operaciones bancarias en línea (16.8%), ordenar o comprar productos (22.1%) e interactuar con el gobierno (35.6 por ciento). (ENDUTHI, 2019).

La ENDUTHI se enfoca en medir, sobre todo los dos primeros tipos de brechas mencionadas por Selwyn, 2004; la de acceso y la de uso, dejando fuera la brecha de apropiación. A pesar de ello gracias a los datos que ha proporcionado la ENDUTHI en los últimos años se puede dar cuenta del avance en el acceso y uso de las TIC en nuestro país y esto sirve como evidencia teórica, ya que eventos vivenciales como la reciente pandemia mundial por el virus SARS-COV 2 han hecho más evidente la brecha digital existente en nuestro país, pues derivado



del “Quédate en casa” y de “Susana distancia”<sup>1</sup> la mayoría de las actividades pasaron a realizarse de manera virtual, para los más afortunados. Quienes no tienen acceso a internet o las habilidades necesarias para desarrollarse en el mundo digital fueron testigos vivientes de una exclusión social derivada de la brecha digital. Esta situación nos mostró que aún hay muchos pendientes sobre la cobertura de internet en México y que es urgente lograr que el internet sea para todos ya que las brechas digitales dan lugar a brechas sociales que resultan en la segregación de grupos vulnerables.

Existen algunas posibilidades para actuar sobre la exclusión social derivada de la brecha digital antes descrita. Los estudiantes de diversas disciplinas sociales pueden ser instrumento de inclusión social por medio de actividades académicas como el servicio social universitario o el voluntariado, pues estas involucran la solidaridad y el servicio a las comunidades. El servicio social es una actividad que los estudiantes deben realizar para consolidar su formación, obtener un título profesional y retribuir a la sociedad lo brindado durante toda su formación. En su sentido más estricto el servicio social demanda al estudiante servir a otros valiéndose de los conocimientos y habilidades adquiridos a lo largo de su formación.

#### 1.4 El servicio social universitario en la UNAM

El servicio social universitario es una actividad temporal que se realiza como requisito para la obtención del título profesional. La Universidad Nacional Autónoma de México concibe al servicio social como: “... una actividad esencial que consolida la formación profesional y fomenta en el estudiante una conciencia de solidaridad con la comunidad, la sociedad y el país”. (UNAM, DGOAE, 2021) Esto quiere decir que al realizar el servicio social el estudiante

---

<sup>1</sup> Fueron estrategias implementadas por el gobierno de México durante la pandemia por el virus SARS-COV2 para evitar la propagación del virus. La primera incitaba a las personas a no salir de sus hogares. La segunda invitaba a las personas a conservar una distancia mínima de 1.5m entre personas para evitar el contacto físico; derivado de estas acciones las actividades cotidianas debían realizarse desde casa.

universitario completa su formación y a su vez cumple con las metas sociales, de servicio y de retribución de las instituciones y dependencias.

El SS en la UNAM tiene la misión de:

Contribuir a la formación integral del estudiante universitario, mediante la participación y puesta en práctica de sus capacidades en la solución de los problemas y necesidades del país, a través de actividades que fortalezcan su conciencia ética, moral, humanista y de retribución a la sociedad, a la vez que desarrolle habilidades y estrategias que faciliten su incorporación al mercado laboral. (UNAM, DGOAE, 2021).

La visión del SS en la UNAM es:

Una oportunidad de cooperación incluyente y de reciprocidad; un espacio de aprendizaje y fuente del saber; un medio de cultura y educación disponible para todos, que permite el reconocimiento y fortalecimiento de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes; un lugar en donde el arte y la ciencia sean amalgama de la calidad humana y profesional. El servicio social será un tiempo y lugar, en donde impere y se incentive el desarrollo de la excelencia humana. (UNAM, DGOAE. 2021).

El objetivo del SS en la UNAM es:

Impulsar el desarrollo profesional y humano del pasante, mediante el compromiso social, activo y solidario en la solución de problemas o necesidades del país, a través de actitudes cívicas, críticas y propositivas en favor de la consolidación de cuadros de excelencia humana, como base para un futuro próspero de la nación. (UNAM, DGOAE. 2021).

### 1.4.1 Normatividad

El servicio social universitario se encuentra regulado legalmente en primera instancia por el artículo 5º Constitucional, el artículo en general señala lo relativo al ejercicio de las profesiones y en el capítulo VII se refiere específicamente a la prestación del servicio social de estudiantes y profesionistas. De esta normatividad se desprende la establecida por la UNAM de acuerdo con:

El Reglamento General del Servicio Social

Reglamento General de Estudios Universitarios

El Reglamento General de Exámenes

Además de los reglamentos de Servicio Social de Facultades, Escuelas, Institutos y Centros autorizados por los Consejos Técnicos y Consejos Académicos.

La UNAM tiene interés en proyectar a las instituciones y dependencias el objetivo del servicio social universitario, tomando en consideración los tres ámbitos que lo componen:

#### Figura 4

*Ámbitos de servicio social universitario.*



Elaboración propia. Fuente: UNAM, DGOAE. 2021.

### 1.4.2 Requisitos

A continuación, se presentan los requisitos que debe cubrir el estudiante universitario para poder realizar su servicio social:

**Tabla 1**

**Requisitos para realizar el servicio social universitario.**

Los alumnos deben contar con el 70% de créditos de la carrera o el porcentaje de créditos autorizado por el Consejo Técnico de tu facultad o escuela.
Debe realizarse en un tiempo no menor a 6 meses ni mayor a 2 años y cubrir 480 horas como mínimo. Podrá realizarse de manera presencial o a distancia.
Debe ser continuo a fin de lograr los objetivos planteados en el programa. Se entenderá que existe discontinuidad cuando sin causa justificada se interrumpa la prestación por más de 18 días hábiles durante los 6 meses o durante 5 días hábiles seguidos. <sup>2</sup>
Los programas podrán ser de carácter interno en la UNAM o externo con los sectores público y social.
La prestación del servicio social no creará derechos, ni obligaciones de tipo laboral.

Elaboración propia. Fuente: UNAM, DGOAE. 2021.

### 1.4.3 Estructura administrativa

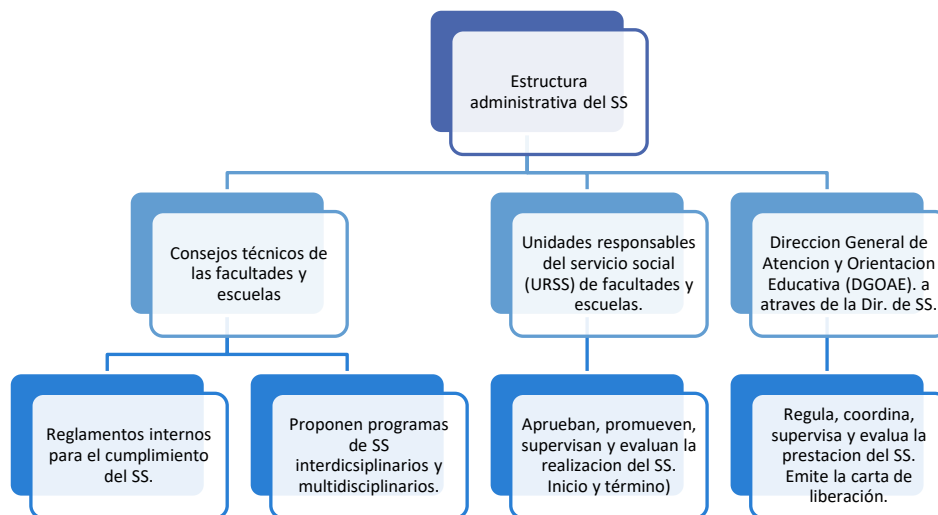
En la organización del servicio social universitario intervendrán:

---

<sup>2</sup> Cuando exista discontinuidad, el servicio social deberá reiniciarse sin tomarse en cuenta las actividades realizadas antes de la interrupción. Los Consejos Técnicos de las Entidades Académicas determinarán los casos de excepción.

**Figura 5**

*Estructura administrativa del servicio social universitario.*



Elaboración propia. Fuente: UNAM, DGOAE. 2021.

Es importante destacar que el servicio social sólo será reconocido por la UNAM si se presta en un programa registrado, que responda al perfil profesional del alumno interesado y que esté aprobado por su facultad o escuela.

#### 1.4.4 El servicio social en la Facultad de Filosofía y Letras (FFyL)

El procedimiento para la realización del SS dentro de la UNAM puede variar de una escuela o facultad a otra para el caso de la FFyL el estudiante deberá:

1. Tener en cuenta los requisitos para la inscripción en un programa de SS.
2. Consultar los programas de SS registrados en el Sistema de Información Automatizada de Servicio Social (SIASS Web).
3. Elegir un programa de Servicio Social.
4. Registrar el inicio del Servicio Social enviando al correo electrónico del departamento de servicio social de la FFyL la siguiente documentación:
  - Carta de aceptación

- Historia académica<sup>3</sup>
5. Una vez enviada la documentación el departamento de servicio social confirmará el registro vía correo electrónico, después de este paso el estatus de servicio social se verá reflejado en el Sistema Integral de Administración Escolar (SIAE).
  6. Una vez concluido el Servicio Social, el estudiante debe registrar la conclusión enviando al correo electrónico del departamento de servicio social de la FFyL la siguiente documentación:
    - Constancia de término
    - Informe de trabajo<sup>4</sup>
  7. Una vez enviada la documentación al Departamento de Servicio Social, se confirma el registro de término vía correo electrónico y en el estatus de SIAE el servicio social deberá aparecer como liberado (UNAM, FFyL. 2021).

## 1.5 Programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!

### Figura 6

*Slogan UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!*



Fuente: UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!, 2018.

UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! es un programa del departamento de servicio social de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM que ofrece a los estudiantes universitarios interesados en temas de inclusión digital y consumo responsable de internet oportunidades para

<sup>3</sup> Requisitos específicos detallados en el sitio web del departamento de servicio social de la facultad <http://www.filos.unam.mx/comunidad-ffyl/servicio-social/>

<sup>4</sup> Requisitos específicos detallados en el sitio web del departamento de servicio social de la facultad

la realización del servicio social. El objetivo general de UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! Es: “Ofrecer a los estudiantes acciones formativas dirigidas al desarrollo de habilidades técnicas, sociales y éticas relativas al uso de las TIC y que con ello contribuyan a otros en la construcción de su propia ciudadanía digital” (UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!, 2018). En específico el programa se propone brindar a los estudiantes:

- Formación en línea como tutores digitales y el desarrollo de habilidades en gestión social, investigación y desarrollo de materiales digitales.
- Herramientas para la producción de recursos educativos basados en las tecnologías de la información y la comunicación para procesos de alfabetización y ciudadanía digital en atención a públicos específicos y en general.
- Orientación para la realización del trabajo recepcional.

La misión de UNAMITA es:

“Contribuir a los distintos esfuerzos de alfabetización tecnológica a partir de una perspectiva de ciudadanía digital” (UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!, 2018).

La visión de UNAMITA es:

“Retomar la esencia del servicio social universitario como oportunidad para consolidar en el estudiante o pasante la formación profesional y la conciencia de solidaridad con la comunidad, la sociedad y el país” (UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!, 2018).

UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! Es un programa que cubre los intereses y objetivo del servicio social universitario de la UNAM ya que esencialmente busca ser un programa formativo, retributivo y social.

### 1.5.1 Antecedentes

El programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! tiene sus inicios en el año 2011, su cuna fue la Asociación de Scouts de México A.C. (ASMAC). En esta etapa alumnos del Sistema de Universidad Abierta y Educación a Distancia de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM en las carreras de Pedagogía y Administración fueron invitados a participar contando con el financiamiento del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE). El proyecto estaba dividido en 2 etapas: la primera, formar a los jóvenes como Tutores Tecnológicos, y la segunda, basada en el trabajo comunitario que llevaría a los muchachos a instruir a jóvenes entre 14 y 29 años (Conforme las reglas de operación del IMJUVE) en el uso y consumo responsable de Internet.

La ASMAC no continúa el proyecto. Sin embargo, en 2012 los alumnos de la Facultad de Filosofía y Letras que participaron del proceso de formación como Tutores Tecnológicos, se organizan y vuelven a solicitar apoyo del IMJUVE como el colectivo: “UNAMITA Digital” para llevar a cabo la segunda parte del proyecto que consistió en la elaboración de materiales y la impartición de talleres, de esta solicitud se obtiene un resultado favorable y se realiza el proyecto: Cibercafés en el uso responsable de Internet, y se impartió el taller a 213 personas. El diseño y puesta en marcha de ambos proyectos estuvieron a cargo de profesores de las facultades de Filosofía y Letras, Ciencias Políticas y Sociales y Contaduría y Administración, quienes retoman estas experiencias previas y lo fusionan en uno nuevo: “UNAMITA ¡Ciérrale a la Brecha Digital! “considerando el objetivo de la Universidad, su misión y valores. (UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!, 2020).

A partir del 2018 desde el servicio social de Estudios Técnicos Especializados (ETE) el programa se propuso llegar a los estudiantes de la Escuela Nacional Preparatoria (bachilleres) formarlos como promotores de ciudadanía digital. (Programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! sf). Actualmente el programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! se lleva más allá del servicio comunitario con tres generaciones de tutores tecnológicos, seis generaciones de tutores digitales y dos generaciones de promotores de ciudadanía digital se ha formado una



comunidad de UNAMITAS que poseen las cualidades necesarias para colaborar con el cierre de la brecha digital y la promoción de la ciudadanía digital. Además, es fuente para la investigación y la producción de contenidos digitales y contribuye al egreso de los alumnos conforme la normativa de la Universidad partiendo de la experiencia formativa de su participación en el programa.

### 1.5.2 Funcionamiento

Cada generación de UNAMITA ha sido única, el programa se ha transformado de acuerdo con las necesidades que se han detectado conforme se desarrolla, pero conservando su esencia y objetivos. Para el caso de la cuarta generación de tutores digitales que corresponde al año 2018 el programa de servicio social universitario UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! estaba estructurado en las siguientes etapas:

#### 1) Formación:

Durante esta etapa el estudiante es formado como tutor digital por medio de un diplomado de modalidad mixta; virtual por medio de aula virtual en Moodle y con sesiones presenciales.

La estructura del diplomado es la siguiente:

**Tabla 2**

*Estructura del diplomado "Formación de tutores digitales"*

<b>Módulo I</b>	Brecha y ciudadanía digital
<b>Módulo II</b>	Tecnología digital
<b>Módulo III</b>	Promoción y tutoría digitales
<b>Módulo IV</b>	Diseño de materiales didácticos y/o educativos digitales
<b>Módulo V</b>	Investigación social
<b>Módulo VI</b>	Intervenciones educativas no formales

Elaboración propia

Cada módulo contiene lecciones y actividades de aprendizaje que deben ser resueltas por el estudiante. La inversión de tiempo para resolver cada módulo es de 20 horas y el tiempo estipulado para el desarrollo de cada módulo es dos semanas. Al finalizar cada módulo se planean sesiones presenciales quincenales en calidad de obligatorias. Transcurridos cuatro meses el estudiante habrá cursado 120 horas de diplomado en línea (más las sesiones presenciales).

Al finalizar el diplomado, el estudiante habrá adquirido nociones, recursos y habilidades que le permitan ejercer la tutoría digital. sin embargo, para acreditarlo y entrar en funciones como tal, debe obtener un puntaje mínimo de 80 puntos, producto del promedio de los puntos obtenidos en las actividades de aprendizaje. Éstos tendrán un valor del 70% de la calificación final, y el restante 30% resulta a partir de una sesión al final del diplomado en la cual el estudiante presenta un proyecto de intervención para su servicio en su comunidad en calidad de tutor digital entendido como: “Una persona que alfabetiza y orienta en ciudadanía y tecnología digitales, promueve y facilita el acceso y uso responsable de internet” (UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!, 2018).

## 2) Intervención:

Con la formación de tutor digital la perspectiva y percepción de la realidad del estudiante es distinta y para entonces ya habrá identificado oportunidades de intervención educativas de carácter no formal. Esta segunda fase corresponde a la implementación de la propuesta de proyecto diseñada durante el diplomado, en esta oportunidad el ahora tutor digital forma a otros en temas de uso de TIC y de ciudadanía digital, además de producir y difundir materiales diseñados para el logro de los objetivos propios de su intervención y del programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! Finalmente, mediante este servicio comunitario el estudiante tendrá oportunidad de recolectar información de interés para comenzar con una investigación relevante sobre la brecha digital.

### 3) Resultados:

La última fase del servicio social es la entrega de resultados siendo el principal la colaboración con el cierre de la brecha digital, la realización del informe de servicio social y el inicio de redacción del trabajo recepcional.

## Capítulo II

### Las bases de la propuesta

#### 2.1 Alfabetización digital

Actualmente la innovación es un tema común, sobre todo en el área tecnológica, de estas innovaciones inevitablemente surgen nuevas necesidades entre las que destacan la adquisición de nuevos conocimientos y el desarrollo de habilidades útiles para el uso de las nuevas tecnologías; por lo que es preciso buscar estrategias para atender estas necesidades.

En retrospectiva, las necesidades educativas más básicas tenían poco o nada que ver con la tecnología, no era posible visualizar el desarrollo que estas alcanzarían, el impacto que darían a la sociedad y mucho menos las necesidades educativas que se derivarían de ello. Hace tres décadas la Declaración mundial de educación para todos: satisfacción de necesidades básicas de aprendizaje realizada en Jomtien, Tailandia en el año de 1990, planteó como objetivo hacer llegar la educación a todos; satisfaciendo las necesidades básicas de aprendizaje de niños, jóvenes y adultos de todo el mundo, de acuerdo con esta declaración:

Estas necesidades abarcan tanto las herramientas esenciales para el aprendizaje (como la lectura y la escritura, la expresión oral, el cálculo, la solución de problemas) como los contenidos básicos del aprendizaje (conocimientos teóricos y prácticos, valores y actitudes) necesarios para que los seres humanos puedan sobrevivir, desarrollar plenamente sus capacidades, vivir y trabajar con dignidad, participar plenamente en el desarrollo, mejorar la calidad de su vida, tomar decisiones fundamentadas y continuar aprendiendo. (UNESCO, 1990, p.7)

Hoy en día se suman otro tipo de necesidades básicas de aprendizaje más allá de las establecidas en Jomtien, las cuales demandan la adquisición de otro tipo de aprendizajes que

exigen agregarle a la educación la parte tecnológica y digital para formar a niños, jóvenes y adultos con conocimientos y habilidades tecnológicas para que no queden excluidos de la SIC y puedan disfrutar de todos los beneficios y facilidades que las nuevas tecnologías aportan a sus vidas.

Una estrategia implementada recientemente para lograr la adquisición de conocimientos y habilidades dentro de la SIC es la alfabetización digital, que de acuerdo con Travieso y Planella (2008) se refiere a “acciones formativas dirigidas al desarrollo de habilidades técnicas, sociales, éticas relativas al uso de las TIC, organizadas por instituciones, asociaciones de vecinos, ONG, instituciones penitenciarias, etc.” (Travieso y Planella, 2008, p.3).

La influencia de la alfabetización digital se ha dado sobre todo en el área de la educación formal, donde por medio de los planes de estudio se han incorporado en las instituciones educativas contenidos que involucran al alumno con los más recientes avances tecnológicos; algunos ejemplos son los programas Enciclomedia y el Programa de inclusión y alfabetización digital para niños de quinto grado (tabletas) entre otros. Con estrategias formales como estas han quedado beneficiadas en temas de alfabetización digital las generaciones más jóvenes, desde infantes hasta universitarios; sin embargo, existen otros sectores poblacionales que han sido menos considerados en este tema como: los adultos.

#### 2.1.1 Educación de adultos

“El adulto es un sujeto desarrollado en los planos físico, psicológico, económico-antropológico y social; capaz de proceder con autonomía en la sociedad en que vive y de definir metas a lograr” UNESR (Como se citó en Ubaldo et al, 2009, p.24). Estas características dan al adulto la alta probabilidad de continuar aprendiendo de forma más consiente que en la infancia o la adolescencia, pues durante la etapa adulta tienden a relacionar los aprendizajes directamente con sus propósitos de vida, que ya en esta etapa están prácticamente definidos.

En las sociedades antiguas, las personas adultas, sobre todo los mayores eran considerados como los repositorios del saber; eran quienes por haber vivido más poseían incontables experiencias de vida, ello era motivo para que las generaciones más jóvenes recurrieran a ellos para solucionar alguna complicación. En contraste, en la sociedad actual la situación parece estar invertida, pues es ahora el adulto quien debe recurrir a los jóvenes para conocer sobre la vida moderna, en la que es casi obligado el uso de tecnologías que la mayoría de las veces al adulto le resultan complicadas de entender. A pesar de que los adultos siguen siendo más sabios por su cumulo de experiencias, esto parece ser de poca relevancia en el tema de uso de las tecnologías, pues por el desconocimiento y falta de habilidades tecnológicas los adultos han caído en un tema de exclusión digital que desemboca en una notoria exclusión social.

La formación educativa de las personas adultas ha evolucionado conforme las sociedades cambian y ha sido siempre una preocupación social, de ahí que organizaciones como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) han otorgado relevancia a este asunto organizando conferencias mundiales sobre educación de adultos como las de: Elsinor (1949), Montreal (1960), Tokio (1972), Kenia (1976) París (1985), Hamburgo (1997). En esta última se tuvo como lema representativo “Que la educación de los adultos sea una alegría, un instrumento, un derecho y una responsabilidad compartida”, siguiendo estos ideales la UNESCO concibe a la educación de adultos de la siguiente manera:

Por educación de adultos se entiende el conjunto de procesos de aprendizaje, formal o no, gracias al cual las personas cuyo entorno social considera adultos desarrollan sus capacidades, enriquecen sus conocimientos y mejoran sus competencias técnicas profesionales o las reorientan a fin de atender sus propias necesidades y las de la sociedad. La educación de adultos comprende la educación formal y la permanente, la educación no formal y toda la gama de oportunidades de educación informal y ocasional existentes en una sociedad educativa

multicultural, en la que se reconocen los enfoques teóricos y los basados en la práctica. (UNESCO, 1997, p.11)

En la definición anterior queda claro que es posible desarrollar un proceso educativo para adultos de manera formal, no formal e informal para atender las necesidades de acuerdo con la sociedad en que se vive. En México la educación de los adultos es atendida de manera formal principalmente por el Instituto Nacional para la Educación de Adultos (INEA). Este organismo desarrolla modelos educativos para los adultos y jóvenes mayores de 15 años con el objetivo principal de certificar la educación básica en este grupo poblacional.

La educación de adultos colabora con el desarrollo personal y social y pretende responder a las necesidades actuales, que como ya se dijo se caracterizan por ser complejas y cambiantes debido a los efectos de la sociedad moderna y de los retos que se derivan de los inventos tecnológicos; por estas razones la educación de adultos resulta complicada, además de que existen bastantes diferencias con los grupos a los que generalmente se educa de manera formal. Por ejemplo, en cuestión de sus intereses, los adultos desean adquirir aprendizajes que les sean de utilidad y que puedan aplicar casi de inmediato en alguna situación de la vida real, lo que implica que les resuelva un problema o una necesidad. Además, es de mucho valor para los adultos que se les consideren los aprendizajes que ya poseen, así como su experiencia de la vida diaria y laboral, aspectos que los han hecho más responsables al momento de tomar una decisión en comparación con un niño o un adolescente.

#### 2.1.2 Educación permanente

La educación permanente al igual que la educación de adultos tiene sus principios en la UNESCO. El surgimiento y desarrollo de ambos términos dentro de la organización ha estado siempre relacionado. Al principio la educación permanente se vio como una rama de la educación de adultos; más tarde pasó a ser un objetivo de la educación de adultos; hasta que en 1970 surge independiente de la educación de adultos la unidad de educación permanente.

De acuerdo con la UNESCO:

La educación permanente es un concepto global y multidimensional. Comprende la fase inicial del aprendizaje, pero también el que tiene lugar en el trabajo, incluso durante la jubilación. Incorpora el aprendizaje formal, no formal e informal, que se da en la escuela, en casa, en la colectividad, en el lugar de trabajo y a través de los “mass media” .... (Como se citó en Marín, 1988, p. 407).

Esta definición de educación permanente es muy amplia y puede además llegarse a interpretar de diferente manera, lo que si se establece como un hecho es que se da en todas las etapas de la vida desde “la fase inicial del aprendizaje” que pueden verse como los primeros años escolares, pasando por la etapa laboral y hasta en la jubilación, en cualquiera de las modalidades educativas existentes (formal, no formal, informal). En un sentido global la educación permanente busca lograr que el hombre sea agente de su propia educación e influir en todas las dimensiones de la vida, las ramas del saber y conocimientos prácticos que contribuyan a la personalidad del individuo. La educación permanente es multidisciplinar porque puede abarcar muchas y variadas disciplinas del saber.

Otro aspecto relevante de la educación permanente son las dimensiones, que se señalaron en el coloquio interdisciplinar sobre la educación permanente (París 1972) una vertical y otra horizontal, la vertical se refiere a la educación a lo largo de la vida y la horizontal a todas las actividades humanas, ocios, compromisos ciudadanos, vida familiar, ejercicio de la profesión y otras. Además, la educación permanente resulta un medio para lograr la democratización de la educación y es también el fundamento de una educación a lo largo de toda la vida, que para la realidad social actual resulta necesaria. Hoy en día la educación de adultos se ve como una parte y condición esencial para lograr la educación permanente.

La educación permanente es un medio de formación continua que abarca todas las modalidades de educación y las dimensiones de la vida, por estas razones cobra relevancia en la propuesta de alfabetización digital de personas adultas que desarrolla este trabajo.



### 2.1.3 Educación no formal

Además de la educación de adultos y la educación permanente otro fundamento esencial para el diseño de la presente propuesta es la educación no formal entendida como:

Todo proceso educativo diferenciado de otros procesos, organizado, sistemático, planificado específicamente en función de unos objetivos educativos determinados, llevado a cabo por grupos, personas o entidades identificables y reconocidos, que no forme parte integral de un sistema educativo legalmente establecido y que, aunque este de algún modo relacionado con él, no otorgue directamente ninguno de sus grados o titulaciones. (Pastor, M. I, 2001, pág. 541).

Algunos ejemplos de educación no formal pueden ser: una capacitación laboral en una empresa, un curso de maquillaje y peinado, una clase de baile de salón; incluso, considerando las posibilidades de las nuevas tecnologías se puede tomar un curso de repostería *online*. Como se puede ver, la mayoría de los cursos son de elección personal y generalmente una persona puede decidir en qué ámbito formarse de acuerdo con sus intereses personales, salvo en algunos casos donde la educación no formal puede tornarse hasta cierto punto obligatoria, como es el caso de una capacitación laboral que es necesaria para la adquisición o conservación de un empleo.

La propuesta de este trabajo se desarrolla bajo los principios de la educación no formal pues plantea objetivos firmes y organizados; además, no forma parte de un sistema formal de educación y no ofrece un documento oficial; es más bien un proceso educativo voluntario que implica principalmente un interés por aprender de manera autónoma conforme a las posibilidades del adulto. El propósito no es diseñar un plan educativo completo y con validez oficial; el objetivo es más bien lanzar una estrategia de alfabetización digital donde el adulto sea agente consiente de su propia formación.

## 2.2 Andragogía.

La alfabetización digital a adultos implica un proceso educativo mismo que para que resulte valioso debe diseñarse considerando las características particulares del adulto, basándose en las diferencias existentes entre niños/ adolescentes y adultos. Para cubrir dicho requisito surgió la andragogía, gracias a ella se pueden estructurar planes educativos para adultos distintos a los que se hacen desde la pedagogía. Han sido varios los andragogos que han tratado de definir esta ciencia, arte o saber, esto aún no está bien claro ya que aún es una temática reciente. La definición más simplificada y que va acorde con las ideas del presente trabajo es la utilizada por Castro el cual menciona que la andragogía es “...una de las ciencias de la educación que tiene por finalidad facilitar los procesos de aprendizaje en el adulto a lo largo de toda su vida” (Como se citó en Castillo, 2018, p. 69). De acuerdo con el recuento hecho en el texto de Castillo el doctor Félix Gregorio Adam Estévez fue un gran impulsor de la educación de adultos y es considerado como el padre de la andragogía latinoamericana, hizo grandes aportes entre ellos mostrar las principales diferencias entre pedagogía y andragogía las cuales se muestran en la siguiente tabla:

**Tabla 3**

*Diferencias entre Pedagogía y Andragogía.*

<b>Rubro</b>	<b>Modelo pedagógico</b>	<b>Modelo andragógico</b>
<b>Relación entre los componentes</b>	Adulto-niño Vertical- dependiente	Adulto-adulto Horizontal-participativa
<b>Centro del proceso, control y dirección</b>	Maestro o profesor Pedagogo	Participante (s)
<b>Énfasis del aprendizaje</b>	En el contenido programático esencial	En los procesos de aprender y fuentes de información
<b>Procesos mentales</b>	La memoria juega un papel central en este proceso	El pensamiento lógico, los procesos mentales superiores se hacen presentes. La imaginación juega un papel excepcional hacia la creatividad.

<b>Planteamiento, administración y evaluación del aprendizaje</b>	Todo el proceso es dirigido por el pedagogo	Centrada en los participantes o compartida con el facilitador.
<b>Dirección del proceso</b>	Enseñanza-Aprendizaje	Orientación aprendizaje

Fuente: Adam (1987). Como se citó en Castillo, 2018.

### 2.2.1 Proceso de Orientación - Aprendizaje

Con base en el análisis de las características del adulto y de las acciones que realiza el actor en el proceso educativo de un adulto, el mismo Dr. Adam consideró que el proceso mediante el cual se logra el aprendizaje en los adultos no es un proceso de enseñanza-aprendizaje como se da en el caso de los niños y adolescentes; para el caso de los adultos se da un “proceso de Orientación- Aprendizaje (POA), para que el adulto construyese su aprendizaje el facilitador, dentro de sus funciones sustantivas atendiese y orientase al o a los participantes de tal manera que puedan asegurar sus aprendizajes” (Como se citó en Castillo, 2018, p. 68).

### 2.2.2 Modelo andragógico.

Un modelo es una referencia sobre algún proceso que puede imitarse o reproducirse de algún modo en distintos contextos y situaciones. En el caso de la educación existen varios modelos educativos que son tomados como referencia o base para desarrollar una acción educativa. Para el caso de la andragogía hay varias propuestas, una de las más significativas es la del padre de la andragogía Malcolm S. Knowles (2006) (Como se citó en Castillo, 2018, p. 66-67) el cual se compone de tres elementos:

1. Metas propósitos y aprendizajes. Se refiere a la interrelación entre el individuo, la institución y sociedad a la que pertenece; significando que del crecimiento del individuo se beneficiara tanto la institución como la sociedad de manera recíproca.
2. Diferencias situacionales e individuales. Hace referencia a las diferencias sobre la historia de vida de los participantes y acepta que poseen diferentes experiencias de vida y

laborales y como consecuencia también existirán diferentes conocimientos, capacidades, ritmos y estilos de aprendizaje.

3. Principios fundamentales del aprendizaje de los adultos. (Como citó en Knowles, 2006)

Los seis principios fundamentales del aprendizaje de los adultos considerados son los siguientes:

- ✓ Necesidad de saber del alumno: El adulto debe identificar claramente la necesidad de su aprendizaje.
- ✓ Autoconcepto: Por su condición de adulto éste es una persona con un grado de madurez tal que le permite hacerse responsable de su crecimiento y su vida; por tanto, en él está la decisión de aprender.
- ✓ Experiencia del alumno: Aprovechar conocimientos generales, de grados académicos, cursos previos y experiencias vividas.
- ✓ Disposición para aprender: Procurar que los contenidos temáticos sean de interés para el adulto y que estos tengan relación con su vida o algún rol que desempeña.
- ✓ Inclinación al aprendizaje: Plantear cursos para el desarrollo de destrezas, valores y actitudes y presentarlo en situaciones de la vida real y tener en consideración el tiempo en el que se desarrollará el POA.
- ✓ Motivación para aprender: La fuente de la motivación del individuo que bien puede ser: dinero, poder, autoridad, éxito, voluntad, valor o disfrute, entre otros.

Knowles (2006) propone un modelo andragógico holístico de tres niveles que son: 1) Metas y propósitos de aprendizajes; 2) Diferencias individuales y situacionales y 3) Principios fundamentales del aprendizaje de los adultos, estos últimos son seis y se engloban en los mencionados por el Dr. Adam (1977) y por otros autores como Alcalá (2010) quienes también consideran que la praxis andragógica debe estar basada en dos principios: la horizontalidad y la participación.

a) La horizontalidad. Considerada en dos sentidos:

1) Horizontalidad cualitativa. Que se refiere a tomar en cuenta los conocimientos y experiencias que poseen tanto el andragogo como el participante.

2) Horizontalidad cuantitativa. Que se refiere a considerar los cambios del adulto propios de la edad como lo son: disminución visual y auditiva, retención de memoria entre otras.

b) La participación. Que se refiere a que tanto los participantes como el andragogo tomarán decisiones de situaciones e interés común en las cuales puedan verse afectados o beneficiados. Por esta razón el modelo andragógico es un proceso formativo democrático. (Como se citó en Castillo F, 2018, p.66-69).

### 2.3.3 Elementos del modelo andragógico

De acuerdo con Rodríguez (2011) el modelo educativo andragógico debe tener en consideración ciertos elementos que intervienen en el proceso POA. Estos elementos son: entorno, facilitador, método y el adulto.

**Figura 7**

*Elementos del modelo andragógico.*



Elaboración propia. Fuente Rodríguez, 2011.

El entorno se refiere a los factores que rodean al adulto, los cuales de algún modo influyen en su desarrollo dentro de la sociedad en la cual; trabaja, estudia, vive y/o convive.

En un proceso educativo con personas adultas, el facilitador es conocido como andragogo. El andragogo es un acompañante, un tutor que apoya y facilita el desarrollo de aprendizajes y competencias en su similar adulto.

Una de las principales tareas del educador, ya sea pedagogo o andragogo, es el diseño de métodos eficaces para lograr aprendizajes, en este contexto “El método es la estrategia que utiliza un andragogo para incrementar la probabilidad de aprendizaje” (Rodríguez, 2011, p.21) como en todos los casos relacionados con educación, el método abarca recursos, técnicas, materiales o estrategias que sirven como apoyo para la enseñanza.

Finalmente, el adulto es el elemento central activo y foco desde el que se visualiza el contexto y de él se parte para decidir el método más adecuado, considerando los aspectos que le rodean, por ejemplo: el rol que desempeña, nivel de estudios logrado, la experiencia, el hecho de que él es responsable de su propio aprendizaje, entre otros.

Knowles (1980) menciona que para que un alumno pueda considerarse adulto debe responder al menos dos perspectivas una social y otra psicológica. Desde la perspectiva social una persona es adulta en la medida que el individuo desempeña roles sociales típicamente asignados por nuestra cultura a aquellos que considera adultos, como el rol de trabajador, esposo/a, pariente, ciudadano responsable, soldado. En segundo lugar, desde una perspectiva psicológica una persona es adulta cuando su autoconcepto es el de una persona adulta: Una persona es un adulto en la medida que el individuo se percibe asimismo o a sí misma como esencialmente responsable de su propia vida. (Como se citó Sánchez, I. 2015 p.91).

Siguiendo con las definiciones o áreas del adulto propuestas por Knowles (2006) los adultos a los que está dirigida la presente propuesta de alfabetización digital comparten una característica social relevante que es la actividad económica que realizan; es decir el comercio.

Los principios andragógicos, serán la base teórica primordial de este trabajo, con el propósito de diseñar el método más adecuado para lograr una alfabetización digital efectiva y significativa, para ello se analizará el entorno y las características del estudiante adulto que será reconocido como participante, además se considera la experiencia obtenida durante el Servicio Social del programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! en la comunidad de San Felipe del Progreso, México en el año 2018.

El adulto microempresario, coloquialmente conocido como comerciante es una persona que desempeña actividades económicas sociales que tienen que ver con la compra- venta de productos o servicios.

Son consideradas como microempresa todas aquellas empresas industriales, comerciales o de servicios que emplean entre 1 y 10 empleados; de acuerdo con Rodríguez (2000) debe reunir las siguientes características:

- a) Que no domina el sector de la actividad en que se opera.
- b) Con una estructura organizacional muy sencilla
- c) Que no ocupa más de quince empleados
- d) Que sus ventas anuales no superan los 30 millones de pesos. (Como se citó en (Monrroy, 2007).

Una modalidad muy común de microempresa o micronegocio en México es el negocio familiar, en éste los involucrados en la productividad son precisamente los integrantes de una familia y por ello no necesariamente se realiza el pago a empleados. Generalmente en un micronegocio familiar el líder del negocio es el jefe de familia que se basa en esta actividad comercial para satisfacer múltiples compromisos económicos y familiares como alimentación, educación, vestido y otros que son parte de las necesidades y responsabilidades de la vida adulta. A esta modalidad de microempresa es a la que pertenecen los comerciantes de San Felipe del Progreso.

Para el presente trabajo es relevante considerar una perspectiva tecnológica con relación a la edad; por ello se tomó como referencia la clasificación de generaciones tecnológicas contemplada por Coolhunting Group (2017), que es una consultora global de referencia en detección y análisis de tendencias generando datos de interés para empresas e industrias en España, Europa y América Latina. Esta consultora realizó en 2017 un informe sobre las seis generaciones tecnológicas centrándose sobre todo en cómo se comunican, como consumen y como compran. Las seis generaciones contempladas por Cloohuntting estudio son:

- Generación silenciosa: Nacidos entre 1925 y 1944
- Baby boomers: Nacidos entre 1945 y 1964
- Generación X: Nacidos entre 1965 y 1979
- Millenials: Nacidos entre 1980 y 2000
- Generación Z: Nacidos entre 2001 y 2011.

De acuerdo con los datos de la distribución de edad los comerciantes que participaron en este trabajo pertenecen a tres de estas generaciones: generación X, millenials y generación Z. Algunos rasgos característicos de estas tres generaciones son:

**Tabla 4**

*Características de las generaciones tecnológicas participantes.*

<b>Generación tecnológica</b>	<b>No. de participantes</b>	<b>Características</b>
<b>Generación X. Nacidos entre 1965 y 1979</b>	<b>3</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le dan importancia a la vida social activa y a un estilo de vida saludable.</li> <li>• No necesitan internet para vivir sus vidas o divertirse</li> <li>• Están abiertos probar innovaciones tecnológicas para hacer su vida más fácil.</li> <li>• Vivieron la llegada del CD, el ordenador portátil, el walkman y el fin de los casetes y videocasetes, por esta razón algunos se resisten a utilizar nuevas tecnologías.</li> </ul>
<b>Millenials. Nacidos entre 1980 y 2000</b>	<b>15</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es la generación más grande en cuanto número en relación global.</li> <li>• Valoran las experiencias por encima de cualquier objeto material.</li> <li>• Prefieren trabajar en lo que les apasiona.</li> </ul>



		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les encanta el humor, la ironía y la sorpresa</li> <li>• Perciben el mundo online y offline como una misma realidad integrada.</li> <li>• Les gusta ser los primeros en descubrir y compartir las novedades en las redes sociales.</li> </ul>
<b>Generación Z. Nacidos entre 2001 y 2011</b>	<b>1</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación diversa y multicultural</li> <li>• Comunicación mediante imágenes y emoticonos y memes.</li> <li>• Son multimedia y multipantalla</li> <li>• El móvil es el dispositivo más utilizado</li> <li>• Les gusta descubrir información por ellos mismos</li> <li>• Son impacientes. Capacidad de atención 8 segundos</li> <li>• Consumen dos veces más contenido en video que otras generaciones.</li> </ul>

Elaboración propia

Otro elemento del modelo andragógico es el entorno, este hace referencia al medio físico que establece las condiciones bajo las que se desarrolla el POA, en el entorno intervienen varios factores mismos que rodean al adulto. Estos factores influyen en su desarrollo dentro de la sociedad en la cual trabaja, estudia, vive y/o convive, por ello vale la pena hacer algunas precisiones sobre la particularidad de algunas condiciones que pueden influir en la forma de planear una intervención educativa.

El medio inmediato del comerciante podría dividirse de manera general en tres: comercial, familiar y social para el caso de quienes se dedican al comercio como actividad única, y para quienes se dedican al comercio como actividad complementaria se añadiría el factor laboral.

El factor comercial se refiere a las situaciones relacionadas con el negocio en el que se desenvuelve; en este, el participante se relaciona con personas que comparten sus mismos intereses, tienen códigos de comunicación y dinámicas similares, pueden existir diversos rangos o dimensiones de la misma actividad, pero su relación será siempre cercana por la coincidencia en el desempeño de sus actividades. En pocas palabras, por ser el comercio la actividad que realiza el comerciante estará siempre rodeado de más comerciantes.

El factor familiar se refiere a la familia de la cual el participante es miembro y con la que convive, contribuye y se relaciona de forma cercana desempeñando cualquiera de los roles

posibles; ya sea como abuelo, padre, madre, hijo, etc. Dentro de la familia existen ciertas obligaciones o responsabilidades que deben cubrir según sea su papel dentro de ella, para cada caso particular la situación será distinta por tal motivo este factor podría tener gran influencia dentro del POA.

El factor social será considerado como la parte de relación que tiene el participante con situaciones externas a su actividad comercial y a su familia en este pueden considerarse las relaciones de amistad y amorosas mismas que pudieran influir en él. La importancia de considerar este factor reside en que este tipo de relaciones generalmente son de importancia para el adulto pues son el desahogo de sus actividades obligatorias y fungen como una relajación, este factor y el anterior son las principales limitantes hablando de disponibilidad de tiempo por las cuales el participante desplaza la capacitación o adquisición de nuevos conocimientos para su desarrollo personal.

Para los comerciantes que se dedican al comercio como actividad complementaria se suma a los anteriores el factor laboral, que se refiere a las responsabilidades derivadas de un empleo cualquiera que este sea. Este factor puede influir en el POA debido a que el participante tiene que distribuir su tiempo en mayor número de actividades y dependiendo del empleo que desempeñen, estas actividades pueden estar incluso muy alejadas del comercio y por ello el interés por aprender sobre el mismo puede ser mínimo. No se debe perder de vista que al tratarse de adultos una vez más no se puede generalizar, cada uno de estos factores influye de diferente forma en él, al momento de poner en práctica un POA debe mirarse un poco hacia estos factores para comprender al adulto, sus intereses, prioridades y su desempeño.

Otro de los elementos del modelo andragógico es el facilitador conocido también como orientador o andragogo, Caraballo (2004). El facilitador se encarga de perfeccionar las estrategias de enseñanza y aprendizaje con el fin de promover en los participantes la adquisición de cuerpos de conocimientos relevantes que sean retenidos por estos (Como se citó en Caraballo 2007, 196-197). Este será el papel que desempeña la que suscribe el presente trabajo dentro de

la propuesta de alfabetización digital a personas adultas. (Como se citó en Caraballo 2007, 196-197). Por su parte Adam (1987) analizó las diferencias entre un profesor figura encargada de la educación de niños y adolescentes y un facilitador su similar, pero en personas adultas, estas diferencias se muestran a continuación:

**Tabla 5**

*Comparación entre el profesor y el facilitador.*

<b>Profesor</b>	<b>Facilitador</b>
Posición de superioridad y de autoridad en la enseñanza	Posición como conductor y orientador de los aprendizajes
El liderazgo fluctúa entre el autoritarismo y el paternalismo	Liderazgo democrático a fin de lograr una mayor profundidad en los planteamientos de los participantes.
Liderazgo impositivo y aceptado así por sus seguidores	Liderazgo participativo ya que propicia el aprendizaje de conocimientos necesarios al participante.
Incentiva la obtención de conocimientos de acuerdo con planes preestablecidos	Motiva a la auto realización del participante de acuerdo con sus necesidades.
La calidad del liderazgo se valora por autoridad y la imposición de criterios	No presiona a los participantes para que acepten sus puntos de vista
Desarrolla estrategias para que funcione el pase de conocimientos sin mucha confrontación profesor-alumno	Utiliza recursos para mantener abiertos los canales de comunicación entre él y los participantes y de estos entre sí.
Su preocupación es mantener la atención y postura mental del alumno.	Se preocupa por no actuar como el poseedor de todas las soluciones.
Propicia la adaptación de los alumnos a los modelos pedagógicos	Propicia el desarrollo de habilidades del liderazgo de los participantes
Crea dependencia en los alumnos en cuanto determina lo que va a ser aprendido, cuando y como.	Crea una independencia y responsabilidad en los participantes en las formulaciones de alternativas, opiniones, aclaratorias y experiencias.

Fuente: Adam 1987. (Como se citó en Castillo, 2018)

El método es el elemento articulador del modelo y sus componentes: adulto, entorno y facilitador teniendo como centro y punto de partida las características del adulto. Hablando de experiencias de aprendizaje el principal objetivo del método es incrementar la probabilidad de aprendizaje y dentro de él pueden considerarse recursos, técnicas, materiales o estrategias que sirvan para los propósitos de la educación.

Un ejemplo muy claro de un método podría ser el creado por Marie Kondo en su libro “La magia del orden” en él que describe el método Konmari destinado a poner orden en casa, para lograr dicho objetivo este método se vale de recursos, técnicas y materiales. Del mismo modo en el caso de la educación de adultos el andragogo puede elegir las estrategias, materiales, técnicas o medios que considere para conseguir el logro de los propósitos de aprendizaje.

#### 2.2.4 Talleres educativos

Siguiendo las bases de la educación no formal y la andragogía se cree que, para la alfabetización digital de los comerciantes de San Felipe del Progreso, un taller educativo es la estrategia adecuada, debido a que como menciona Herrera (2003) el taller es una opción pedagógica alternativa a un curso o seminario y una modalidad opuesta a una enseñanza de tipo expositiva o memorística, la situación de enseñanza- aprendizaje prioriza el aprendizaje de valores, actitudes y habilidades. Algunas características de un taller son:

- Una opción por trabajar en pequeños grupos
- Una valoración por la participación de los propios sujetos en la responsabilidad de los propios aprendizajes
- Una integración de las experiencias personales de cada participante en el proceso de enseñanza-aprendizaje
- Una intencionalidad operativa, es decir que los aprendizajes adquiridos tengan una influencia en la acción de los propios sujetos. p.21

Un taller hace que los participantes interactúen entre sí y tengan un papel activo dentro de su formación, además de que permite al orientador mantener un rol democrático en este proceso y no asumirse como líder o superior, estas características conducen a la producción de un conocimiento cooperativo y democrático que es la base de la visión andragógica.

Estas características encajan con todos los referentes que se han venido desarrollando a lo largo de este capítulo pues según García (1997) “el taller se convierte en un lugar de vínculos,

de participación, donde se desarrollan distintos estilos de comunicación. En definitiva, el taller es un camino con alternativas metodológicas diversas, que estimula el aprendizaje, las intersubjetividades y la creatividad. Es un espacio para la vivencia, la reflexión y la conceptualización” (Como se citó en Herrera 2003).

**Tabla 6**

*Talleres educativos: Consideraciones.*

<b>Consideraciones para la implementación de talleres educativos</b>	
<b>Número de participantes</b>	Grupos grandes
	Grupos pequeños (menos de 20 participantes)
<b>Tipo de conducción</b>	Directiva
	Democrática
<b>Tipo de cambio en los participantes</b>	Conductual
	Actitudinal
<b>Numero de sesiones</b>	3 a 8 sesiones
	Más de 9 sesiones

Elaboración propia. Fuente: Beltrán, S.P, El all. (2009)

De acuerdo con Herrera (2003) la planificación de un taller debe contener los siguientes elementos.

1) Datos generales del taller

- Nombre
- Personas a cargo del taller
- Lugar de realización
- Tiempo en el que se realizará
- Edad de las personas a las cuales está dirigido
- Número de personas

2) Fundamentación del taller

3) Marco teórico que fundamenta el taller

4) Objetivo general

- 5) Objetivos específicos
- 6) Objetivos operacionales o indicadores de logro
- 7) Unidades temáticas en las cuales se dividirá el taller
- 8) Actividades de cada unidad temática
- 9) Materiales y tiempo necesario para cada actividad
- 10) Método de evaluación

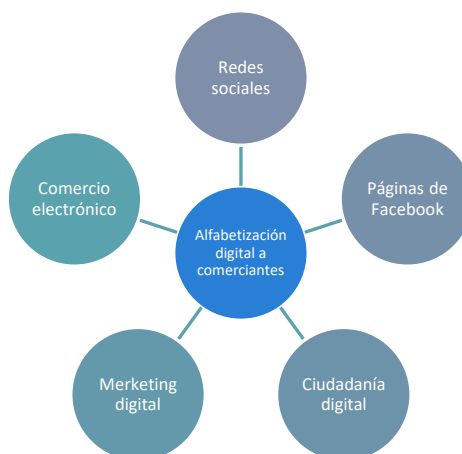
Algunos de los elementos mencionados por Herrera están descritos en el primer y segundo capítulo. Para culminar con los elementos del diseño de un taller educativo es necesario contemplar las áreas de oportunidad para la alfabetización digital a comerciantes. Se describirán en los próximos apartados.

#### 2.2.5 Áreas de oportunidad para la alfabetización digital a comerciantes.

La propuesta del presente trabajo está estrechamente relacionada con la actividad cotidiana de los comerciantes y pretende generar beneficios, que de llevarse a cabo de forma adecuada se verán reflejados en la productividad de sus negocios, pero sobre todo en su desarrollo personal. La selección de las áreas de oportunidad parte de las observaciones a los comerciantes de SFP en cuanto a habilidades tecnológicas y el desconocimiento de las posibilidades que las TIC ofrecen. Las deficiencias vistas en ese entonces se ven como oportunidades para la alfabetización de los comerciantes de pequeños negocios, para mostrar las posibilidades de la tecnología y lograr un mayor aprovechamiento. Las principales temáticas que se pretenden tratar en la propuesta de alfabetización digital de los comerciantes se organizan de la siguiente forma:

**Figura 8**

*Áreas de oportunidad de alfabetización digital.*



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se explica cada una de las áreas de oportunidad de alfabetización digital consideradas en este trabajo:

✓ ¿Por qué las redes sociales?

Las redes sociales “pueden definirse como una estructura social que, apoyada con los recursos de la web, permite las relaciones entre personas, grupos y organizaciones bajo uno o varios objetivos en común; establecimiento de contacto con personas conocidas y con nuevas personas, apoyo emocional, compañía social, ayuda material y de servicio” (Peña, Pérez, Rondón, 2010).

En la actualidad las redes sociales son el principal medio en el que se encuentran conectadas las personas, todos los días las personas invierten gran parte de su tiempo y de sus recursos en mantenerse conectadas; sin embargo, utilizar las redes sociales como medio de entretenimiento y socialización no son las únicas actividades que se pueden realizar en ellas, incluso se puede decir que con ello no se está ganando nada.

Para un negocio resulta valioso que las personas pasen gran parte de su tiempo navegando en las redes sociales pues esto representa una serie de oportunidades para hacer impulsar o hacer crecer el negocio, sin importar el giro comercial que se trate.

De acuerdo con Rodrigo Hernández (2016) desarrollador de contenido sobre temas de marketing digital y redes sociales existen las siguientes razones para usar las redes sociales en un negocio:

- **Mostrar tu marca:** Darte a conocer con los usuarios de una red social y desarrollar un canal de marketing para generar relación con los usuarios y de esta manera generar ventas
- **Desarrollar una comunidad:** Conectarse en un nivel emocional con las personas cuyos intereses se vinculan con tu empresa, ser leal a ellos y hacerlos parte de tu comunidad.
- **Mejorar el servicio al cliente:** Recibir retroalimentaciones, comentarios y mensajes que te pueden ser de utilidad para aumentar la confiabilidad de tu marca.
- **Aumentar la exposición digital:** Exposición masiva debido al uso diario de las redes sociales.
- **Expandir ventas y públicos:** Llegar a nuevos segmentos e incorporar a nuevos mercados.
- **Cortar costos de publicidad:** Ahorrar dinero en publicidad tradicional, las redes son fáciles de utilizar y gratuitas.

✓ ¿Por qué páginas de Facebook?

Hoy en día Facebook es la red social más utilizada, seguida de WhatsApp y YouTube y esta característica hace que sea un medio potencial para el aprovechamiento de sus herramientas para un negocio.

Entre las funciones que ofrece Facebook se encuentran:

- Buscador
- Calendario
- Agregar amigos
- Personalizar avatar



- Transmitir en vivo
- Publicar contenido
- Escribir notas
- Compartir información personal
- *Páginas*
- Publicidad

Con la aparición de la función de Facebook para crear páginas se gesta en esta red social una nueva etapa que más tarde desarrollaría los elementos necesarios para apoyar a las mentes emprendedoras, poniendo a su disposición dentro de su plataforma una serie de herramientas útiles para su empresa. Surge entonces Facebook para empresas y con ello una fuerte posibilidad de actualización y oportunidad de aprendizaje para las personas que se dedican al comercio.

✓ ¿Por qué hablar de ciudadanía digital?

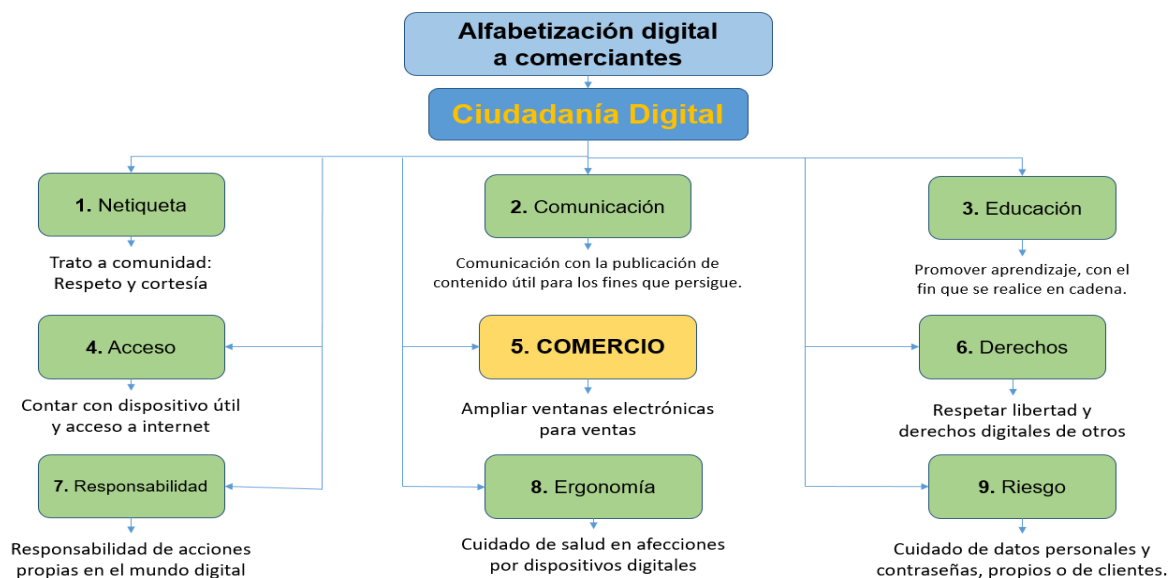
La ciudadanía digital puede definirse como las normas de comportamiento que conciernen al uso de la tecnología. Para que se entienda la complejidad de lo que comprende la ciudadanía digital y los problemas del uso, mal uso y abuso de la tecnología, hemos detectado nueve áreas generales de comportamiento que la deben conformar. Ribble, M; Bailey, G y Ross, T. (2004).

- Netiqueta: (etiqueta) estándares de conducta o manera de proceder con medios electrónicos.
- Comunicación: Intercambio electrónico de información
- Educación: Proceso de enseñar y aprender sobre tecnología y su utilización
- Acceso: Participación electrónica plena en la sociedad
- Comercio: Compraventa electrónica de bienes y servicios
- Responsabilidad: Ser responsable por hechos y acciones en los medios electrónicos.
- Derechos: Las libertades que tienen todas las personas en el mundo digital
- Ergonomía: Bienestar físico en un mundo tecnológico digital.

- Riesgo: (auto protección): Precauciones para garantizar la seguridad en los medios electrónicos.

**Figura 9**

*Comerciante ciudadano digital.*



Fuente: Elaboración propia.

### ✓ ¿Por qué Marketing digital?

En términos generales el marketing es aquella intención que tiene una empresa de comunicar su producto y su marca hacia el cliente. El marketing tradicional está basado en la promoción de la empresa y sus productos apoyándose de diferentes medios como la televisión, medios impresos (revistas, periódicos, folletos) e incluso recomendaciones personales. (Peiró, 2019). El marketing tiene como base 5 grandes preguntas estas preguntas pueden aclarar objetivos, definir plazos y fijar metas; estas se presentan a continuación:

**Tabla 7**

*Preguntas base del marketing.*

Preguntas base del marketing

<b>¿Qué?</b>	¿Qué producto o servicio quiero vender?
<b>¿Quién?</b>	¿A quién quiero vender ese producto?
<b>¿Cómo?</b>	¿Cómo lo voy a vender?
<b>¿Cuándo?</b>	¿Durante que periodo de tiempo deseo vender ese producto o servicio?
<b>¿Por qué?</b>	¿Por qué lo voy a vender?

En la sociedad actual las empresas se han visto en la necesidad de evolucionar, modificar la intención de ventas de productos y servicios. En San Felipe del Progreso, los comerciantes tienen la posibilidad de comunicar sus productos a los clientes por medio de redes sociales tales como Facebook a modo de actualización de sus negocios físicos, ya sea que oferten artículos de farmacia, papelería, ropa, calzado, alimentos, las redes sociales permiten al microempresario hacer promoción de gran alcance de su marca para lograr el objetivo principal del marketing que es concretar ventas.

El marketing digital tiene un gran reto para lograr el objetivo antes mencionado, se debe elaborar un plan de marketing considerando las estrategias y planes de acción para lograr un fin específico que bien puede ser el reconocimiento de la marca, la ampliación del público o la concreción de ventas.

✓ ¿Cómo llegar al comercio electrónico?

La aspiración más profunda de la alfabetización digital a comerciantes de San Felipe del Progreso es mostrar e iniciar a los comerciantes dueños de pequeñas empresas en el comercio electrónico, lo que para para Águila (2000) implica “el desarrollo de actividades económicas a través de las redes de telecomunicaciones y se basa en la transmisión electrónica de los datos”. (Como se citó en M. Martín; Moreno, F y Sáez Vacas. sf). Esta posibilidad es prácticamente desconocida por los comerciantes de San Felipe del Progreso y además para poder concretar una venta electrónica se enfrentan a una serie de limitantes que, por supuesto no son imposibles de vencer, pero sí tomará su tiempo.

Es un hecho evidente que la transformación debe efectuarse, ya que han sido múltiples las empresas que por no lograr adaptarse al cambio han fracasado e incluso desaparecido.

Mientras en la cabecera municipal de San Felipe del Progreso se vayan eliminando las barreras que impiden que se realice comercio electrónico tales como: desarrollo de habilidades tecnológicas, formulación de estrategias de venta en línea, gestión de envíos, adquisición y administración de cuentas bancarias, etc. De momento se puede ir gestando la formación y los aprendizajes sobre el tema para que en el momento que se cuente con la posibilidad se pueda poner en práctica la actividad del comercio por medio de internet.

### 2.3 La brecha digital detectada

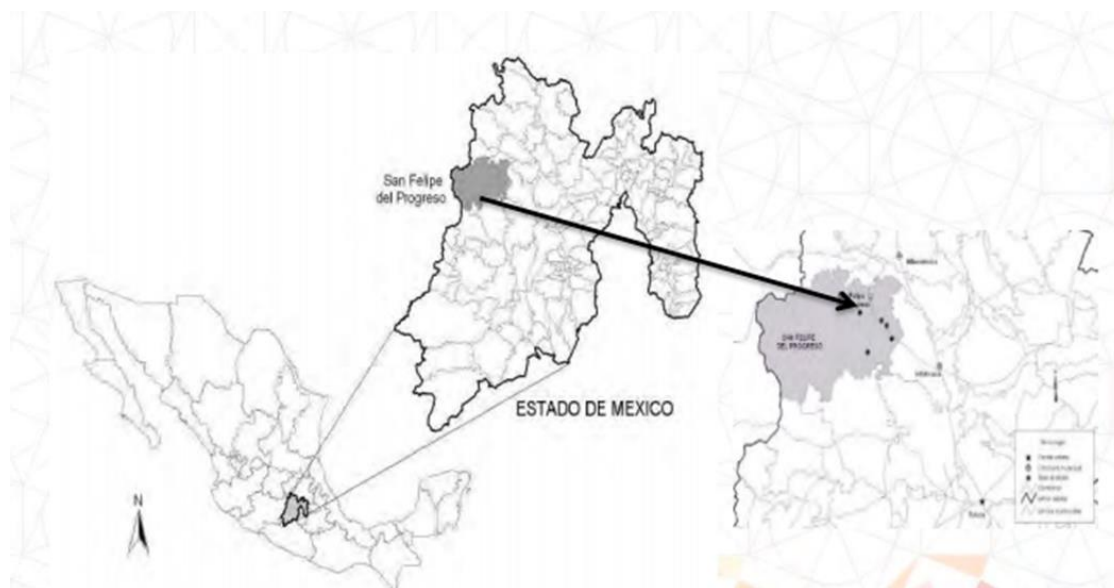
Como se ha venido mencionando la brecha digital se puede ubicar geográficamente, pero también es posible observarla en un determinado grupo poblacional, al captar las necesidades particulares que surgen en torno a las nuevas tecnologías.

#### 2.3.1 El contexto. San Felipe del Progreso

El municipio de San Felipe del Progreso se localiza al noroeste del Estado de México, limita al norte con Tlalpuhahua, Estado de Michoacán, el Oro y Jocotitlán, municipios del estado de México; al oriente con Ixtlahuaca estado de México, al poniente con San José del Rincón estado de México, tiene una extensión territorial de 369.34 kilómetros cuadrados.

**Figura 10**

*Localización geográfica de San Felipe del Progreso.*



Fuente: Plan de desarrollo municipal 2019.

De acuerdo con datos del Instituto de Información e Investigación Geográfica, Estadística y Catastral del Estado de México. (IGECEM) el municipio cuenta actualmente con una población total de 143,752 (Como se citó en Plan de desarrollo municipal 2019). De los cuales 51.7% son del sexo femenino y 48.3% son del sexo masculino.

El municipio cuenta con 132 localidades, las cuales se dividen en: 1 ciudad, 5 villas y 126 delegaciones. Es considerado un pueblo indígena, debido a que el 79.59 % de su población pertenece a la etnia mazahua (Panorama sociodemográfico de Estado de México 2015.2016- INEGI). La mayor parte de la etnia representativa del municipio se encuentra distribuida en las comunidades, siendo la comunidad de Santa Ana Nichi la de mayor concentración y donde se encuentra el centro ceremonial mazahua que es una reserva natural y cultural utilizada como centro de reunión y difusión de la etnia mazahua.

De acuerdo con PueblosAmerica los datos sobre vivienda y calidad de vida de los habitantes de San Felipe del Progreso son:

- Viviendas en San Felipe del Progreso: 28230
- Viviendas con electricidad: 92.91%
- Viviendas con agua entubada: 61.21%
- Viviendas con excusado o sanitario: 71.97%
- Viviendas con aparato de radio: 66.35%
- Viviendas con televisión: 82.07%
- Viviendas con refrigerador: 28.43%
- Viviendas con lavadora: 10.78%
- Viviendas con automóvil o camioneta: 20.92%
- Viviendas con computadora personal: 6.49%
- Viviendas con teléfono fijo: 14.42%
- Viviendas con teléfono celular: 30.85%
- Viviendas con Internet: 1.86%

Las principales actividades económicas de San Felipe del Progreso por sector son las siguientes:

- Sector primario

Hablando de siembra, el maíz constituye cerca del 85% de la superficie total cultivada, la avena forrajera, el tomate rojo, el tomate verde y otros cultivos nacionales se dividen el 15% sobrante. Si bien la producción de maíz concentra la mayor parte de los terrenos cultivados, la mayor parte de esta producción está destinada al autoconsumo. INEGI 2011. (Como se citó en SEDATU, 2015, p.41)

- Sector secundario.

Hasta el año 2009 existían en el municipio un total de 137 unidades económicas manufactureras concentradas principalmente en la producción de masa tortillera, fabricación de

prendas de vestir, fabricación de productos metálicos y la industria de la madera, cabe destacar que la actividad industrial en el municipio es escasa. INEGI (2009). (Como se cita en SEDATU, 2015, p.43)

- Sector terciario.

En San Felipe del Progreso además de las actividades agrícolas, la actividad comercial es una de las más importantes, este sector da sustento a la mayoría de los habitantes del municipio.

Por otro lado, resulta importante conocer:

El nivel educativo de un municipio o localidad pues de este facilita la comunicación y mejora la respuesta de la población en un caso de emergencia. Para el municipio de San Felipe del Progreso el grado promedio de escolaridad es de 6.12 años, equivalente a haber ingresado a secundaria sin lograr terminar el primer año. Existe menor nivel educativo en las mujeres en relación con los hombres ya que ellas acuden en promedio 5.6 años a la escuela y ellos 6.71 años. La localidad con mayor nivel educativo es la cabecera municipal, en ella el grado promedio de escolaridad general es de 10.11, para las mujeres equivale a 9.84 y para hombres a 10.43. Las localidades con mayor rezago son Ejido Zaragoza, Barrio la Mesa y Rioyos Buenavista, donde el promedio general corresponde a 4.14 años; en el primer caso las mujeres cuentan con 5.23 años en promedio y los hombres estudian 2.56. (SEDATU, 2015, p.36).

Sobre el acceso a la tecnología el panorama sociodemográfico realizado por el INEGI, da a conocer datos sobre la disponibilidad de TIC en la entidad; de acuerdo con estos datos menos de la mitad de la población de la entidad tiene acceso a internet 41.2 % y el 87.6% cuenta con un teléfono celular INEGI (2015), estos datos son de gran importancia para el desarrollo de este trabajo pues el acceso a internet y a un teléfono celular inteligente son las principales herramientas necesarias para la alfabetización digital que se pretende.

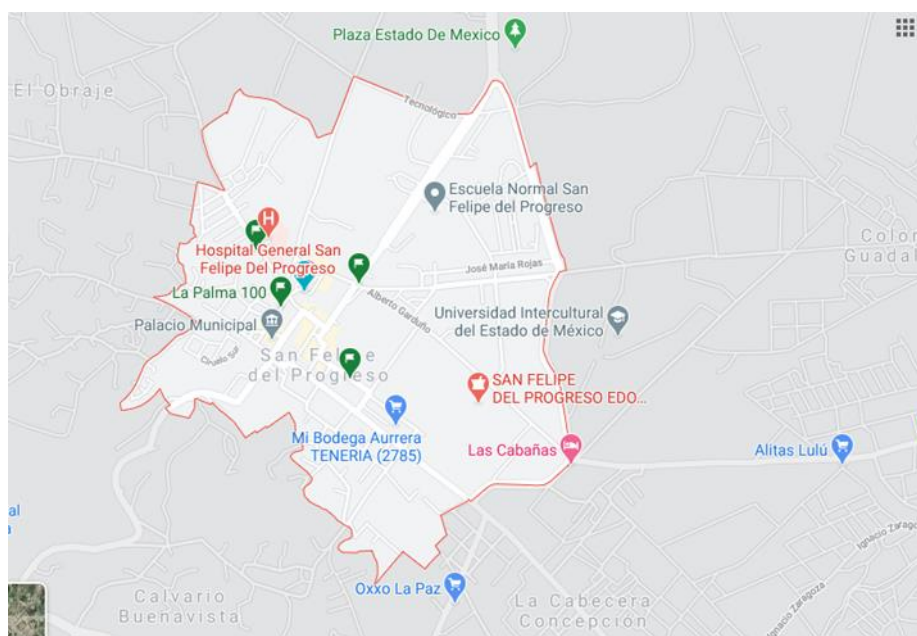
De acuerdo con datos de la CONAPO (2005). (Como se citó en Sandoval, 2005, p.299). San Felipe del Progreso se encuentra dentro de los municipios con altos niveles de marginación del Estado de México sirviendo como referencia el municipio vecino de Villa Victoria el cual

resultó tener el más alto índice de marginación en todo el estado. En este se distribuyeron 7 centros comunitarios digitales (CCD) y en San Felipe de Progreso se distribuyeron 11 centros siendo el municipio con mayor número de CCD.

La cabecera municipal de San Felipe del Progreso se ubica aproximadamente a 2,565 metros sobre el nivel del mar. Para llegar a San Felipe del Progreso desde la ciudad capital del Estado de México, Toluca es necesario recorrer 59 kilómetros por vía Ixtlahuaca y 72 por vía Atlacomulco. Colinda al norponiente con la comunidad del Obraje, al norte con la comunidad de San Juan Coajomulco perteneciente al municipio de Jocotitlán, al Oriente con la colonia Guadalupe, al sureste con la Cabecera Concepción y al suroeste con el Calvario Buenavista.

#### Figura 11

*Ubicación de la cabecera municipal de San Felipe del Progreso.*



Fuente: Google maps

La cabecera municipal alberga a aproximadamente 4,350 (3%) del total de habitantes del municipio (143,752). De acuerdo con el criterio de población la cabecera municipal de San Felipe del Progreso se considera una localidad urbana pues tiene más de 2500 habitantes; sin embargo; en aspectos sociales la cabecera de San Felipe del Progreso se encuentra dentro de las



localidades con un alto grado de marginación, lo cual significa que se encuentra en una situación de desventaja respecto a otras localidades del Estado de México. (Como se citó en plan de desarrollo municipal 2019-2021. (2019).

La cabecera municipal de San Felipe del Progreso es una de las importantes y más grandes localidades del municipio, funge como uno de los principales centros de distribución y abasto de la región mazahua por este motivo es muy dinámica, en sus calles alberga una cantidad incalculable de negocios. Cuenta con dos mercados: uno municipal, uno en la terminal de autobuses y un tianguis dominical. Los responsables de la administración y atención de estos pequeños negocios son principalmente los iniciadores-dueños estos son personas que por herencia o necesidad han encontrado en el comercio una forma de sobrevivencia o complemento para cubrir sus necesidades económicas.

La mayoría de los comerciantes de la cabecera municipal son habitantes de comunidades cercanas, algunos son de municipios vecinos y muy pocos de otros estados. El estilo de vida de un comerciante de la cabecera municipal es rutinario, cubre un horario de atención al cliente que generalmente va de las 8hrs a las 20hrs todos los días de la semana. En la mayoría de los pequeños negocios son los propios dueños quienes atienden, sin embargo, algunos cuentan con al menos un empleado y unos cuantos superan los dos, tres empleados o más.

Un comerciante dispone de poco tiempo libre, ya que debe administrar el negocio y asumir la responsabilidad que esto implica como lo es: surtir la mercancía, ordenarla, realizar pagos, atención al cliente, entre otras actividades; la mayoría de ellas las realiza durante el horario de servicio del negocio, sin embargo, algunas demandan tiempo extra. Una de las situaciones más frecuentes y curiosas dentro de los comerciantes de San Felipe del Progreso es que gran parte de los negocios son de tipo familiar, lo que implica que el sustento y la organización del negocio dependen de una familia que se organiza para que la dinámica del negocio se logre de forma adecuada, de tal forma que las actividades anteriormente

mencionadas no son tan difíciles para el comerciante pues se cuenta con más personas que trabajan en equipo.

En un negocio la constancia es un aspecto medular ya que esta cualidad ayuda a que un negocio crezca. La mayoría de los comerciantes de San Felipe del Progreso trabajan los 365 días del año; son personas realmente comprometidas con su actividad, a pesar de que para algunos el comercio es una actividad complementaria. Para la mayoría de los comerciantes la educación o formación continua es un tema aparte y no le ven sentido a expandir su conocimiento, pues consideran que la formación escolar que adquirieron en la escuela formal y la experiencia empírica que les ha brindado su oficio les basta para las actividades que su trabajo les demanda. Además, cabe mencionar que no cuentan con el tiempo suficiente para asistir a cursos formales de formación o actualización, la cual no parecía necesaria hasta antes de la pandemia derivada por el virus SARS-COV 2 pues ignoraban que la nueva sociedad del conocimiento demanda la actualización de las dinámicas sociales para agilizar y mejorar los servicios. La situación de la pandemia hizo evidentes las carencias en varios aspectos sociales y el área comercial establecida físicamente en un negocio local como los de la cabecera municipal de San Felipe del Progreso resultó con afectaciones en sus ventas debido al cierre de negocios durante la etapa más restrictiva de confinamiento y la obediencia de las medidas sanitarias.

### 2.3.2 Facebook y los comerciantes de San Felipe del Progreso

Para conocer el estado y la relación de los comerciantes de San Felipe del Progreso con la red social de Facebook se recolectó información por medio de la técnica de observación participante, la cual se llevó a cabo gracias al estrecho vínculo que se tiene con los comerciantes desde años atrás, debido a que investigadora forma parte del grupo de comerciantes. Derivado de la preparación como tutor digital brindada por el programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! Se observó con más atención las dinámicas del grupo, se entablaron conversaciones casuales y se tomaron notas. Como resultado se encontró que los comerciantes de la cabecera

municipal de San Felipe del Progreso tienen acceso a internet y cuentan con dispositivos que hacen posible la navegación. Sin embargo, tienen un tipo de brecha de apropiación de las TIC pues tienen cierto grado de desconocimiento sobre la existencia y posibilidades que ofrece una página para negocio local de Facebook.

Una vez detectada el tipo de brecha digital en los comerciantes de San Felipe del Progreso se observan varias áreas de oportunidad. De tal forma que este trabajo se enfoca en la contribución al cierre de la brecha digital de apropiación mencionada por Selwyn (2004) por medio del uso de páginas de Facebook en el grupo poblacional de comerciantes de la cabecera municipal de San Felipe del Progreso, para conseguir que este grupo conozca y se apropien de las posibilidades innovadoras de la aplicación/ herramienta.

Entrando en materia tecnológica es necesario definir la aplicación que será la base de esta propuesta. Coloquialmente se conoce a Facebook como una aplicación y red social utilizada para “publicar” a la cual cada vez se le suman nuevas funciones y posibilidades; en un sentido más estricto es: “Una plataforma y red social creada para mantener en contacto a las personas. Permitiéndoles compartir información, noticias y contenidos audiovisuales con sus compañeros, amigos y familiares” (Tirado, sf, p.5). Esta plataforma y red social fue fundada en 2004 por Mark Zuckerberg con ayuda de Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Es la red social más importante del mundo, disponible en más de 140 idiomas y con más de 2,300 millones de usuarios activos.

Cabe destacar que Facebook es una aplicación móvil gratuita, lo cual quiere decir que su uso no genera costo alguno. Lo que se necesita para poder acceder es tener conexión a internet, un dispositivo inteligente que tenga instalada la App o un navegador de internet y habilidades o nociones sobre el uso de la aplicación.

El impacto de este sitio web ha sido tal, que en México es la principal red social. Este hecho es fácilmente observable y se ve reflejado hasta en los contextos semiurbanos como lo es la cabecera municipal de San Felipe del Progreso donde por lo menos 8 de cada 10 comerciantes

tienen una cuenta en esta red social y la usan frecuentemente. La aplicación Facebook ofrece varias posibilidades, entre las que destacan: encontrar personas, hacer amigos, compartir información, publicar contenido, enviar y recibir mensajes, participar en grupos, realizar búsquedas, crear una página, anunciar un negocio, crear un evento, transmitir en vivo, entre otras.

Para concretar todas estas posibilidades se puede crear y compartir la información en forma de: texto, fotos, videos, notas, eventos y enlaces. Todo ello puede ser de gran ayuda para el comerciante de San Felipe del Progreso pues estas funciones de la aplicación se pueden transformar en herramientas que le pueden ayudar a promocionar su negocio, llegar a más clientes y ampliar sus ventas, sin embargo, en San Felipe del Progreso la mayoría de los comerciantes que usan la aplicación desconocen la existencia de las páginas de esta aplicación y solo utilizan el perfil personal.

El desconocimiento de los comerciantes sobre la existencia y posibilidades que ofrece una página para negocio local de Facebook sirvió como inspiración y punto de partida de la propuesta de este trabajo considerando las características específicas de este grupo poblacional. Al mostrar al comerciante que puede utilizar Facebook como herramienta de promoción para aumentar las ventas de su negocio se colabora con el cierre de la tercera brecha digital, pues se apropia de la tecnología de una forma más profunda y consciente utilizándola para un beneficio y no vanamente para ocio, además se salva de una desigualdad de oportunidades en el mundo de las ventas al actualizarse y hacer presente su negocio en el mundo digital.

### 2.3.3 Acceso

Se observó que los comerciantes de San Felipe del Progreso acceden a la aplicación de Facebook desde un celular inteligente pues es un aparato tecnológico diminuto, que hace que el uso sea más cómodo y viable considerando el tipo de actividad que realizan.

El acceso a la aplicación Facebook es posible gracias a la conexión a internet que puede ser por medio de cable, Wifi o datos móviles. Los comerciantes de San Felipe del Progreso se

conectan mayormente por medio de datos móviles, que proveen las compañías telefónicas y al que acceden los comerciantes por medio de planes tarifarios o recargas electrónicas, aunque también existen casos de conexión a internet por medio de Wifi y casos mixtos que utilizan ambas formas de conexión a internet. Sobre el tiempo que dedican los comerciantes a navegar en la aplicación de Facebook está distribuido en breves momentos durante el día, pero con una marcada incidencia de uso al inicio del día (al despertar); a la hora de la comida y a la hora de dormir. Los comerciantes que se conectan a internet por medio de datos móviles frecuentemente pierden el acceso al terminarse la recarga electrónica, recientemente fijada por las compañías celulares de acuerdo con el monto en plazos de 7, 14 o 21 días.

#### 2.3.4 Uso

Los usos que le dan los comerciantes de la cabecera municipal de San Felipe del Progreso a la aplicación Facebook son principalmente de entretenimiento, aunque también destaca como medio de socialización, comunicación y como consecuencia también la interacción.

El entretenimiento se da desde el primer clic en la aplicación, con el cual aparecen en seguida las *News feed* o nuevas noticias que son temas que la aplicación de Facebook crea de forma personalizada para cada perfil, de acuerdo con sus intereses; de tal forma que es posible visualizar noticias de personas, publicaciones de páginas, eventos o inclusive anuncios que Facebook por medio de algoritmos ha detectado son de interés para el usuario. La sola visualización de estas *News feed* va generando el entretenimiento que es uno de los usos más básicos de la red social.

La socialización y la comunicación son los principales objetivos de esta red social, estas acciones hacen referencia a conocer e intercambiar información con amigos o grupos de personas (publicar contenidos).

Otro de los usos ya más recientes y sofisticados de Facebook es la interacción que se genera de la participación en las publicaciones de amigos, páginas o grupos; para lograr esta

interacción existen varias opciones: las reacciones a las publicaciones (me gusta, me encanta, me divierte, me entristece), los comentarios o incluso el compartir una publicación.

Los comerciantes de San Felipe del Progreso dan un uso a Facebook en estos aspectos, aunque en un nivel muy básico y con algunas limitaciones, son usuarios que les cuesta trabajo publicar contenidos y socializar e inclusive llegar a la interacción.

#### 2.3.5 Habilidades

Los comerciantes de San Felipe del Progreso que tienen acceso a internet, que cuentan con al menos un dispositivo tecnológico útil para navegar en internet y que utilizan la red social de Facebook cuentan con habilidades digitales básicas que han desarrollado de manera empírica bien pueden ser aprovechadas y aplicadas para la promoción de sus negocios en el mundo digital; sin embargo es necesario mostrarles otras posibilidades y usos para que aprendan y desarrollen más habilidades y competencias digitales y así conseguir un pleno crecimiento personal e intelectual.

## Capítulo III

### **La propuesta. Taller ¡Hagamos una página de Facebook para tu negocio!**

#### 3.1 Introducción

El taller ¡Hagamos una página de Facebook para tu negocio! destinado a comerciantes de la cabecera municipal de San Felipe del Progreso, Estado de México busca lograr hacer presentes los negocios de esta comunidad en una página de Facebook para negocio; a continuación, se detallan aspectos relevantes como los motivos por los cuales se realiza esta intervención, lo que se pretende lograr, de qué manera se va a realizar y qué se necesita para hacerlo.

#### 3.2 Justificación

La cabecera municipal de San Felipe del Progreso, Estado de México es una comunidad donde impera el comercio como una de las principales actividades económicas. La mayoría de los comerciantes son personas de nivel socioeconómico medio que se han dedicado a esta actividad por herencia o por iniciativa propia, siendo el aprendizaje empírico y no formal la mejor forma de ir creciendo en este ámbito. En los últimos años los avances tecnológicos han llegado a manos de este gremio siendo el teléfono inteligente uno de los aparatos tecnológicos de mayor dominio, complementándose con el consumo de internet por medio de redes inalámbricas y de datos móviles. Este dato coincide con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) realizada por el INEGI en 2017 al mencionar que:

...hay un incremento de los usuarios que se conectan a internet desde un celular inteligente, pasando del 89.0% en 2016 a 92.0 por ciento en 2017.

La conexión móvil a internet es la más utilizada por el 86.8% de los usuarios, mientras que el restante 13.2 por ciento se conecta a internet sólo por Wifi. (ENDUTIH, 2017, p.11).

Derivado de esto se puede decir que los comerciantes una vez más han aprendido de manera empírica, llegando al grado de utilizar en distintos niveles aplicaciones como Facebook. Sin embargo, desconocen posibilidades más allá del ocio de esta herramienta y en algunos intentos de utilizarla para mostrar su negocio cometen el error de hacerlo desde su perfil personal. Por estas razones resulta importante mostrarle a este gremio una oculta y favorable arma de Facebook que es: emplearlo para negocio en el que por medio de la creación de una página podrán de manera consiente y responsable entre otras cosas:

- Mostrar ubicación y horarios de su negocio
- Interactuar con sus clientes (comunidad digital)
- Organizar eventos con su comunidad digital
- Visualizar estadísticas sobre me gusta, visitas, interacciones, etc.
- Organizar concursos
- Publicitar sus productos

Las actividades planteadas en esta intervención contribuyen con el cierre de una de las modalidades de la brecha digital que se refiere a personas que a pesar de contar con toda la infraestructura necesaria para acceder al mundo digital; (conexión a internet y recursos electrónicos) no saben cómo utilizarla. En el caso de los comerciantes de la comunidad en cuestión el desconocimiento no es tan grave, porque conocen lo básico sobre navegación en internet y herramientas digitales; pues utilizan con cierta facilidad las funciones básicas de Facebook.

Al desarrollar esta intervención se promoverá la adquisición de nuevas habilidades y además se motivará para la exploración de otras posibilidades de la aplicación de Facebook.



Por otro lado, al fomentar la participación en una página de Facebook es necesario hacer saber a los participantes el concepto de ciudadano digital y las partes que lo componen para que tenga presente la forma adecuada de comportarse en esta nueva etapa de su negocio.

### 3.2 Objetivo general

Desarrollar competencias digitales en los comerciantes de San Felipe del Progreso, Estado de México, por medio de la elaboración y funcionamiento de una página de Facebook para sus negocios.

### 3.3 Objetivos específicos

- Fomentar en los comerciantes de San Felipe del Progreso Estado de México el interés por nuevas formas de mostrar sus productos y servicios e interactuar con sus clientes.
- Desarrollar en los comerciantes de San Felipe del Progreso Estado de México las habilidades necesarias para el mantenimiento de su página de Facebook y el comportamiento como ciudadano digital.
- Hacer presentes los negocios de San Felipe del Progreso Estado de México en el medio digital por medio de un taller sobre cómo crear una página de Facebook para negocio.

### 3.4 Actividades

El taller ¡Hagamos una página de Facebook para tu negocio! dirigido a comerciantes del municipio de San Felipe del Progreso, Estado de México, busca promover de manera implícita los conceptos de: economía del conocimiento, competencia digital, comercio digital y las áreas de la ciudadanía digital.

Para efectos de esto se entiende:

- Economía del conocimiento como: “aquella en la que el conocimiento es un activo más importante que los bienes de capital y mano de obra, y donde la cantidad y sofisticación del conocimiento que permea en las actividades económicas y sociales llega a niveles muy altos” (Sánchez, C; Ríos, H, 2011, p.46)
- Competencia digital (CD) “aquella que implica el uso creativo, crítico y seguro de las tecnologías de la información y la comunicación para alcanzar los objetivos relacionados con el trabajo, la empleabilidad, el aprendizaje, el uso del tiempo libre, la inclusión y participación en la sociedad”. Gobierno de España (sf)
- Comercio electrónico como: “el desarrollo de actividades económicas a través de las redes de telecomunicaciones y se basa en la transmisión electrónica de los datos”. Como se citó en M. Martín; Moreno, F y Sáez Vacas. (sf).
- Ciudadanía digital como: “Las normas de comportamiento que conciernen al uso de la tecnología”. Ribble, M; Bailey, G y Ross, T. (2004).

Previo a la implementación del taller se realizó un diagnóstico sobre el estado del tema antes mencionado en la comunidad de comerciantes de dicho lugar, para conocer de manera más concreta el reto que se enfrentaba y la magnitud de la participación. Posteriormente se preparó el material para el mismo y de manera simultánea se realizó una campaña de promoción y difusión sobre el taller; finalmente en esta parte previa al taller se realizaron invitaciones personales y confirmación de asistentes al taller para la estimación de recursos materiales necesarios.

El taller fue impartido por Carmen Siomara Nolasco González en calidad de tutor digital, con el apoyo técnico y logístico de Lucero Felisa Nolasco y Leilani Novia joven que ya se encuentra inmersa en el mundo del comercio digital y comparte sus experiencias sobre el tema.

La duración total del taller fue de 270 minutos divididos en tres sesiones que se llevaron a cabo en el mes de julio del año 2018. El lugar donde se desarrolló dicho taller está ubicado en

el mismo municipio en un sitio céntrico y accesible a todos los participantes e interesados; cuenta con las siguientes especificaciones:

- Espacio aproximado de 60 metros cuadrados (libres)
- Servicio de luz eléctrica
- Equipo de sonido
- Sanitario (1)
- Dispositivos personales
- Conexión a internet (datos móviles)

### 3.5 Requisitos

Para poder realizar el taller los participantes cumplieron con lo siguiente:

- Ser comerciante de la cabecera municipal de San Felipe del Progreso.
- Contar con un dispositivo tecnológico desde donde sea posible navegar en internet, preferentemente teléfono inteligente
- Tener acceso a internet por medio de Wifi o datos móviles
- Tener un perfil personal de Facebook
- Contar con habilidades básicas de navegación en Facebook

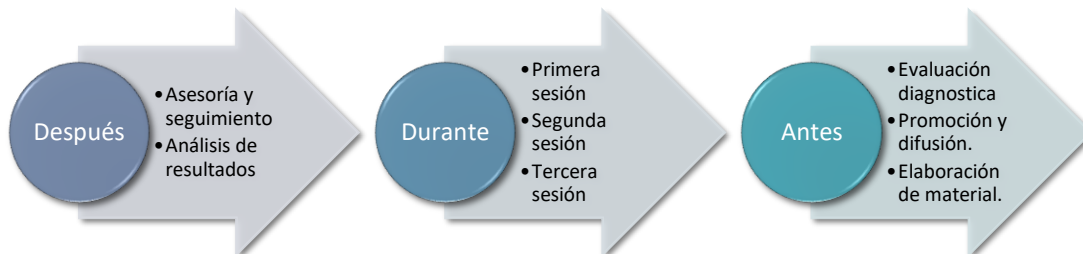
\*El taller no se limitó a un rango preciso de edad.

### 3.6 Plan de trabajo

A continuación, se representa de manera esquemática el seguimiento planteado para el taller:

**Figura 12**

*Plan de trabajo para el taller.*



### Antes del taller

#### 1) Evaluación diagnóstica:

Para conocer el estado del tema de la digitalización del comercio local en San Felipe del Progreso se realiza un diagnóstico por medio de una encuesta a comerciantes de la comunidad que tengan posibilidad de crear una página de Facebook; es decir que cumplan principalmente con las siguientes características: conexión a internet; cuenta de Facebook y dominio básico de esta herramienta.

#### 2) Preparación de material, campaña de promoción y difusión para el taller:

Durante este paso se organizan y planean los materiales necesarios para llevar a cabo el taller considerando la elaboración de material didáctico para las tres sesiones y para la difusión, tales como: presentaciones, infografías, videos, folletos y carteles. La difusión se llevará a cabo por medio de carteles colocados en sitios estratégicos y la repartición de folletos en los comercios. (Anexo A).

#### 3) Invitaciones personales y confirmación de asistencias:

Como parte complementaria de difusión se realizarán invitaciones personales negocio por negocio para asegurar las asistencias y de esta manera estimar el número de asistentes al taller.

#### Durante el taller

Las actividades realizadas durante el taller se describen a continuación por medio de tres fichas descriptivas: una para cada sesión del taller.

Ficha descriptiva de la primera sesión del taller ¡Hagamos una página de Facebook para tu negocio!

<b>UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!</b>				
<b>Taller ¡Hagamos una página de Facebook para tu negocio!</b>				
Facilitador: Carmen Siomara Nolasco González				Duración: 90 minutos
Primera sesión: ¿Por qué digitalizar mi negocio?				
Objetivo: Que el participante analice las ventajas y posibilidades positivas de digitalizar su negocio por medio de la aplicación de Facebook.				
<b>Etapas de la sesión</b>	<b>Tema</b>	<b>Actividad</b>	<b>Material</b>	
Inicio	Presentación de la sesión	Registro de asistentes.	Hojas de registro, plumas.	10 minutos
		Bienvenida-presentación y expectativas del taller.		20 minutos
		Evaluación diagnóstica. (Anexo B)	Cuestionario de evaluación diagnóstica, plumas.	10 minutos
Desarrollo	Generalidades de Facebook ¿Qué es una página de Facebook? Diferencias entre perfil de Facebook y una página de Facebook	Presentación con diapositivas.	Computadora portátil Cañón Equipo de sonido	20 minutos
	¿Por qué digitalizar mi negocio?	Proyección de video “sociedad de la información y economía del conocimiento”:	Computadora portátil Cañón Equipo de sonido	10 minutos

Cierre		Comentar información, sesión de preguntas y respuestas. Resolver dudas sobre los temas tratados durante la sesión.		10 minutos
	Tarea: Al finalizar la sesión se encomienda a los participantes la tarea de preparar para la siguiente sesión los datos generales de su negocio, una presentación para su página, la elección de una foto de perfil y de una foto de portada para su negocio			10 minutos

Ficha descriptiva de la segunda sesión del taller hagamos una página de Facebook para tu negocio.

<b>UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!</b>				
<b>Taller ¡Hagamos una página de Facebook para tu negocio!</b>				
Facilitador: Carmen Siomara Nolasco González				
Segunda sesión: Crear una página de Facebook para negocio local				Duración:
Objetivo: Que el participante cree una página de Facebook para su negocio y conozca las posibilidades que ofrece para su negocio.				90 minutos
<b>Etapas de la sesión</b>	<b>Tema</b>	<b>Actividad</b>	<b>Material</b>	
Inicio	Presentación de la sesión	Registro de asistentes	Hojas de registro, plumas	5 minutos
		Recuperación de contenidos de la sesión anterior.		5 minutos
Desarrollo	Hacer una página de Facebook para negocio local.	Proyección de video tutorial para hacer una página de Facebook	Computadora portátil Cañón Equipo de sonido	
	Condiciones de las páginas de Facebook	Presentación con diapositivas.	Computadora portátil Cañón Equipo de sonido	10 minutos
	Práctica: “Hacer página de Facebook para mi negocio”.	El comerciante realizará lo siguiente con ayuda del tutor digital. Creará (configurará) una página de Facebook para su negocio en equipos de cómputo y teléfonos inteligentes de	Teléfonos inteligentes, Conexión a internet	40 minutos

		acuerdo con las posibilidades o gusto de los participantes. Paseo por la página de Facebook de su negocio.		
	Compartiendo experiencia	Plática de Leilani Novia para compartir su experiencia con la página de Facebook de su negocio “Shop la casa de los sueños”:		15 minutos
	Marketing digital El comerciante como ciudadano digital Promociona tu negocio local. ¿Cómo usar mi página de Facebook para negocio?	Entrega de material impreso (Anexos C-D-E)	Impresora, Hojas blancas	10 minutos
Cierre		Comentar información, sesión de preguntas y respuestas. Resolver dudas sobre los temas tratados durante la sesión.		5 minutos
	Tarea: Al finalizar la sesión se encomienda a los participantes la tarea de explorar la página de Facebook creada para su negocio.			

Ficha descriptiva de la tercera sesión del taller hagamos una página de Facebook para tu negocio.

<b>UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!</b>				
<b>Taller ¡Hagamos una página de Facebook para tu negocio!</b>				
Facilitador: Carmen Siomara Nolasco González				
Tercera sesión: Publicar en mi página de Facebook				Duración:
Objetivo: Que el participante realice sus primeras publicaciones en su página de Facebook para su negocio y obtenga a sus primeros seguidores.				90 minutos
<b>Etapa de la sesión</b>	<b>Tema</b>	<b>Actividad</b>	<b>Material</b>	
Inicio	Presentación de la sesión	Registro de asistentes	Hojas de registro, plumas.	5 minutos
		Recuperación de contenidos de la sesión anterior.		5 minutos

Desarrollo	Primeras publicaciones	Una vez creada la página de negocio local y mostrados los temas relacionados, el comerciante hará sus primeras publicaciones en su página de Facebook para negocio con apoyo del facilitador.	Teléfonos inteligentes, conexión a internet.	15 minutos
	Exploración grupal de las páginas creadas	Se hará una revisión grupal de las páginas creadas durante el taller y se ganarán los primeros seguidores de las páginas creadas.	Teléfonos inteligentes, conexión a internet.	20 minutos
	Asesoría y seguimiento	Se darán a conocer a los participantes las indicaciones para llevar a cabo asesoría y seguimiento por medio de un grupo privado de Facebook entre la nueva comunidad de comerciantes locales	Teléfonos inteligentes, conexión a internet.	20 minutos
	Reconocimientos	Se hará entrega de un documento a los participantes asistentes al taller que logren concluir con lo programado como reconocimiento al esfuerzo mostrado durante el taller.	Hojas blancas, impresora	15 minutos
Cierre	Conclusiones del taller	Evaluación de los resultados del taller y cierre de este por medio de comentarios finales		10 minutos

#### Después del taller

- Asesoría y seguimiento

Una vez concluido el taller y colocados los cimientos del comercio local de San Felipe del Progreso en el medio digital se ofreció asesoría y seguimiento a los comerciantes por medio de la misma plataforma de Facebook con la creación de un grupo de comerciantes del comercio local; “Somos negocio local SFP” administrado por el tutor, con el propósito de atender sus dudas e



inquietudes y además conformar una comunidad sólida de comerciantes abriendo camino para nuevas formas de interacción.

- Análisis de resultados

Una vez concluido el taller se procedió al análisis de los resultados para evaluar el logro de los objetivos planteados al inicio y se realizó un informe de la intervención considerando sobre todo la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades en los participantes y con la posibilidad de la asesoría y seguimiento se podrán ir observando y analizando por tiempo indeterminado las acciones de los participantes en sus paginas de Facebook.

### 3.6.1 Cronograma

A continuación, se presenta la organización temporal del taller:

**Tabla 8**

*Cronograma del taller.*

	Actividad	Fecha
<b>Antes</b>	Evaluación diagnóstica de la digitalización del Comercio Local de San Felipe del Progreso (Encuesta)	<b>Del 2 al 7 de julio</b>
	Preparación de material para taller	<b>Del 9 al 14 de julio</b>
	Campaña de promoción para el taller	
	Invitaciones personales y confirmación de asistencias	<b>Del 16 al 19 de julio</b>
<b>Durante</b>	Primera sesión del taller	<b>16 de julio</b>
	Segunda sesión del taller	<b>17 de julio</b>
	Tercera sesión del taller	<b>18 de julio</b>
<b>Después</b>	Seguimiento y análisis de resultados	<b>Agosto-Indeterminado</b>

## 3.7 Resultados

La intervención educativa no formal que se desarrolló con los comerciantes de San Felipe del Progreso por medio de la experiencia del Servicio Social del programa “UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! promoción 2018 permitió la implementación del taller llamado “Hagamos una página de Facebook para tu negocio”, donde el objetivo principal fue la creación de páginas de Facebook para los negocios de los comerciantes interesados. Se obtuvieron los resultados que se describen a continuación:

Los asistentes al taller cubrían como requisitos básicos el acceso a internet, el acceso a un celular inteligente y contar con una cuenta personal de Facebook. El punto de partida del taller fue la aplicación de un instrumento de medición para determinar el nivel de brecha digital de apropiación existente en los comerciantes de San Felipe del Progreso. El instrumento utilizado fue el Cuestionario: *Qué tan bueno eres en Facebook*, diseñado especialmente para conocer las habilidades y el nivel de dominio de la aplicación Facebook, además del conocimiento sobre la existencia de las páginas para negocio local en esta plataforma y de su administración. (Anexo B). El cuestionario está distribuido en 7 apartados; que son: general, perfil, publicar, interacción, Messenger, grupos y administrador; cada uno de estos apartados está compuesto de las habilidades más básicas de Facebook y el hecho de dominar la mayoría de ellas da la posibilidad de administrar una página, hecho que se reconoció en la mayoría de los comerciantes.

Se detectó que el apartado en el que la mayoría de los comerciantes tiene carencias es el de administrador y es precisamente este el aspecto desde donde se abordó el cierre de la brecha digital (brecha digital de apropiación).

Derivado de la evaluación del instrumento se obtuvo que la mayoría de los comerciantes dominan las funciones básicas de la aplicación, pues son capaces de realizar en ella actividades como: abrir Facebook, realizar una publicación de texto, publicar una foto, etiquetar personas; entre otras y casi todos tienen más de 5 años utilizando la aplicación; sin embargo, poco más de la mitad de los comerciantes no conocen sobre la creación y administración de una página de Facebook.

Se puede resumir que entre los comerciantes de San Felipe del Progreso:

- 1) No existe una notable brecha digital en cuanto al acceso a internet y a un dispositivo que permita el uso de internet; ni en cuestión de uso básico de las TIC, específicamente de la aplicación de Facebook.

- 2) Existe una brecha digital en cuestión de la apropiación de las TIC y del aprovechamiento de los beneficios que ofrecen.
- 3) Las habilidades digitales que poseen los comerciantes de San Felipe del Progreso son suficientes para la administración de una página en Facebook y la iniciación en el comercio digital.

Las generaciones tecnológicas a las que pertenecen los comerciantes de San Felipe del Progreso que participaron en el taller se encuentran distribuidas de la siguiente forma:

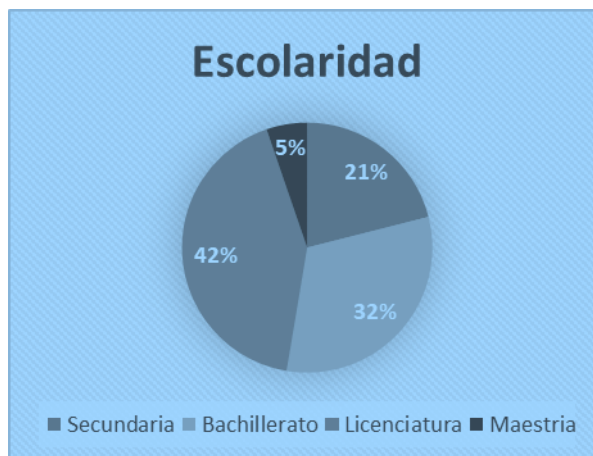
**Figura 13**

*Distribución en generaciones tecnológicas.*



Elaboración propia

En lo que respecta al ámbito académico; las personas que formaron parte del taller “Hagamos una página de Facebook para tu negocio” se encontraron distribuidas de la siguiente forma:

**Figura 14***Escolaridad de los comerciantes.*

Elaboración propia

Como se puede ver la mayor parte de los participantes tiene una preparación escolar hasta el nivel licenciatura seguido por el nivel bachillerato y solo 1 participante ha logrado prepararse académicamente hasta el nivel de posgrado.

Por otro lado se observó que el giro comercial de los participantes es diverso, lo cual implica que, conforme realizan sus actividades cotidianas van desarrollando diferentes habilidades que les permiten realizar con mayor agilidad su trabajo, esto debido a la experiencia y práctica acumulada al desempeñarse de forma rutinaria en un área específica; por ejemplo: un carnicero conoce de cortes, tipos de carnes y refrigeración; un farmacéutico conoce y diferencia los tipos de medicamentos, gramajes y malestares relacionados con los medicamentos, y así cada comerciante se vuelve un experto en su giro. Algunas habilidades que parecen estar generalizadas en los comerciantes son: el cálculo mental, la socialización y la habilidad más básica de administración de su negocio.

La suma de la formación académica y las experiencias personales forman parte de lo que según Horn y Cattell (1966) (Como se citó en Coge, L. 2011) es la inteligencia cristalizada, la cual se relaciona con el lenguaje y el bagaje del conocimiento acumulado durante el proceso de educación y socialización y por supuesto influida por la experiencia y la cultura.

Algunos participantes indicaron durante el taller “Hagamos una página de Facebook para tu negocio” que el comercio es la única actividad de la cual depende su sustento; para otros esta es una actividad complementaria a su empleo formal. Derivado del seguimiento que se dio a los comerciantes por medio del grupo de Facebook “Somos negocio local SPF” se pudo hacer una comparación de los comerciantes que asistieron al taller y el futuro de su negocio hasta el año 2020 año de la pandemia por el virus SARS- COV2.

De los 19 participantes en 2018:

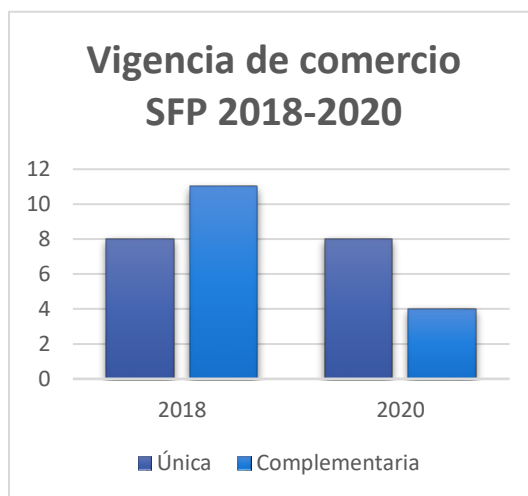
- 11 se dedicaban al comercio como actividad complementaria.
- 8 se dedicaban al comercio como única actividad

De los 19 participantes en 2020:

- 8 se dedican al comercio como actividad complementaria
- 4 se dedican al comercio como única actividad
- 7 comerciantes cerraron sus negocios.

**Figura 15**

*Vigencia de los negocios 2020.*



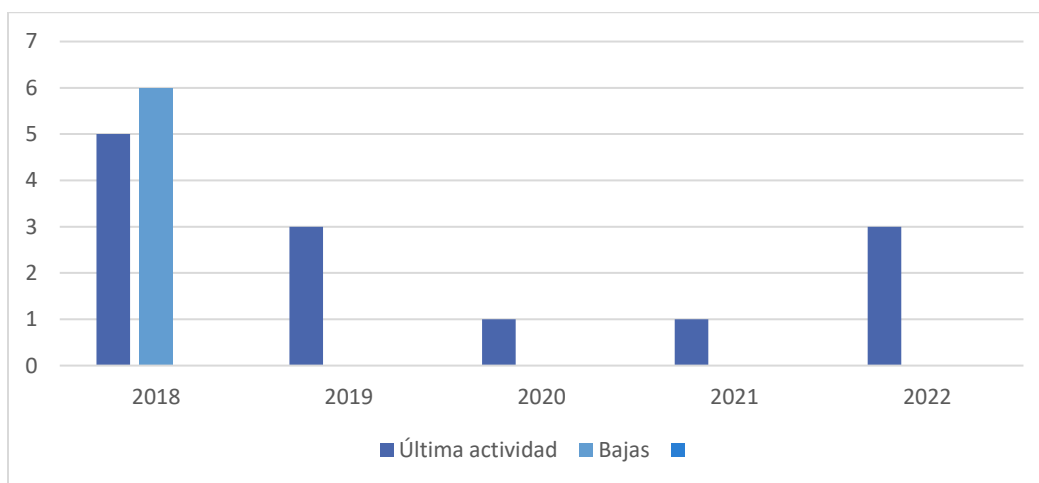
Como se puede observar en el análisis anterior, del 2018 al 2020 hay una baja de 7 negocios durante este periodo, de los cuales 3 se dedicaban al comercio como actividad complementaria y 4 se dedicaban al comercio como única actividad.

Tristemente el número de bajas de comercios es mayor en los comerciantes que se dedicaban al comercio como única actividad (50%), esto puede deberse a que no contaron con ingresos externos a los del negocio para solventar la crisis comercial derivada de la pandemia. Otra teoría que es la que más apoya este trabajo es que debido a que hubo una modificación en las dinámicas sociales y el comercio no fue excepción, los comerciantes al no contar con las habilidades digitales y estrategias innovadoras no lograron resistir ocasionando el cierre de sus negocios.

Los resultados de la apropiación que resultó del taller son visibles por medio de la plataforma de Facebook donde se puede observar la actividad de las páginas creadas por los comerciantes de San Felipe del Progreso desde su creación hasta la fecha.

**Figura 16**

*Actividad de las páginas de Facebook creadas.*



## Conclusiones

Derivado de las SIC, el conocimiento en nuestros tiempos no se puede limitar únicamente al ámbito académico, pues las innovaciones tecnológicas afectan con cambios vertiginosos y todos los ámbitos sociales se ven involucrados. Esto implica para el ser humano una exigencia por obtener nuevos saberes y desarrollar nuevas habilidades útiles para la nueva vida tecnológica que se vive; derivado de ello las personas que logran tener acceso a nuevos conocimientos obtienen mejores oportunidades en la vida. Esto último era justamente el propósito implícito dentro de este trabajo, generar mejores oportunidades para los comerciantes de San Felipe del Progreso por medio del desarrollo de nuevas habilidades considerando sus experiencias y motivaciones de vida.

De la realización del presente trabajo se generan las siguientes conclusiones:

El taller ¡Hagamos una página de Facebook para tu negocio! fue útil para los comerciantes de San Felipe del Progreso debido a que conocieron nuevas posibilidades para efectuar ventas por medio de Facebook con la herramienta de páginas de Facebook para negocio local debido a que la mayoría de los participantes desconocían esta posibilidad. Por medio de la implementación del taller los comerciantes intercambiaron experiencias con otras personas que realizan la misma actividad que ellos y se pudo ver el asombro de los participantes por las posibilidades mostradas y la inquietud por adquirir nuevos conocimientos, aunque también era evidente el temor y la inseguridad debido a que ninguno de ellos había tenido una experiencia similar de actualización de conocimientos. (Programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! sf).

Cabe destacar que esta población enfrenta una resistencia natural por aprender nuevas formas de hacer las cosas; como el comercio electrónico, así como para adquirir nuevos conocimientos. Un ejemplo claro de esto se pudo apreciar durante la pandemia, donde algunos de los comerciantes de esta comunidad al verse obligados a cerrar sus negocios prefirieron cerrar definitivamente antes que actualizarse y utilizar nuevas formas para continuar vendiendo,

algunos otros optaron por involucrarse en el mundo del comercio electrónico para salvar sus negocios y sobrevivir. Valdría la pena profundizar sobre la resistencia que presentaron a la actualización de sus negocios quienes prefirieron cerrar.

Considero que el objetivo se cumplió parcialmente porque los comerciantes que se decidieron a participar en el taller tuvieron una introducción no formal a conocimientos y habilidades que se adquieren por permeabilidad en la sociedad; sin embargo existieron algunas limitantes que no permitieron que el propósito de esta intervención se completara y es que al evaluar el comportamiento de las páginas de Facebook creadas se observa que solo un 10% de ellas dio seguimiento a la difusión y ventas y promoción de sus negocios. Una de las limitantes más notorias es que hay otro tipo de brechas, por ejemplo: en cuanto a la adquisición de cuentas bancarias que son un requisito necesario para efectuar ventas en línea, no contar con este requerimiento es un impedimento para llegar al cada vez más demandado comercio electrónico. Esta línea no había sido considerada en ninguna parte de este trabajo; sin embargo, con el desarrollo de este quedó expuesta esta carencia.

Personalmente esta intervención me dejó una experiencia única pues tuve la decisión y satisfacción de enseñar a personas que difícilmente son consideradas en temas de educación y actualización y que ellas mismas bloquean esta parte de su desarrollo, olvidando que los aprendizajes deben continuar a lo largo de la vida. Considero que más allá de conseguir los objetivos ambiciosos de este trabajo logré un objetivo muy humano que fue mostrarle a las personas adultas comerciantes que el universo del saber también está abierto para ellos y les espera siempre, lo único necesario para alcanzarlo es la actitud y disposición.

Finalmente recomiendo la consideración de este trabajo para su implementación en otros contextos, sin olvidar las consideraciones precisas de quien desee aplicarlo pues la alfabetización digital es una necesidad social que debe atenderse con acciones que por más pequeñas que parezcan, mejoran la vida de las personas en esta Sociedad de la Información y el Conocimiento.



## Referencias

- Beltrán, S. P; Beltrán, A.Y; García, A.C y Morales, J.A. (2009). Diseño y pilotaje de un taller de estimulación temprana dirigido a padres de familia o cuidadores de niños de entre 0 a 3 años de edad. [Tesis, Universidad San Buenaventura]. Archivo Digital.  
<http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/65643.pdf>
- Caraballo, R. (2007). La andragogía en la educación superior. *Revista Investigación y Postgrado*. 22 (2). 187-206. <https://www.redalyc.org/pdf/658/65822208.pdf>
- Castillo, F. (2018). Andragogía, andragogos y sus aportaciones. *Voces De La Educación*, 3(6), 64-76.
- Coge, L. (2011). Más reflexivos que no menos rápidos: inteligencia cristalizada versus inteligencia fluida. Kopher's blog. <https://kopher.wordpress.com/2011/03/>
- Coolhunting Group. (2017). Las seis generaciones de la era digital.  
[https://cdn5.icemd.com/app/uploads/2018/12/Estudio\\_6-generaciones-de-la-era-digital-.pdf](https://cdn5.icemd.com/app/uploads/2018/12/Estudio_6-generaciones-de-la-era-digital-.pdf)
- Crovi, D. (2002). Sociedad de la información y el conocimiento. Entre el optimismo y la desesperanza. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, vol. XLV (185) 13-33.  
Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=42118502>
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (2013). *DECRETO por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 60., 70., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones*.  
Recuperado de:  
[http://www.dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013](http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013)
- Diario Oficial de la Federación [DOF]. (2021). *ACUERDO por el que se expide la Estrategia Digital Nacional 2021- 2024*. Recuperado de:  
[https://dof.gob.mx/nota\\_detalle.php?codigo=5628886&fecha=06/09/2021&print=true](https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5628886&fecha=06/09/2021&print=true)

Gobierno de España (sf) Competencias clave. Competencia digital.

[https://www.culturaydeporte.gob.es/educacion/mc/lomce/curriculo/competencias-clave/competencias-clave/digital.html#:~:text=La%20competencia%20digital%20\(CD\)%20es,y%20participaci%C3%B3n%20en%20la%20sociedad.](https://www.culturaydeporte.gob.es/educacion/mc/lomce/curriculo/competencias-clave/competencias-clave/digital.html#:~:text=La%20competencia%20digital%20(CD)%20es,y%20participaci%C3%B3n%20en%20la%20sociedad.)

Guerrero, I (2014). “Echar tortillas” no requiere clases de informática: Los múltiples recursos necesarios para la apropiación de cultura escrita y usos de TIC. *Revista Interamericana de Educación de Adultos* 36 (2). 66-85. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/pdf/4575/457545088005.pdf>

Guerrero, I. (2019). “No eres tan inteligente, computadora”: articulaciones necesarias entre alfabetizaciones digitales y reconfiguración identitaria en la EPJA mexicana. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos* vol. XLIX, (1). 131-154. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27058155008>

Hernández, R. (2016, 02 de julio). Qué son las redes sociales y para qué se utilizan. [Video].

YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Dy4XmEh4kok&t=6s>

Herrera, P. (2003). *Bases para la elaboración de talleres psicoeducativos: una oportunidad para la prevención de la salud mental*. Universidad Academia de Humanismo Cristiano.

<https://pdfcookie.com/download/base-para-elaboracion-de-talleres-psicoeducativos-429j034opdln>

<https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/6521968.pdf>

Hurtado, J. (2000). *Metodología de la investigación holística*. Recuperado de:

<https://ayudacontextos.files.wordpress.com/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2015). Panorama sociodemográfico de Estado de México. Encuesta intercensal (p.166-167).

[http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod\\_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva\\_estruc/inter\\_censal/panorama/702825082246.pdf](http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/inter_censal/panorama/702825082246.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], Secretaría de Comunicaciones y Transportes [SCT] y el Instituto Federal de Telecomunicaciones [IFT]. (2019). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares* [ENDUTIH].

[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ENDUTIH\\_2019.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/OtrTemEcon/ENDUTIH_2019.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], Secretaría de Comunicaciones y Transportes [SCT] y el Instituto Federal de Telecomunicaciones [IFT]. (2017). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares* [ENDUTIH].

[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/otrtemecon/endutih2018\\_02.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/otrtemecon/endutih2018_02.pdf)

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2016). *Estadísticas a propósito del día mundial de internet (17 de mayo)* [Comunicado de prensa]. México: INEGI.

[https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2017/internet2017\\_Nal.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2017/internet2017_Nal.pdf)

M. Martín; Moreno, F y Sáez Vacas. (sf). Análisis preliminar del comercio electrónico.

<https://dit.upm.es/~fsaez/intl/proyectos/contenidos/Bloque%20I.pdf>

Marín, R. (1988). De la educación de adultos a la educación permanente. *Revista española de pedagogía*. XLVI (181). 395-419. <https://revistadepedagogia.org/wp-content/uploads/2018/04/1-De-la-Educaci%C3%B3n-de-Adultos-a-la-Educaci%C3%B3n-Permanente.pdf>

Monrroy, C del C. (2007). Los retos de las PYMES para consolidar el desarrollo económico de México. [Tesis, Universidad de Sonora]. Bidiuson. <http://www.bidi.uson.mx/tesis.aspx>

- Moretti, M. y Aguirre, A. (2020). *Teletrabajo y Sociedad*, cátedra libre Universidad Nacional de La Plata.  
[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/108656/Documento\\_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/108656/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Organización de las Naciones Unidas [ONU] (2016). *Resolución para la promoción, protección y disfrute de los derechos humanos en internet*.  
[https://www.article19.org/data/files/Internet\\_Statement\\_Adopted.pdf](https://www.article19.org/data/files/Internet_Statement_Adopted.pdf)
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [UNESCO]. (1990). *Declaración mundial de educación para todos: satisfacción de necesidades básicas de aprendizaje y marco legal para satisfacer las necesidades básicas de aprendizaje*.  
[https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127583\\_spa/PDF/127583spa.pdf.multi](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127583_spa/PDF/127583spa.pdf.multi)
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [UNESCO]. (1997). *La educación de las personas adultas. La declaración de Hamburgo. Agenda para el futuro*. [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000116114\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000116114_spa)
- Pastor, M, I. (2001). Orígenes y evolución del concepto de educación no formal. *Revista española de pedagogía*. LIX (220). 525-544. <https://revistadepedagogia.org/wp-content/uploads/2007/06/220-08.pdf>
- Peiró, R. (2019, 16 de abril). *Marketing tradicional*. Economipedia.com.  
<https://economipedia.com/definiciones/marketing-tradicional.html>
- Peña, K; Pérez, M; & Rondón, E. (2010). Redes sociales en Internet: reflexiones sobre sus posibilidades para el aprendizaje cooperativo y colaborativo. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, (16), 173-205.  
<https://www.redalyc.org/html/652/65219151010/>
- Pérez, R; Mercado, P; Martínez, M; Mena, E; y Partida, J.A. (2018). La sociedad del conocimiento y la sociedad de la información como la piedra angular en la innovación

tecnológica educativa. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 8(16), 847-870. Recuperado de:

[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-74672018000100847](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672018000100847)

Plan de desarrollo municipal 2019. (2019). San Felipe del Progreso. Gob.

<https://www.sanfelipedelprogreso.gob.mx/DocumentosOficiales/2019/Plan%20Desarrollo%20Municipal/Plan%20de%20Desarrollo%20Municipal.pdf>

Presidencia de la República. (2019, 3 de mayo) [Comunicado de Prensa]

<https://www.gob.mx/presidencia/prensa/no-descartamos-crear-organismo-publico-para-garantizar-conectividad-en-todo-el-pais-anuncia-presidente-lopez-obrador?idiom=es>

Programa UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! (sf). UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital!

Video [YouTube]. <https://www.youtube.com/watch?v=ospICAz2emY&t=222s>

PueblosAmerica (2020). Estadísticas del Municipio de San Felipe del Progreso.

<https://mexico.pueblosamerica.com/l/munest/mexico/san-felipe-del-progreso>

Regla, I; y Sánchez, A. (2016). *Bibliotecas. Anales de investigación*, 12 (2), 235, 243. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5766698.pdf>

Ribble, M; Bailey, G y Ross, T. (2004). *Formación en ciudadanía digital*.

<https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/ate/ciudadania-y-seguridad-tic/ciudadania-digital/formacion-en-ciudadania-digital/>

Rodríguez, M.F. (2011). Modelo andragógico para capacitaciones. [Tesis de maestría, Universidad Panamericana]. Archivo digital.

[https://sa979c3f9926f31b9.jimcontent.com/download/version/1569616317/module/11351160895/name/modelo\\_andragogico\\_para\\_capitaciones.pdf](https://sa979c3f9926f31b9.jimcontent.com/download/version/1569616317/module/11351160895/name/modelo_andragogico_para_capitaciones.pdf)

- Sánchez, C; Ríos, H. (2011). La economía del conocimiento como base del crecimiento económico en México. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, vol. 8, núm. 2. pp. 43-60. <https://www.redalyc.org/pdf/823/82319126004.pdf>
- Sánchez, I. (2015). La andragogía de Malcom Knowles: Teoría y tecnología de la educación de adultos. [Tesis doctoral, Universidad Cardenal Herrera-CEU]. Archivo digital. <https://repositorioinstitucional.ceu.es/bitstream/10637/7599/1/La%20andragog%C3%ADa%20de%20Malcom%20Knowles%20teor%C3%ADa%20y%20tecnolog%C3%ADa%20de%20la%20educaci%C3%B3n%20de%20adultos%20Tesis%20Iluminada%20S%C3%A1nchez%20Domenech.pdf>
- Sandoval, A. (2005). Explorando la brecha digital en México: Diagnostico del proyecto e México en el estado de México. *Espacios públicos* 9 (17), 292-303. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/676/67601717.pdf>
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes [SCT]. (2017). *Evaluación Específica de Consistencia y Orientación a Resultados con Módulo completo de Diseño del Programa Presupuestario E009*. Programa México Conectado. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/422705/Informe\\_Final\\_E-009.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/422705/Informe_Final_E-009.pdf)
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes [SCT]. (2019). *Conferencia de presentación del Programa de Cobertura Social*. <https://www.gob.mx/sct/prensa/la-sct-presenta-su-programa-de-cobertura-social>
- Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano. [SEDATU] (2015, 6 de abril). Atlas de riesgos Naturales 2014. San Felipe del Progreso. [http://rmgir.proyectomesoamerica.org/PDFMunicipales/15074\\_SAN\\_FELIPE.pdf](http://rmgir.proyectomesoamerica.org/PDFMunicipales/15074_SAN_FELIPE.pdf)
- Secretaría de Relaciones Exteriores [SRE]. (2013, 25 de noviembre) Objetivos de la Estrategia Digital Nacional. [https://consulmex.sre.gob.mx/detroit/images/Comunicados\\_SRE/2013/20131125\\_04\\_objetivos\\_de\\_la\\_estrategia\\_digital\\_nacional.pdf](https://consulmex.sre.gob.mx/detroit/images/Comunicados_SRE/2013/20131125_04_objetivos_de_la_estrategia_digital_nacional.pdf)

Selwyn, N. (2004). Reconsidering political and popular understandings of the digital divide.

*New Media & Society*, 6 (3), 341-362.

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.889.4484&rep=rep1&type=pdf>

Serrano, A y Martínez, E. (2003). *La brecha digital: Mitos y realidades*. UABC. Recuperado de:

[http://www.labrechadigital.org/labrecha/LaBrechaDigital\\_MitosyRealidades.pdf](http://www.labrechadigital.org/labrecha/LaBrechaDigital_MitosyRealidades.pdf)

Tirado, E. (sf). *Guía básica para el uso de Facebook en la educación virtual*. Universidad de los Andes Venezuela.

[http://190.168.8.251/xmlui/bitstream/handle/654321/152/guia\\_basica\\_para\\_uso\\_de\\_Facebook\\_en\\_la\\_educacion\\_virtual\\_ETirado.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://190.168.8.251/xmlui/bitstream/handle/654321/152/guia_basica_para_uso_de_Facebook_en_la_educacion_virtual_ETirado.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Travieso, J.L y Planella, J. (2008). La alfabetización digital como factor de inclusión social: una mirada crítica. *Revista sobre la sociedad del conocimiento*. 6. 1-9. Recuperado de:

[https://www.uoc.edu/uocpapers/6/dt/esp/travieso\\_planella.pdf](https://www.uoc.edu/uocpapers/6/dt/esp/travieso_planella.pdf)

Ubaldo et al. (2009). *Modelo Andragógico. Fundamentos*. UVM.

<https://es.slideshare.net/FernandoSantanderHernandez/modelo-andraggicofundamentos>

UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! (2018). [Diplomado]. Tutor digital. México.

UNAMITA ¡Ciérrale a la brecha digital! (2020, 01 de septiembre). En el 2011 este proyecto se concibió como parte de la formación de jóvenes que pertenecen a la Asociación de Scouts de México A.C (ASMAC) (Información). Facebook.

<https://www.facebook.com/UNAMITADIGITAL>

Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (2021). Facultad de Filosofía y Letras.

[FFyL]. Departamento del Servicio Social. <http://www.filos.unam.mx/comunidad-ffyl/servicio-social/>

Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (2021). Servicio Social Universitario.

Introducción. Dirección General de Orientación y Atención Educativa. [DGOAE].

<https://www.dgoserver.unam.mx/portaldgose/servicio-social/htmls/ss-universitario/ssu-introduccion.html>

Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]. (2021). Servicio Social Universitario.

Marco legal. [DGOAE]. <https://www.dgoserver.unam.mx/portaldgose/servicio-social/htmls/ss-universitario/ssu-marco-legal.html>



## Anexos

### Anexo A. Cartel para promoción del taller.

¡Es hora de digitalizar tu negocio!

# Comerciante

## ¿Han bajado tus ventas?



**No  
Desaparezcas  
TRANSFORMATE**

**Asiste al taller:**  
"Hagámos una página de Facebook para tu negocio"

**¿Cuándo?**  
Los días 16, 18 y 20 de Julio.

**¿Dónde?**  
En la calle Prolongación la palma s/n entre el juego infantil con tobogán y el pasaje San Felipe, casa color verde claro. San Felipe del Progreso, Mèx.

**¿A qué hora?**  
A partir de las 5:30 pm.

**Trabajo realizado con el apoyo del programa:**

**UNAMITA**  
¡Ciérrale a la Brecha Digital!



**Mayor información al cel. 712 179 5750**

powered by

 **PIKTOCHART**

**Anexo B.** Cuestionario de evaluación diagnóstica de competencias digitales  
¿Qué tan bueno eres usando Facebook?

Nombre		Edad	
Giro comercial		Sexo	
Escolaridad		Antigüedad como comerciante	
Dirección del negocio			
Teléfono		Celular	
Correo electrónico		Facebook	

**Indicaciones:** Responde con sinceridad cada uno de los siguientes enunciados de acuerdo con tus habilidades en el uso de Facebook en tu teléfono. Debes marcar con una “X” el recuadro que indique la respuesta que más se acerque a tu experiencia. Pecar

Sabes...						
		siempre	La mayoría de las veces	Algunas veces sí, algunas veces no	La mayoría de las veces no	Nunca
General	Iniciar sesión en tu cuenta de Facebook					
	Diferenciar entre la sección de noticias y tu perfil					
	Consultar las notificaciones de tu perfil					
	Aceptar solicitudes de amistad					
	Enviar solicitudes de amistad					
	Eliminar amigos					
	Seguir una página					
	Dejar de seguir una página					
	Participar en grupos					
	Bloquear a alguien					
	Cerrar sesión en tu cuenta de Facebook					
	Desactivar tu cuenta					
Eliminar tu cuenta						
Perfil	Poner una foto de perfil					
	Poner una foto de portada					
	Editar tu ciudad actual					
	Editar tu lugar de trabajo					
	Editar tu formación académica					
	Editar tu ciudad de origen					
	Editar situación sentimental					
	Elegir fotos destacadas					
	Crear un álbum de fotos					
	Ver tu lista de amigos					
Publicar	Crear una publicación					
	Subir una foto/ video a una publicación					
	Etiquetar amigos en una publicación					
	Agregar a una publicación sentimiento/actividad/stiker					
	Agregar a una publicación donde estas					
	Transmitir en vivo					
Tomar una foto desde Facebook						

	Seleccionar un GIF para una publicación					
	Poner un color de fondo a una publicación					
	Pedir recomendaciones en una publicación					
	Hacer una encuesta en una publicación					
	Organizar un evento					
	Editar una publicación de tu perfil					
<b>Interacción</b>	Dar reacción a una publicación					
	Comentar una publicación					
	Compartir una publicación					
	Dar reacción a un comentario de una publicación					
	Responder a un comentario de una publicación					
	Etiquetar amigos en un comentario					
<b>Messenger</b>	Ver los mensajes que me envían por Messenger					
	Responder a mensajes que me envían por Messenger					
	Tomar y enviar una foto en un mensaje de Messenger					
	Enviar una foto de la galería en un mensaje de Messenger					
	Enviar un clip de voz por Messenger					
	Insertar Emoji en un mensaje de Messenger					
	Insertar un GIF en un mensaje de Messenger					
	Insertar un stiker en un mensaje de Messenger					
<b>Grupos</b>	Unirte a un grupo de Facebook					
	Interactuar en grupos de Facebook					
	Abandonar un grupo de Facebook					
<b>Administrador</b>	Crear una página de Facebook					
	Ir a tu página de Facebook					
	Exhibir productos en tu pagina					
	Invitar a tus amigos a que le den me gusta a tu pagina					
	Compartir tu página para que más personas te conozcan					
	Publicar en tu página de Facebook					
	Atender a los seguidores de tu página					

## Anexo C. Infografía “Comerciante ciudadano digital”

# Comerciante Ciudadano digital

Usa la tecnología ↔ Su negocio tiene presencia en el mundo digital

↓ ↓

Debe seguir algunas normas de comportamiento. Tiene derechos y obligaciones

**Netiqueta:** Comportarse con cortesía en la red

- Saludar a los clientes
- Darles las gracias
- No insultar

**Comunicación:** Intercambio electrónico de información

- Publicar contenidos
- Comentar publicaciones
- Responder comentarios y mensajes directos

**Educación:** Enseñar y aprender sobre tecnología y su utilización

- Aprender sobre marketing digital
- Aprender a usar nuevas aplicaciones
- Aprender a realizar ventas electrónicas

**Acceso:** Participación electrónica plena en la sociedad

Papá tu no puedes usar Facebook

Yo también puedo hija, aunque nuestros intereses no sean los mismos

**Comercio:** Compra venta electrónica de bienes y servicios

- Ofrece tus servicios
- Vende tus productos
- Compra productos

**Responsabilidad:** Responder por hechos o acciones en los medios electrónicos

- Si vendes un producto en Internet compromete te a su entrega respetando lo acordado en la venta

**Derechos:** Libertades que tienen todas las personas en el mundo digital

- Expresa tus ideas emociones y pensamientos y respeta las de los demás
- No realices ninguna acción que atente con la integridad de otra persona

**Hergonomía:** Bienestar físico en el mundo tecnológico digital

- Cuida de tu salud al usar tecnología
- No permanezcas demasiado viendo una pantalla
- Cuida tu postura al usar cualquier dispositivo tecnológico

**Riesgo:** Precauciones para garantizar la seguridad de los medios electrónicos


- Cuida con quien compartes información personal
- No entres a enlaces sospechosos

Elaborado por: Carmen Siomara Nolasco


Fuente: <https://prezi.com/izernbq0qgth/normas-de-comercio-en-la-red/>




## Anexo D. Infografía “Elementos de una página de Facebook”



# Elementos de una página de Facebook



De negocio local



- 1 Icono de Facebook
- 2 Buscador
- 3 Foto de Portada
- 4 Opciones permanentes
- 5 Zona de avisos
- 6 Contactos del administrador
- 7 Nombre y foto de perfil de la página
- 8 Panel para administradores
- 9 Menú de navegación de la página
- 10 Editor de actualizaciones
- 11 Atajo de panel (8)
- 12 Sugerencias de Facebook
- 13 Invita más amigos
- 14 Botón de la página

<p>1.-Logotipo del programa, siempre lleva al inicio.</p> <p>2.-Facilita la búsqueda de elementos en la red social.</p> <p>3.-Imagen de gran tamaño que identifica la página.</p> <p>4.-Usuario, inicio, crear: son opciones permanentes en toda la aplicación.</p> <p>5.-Solicitudes de amistad, mensajes, notificaciones y el botón de ayuda.</p> <p>6.-Lista de contactos cerca y recientes de administrador.</p> <p>7.- Nombre e imagen representativos de la página.</p> <p>8.- Opciones para realizar configuración y gestión de la página.</p>	<p>8.- Opciones para realizar configuración y gestión de la página.</p> <p>9.- Desde ahí se puede acceder a las opciones principales de la página.</p> <p>10.-Herramienta para compartir contenidos en la página.</p> <p>11.-Botones simplificados y de fácil acceso para la gestión y configuración de la página.</p> <p>12.-Recomendaciones por parte de Facebook para optimizar la página.</p> <p>13.-Botón para invitar a más amigos a indicar que les gusta la página.</p> <p>14.-Lo pueden ver todas las personas que visitan la página y les ayuda a realizar una acción.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Referencias:  
<https://www.webspacio.com/caracteristicas-pagina-facebook/>  
[http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/157/cd/m6\\_1\\_redes\\_sociales/el\\_entorno\\_de\\_facebook.html](http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/157/cd/m6_1_redes_sociales/el_entorno_de_facebook.html)

Elaborado por: Carmen Siomara Nolasco

Anexo E. Infografía “Como funcionan las normas comunitarias de Facebook”

