

**PROYECTO DE  
INTEGRACIÓN CURRICULAR**

**Diseño de información para  
el programa de educación  
financiera de Fundación  
Bien-Estar para fomentar  
correctas decisiones de  
mujeres emprendedoras  
en Ecuador**

**NOMBRE:  
JENNY GARCÍA GORDILLO**

**TUTORA:  
ANDREA RIVADENEIRA**

**FEBRERO 2025**



# Agradecimientos

A Dios por todas las bendiciones que me otorga cada día, porque fue él quien me ayudó en cada instante a continuar con este trabajo.

Con todo mi corazón, dedico a mi familia este trabajo, en especial a mi madre Guadalupe, mi padre Oswaldo, mi abuelo Manuel, mi primo Sebastián, mi tía Fanny y mi prima Micaela, quienes con su amor, paciencia y apoyo incondicional han sido mi fortaleza, que siempre creyeron en mí y me motivaron a dar lo mejor de mí misma, este logro también es suyo.

También dedico este esfuerzo a mis verdaderos amigos por sus palabras de aliento y por recordarme siempre que no estaba sola en este viaje, en especial a mi mejor amiga Camila, que a pesar de la distancia me sigue apoyando.

A mi equipo LIGA y mi jugador favorito Cristiano Ronaldo, que han sido una fuente de inspiración y emociones a lo largo de mi vida. Gracias por enseñarme el valor de la pasión y la perseverancia, valores que he llevado conmigo en cada paso de este proyecto, por ser una parte importante de mi historia.

Y por último quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi equipo de trabajo Fundación Bien-Estar, quienes fueron una pieza fundamental para que este proyecto pudiera llevarse a cabo.

# Resumen

01

# Resumen

El proyecto se centra en diseñar una guía interactiva y un cuadernillo de actividades que sirvan como insumos para programas de educación financiera exclusiva a mujeres emprendedoras en situación de vulnerabilidad en Ecuador. Este enfoque responde a una problemática nacional en la que las emprendedoras enfrentan barreras como: la falta de acceso a capacitaciones de finanzas personales, limitado financiamiento formal y dificultades para sostener sus negocios a largo plazo.

En colaboración con la Fundación Bien-Estar, el proyecto implementa una guía digital que muestra de forma lúdica conceptos de educación financiera, acompañada de un cuadernillo que emplea estrategias de diseño para que las emprendedoras puedan elaborar y exponer de forma clara su plan de negocios. Los materiales incorporan conceptos visuales como “Raíces del Éxito”, que simbolizan el crecimiento y la fortaleza de las mujeres, en el cual a través de una paleta cromática cálida, iconografía intuitiva, y ejercicios prácticos, el contenido busca ser accesible, educativo y motivador para ellas.

Además, la guía aborda temas financieros fundamentales, organizados en módulos progresivos que incluyen videos, cuestionarios para personalizar la experiencia del usuario. Con este insumo, se busca eficiencia en el tiempo de aprendizaje debido a que muchas mujeres son madres y/o cabezas de hogar. Este trabajo enfatiza la necesidad de educar financieramente a las mujeres emprendedoras para que puedan construir negocios sostenibles, empoderándose a nivel personal y económico. Con un enfoque innovador y visualmente atractivo, el proyecto tiene como objetivo reducir las brechas existentes y fortalecer el ecosistema emprendedor en Ecuador.

# Abstract

The project is focused on designing an interactive guide and an activities booklet that serve as input for financial education programs directed to vulnerable female entrepreneurs in Ecuador. The project is directed to these specific group do to a national problem in which women entrepreneurs face educational and financial barriers such as: lack of access to personal finance training, limited formal financing and difficulties in sustaining their businesses in the long term. In collaboration with Fundación Bien-Estar, the project implements a digital guide that teaches financial education concepts in a playful way, accompanied by a booklet using design strategies to enable entrepreneurs to clearly develop and present their business plan. The materials incorporate visual concepts such as “Raíces del Éxito (Success Roots)”, which symbolize women’s growth and strength, in which, through a warm color palette, intuitive iconography, and practical exercises, the content seeks to be accessible, educational and motivating for them. In addition, the guide addresses fundamental financial issues, organized into progressive modules that include videos and questionnaires to customize the user experience. This input is intended to be efficient in the learning process since many women are mothers and/or heads of households. This paper emphasizes on the need to financially educate women entrepreneurs so that they can build sustainable businesses, empowering themselves personally and economically. With an innovative and visually appealing approach, the project aims to reduce existing gaps and strengthen the entrepreneurial ecosystem in Ecuador.

# Índice

02

Agradecimiento	2
Resumen / Abstract	4
Antecedentes	9
Hipótesis	14
Objetivos	16
Presentación del caso	18
Diagnóstico del caso	23
Caracterización del usuario	29
Análisis tipológico	32
Definición del problema gráfico	38
Requerimiento del proyecto	41
Exploración de la forma	43
Evaluación del concepto y estilo gráfico	51
Desarrollo del prototipo	54
Evaluación de la propuesta	68
Presupuesto	74
Conclusiones	76
Recomendaciones	78
Anexos	80
Bibliografía	83

## **Tablas y figuras**

Figura 1.Reinterpretación de resultados	13
Figura 2. Reinterpretación de tabla	13
Figura 3. Imagen tomada del árbol de problemas	15
Figura 4. Imagen de presentación de PP	22
Figura 5. Imagen de presentación de PP	22
Figura 6. Imagen de presentación de PP	23
Figura 7. Imagen de presentación de PP	23
Figura 8. Imagen de presentación de PP	24

Figura 9. Imagen de presentación de PP	24
Figura 10. Imagen de presentación de PP	24
Figura 11. Captura de pantalla entrevista Mayra Alejandra	30
Figura 12. Mapa de empatía	32
Figura 13. Moodboard tipología local (Platzi)	38
Figura 14. Moodboard tipología mundial (Headway)	38
Figura 15. Moodboard tipología mundial (Lemonade)	38
Figura 16. Fotografía ideación	46
Figura 17. Fotografía ideación	47
Figura 18. Fotografía ideación	49
Figura 19. Fotografía ideación	50
Figura 20. Fotografía ideación	52
Figura 21. Fotografía prototipo	57
Figura 22. Fotografía prototipo	58
Figura 23. Diseño de iconografía	60
Figura 24. Diseño de iconografía	60
Figura 25. Diseño de ilustraciones	61
Figura 26. Diseño de ilustraciones	62
Figura 27. Fotografía con estilo determinado	62
Figura 28. Fotografía con estilo determinado	62
Figura 29. Fotografía con estilo determinado	62
Figura 30. Imagen árbol de navegación	64
Figura 31. Imagen prototipo navegación	64
Figura 32. Imagen prototipo portada	65
Figura 33. Imagen prototipo scroll	65
Figura 34. Imagen prototipo scroll	66
Figura 35. Imagen prototipo botones	67
Figura 36. Imagen prototipo físico machote	67
Figura 37. Imagen de portada prototipo	68
Figura 38. Imagen de módulos prototipo	68
Figura 39. Imagen portada módulo prototipo	69

Figura 40. Imagen tema prototipo	69
Figura 41. Imagen ejercicio prototipo	69
Figura 42. Imagen tema scroll prototipo	69
Figura 43. Imagen tema con video prototipo	69
Figura 44. Imagen página 5 prototipo físico	70
Figura 45. Imagen actividad 7 prototipo físico	70
Figura 46. Imagen FODA prototipo físico	71
Figura 47. Imagen actividad 8 prototipo físico	71
Figura 48. Imagen características prototipo físico	71
Figura 49. Detalles técnicos prototipo físico	73
Figura 50. Especificaciones título prototipo físico	74
Figura 51. Especificaciones subtítulo prototipo físico	74
Figura 52. Especificaciones preguntas prototipo físico	74
Figura 53. Especificaciones color bajo prototipo físico	75
Figura 54. Especificaciones numeración prototipo físico	75
Figura 55. Numeración prototipo físico	75
Figura 56. Especificación prototipo digital	76
Figura 57. Especificaciones botón módulos prototipo digital	77
Figura 58. Especificaciones ilustraciones prototipo digital	77
Figura 59. Especificaciones fotografías prototipo digital	77
Figura 60. Fotografía validación Experto Pablo Guzmán	82
Figura 61. Fotografía validación Experto Pablo Guzmán	82
Figura 62. Captura de pantalla Validación	83
Figura 63. Fotografía validación comitente Natalia Garzón	84
Figura 64. Fotografía validación comitente Natalia Garzón	84
Figura 65. Captura de pantalla entrevista 1era emprendedora	85
Figura 66. Fotografía entrevista 2da emprendedora	85
Tabla 1. Tipología local (Platzi)	34
Tabla 2. Tipología mundial (Headway)	35
Tabla 3. Tipología mundial (Lemonade)	36
Tabla 4. Detalles cotización propuesta física	77

Tabla 5. Detalles cotización prototipo digital	78
Tabla 6. Valor de los gastos personales	79
Tabla 7. Análisis de costos del proyecto	79
Tabla 8. Análisis de costo del proyecto	79

## **Anexos**

Anexo 1. Árbol de problemas	90
Anexo 2. Requerimientos de diseño	91
Anexo 3. Tabla de evaluación de concepto y estilo gráfico	92

# Antecedentes

03

El emprendimiento se define como la capacidad de iniciar una idea desde cero para desarrollar un proyecto, una iniciativa o un negocio. Consiste en materializar una idea combinándola con dos elementos fundamentales: las conexiones y las oportunidades. Los emprendedores, por lo general, están dispuestos a asumir riesgos y a sacrificar su seguridad financiera con el objetivo de hacer realidad su visión y transformar su idea en un proyecto concreto.

En Ecuador, los emprendimientos tienen un alto índice de fracaso. Sin embargo, según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), el país ocupa una de las primeras posiciones en el desarrollo de actividades emprendedoras tempranas, con un 31.8% de la población involucrada en este tipo de iniciativas, superando a otros países de la región como Chile, Perú y Colombia. (Datos de Emprendimiento En Ecuador, 2024).

En Ecuador, la tasa de emprendimiento es elevada, superando el 30% de la población económicamente activa. Sin embargo, un porcentaje significativo de estos emprendedores inicia sus negocios por necesidad, careciendo de una educación formal completa. Esta falta de preparación académica aumenta considerablemente las probabilidades de fracaso empresarial. (Datos de Emprendimiento En Ecuador, 2024) (Negocios & Negocios, 2023).

Según el informe GEM (2019 - 2020), en Ecuador, el 50% de los negocios en etapas iniciales son liderados por mujeres entre

18 y 64 años, con una tasa de abandono del 9.3%. Además, el INEC destaca que las mujeres contribuyen significativamente a la economía familiar y que sus emprendimientos tienen un impacto directo en su entorno. Sin embargo, solo el 38% de ellas logra mantener su negocio por más de tres años. Esta diferencia se debe, en parte, a las barreras de género que enfrentan las mujeres incluso antes de iniciar su emprendimiento, lo que resulta en que los hombres perciban más oportunidades. (Dávila, 2023).

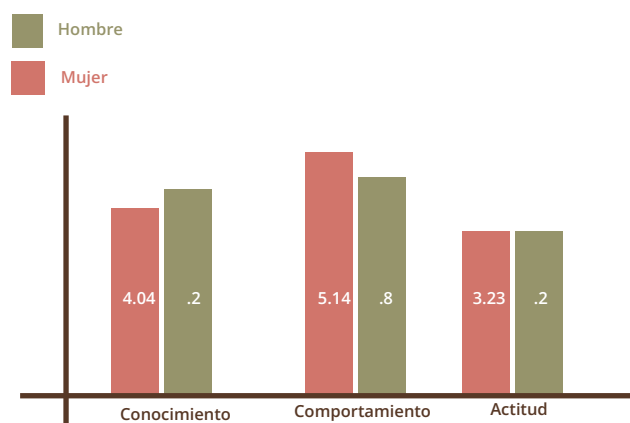
En los últimos cinco años, el número de mujeres emprendedoras en Ecuador ha crecido un 16%, superando el crecimiento del emprendimiento masculino. Este aumento ha resaltado el papel clave de las mujeres en el desempeño económico, especialmente en la reactivación pospandemia (Rbeweb, 2023).

A pesar de que Ecuador ocupa el cuarto lugar en el Índice de Educación Financiera en América Latina según el Banco de Desarrollo de América Latina y el Caribe (CAF), existe una brecha significativa entre hombres y mujeres en este ámbito. El informe revela una brecha significativa en la educación financiera entre hombres y mujeres, con los hombres obteniendo, en promedio, 0.50 puntos más que las mujeres en este ámbito.

Además como se muestra en la figura 1, en los subíndices de comportamiento,

conocimiento y actitud, se presentan los siguientes valores para Ecuador:

**Figura 1.**  
Reinterpretación resultados de promedios de Índice de Educación Financiera en América Latina, elaboración propia

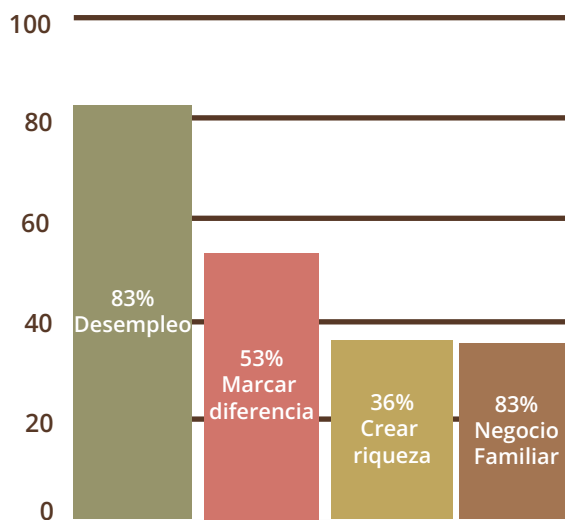


En resumen, los hombres ecuatorianos, muestran un desempeño ligeramente superior en los subíndices de comportamiento con un 0.33 puntos más y conocimiento 0.19 puntos más en comparación con las mujeres. Sin embargo, las mujeres demuestran una actitud ligeramente más positiva hacia las finanzas con un 0.02 puntos más. Estas diferencias de género, aunque pequeñas, reflejan la necesidad de programas de educación financiera más personalizados y equitativos (RFD, 2022).

Según el último estudio GEM (2019-2020), Ecuador es uno de los países más emprendedores del mundo, con un 36% de adultos que poseen un negocio establecido. Existen diversas razones

por las cuales estas personas deciden emprender:

**Figura 2.**  
Reinterpretación de tabla realizada a partir de las razones por las cuales las personas emprenden, elaboración propia



Sin embargo, según la investigación, la tasa de supervivencia de los primeros años es del 3%, y el volumen de emprendimientos que nacen por necesidad y no por una oportunidad sigue siendo del 50 %, lo que quiere decir que se debe trabajar para las empresas sean rentables, pero también ágiles y creativas, recibiendo un financiamiento adecuado e innovador para destacarse y fortalecer la economía del país. (Landázuri, 2022), donde muchos de los emprendimientos no superan los seis meses de creación. Esto es una respuesta a que las empresas en Ecuador surgen por necesidad, más que por oportunidad, y se enfocan en aspectos tradicionales, por la cual Ecuador es uno de los países menos innovadores. (Coba, 2021)

Una de las principales trabas está relacionada con el desconocimiento y los perjuicios que tienen los emprendedores ecuatorianos sobre cómo acceder a financiamiento para su negocio, Llerena, directora ejecutiva de la Red de Instituciones Financieras para el desarrollo (RFD) puntualizó que:

*“No se acercan a las entidades financieras o no acceden créditos formales por temor; porque asumen que no son sujetos de crédito. Sin embargo, ni siquiera saben los requisitos y las opciones de financiamiento que realmente existen”. (La Hora, 2023)*

Según un informe de la ESPOL realizado en 2020, el emprendimiento es fundamental en naciones en vías de desarrollo como Ecuador, ya que se presenta como una opción rápida para generar ingresos debido al desempleo. El informe señala que hay 3.6 millones de personas en Ecuador que tienen una empresa, aunque el país no se considera uno de los más prósperos de la región. (Verifica, 2020).

En el Ecuador, en la mayoría de los casos, se emprende como causa del desempleo, a lo largo de la investigación de este caso se diagnosticó que hay poca información

o, en las páginas informativas, no es clara y concisa. Según la Revista Gestión el país debería mejorar en la implementación de políticas públicas y en los programas de apoyo, ya que, Ecuador es uno de los países con mayor actividad emprendedora del mundo (Rbeweb, 2023).

La educación financiera es un concepto multidimensional que se lo puede denominar, una habilidad que las personas deben tener para su bienestar económico. La OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico-2021) define que la educación financiera es la combinación de conciencia, conocimientos, habilidades y actitudes financieras necesarias para tomar decisiones correctas, es decir, que permite a los emprendedores desarrollar habilidades mediante la información, la enseñanza o el asesoramiento objetivo, factores que les permitirán concienciar más de los riesgos y oportunidades financieras y tomar decisiones más informadas.

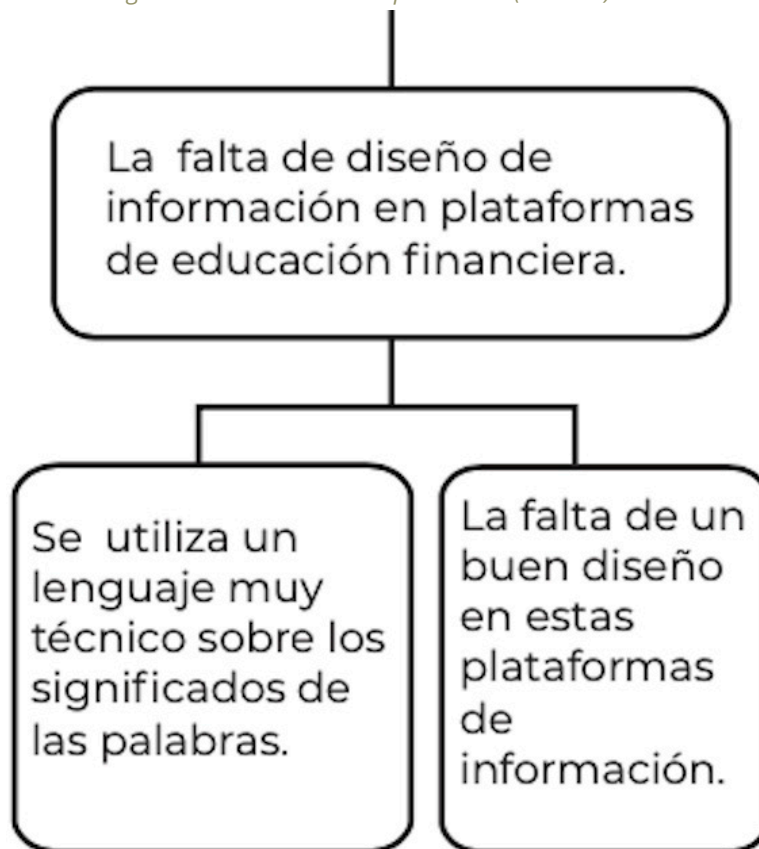
En Ecuador, el material educativo sobre educación financiera dirigido a mujeres emprendedoras ha ido aumentando en los últimos años, por diversas instituciones públicas, privadas y organizaciones no gubernamentales donde existen programas y talleres enfocados en

fortalecer las competencias financieras y empresariales de las mujeres, como cursos de planificación financiera, manejo de presupuesto, acceso a financiamiento y desarrollo de habilidades gerenciales. Sin embargo, en cuanto a solo educación financiera y no basado en financiera no existe como tal la información o se evidencia que es compleja, ya que, en estas páginas se enfocan más en los planes de financiamiento y créditos más no es los talleres que son importantes en este caso para las mujeres y es una ley que debe existir en toda entidad financiera para apoyar la economía violeta.

Identificamos el problema central, como se evidencia en el extracto del anexo 1, figura 3.

**Figura 3.**

*Imagen tomada del árbol de problemas (Anexo 1)*



# Hipótesis

04

*La falta de material educativo interactivo con un enfoque visualmente atractivo y diseñado estratégicamente sobre educación financiera para mujeres emprendedoras en Quito-Ecuador dificulta la comprensión y aplicación de conceptos clave. Esto limita su capacidad para desarrollar modelos de negocio sostenibles y con proyección a largo plazo, así como para participar eficazmente en programas como Mejora tu Emprendimiento de la Fundación Bien-Estar.*

# Objetivos

05

# Objetivo General

Diseñar un material visual interactivo para la educación financiera, mediante recursos gráficos e infográficos digitales, orientado a mujeres emprendedoras, con el fin de facilitar la comprensión y aplicación de conceptos financieros esenciales para la gestión sostenible de sus emprendimientos.

# Objetivos Específicos

01

Levantar y procesar información del Programa “Mejora tu Emprendimiento” de Fundación Bien- Estar para evaluar las experiencias previas y garantizar un contenido que sea útil para las emprendedoras.

Comprender las necesidades que actualmente tienen las usuarias sobre este proyecto y así desarrollar un material gráfico respondiendo a estos requerimientos.

02

03

Evaluar el funcionamiento del producto gráfico con un caso de estudio para determinar su eficacia y utilidad, recibiendo una retroalimentación del mismo.

# Presentación del caso

06

Para llevar a cabo la investigación correspondiente, se trabajará en colaboración con la Fundación Bien-Estar de Mutualista Pichincha, institución que cuenta con un componente normativo obligatorio para que las entidades financieras eduquen a sus socios o clientes en la toma de decisiones informadas, desarrolla metodologías específicas adaptadas a cada grupo objetivo y, en este caso particular, busca mejorar la calidad de vida de las mujeres emprendedoras en Ecuador. El objetivo principal es destacar la importancia de adquirir conocimientos financieros sólidos como una herramienta para promover la equidad de género y empoderar a las mujeres en la toma de decisiones económicas.

A través de autoevaluaciones y capacitaciones, tratan de dotar a las participantes de habilidades esenciales para optimizar la gestión financiera de sus negocios. Con estos nuevos conocimientos, estarán en capacidad de tomar decisiones fundamentadas y seguras sobre productos y servicios financieros, fortaleciendo así sus emprendimientos y contribuyendo al desarrollo económico del país.

En el marco de esta investigación, se realizó una entrevista con Natalia Garzón, directora ejecutiva de la Fundación Bien-Estar, parte de Mutualista Pichincha. Garzón explicó que la Fundación ejecuta anualmente el programa denominado 'Mejora tu Emprendimiento', dirigido a mujeres emprendedoras en Ecuador

que enfrentan limitaciones de acceso o recursos para costear capacitaciones de este nivel. El programa se enfoca en mujeres con escolaridad básica o bachillerato, cuyos emprendimientos tengan al menos seis meses en el mercado, con ingresos económicos que no superen los 600 dólares y con cargas familiares. Estas características refuerzan la visión de la mujer como un eje fundamental para el desarrollo social y económico.

El programa surge como respuesta a la carencia de educación financiera en Ecuador, una problemática que la Fundación busca abordar de manera estratégica. El proceso inicia con una serie de preguntas que evalúan el nivel de conocimientos financieros iniciales de las participantes, y culmina con una medición del impacto de las capacitaciones. Durante las sesiones, se emplea material didáctico, como diapositivas que contienen información clave sobre educación financiera.

Sin embargo, al analizar el material gráfico existente (figuras 4, 5, 6, 7, 8, 9 y 10), se identifican ciertas limitaciones. Las plantillas de PowerPoint utilizadas son demasiado básicas, con textos deficientes y distribuidos de manera inadecuada, así como con íconos genéricos y desordenados que no siguen una línea gráfica definida. Si bien la elección cromática está bien para una institución financiera y va acorde a la imagen de la Fundación, se aleja de las características de las mujeres y de la

femineidad que el “Programa Mejora tu Emprendimiento” pretende dirigirse, que más bien se representarían en tonalidades cálidas.

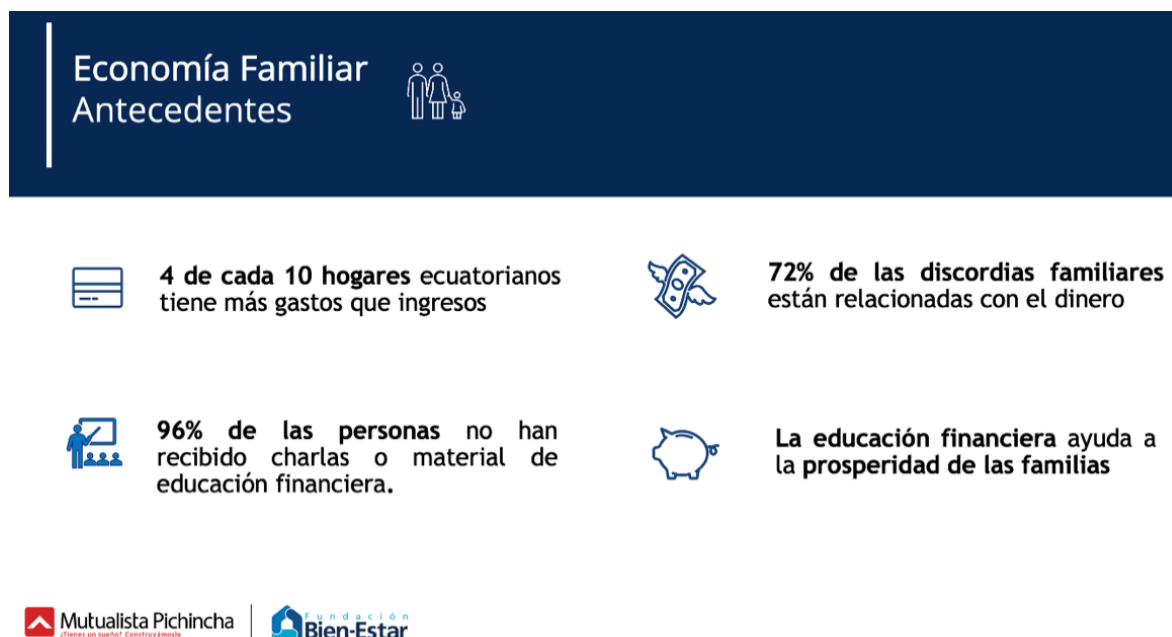
Figura 4.

Imagen de prestación de parte de la Fundación Bien-Estar



Figura 5.

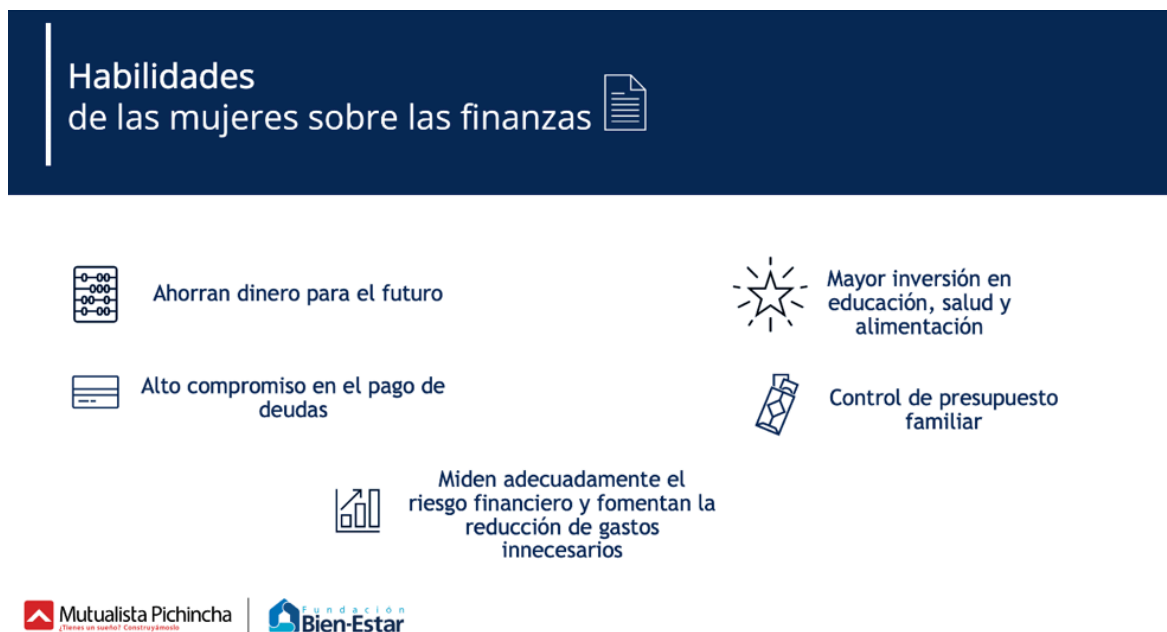
Imagen de prestación de parte de la Fundación Bien-Estar



**Figura 6.**  
 Imagen de prestación de parte de la Fundación Bien-Estar



**Figura 7.**  
 Imagen de prestación de parte de la Fundación Bien-Estar



**Figura 8.**

*Imagen de prestación de parte de la Fundación Bien-Estar*



Estas capacitaciones se realizan de manera presencial con el grupo de mujeres previamente seleccionadas como se puede observar en las figuras 9 y 10 donde se utiliza material como diapositivas, pizarras y las mujeres toman anotaciones en sus cuadernos.

**Figura 9.**

*Imagen de prestación de parte de la Fundación Bien-Estar*



**Figura 10.**

*Imagen de prestación de parte de la Fundación Bien-Estar*



# Diagnóstico del caso

07

Continuando con la investigación, se llevaron a cabo entrevistas a dos mujeres emprendedoras en Quito: Micaela García, propietaria de Pintura y Vino en Casa García, y Mayra Alejandra García, dueña de Arahí Spa, como evidencia se puede observar en la figura 11. A través de estas entrevistas, se identificaron diversas barreras que enfrentan las emprendedoras, tales como la falta de educación financiera, la poca importancia que se otorga a este conocimiento en el ámbito del emprendimiento, la ausencia de información clara desde el inicio del proceso, así como la proliferación de datos erróneos o insuficientes. Además, se destacó la carencia de herramientas necesarias para garantizar la supervivencia de sus negocios durante los primeros tres años, considerados críticos para posicionarse en el mercado.

Para profundizar en la temática y la situación de las mujeres emprendedoras, se formularon preguntas que permitieron conocer que una de las principales razones para emprender es la falta de oportunidades laborales, el deseo de pasar más tiempo con sus familias o la búsqueda de libertad financiera. Sin embargo, para iniciar el proceso, es

fundamental contar con una noción básica sobre financiamiento, aspecto en el que las entrevistadas manifestaron desconocer o no comprender la información disponible hasta que se involucran activamente en el tema. Asimismo, mencionaron que los recursos informativos existentes no suelen ser accesibles ni precisos, y que su conocimiento sobre el tema proviene principalmente de familiares, amigos o tutoriales en plataformas como YouTube. El proceso de iniciar un emprendimiento varía en complejidad según la especialidad de cada emprendedor. Por ejemplo, cuando se requiere infraestructura, encontrar un espacio adecuado resulta complicado debido a las altas inversiones necesarias, lo que generalmente implica la solicitud de préstamos y la posterior preocupación por cubrir pagos como arriendos o insumos. Además, adquirir clientes y recursos también representa un desafío significativo. Este panorama se ve agravado por las dificultades inherentes al ecosistema empresarial en Ecuador, caracterizado por la ausencia de una competencia sana y la falta de una comunidad solidaria. A esto se suma el impacto de la pandemia, que obligó a muchos emprendimientos presenciales

a cesar sus actividades, afectándolos gravemente. En el contexto tecnológico actual, las redes sociales se han convertido en uno de los aliados más influyentes para los emprendedores. Plataformas como Instagram, TikTok y Facebook permiten realizar publicidad efectiva, mientras que las campañas pagadas ofrecen mayor visibilidad.

En cuanto a las capacitaciones, como se observa en las figuras 9 y 10, los participantes suelen copiar en sus cuadernos toda la información presentada en las diapositivas, utilizando materiales proporcionados por la Fundación o recursos propios. Además, a muchas mujeres se les permite asistir con sus hijos, lo que en ocasiones las obliga a abandonar la sala para atender sus necesidades, interrumpiendo su participación y comprensión de la clase. Dado que la mayoría de estas mujeres son madres y responsables del hogar, disponen de poco tiempo, lo que hace que las capacitaciones sean especialmente valiosas para ellas. Contar con materiales de apoyo resultaría fundamental para aclarar dudas y repasar conceptos clave en sus propios tiempos. Finalmente, se realizó una entrevista con el Ing. Galo Sánchez, coordinador

de la Carrera de Finanzas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Sánchez destacó la importancia de contar con planes de financiamiento en todos los mercados. Sin embargo, en Ecuador, las opciones de financiamiento son limitadas en comparación con otros países. Las principales fuentes disponibles incluyen la banca formal, la familia, el ahorro personal y el financiamiento informal.

Recurrir a la familia como fuente de financiamiento representa, en muchos casos, una carga moral significativa, ya que los emprendedores se sienten obligados a cumplir con las expectativas de sus allegados. Asimismo, algunas personas que emigran al extranjero se convierten en el principal sostén económico de sus familias, enviando recursos para apoyar emprendimientos en el país. Sánchez (2024) enfatizó la relevancia de ampliar estas opciones para fortalecer el ecosistema emprendedor en Ecuador, comentando:

*“Según un estudio de la Superintendencia de Bancos la cultura del ahorro instaurada en el país no pasa del 30% de las personas con relación de dependencia, es decir que no tenemos una cultura de ahorro.”*

Por último, está el financiamiento ilegal, una forma de préstamo informal a la que recurren muchas personas debido a la falta de garantías suficientes para acceder a financiamiento formal. Este tipo de financiamiento presenta altos riesgos, ya que, si el emprendimiento fracasa, los emprendedores pueden perder lo poco que han logrado obtener, ya que usualmente se deja como garantía bienes personales como automóviles, casas, entre otros. Esto puede llevar a los emprendedores a endeudarse gravemente y enfrentar problemas financieros aún mayores y personales, sin una salida clara. Sánchez manifestó que un emprendimiento funciona correctamente cuando logra captar ventas, siendo el primer paso tener una buena idea que se desmarque de lo que ya existe en el mercado o que posea un valor diferenciado. Por ejemplo, aunque existan muchas heladerías, cada una puede destacarse por ofrecer sabores únicos, especializarse en helados de frutas o incluir toppings especiales, entre otros aspectos.

En conclusión, uno de los mayores desafíos que enfrentan los emprendedores es formalizar su emprendimiento y convertirlo en una empresa sostenible

a largo plazo. Esto implica superar la incertidumbre sobre el futuro y garantizar la continuidad del negocio, asegurando así su estabilidad y crecimiento en el tiempo.

Por último, se conversó con Natalia Garzón que supo decir que el programa de la Fundación Bien-Estar se enfocó en mujeres porque con base en datos a partir de la pandemia la resiliencia en términos económicos para las mujeres ha sido bastante compleja para volver a tener una fuente de trabajo y de fuente de ingresos permanente y por eso les ha tocado sin un conocimiento técnico emprender y por sus características de ser muchas veces cabezas de hogar y tener varios roles de cuidado desde el punto de vista familiar son más organizadas con el tema de las finanzas como muchas de ellas manifiestan:

*“Nos alcanza o le hacemos alcanzar”*

Con esta información se llega a la conclusión de que estas mujeres necesitan saber técnicamente que es lo que están haciendo, con características profundas de que no ahorran por ahorrar o no venden para sobrevivir, sino con los conocimientos poder crear un plan y ser más organizadas y saber en qué fallan, que pueden mejorar

y en que están bien encaminadas. En cuanto a la educación financiera o la economía en general de estas mujeres se supone expresar que no hace falta simplemente saber o ser hábil para hacer algo, ya que si las emprendedoras tienen una tecnificación del tema en el que emprenden la calidad de su producto o servicio será mucho mejor, fracasan por la falta de conocimiento que les permita dar sostenibilidad al negocio teniendo un pensamiento de inmediatez, compro recibo el recurso y lo invierto para el mismo emprendimiento o gastos de la familia sin tener claro una visión de negocio, sino solo se lo ve cómo una forma de generar ingresos por las necesidades. Cuando los emprendimientos van creciendo es cuando más capacitaciones necesitan las mujeres en distintos temas cómo la educación financiera complementándoles con cómo se presenta el producto, la manufactura probando y testeando sus productos mientras los mejora.

En cuanto a las barreras se supo decir que el factor tiempo es el más perjudicial porque las mujeres siempre están dedicadas a acciones de cuidado, de velar por la familia y los núcleos con una multiplicidad de roles donde se descuida las capacitaciones

sabiendo que es necesaria e importante, pero si no se organiza de manera correcta no se le destina el tiempo, por ejemplo si en las capacitaciones de Capital Semilla de Fundación Bien-Estar no se permite que las mujeres vayan con sus hijos existiría un rechazo de parte de ellas porque en ese tiempo podrían pasar con sus hijos cuidándolos, pero se piensa en sus necesidades cómo mujeres, emprendedoras y madres de familia.

Un dato relevante que se ha identificado es que el conocimiento puede verse como secundario de la mano de la falta el empoderamiento con pensamientos como “quizás no podré aprender” o “mi emprendimiento no es lo suficientemente bueno” pueden desmotivar y limitar el progreso. Por ello, es crucial abordar primero esta dimensión psicológica, ayudando a las personas a reconocer su capacidad para aprender y desarrollarse. Al fortalecer esta confianza, podrán tomar decisiones más informadas y efectivas en sus negocios.

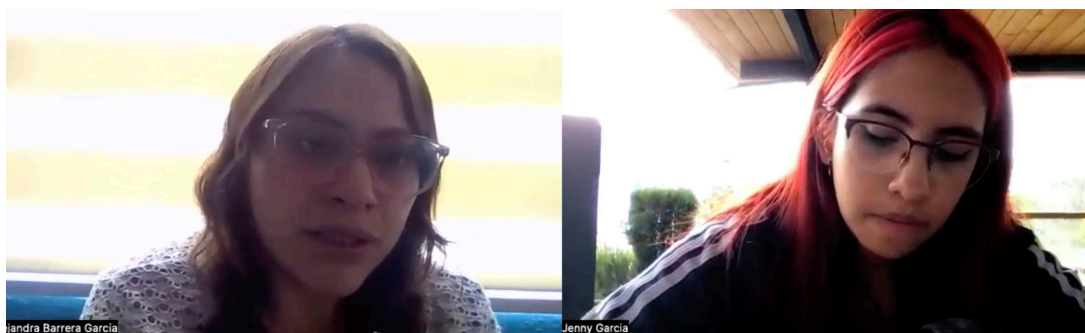
La educación financiera es crucial para todos, pero especialmente para las mujeres, ya que les permite tomar decisiones informadas y gestionar el riesgo de sus inversiones de manera efectiva. Sin

una perspectiva financiera clara, es difícil establecer metas a largo plazo, y muchas veces se enfocan en el día a día sin una visión de futuro. La educación financiera proporciona herramientas para definir objetivos a corto, mediano y largo plazo, ayudando a cada acción a alinearse con una meta financiera específica. Esto facilita una mejor relación con el dinero y permite tomar decisiones más acertadas tanto en la vida personal como en los negocios. La conclusión de este análisis revela desafíos significativos que enfrentan las emprendedoras en Ecuador como la falta de oportunidades, el desconocimiento de los procesos financieros y la complejidad del ecosistema empresarial, una de

las barreras que obstaculizan el éxito empresarial, con esto la falta de diseño en los materiales, una mala distribución de los textos, gráficos y fotografías pueden llegar a confundir a las personas o no comprender los términos, así evidenciando una falta de material gráfico para las mujeres. Sin embargo, también se destacan estrategias prometedoras para superar estos obstáculos, como la adopción de tecnologías digitales y el énfasis en la calidad del servicio al cliente. En última instancia, este análisis resalta la necesidad de un mayor apoyo, tanto en términos de educación financiera en un entorno emprendedor más robusto y equitativo en Ecuador.

**Figura 11.**

*Captura de pantalla entrevista Mayra Alejandra, elaboración propia*



# Caracterización del usuario

08

Se realizó un análisis socioeconómico de las participantes donde se identificó los miembros de su familia, sus ingresos, su nacionalidad, el tiempo de sus emprendimientos, en sí sus características para identificar particularidades y cualidades de cada una de ellas. Así con esta información se supo identificar que son mujeres cabezas de hogar y madres de familia en su mayoría donde son el eje de la economía de sus hogares con emprendimientos ya iniciados, pero no potenciados al 100% y con una deficiencia en la educación financiera con vacíos en algunos temas.

**Figura 12.**

*Mapa de empatía, elaboración propia*



En relación con lo antes expuesto el público objetivo son las emprendedoras en Ecuador que son cabezas de hogar y migrantes con documentos ecuatorianos enfrentan múltiples desafíos en su búsqueda por desarrollar sus negocios. Con ingresos familiares alrededor de \$605 mensuales y un nivel educativo de secundaria, estas mujeres sostienen a más de una carga familiar y manejan emprendimientos con al menos seis meses de desarrollo. Su mayor necesidad es potenciar y hacer crecer sus negocios, lo cual incluye capacitarse en temas financieros, mejorar la comercialización de sus productos y generar alianzas con pares que compartan sus experiencias y desafíos. Además, buscan crear redes de apoyo con otras emprendedoras para intercambiar

consejos y sobrellevar situaciones difíciles. Sin embargo, estas emprendedoras se enfrentan a diversas frustraciones que obstaculizan su progreso. La falta de tiempo para capacitarse, la carencia de claridad sobre el crecimiento necesario para sus negocios y la ausencia de un pensamiento orientado a la inversión limitan sus oportunidades de éxito. Asimismo, carecen de una red sólida de contactos o clientes y no tienen identificados claramente a sus clientes ideales. La brecha tecnológica y de conocimiento añade una capa adicional de dificultad, impidiendo que mejoren sus emprendimientos de manera efectiva. Estos retos subrayan la necesidad de intervenciones que proporcionen no solo capacitación técnica y financiera, sino también apoyo en la creación de redes y el desarrollo de habilidades de gestión empresarial.

# Análisis tipológico

09

# Platzi

Es una plataforma de educación en línea diseñada para enseñar habilidades prácticas en áreas como tecnología, diseño, marketing y negocios, está dirigida principalmente a jóvenes profesionales y emprendedores interesados en mejorar sus competencias digitales. <https://platzi.com/escuela/producto/>

**Tabla 1.**  
Tipología local (Platzi), elaboración propia

	ASPECTO A EVALUAR	TIPOLOGÍA LOCAL
INFORMACIÓN GENERAL:	<b>Concepto:</b> Idea central del producto gráfico.	Transparencia y accesibilidad en los seguros, utilizando un diseño visual atractivo y amigable.
	<b>Objetivo:</b> ¿Qué se busca lograr con el producto?	Plataforma de seguros basada en inteligencia artificial con un enfoque en la simplicidad y rapidez, simplificando el proceso de contratación de seguros.
	<b>Público objetivo:</b> ¿A quién va dirigido el producto?	Ofrece seguros para inquilinos, propietarios, viviendas, mascotas y vida con un enfoque en la simplicidad y rapidez.
	<b>Mensaje:</b> ¿Qué se quiere comunicar?	"Seguros simples, rápidos y justos para todos."
	<b>Canal:</b> ¿En qué medio se difunde el producto?	Plataformas digitales como aplicaciones móviles, redes sociales, y sitios web.
	<b>Formato:</b> ¿Cómo se presenta el producto? (Impreso, digital, audiovisual, etc.)	Digital (sitio web y aplicación móvil), audiovisual (videos explicativos), y publicaciones gráficas en redes sociales.
DISEÑO:	<b>Color:</b> Gama cromática, psicología del color, tendencias actuales.	Colores como rosa, blanco, gris y negro con tonos limpios, para transmitir calma y confianza.
	<b>Tipografía:</b> Clasificación de las tipografías, legibilidad y jerarquía, tendencias actuales.	Tipografías modernas y sans-serif, que refuerzan un diseño accesible y minimalista.
	<b>Composición:</b> Elementos de la composición, principios de diseño, estilos compositivos.	Diseño limpio y balanceado, con énfasis en elementos centrales como iconos y botones llamativos.
	<b>Interfaz:</b> Usabilidad y accesibilidad, elementos interactivos, tendencias actuales.	Altamente usable, con navegación intuitiva y elementos interactivos claros.
	<b>Imagen:</b> Función, estilos y técnicas que se utilizan en las imágenes: fotos, ilustraciones, pictogramas.	Ilustraciones amigables y minimalistas, acompañadas de fotografías humanas que generan empatía.
TÉCNICA:	<b>Soporte:</b> Diseño digital vs. análogo, adaptación a diferentes plataformas, consideraciones técnicas.	Principalmente digital, optimizado para plataformas móviles y adaptado para el entorno web.
	<b>Herramientas:</b> Software utilizado, recursos gráficos y tecnológicos.	Software de diseño digital como Figma, Sketch, o Adobe Creative Suite.
	<b>Presupuesto:</b> Costos de producción y distribución.	Altamente focalizado en marketing digital y diseño de interfaces.
EFICACIA:	<b>Impacto:</b> Alcance y engagement del producto.	Gran engagement en usuarios jóvenes; facilita la retención y la viralización gracias a su diseño distintivo.
	<b>Retorno de la inversión (ROI):</b> Rentabilidad del producto.	Elevado, ya que el diseño intuitivo y las campañas digitales convierten eficientemente a los usuarios en clientes.
	<b>Posicionamiento:</b> Cómo se posiciona el producto frente a la competencia.	Referente en seguros digitales, destacando frente a competidores tradicionales por su accesibilidad y transparencia.

# Headway

Es una aplicación desarrollada por Headway Inc., una compañía con sede en Ucrania de aprendizaje personal que ofrece resúmenes de libros en formatos breves y fáciles de digerir, como texto y audio. Está diseñada para personas que desean aprender y mejorar habilidades en áreas como desarrollo personal, negocios, productividad y psicología, pero tienen poco tiempo para leer libros completos.

**Tabla 2.**  
Tipología mundial (Headway), elaboración propia

ASPECTO A EVALUAR		TIPOLOGÍA MUNDIAL
INFORMACIÓN GENERAL:	<b>Concepto:</b> Idea central del producto gráfico.	Resúmenes breves y prácticos de libros de no ficción para facilitar el aprendizaje y desarrollo personal en poco tiempo.
	<b>Objetivo:</b> ¿Qué se busca lograr con el producto?	Ayudar a las personas ocupadas a adquirir conocimientos clave de libros populares y mejorar sus habilidades.
	<b>Público objetivo:</b> ¿A quién va dirigido el producto?	Profesionales, estudiantes y personas interesadas en el desarrollo personal.
	<b>Mensaje:</b> ¿Qué se quiere comunicar?	"Aprende lo esencial en 15 minutos al día."
	<b>Canal:</b> ¿En qué medio se difunde el producto?	Aplicación móvil disponible en Google Play y App Store.
	<b>Formato:</b> ¿Cómo se presenta el producto? (Impreso, digital, audiovisual, etc.)	Resúmenes en texto y audio accesibles desde dispositivos móviles.
DISEÑO:	<b>Color:</b> Gama cromática, psicología del color, tendencias actuales.	Paleta de colores cálidos y vibrantes que transmite energía, enfoque y modernidad.
	<b>Tipografía:</b> Clasificación de las tipografías, legibilidad y jerarquía, tendencias actuales.	Tipografías sans-serif limpias y modernas que aseguran la legibilidad en pantallas pequeñas.
	<b>Composición:</b> Elementos de la composición, principios de diseño, estilos compositivos.	Diseño minimalista con una estructura clara que guía al usuario directamente hacia los resúmenes y funciones principales.
	<b>Interfaz:</b> Usabilidad y accesibilidad, elementos interactivos, tendencias actuales.	Interactiva y fácil de usar, con gamificación (metas y logros) para mantener al usuario motivado.
	<b>Imagen:</b> Función, estilos y técnicas que se utilizan en las imágenes: fotos, ilustraciones, pictogramas.	Uso de íconos, ilustraciones modernas y gráficos simples que complementan el contenido y facilitan la experiencia de aprendizaje.
TÉCNICA:	<b>Soporte:</b> Diseño digital vs. análogo, adaptación a diferentes plataformas, consideraciones técnicas.	Exclusivamente digital, optimizado para dispositivos móviles.
	<b>Herramientas:</b> Software utilizado, recursos gráficos y tecnológicos.	Desarrollo móvil avanzado, uso de tecnologías de UX/UI y personalización basada en preferencias del usuario.
	<b>Presupuesto:</b> Costos de producción y distribución.	Inversión en diseño de la app, marketing digital global, y en la adquisición de licencias de libros.
EFICACIA:	<b>Impacto:</b> Alcance y engagement del producto.	Gran alcance internacional
	<b>Retorno de la inversión (ROI):</b> Rentabilidad del producto.	Elevado, gracias a su modelo de suscripción recurrente y su popularidad en mercados globales.
	<b>Posicionamiento:</b> Cómo se posiciona el producto frente a la competencia.	Una de las principales aplicaciones de microaprendizaje, destacada por su enfoque en resúmenes breves y su diseño amigable.

# Lemonade

Es una plataforma de seguros basada en inteligencia artificial que opera en Estados Unidos. Ofrece seguros para inquilinos, propietarios, viviendas, mascotas y vida, con un enfoque en la simplicidad, rapidez y transparencia. Una de sus características más destacadas es su modelo de negocio único, donde cobra una tarifa fija, y el resto de los fondos no utilizados para pagar reclamaciones se dona a causas benéficas seleccionadas por los usuarios.

**Tabla 3.**  
Tipología mundial (Lemonade), elaboración propia

	ASPECTO A EVALUAR	TIPOLOGÍA MUNDIAL
INFORMACIÓN GENERAL:	<b>Concepto:</b> Idea central del producto gráfico.	Transparencia y accesibilidad en los seguros, utilizando un diseño visual atractivo y amigable.
	<b>Objetivo:</b> ¿Qué se busca lograr con el producto?	Plataforma de seguros basada en inteligencia artificial con un enfoque en la simplicidad y rapidez, simplificando el proceso de contratación de seguros.
	<b>Público objetivo:</b> ¿A quién va dirigido el producto?	Ofrece seguros para inquilinos, propietarios, viviendas, mascotas y vida con un enfoque en la simplicidad y rapidez.
	<b>Mensaje:</b> ¿Qué se quiere comunicar?	"Seguros simples, rápidos y justos para todos."
	<b>Canal:</b> ¿En qué medio se difunde el producto?	Plataformas digitales como aplicaciones móviles, redes sociales, y sitios web.
	<b>Formato:</b> ¿Cómo se presenta el producto? (Impreso, digital, audiovisual, etc.)	Digital (sitio web y aplicación móvil), audiovisual (videos explicativos), y publicaciones gráficas en redes sociales.
DISEÑO:	<b>Color:</b> Gama cromática, psicología del color, tendencias actuales.	Colores como rosa, blanco, gris y negro con tonos limpios, para transmitir calma y confianza.
	<b>Tipografía:</b> Clasificación de las tipografías, legibilidad y jerarquía, tendencias actuales.	Tipografías modernas y sans-serif, que refuerzan un diseño accesible y minimalista.
	<b>Composición:</b> Elementos de la composición, principios de diseño, estilos compositivos.	Diseño limpio y balanceado, con énfasis en elementos centrales como iconos y botones llamativos
	<b>Interfaz:</b> Usabilidad y accesibilidad, elementos interactivos, tendencias actuales.	Altamente usable, con navegación intuitiva y elementos interactivos claros.
TÉCNICA:	<b>Soporte:</b> Diseño digital vs. análogo, adaptación a diferentes plataformas, consideraciones técnicas.	Principalmente digital, optimizado para plataformas móviles y adaptado para el entorno web.
	<b>Herramientas:</b> Software utilizado, recursos gráficos y tecnológicos.	Software de diseño digital como Figma, Sketch, o Adobe Creative Suite.
	<b>Presupuesto:</b> Costos de producción y distribución.	Altamente focalizado en marketing digital y diseño de interfaces.
EFICACIA:	<b>Impacto:</b> Alcance y engagement del producto.	Gran engagement en usuarios jóvenes; facilita la retención y la viralización gracias a su diseño distintivo.
	<b>Retorno de la inversión (ROI):</b> Rentabilidad del producto.	Elevado, ya que el diseño intuitivo y las campañas digitales convierten eficientemente a los usuarios en clientes.
	<b>Posicionamiento:</b> Cómo se posiciona el producto frente a la competencia.	Referente en seguros digitales, destacando frente a competidores tradicionales por su accesibilidad y transparencia.

Figura 13.  
Moodboard tipología local (Platzi), elaboración propia

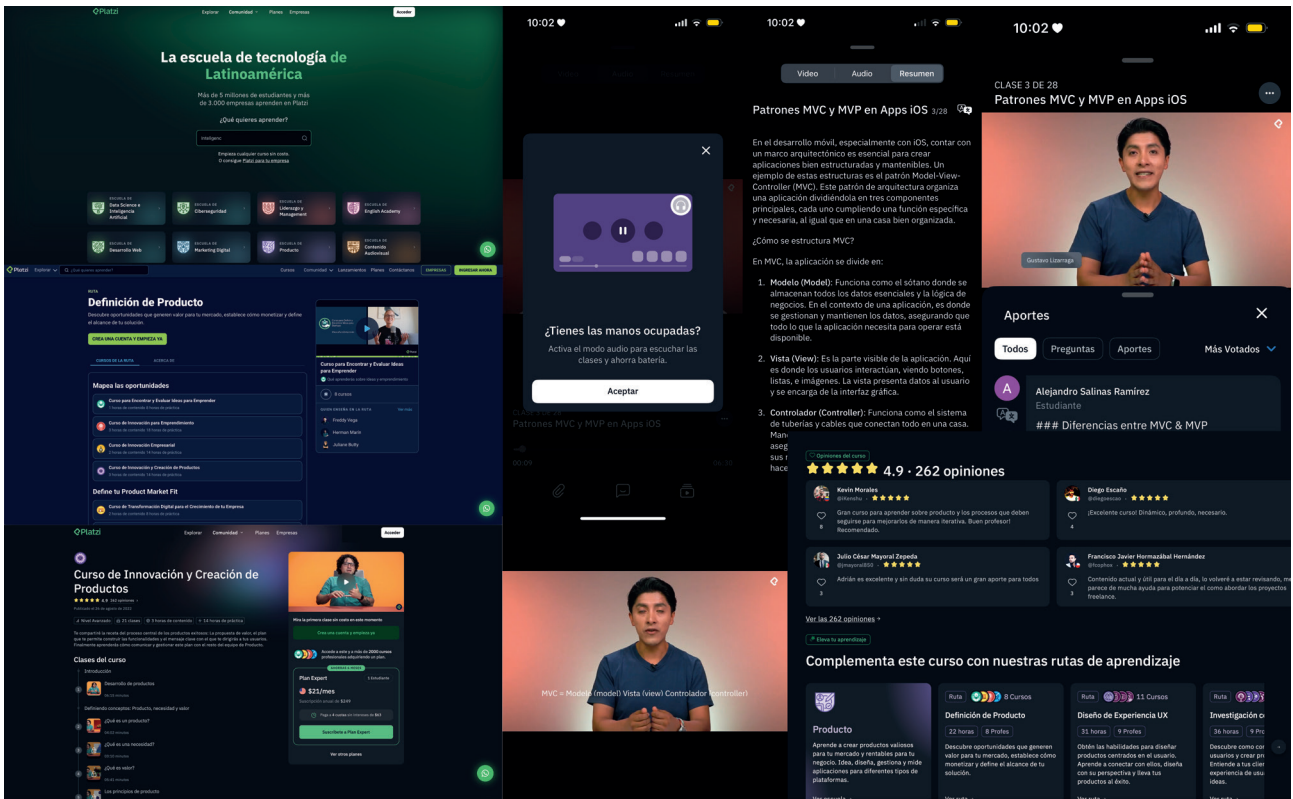
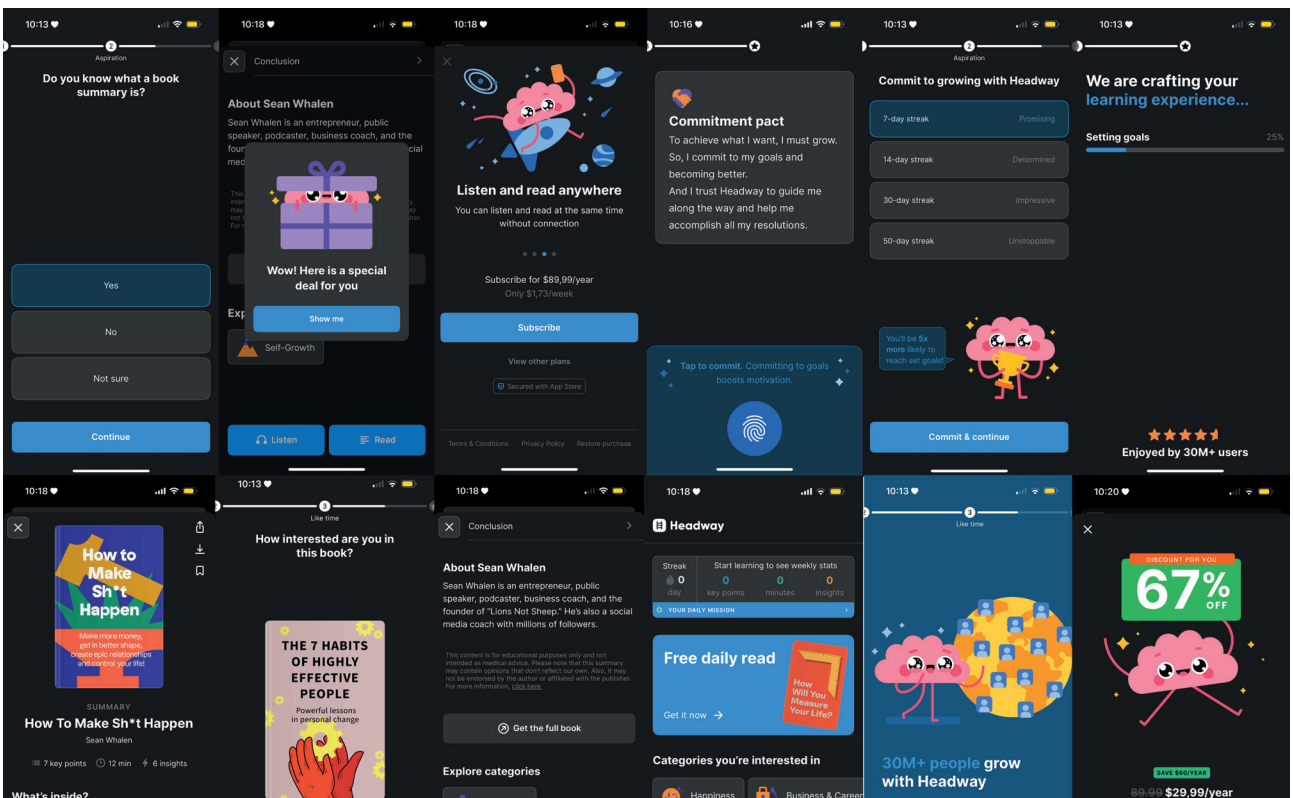
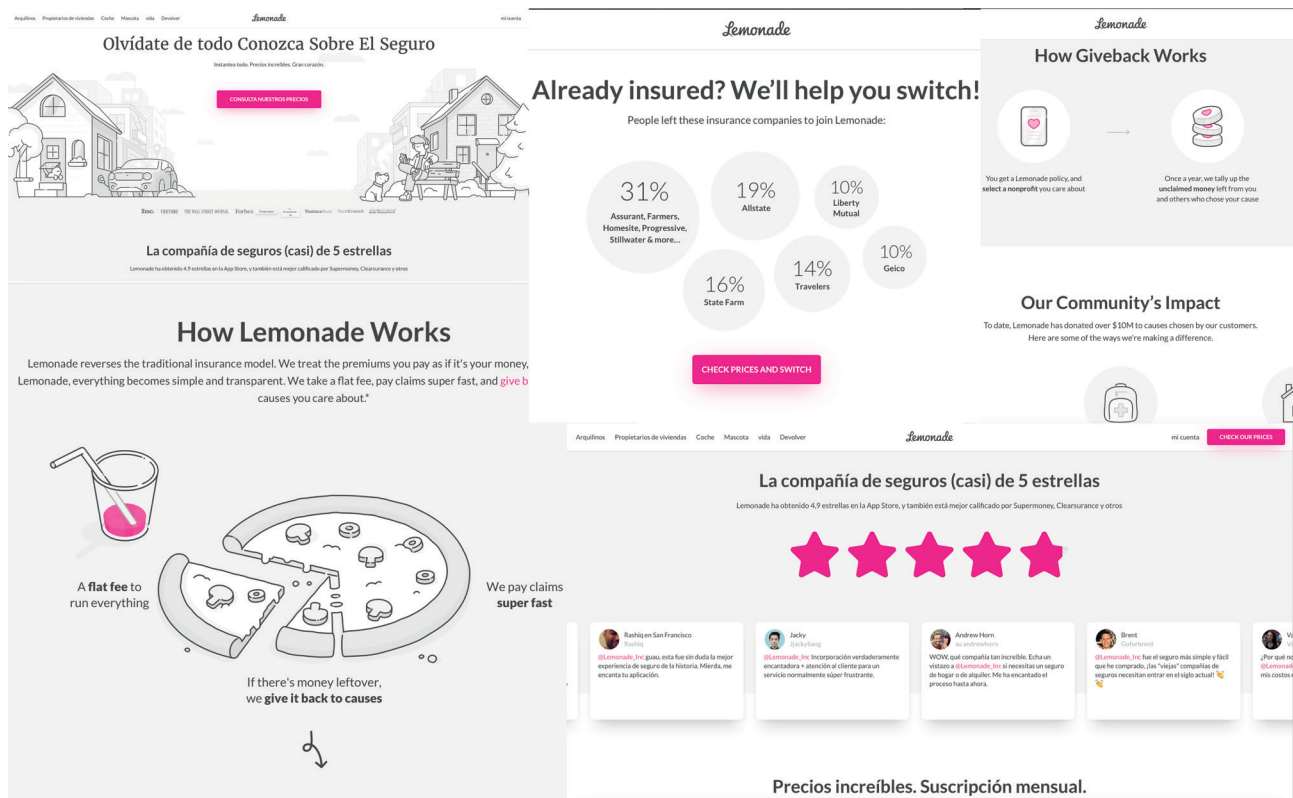


Figura 14.  
Moodboard tipología mundial (Headway), elaboración propia



**Figura 15.**  
Moodboard tipología mundial (Lemonade), elaboración propia



De acuerdo a las tipologías revisadas, se puede concluir que las tres plataformas juegan con un diseño minimalista que prioriza la experiencia del usuario, aunque con enfoques diferentes como resaltar lo funcional y educativo con lo versátil. Con públicos objetivos distintos buscando empoderar al usuario, ya sea por medio de educación profunda (Platzi), aprendizaje rápido (Headway) o experiencias visuales eficientes (Lemonade). Si bien definimos la importancia de la iconografía, ilustración y fotografía para el proyecto que se realizó gracias a nuestros referentes se decidió escoger una gama de colores que no perturbe al usuario y tenga un buen contraste a diferencia de ellos. Se reveló que la Fundación necesitaba un material más didáctico y no meramente informativo, así se propuso como adicional un material que permita a las participantes del programa hacer el registro del proceso de aprendizaje y así garantizar que su emprendimiento tenga una base financiera sólida, acompañando de la mano a las usuarias.

# Definición del problema gráfico

# 10

De acuerdo con el libro de Michael Johnson (Jhonson, 2012) se realiza una serie de preguntas que ayudarán con el tema en específico para llegar a cuál es el principal problema gráfico.

Comportamiento del público, pregunta 2:

**¿La información existente en el contexto es abundante, extensa, complicada y el público no la emplea, no la usa y la rechaza por lo cual es necesario filtrar todo y proponer información gráfica que se torne imprescindible?** (Jhonson, 2012, p.164)

Según la investigación realizada, se ha encontrado información sobre educación financiera en las diferentes plataformas de los bancos del país, se encontró que las personas tampoco saben sobre el tema y que lo que han leído es confuso de comprender. No obstante, dicha información no se presenta de manera adecuada o accesible para el usuario, lo que dificulta su plena comprensión en diversas plataformas. Por esta razón, es esencial filtrar y simplificar la información, presentándola de forma gráfica. Este enfoque facilitará su comprensión y aumentará la probabilidad de que el público la utilice de manera efectiva.

Aprender mejor, pregunta 11:

**¿Qué conceptos, habilidades o destrezas se quiere mejorar en su aprendizaje? ¿Cómo funcionan y son utilizados los materiales existentes y que problemas presentan? ¿Qué nuevos medios se puede emplear para este aprendizaje y que sean viables en el contexto?**

(Jhonson, 2012, p.192)

Se concluye que los conceptos de educación financiera son cruciales para la población de emprendedores del país, especialmente para las mujeres que desean establecer negocios sólidos. Sin estos conocimientos básicos, es difícil que puedan alcanzar sus objetivos. Es necesario mejorar los medios y la terminología utilizada para llegar a las personas, ya que las plataformas actuales en el país resultan ineficientes y, en muchos casos, generan confusión en lugar de ayudar. En Fundación Bien-Estar se tiene una plataforma con información de educación financiera donde se puede realizar presupuestos, planificar el ahorro, calcular las deudas, el punto de equilibrio y blogs sobre temas de educación financiera desde diversos puntos de aprendizaje, sin embargo, es algo muy básico en el que solo se mete los datos sin una explicación previa y sin conocimientos del tema, sino enfocado en el calcular de manera rápida

ciertos aspectos. Es fundamental presentar los conceptos de manera clara y no técnica, y promover estas plataformas de forma más efectiva para que las mujeres ecuatorianas adquieran los conocimientos básicos necesarios para crear emprendimientos viables con una educación financiera adecuada.

# Requerimiento del proyecto



Como se evidencia en el anexo 2, el diseño de recursos gráficos destinados a mujeres emprendedoras requiere un enfoque integral que contemple diversos elementos esenciales para garantizar su funcionalidad, accesibilidad y efectividad en la transmisión de conocimientos. Es crucial que estos recursos presenten interfaces intuitivas y sencillas de usar, permitiendo que las usuarias interactúen con facilidad y encuentren la información necesaria sin complicaciones. Además, deben ser adaptables a diferentes dispositivos y formatos, desarrollando un *publish online* de la aplicación, manteniéndose actualizados y relevantes con el tiempo. La legibilidad es otro factor determinante, siendo necesario emplear tipografías claras, de tamaño adecuado, que favorezcan la rápida comprensión de los contenidos. Esto se complementa con una cromática atractiva, profesional y moderna, capaz de captar la atención de las usuarias sin resultar invasiva o excesiva. Asimismo, el diseño debe incorporar imágenes que aporten valor visual y refuercen el mensaje, evitando saturar las composiciones, y emplear layouts estructurados que distribuyan los textos e iconos de manera lógica y armónica. En términos de interacción, resulta indispensable incluir elementos que permitan una experiencia dinámica y práctica, como botones o acciones que guíen a las usuarias en su recorrido por el material. La claridad en el discurso gráfico, adaptado específicamente al público objetivo, también es esencial, utilizando un lenguaje comprensible que transmita los conceptos de manera directa. Además, es recomendable emplear símbolos universales y estilos gráficos coherentes que refuercen la identidad visual del material y faciliten su interpretación. Por último, la distribución debe ser accesible, utilizando canales como redes sociales para llegar a un público más amplio y permitiendo que las usuarias obtengan el material de manera gratuita o a bajo costo. Estos recursos no solo deben cumplir con estándares visuales y funcionales, sino también ser herramientas efectivas que fomenten el aprendizaje y contribuyan al desarrollo de habilidades financieras y empresariales en mujeres emprendedoras, verificando que los conocimientos no solo sean entendidos sino aplicados en cada proyecto.

# Ideación y exploración de la forma

12

Para la ideación y exploración de la forma, se revisó el libro "Intuición, acción, creación: Graphic Design Thinking" de Ellen Lupton, en el cual se explica que al inicio de los procesos de creación existen diversos métodos, como las asociaciones forzadas y volcado de ideas.

Para este ejercicio, se utilizaron las siguientes palabras: escalada, dinero, montaña, comer, bailar, bicicleta, jugar, armar, incendio, escribir, mariposa, fuego, clásico, medicamentos, termo, micrófono, sombrero y microscopio.

### Asoociaciones forzadas

Este proceso consiste en realizar una lluvia de ideas utilizando palabras que surjan espontáneamente, incluso si en su mayoría no están relacionadas con el tema. Posteriormente, se busca establecer conexiones entre estas palabras y el tema

### Volcado de ideas

Se elabora una especie de mapa mental donde el tema principal es la temática a tratar. A partir de ahí, se extraen palabras relacionadas directamente con el tema, así como sus sinónimos y significados, con el objetivo de centrar y estructurar las ideas.

Figura 16. Fotografía ideación, elaboración propia

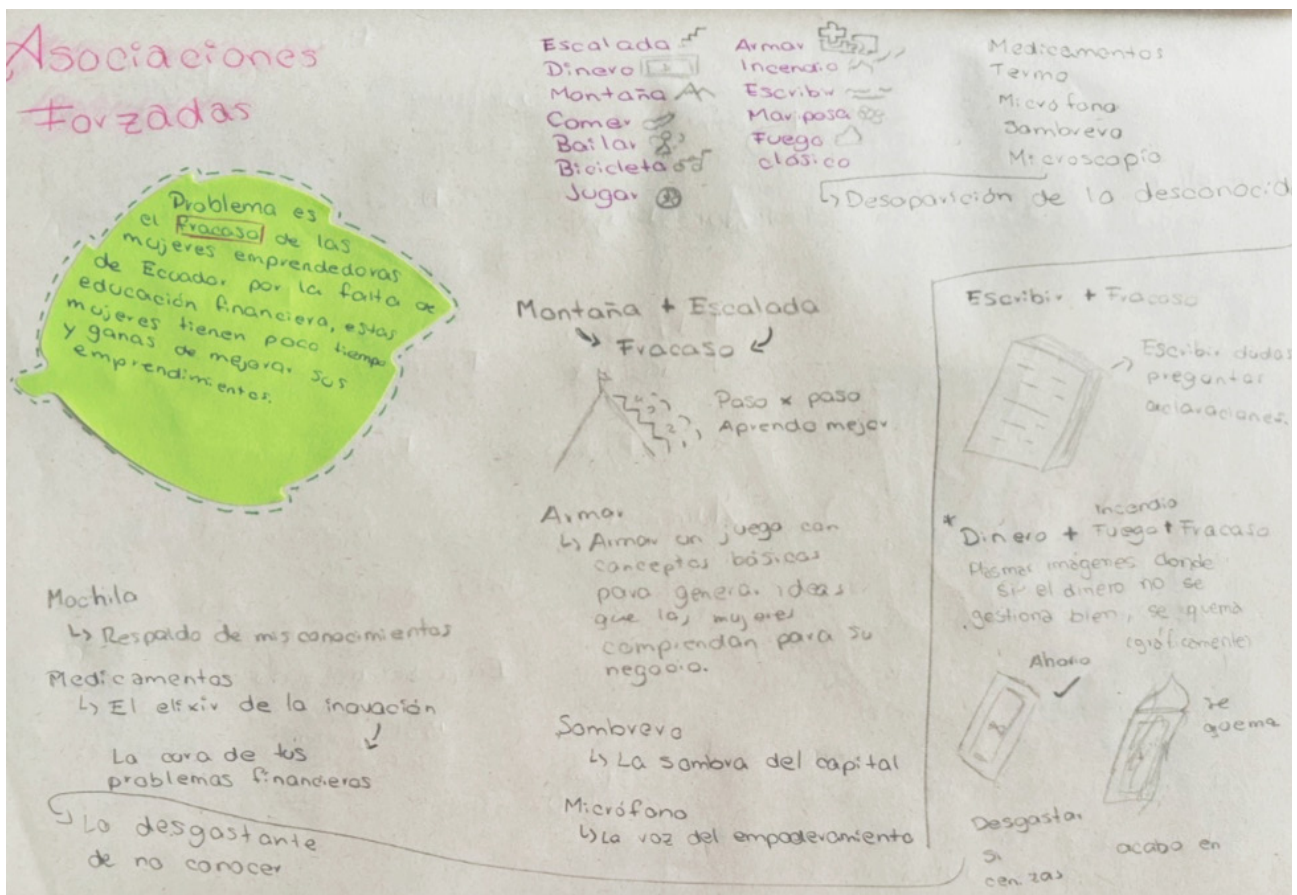
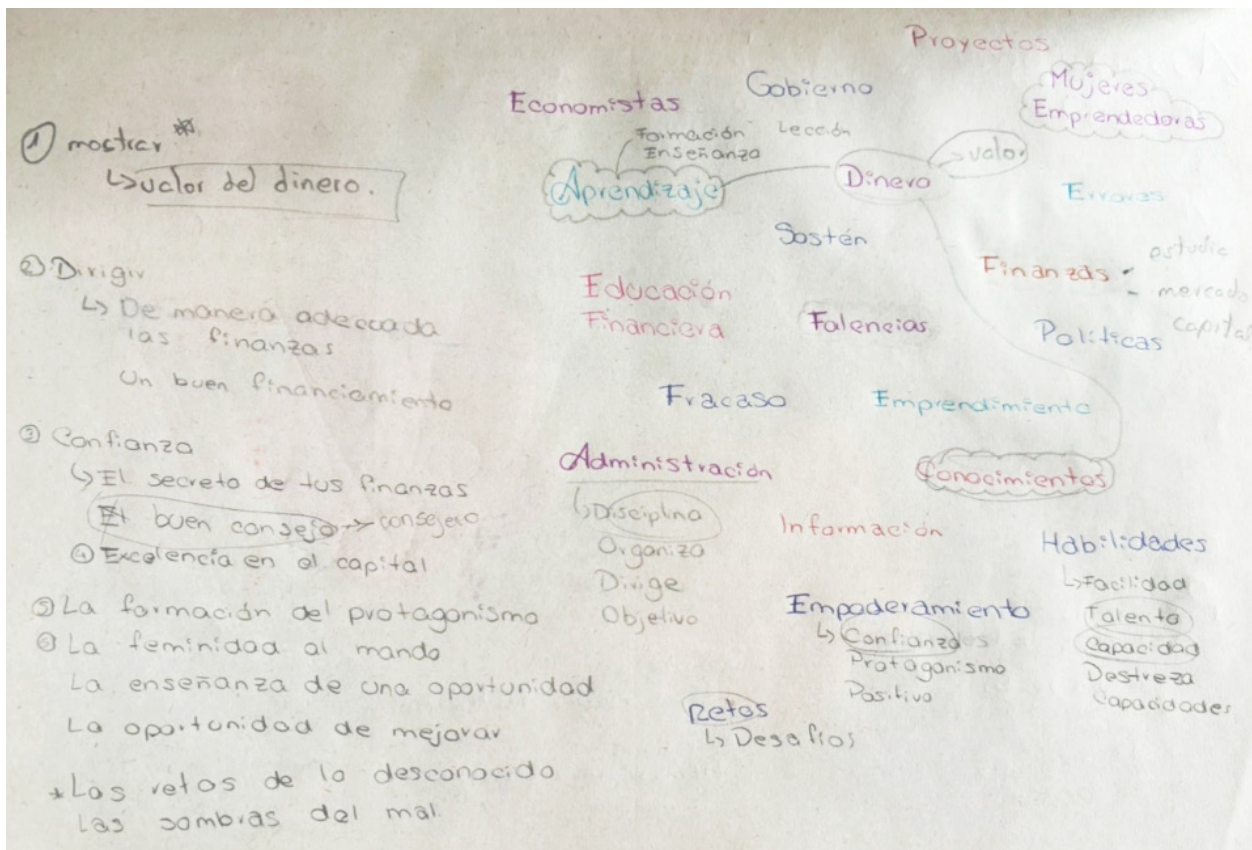


Figura 17.

Fotografía ideación, elaboración propia



El concepto de **Raíces del Éxito** fue desarrollada mediante el método de asociaciones forzadas, partiendo de la palabra "escalar" como base.



Buscando evitar interpretaciones obvias, se identificó la palabra "raíz" como el elemento clave que simboliza crecimiento, fortaleza y el punto de partida hacia el éxito, cualidades inherentes a las mujeres emprendedoras a las que se dirige este proyecto. Según la Real Academia Española (RAE), la raíz es un órgano que, al absorber nutrientes y sostener a la planta, asegura su crecimiento. Esta metáfora se aplica para representar a las mujeres como seres fuertes y resilientes, capaces de superar adversidades y crecer continuamente. El concepto del "éxito" complementa esta

idea, definiéndose como la capacidad de alcanzar metas gracias a la voluntad y el esfuerzo. Por ello, Raíces del Éxito encapsula la visión de las mujeres emprendedoras como figuras que, desde sus bases sólidas, impulsan el desarrollo de sus negocios y hogares con determinación, siendo ejemplos de perseverancia. En términos gráficos, el concepto se traduce en representaciones visuales cargadas de simbolismo. Por ejemplo, los pies de una mujer como raíces firmes representan su conexión con la fortaleza, mientras que un vestido o cabeza con raíces alude a la creatividad y el aprendizaje como fuentes de crecimiento. Este enfoque visual sustenta la propuesta gráfica para una guía educativa digital, estructurada bajo tres códigos principales:

#### **Código Cromático:**

Se propone el uso de colores marrones, rosados y verdes, seleccionados estratégicamente por su contraste y simbolismo. El color marrón representan las raíces y evoca estabilidad y seguridad. El color rosado, por su parte, se define como un tono femenino, representando alegría y energía suave, simbolizando así a la mujer y el color verde aporta al contraste simbolizando armonía y equilibrio.

#### **Código Morfológico:**

Se propone el uso de pictogramas cerrado con terminaciones redondeadas que transmiten confianza. Dichos elementos incluirán texturas que refuercen el concepto de raíces, junto con ilustraciones simplificadas y fotografías que complementen visualmente el mensaje de la guía.

#### **Código Tipográfico:**

Tras una exploración exhaustiva, se determinó que las tipografías sans serif, como Open Sans o Comforta, son ideales para este proyecto. Estas fuentes digitales y editoriales promueven una lectura fluida, agradable y profesional, reforzando la confianza en el material.

En conclusión, Raíces del Éxito busca transmitir que, con esfuerzo, aprendizaje y resiliencia, las mujeres emprendedoras pueden superar retos y alcanzar sus metas, pese a las complejidades de su entorno. Este mensaje se fortalece mediante una metáfora visual que hace tangible la conexión entre sus raíces personales y su capacidad para florecer en el ámbito empresarial y social, como se puede constatar en la figura 18.

**Figura 18.**  
Fotografía ideación, elaboración propia



Para la formación del concepto **Salvándola de las cenizas** se realizó una metáfora y exageración de esta donde las cenizas son la representación del fuego, del peligro de llevar unas malas finanzas en el emprendimiento.



Asociándole al que si no se gestiona de manera correcta el dinero y los recursos

no se puede sacar adelante el negocio y donde las capacitaciones y el material gráfico que les proporcionaré son lo que les salvará de no caer en la ruina. Para una mejor explicación primero se tiene que comprender los conceptos que según la RAE la palabra salvar es vencer un obstáculo, pasando por encima o a través de él, liberar de un riesgo, liberar, libertad, ayudar, rescatar, superar, vencer y la palabra cenizas es polvo de color gris claro que queda después de una combustión completa, y está formado, generalmente por sales alcalinas y térreas, sílice y óxidos metálicos, residuos y es un símbolo de sin alegría. Entendiendo esto el significado del concepto Salvándola de cenizas es una exageración como ya se mencionó que a pesar de creer que se está bastante mal se puede salir aún con unas buenas bases y mejorando cada día.

De manera gráfica, se representa con una mujer hecha de agua, simbolizando fluidez, adaptabilidad y vida. Ella protege sus finanzas, que se están quemando debido al desconocimiento sobre cómo manejar correctamente la economía y los recursos de su negocio. Esta imagen hace referencia a una madre cuidadosa, amorosa y preocupada por proteger a

sus hijos de cualquier peligro, una de las características principales de estas mujeres.

El emprendimiento se muestra como su herramienta clave para salir adelante y sostener a su hogar. A través de estas capacitaciones, podrán adquirir el conocimiento necesario para cuidar y gestionar adecuadamente sus negocios, asegurando su crecimiento y estabilidad.

Los elementos gráficos serán:

#### **Código Cromático:**

La ideación de los códigos gráficos para la aplicación educativa se realiza utilizando una paleta de colores fríos, como azul, verde y negro/gris, seleccionados por sus significados según la psicología del color.

El azul representa la tranquilidad, paz, protección y control, símbolo de refugio que las mujeres necesitan para fortalecer sus finanzas. El verde denota crecimiento y renovación, cualidades esenciales para mejorar los emprendimientos y favorecer positivamente sus finanzas. El negro o gris que evoca el poder y la preocupación, haciendo alusión a las cenizas como un símbolo de lo que queda tras superar las adversidades.

#### **Código Morfológico:**

En cuanto a las imágenes, se utilizarán

ilustraciones definidas por líneas y diferentes tonos de colores para crear luces y sombras. Estas tendrán un nivel de detalle medio y terminaciones en punta, que representan el peligro de una manera sutil y no agresiva, alineándose con el propósito educativo.

#### **Código Tipográfico:**

Dado que el material será digital, se optará por una tipografía sans serif de formas redondeadas, que transmita protección y confianza. Para generar contraste y reforzar el concepto, se incluirá una tipografía serif con remates en las puntas, simbolizando el peligro asociado a una mala ejecución de los recursos financieros. Un ejemplo ideal sería la combinación de una tipografía sans serif, como Open Sans, con una serif como Georgia, que equilibra ambos aspectos visuales.

Como podemos observar en la figura 19.

**Figura 19.**  
*Fotografía ideación, elaboración propia*



Por último concepto se llegó a *pasos de resiliencia*, para realizar este concepto se tomó como referencia el camino que las mujeres emprendedoras deben seguir para tener un buen emprendimiento.



**Es la adaptación y los movimientos de los pies para ver la luz al final del camino.**

Según la RAE los pasos son el movimiento sucesivo de ambos pies al andar, son movimientos, adaptación, pies, avance y la resiliencia es la capacidad de adaptación de un ser vivo frente a un agente perturbador o un estado o situación aversos, es un sistema, salir de la adversidad donde se ve la luz al final del camino. Con esta explicación el concepto Pasos de resiliencia es la adaptación y movimientos de los pies para ver la luz al

final del camino, explicándolo con el tema es el duro camino que las emprendedoras deben pasar para emprender en un país con tan baja educación financiera y donde la resiliencia es a lo que se deben aferrar para salir adelante siendo así la adaptación y los movimientos de los pies o sus acciones para ver la luz al final del camino. De manera gráfica, se representa con unas huellas que simbolizan los pasos de la mujer, diseñadas en color magenta para reflejar su identidad y propósito. Además, se emplea una iconografía con terminaciones completamente redondeadas para garantizar una mejor recepción por parte del usuario.

En la guía digital educativa, este camino se identifica a través de niveles progresivos. Cada nivel desbloquea el siguiente, permitiendo al usuario avanzar paso a paso hasta alcanzar la meta que es aprender correctamente los términos planteados. A lo largo de esta experiencia, la paleta cromática evoluciona desde tonos suaves hasta un magenta más intenso, destacando visualmente el progreso y el fortalecimiento del aprendizaje conforme se avanza hacia el objetivo final.

Así se obtuvo los códigos gráficos que se pretenden utilizar:

### - Código Cromático:

Se selecciona una paleta cromática basada en tonos magentas y grises. El color magenta representa lo femenino, suave, dulce, calmante y relajante y el color gris que evoca resiliencia, poder y preocupación, reflejando la fortaleza interna de las mujeres frente a las adversidades.

### - Código Morfológico:

Los pictogramas tendrán terminaciones redondeadas, sin mayor nivel de detalle, priorizando los colores como elemento principal. El estilo gráfico se basa en formas no rellenas, similares a manchas, que simbolizan los pasos de un camino imperfecto que, con el tiempo y esfuerzo, se vuelven más definidos y fuertes.

### - Código Tipográfico:

Al tratarse de un producto digital enfocado en crear un ambiente de confianza, se utilizará una tipografía sans serif de formas redondeadas, como Geomanist. Esta será complementada con una tipografía más suelta y libre, que refleje que el camino no siempre es lineal ni perfecto, pero sigue siendo válido y significativo.

En conclusión, muchas de estas mujeres enfrentan grandes desafíos debido a la falta de educación financiera, lo

que hace que su camino esté lleno de obstáculos. Sin embargo, su resiliencia para seguir adelante es admirable. Con las herramientas y conocimientos que se les proporcionarán, podrán encontrar claridad en este camino complejo, descubrir una salida y empoderarse a través del aprendizaje. Esto les permitirá alcanzar una mejor versión de sí mismas y llevar sus negocios al siguiente nivel. Como se evidencia en el proceso de ideación que se puede observar en la figura 20.

A partir de esto se utilizó medios digitales para la continuación de la propuesta.

**Figura 20.**  
*Fotografía ideación, elaboración propia*



# **Evaluación del concepto y estilo gráfico**

# **13**

Después de haber realizado la construcción de las propuestas gráficas y los conceptos, es momento de validarlos, estos fueron presentados a los expertos en diseño y finanzas y comitentes del proyecto mediante una presentación explicativa, que incluyó detalles de cada concepto y un sistema de valoración con la herramienta escala de likert, que es un método de investigación que utiliza una escala de calificación para conocer el nivel de acuerdo y desacuerdo de las personas sobre un tema, donde se determinó las calificaciones del 1 al 3.

Se llevaron a cabo cuatro entrevistas con tres diseñadores gráficos (Pablo Guzmán, Patricia Salvador y Sebastián Guaña) y Natalia Garzón, directora ejecutiva de la Fundación. Cada concepto fue evaluado a través de una matriz de preguntas, disponible en el anexo 3, lo que permitió recopilar observaciones y sugerencias.

#### **Pablo Guzmán**

Raíces del éxito: Considerado pertinente y sólido, refleja adecuadamente la idea de que, si las raíces son fuertes, el proyecto crecerá correctamente.

Pasos de resiliencia: Bien construido, más romántico e implícito, pero vinculado al empoderamiento y al grupo objetivo.

Salvándola de cenizas: Recibió la calificación más baja. Fue percibido como genérico y negativo, con una idea poco clara. Concluyendo que aunque los tres conceptos están conectados, Pasos de resiliencia es el más sólido y alineado con el grupo objetivo.

#### **Natalia Garzón**

Raíces del éxito: Muy ligado al tema financiero y al público objetivo. Su cromática facilita la comprensión, aunque es un concepto ampliamente utilizado (similar al “árbol de la vida”).

Pasos de resiliencia: Representa un camino y un proceso de mejora. Se recomendó complementar el color rosado con tonos lilas y fucsias para mayor seriedad.

Salvándola de cenizas: Aunque refleja realidades comunes de muchas mujeres capacitadas, tiene una connotación negativa y defensiva. Concluyendo que pasos de resiliencia es el concepto más innovador y adaptable, reflejando esfuerzo y progreso.

#### **Patricia Salvador**

Raíces del éxito: Interesante, aunque no completamente claro.

Pasos de resiliencia: Destaca por simbolizar un camino progresivo. La idea de la huella refleja construcción y resiliencia.

Salvándola de cenizas: Concepto débil, con poca sustancia. En conclusión Pasos de resiliencia sobresale por su sustento conceptual y la idea de construir paso a paso.

### **Sebastián Guaña**

Raíces del éxito: Es el concepto más claro y potente. Representa a la mujer como base del hogar y simboliza un crecimiento fuerte y continuo.

Pasos de resiliencia: Considerado complicado de comprender debido al bajo nivel educativo del grupo objetivo, lo que dificulta la interpretación del término "resiliencia".

Salvándola de cenizas: Percibido como duro y negativo, con connotaciones de desesperanza. Finalizando que Raíces del éxito es el concepto más adecuado por su claridad, conexión con el grupo objetivo y capacidad para generar gráficos significativos. Se sugirió incluir un sistema de recompensas y diversificar los medios de difusión, como radio y podcasts, para un mayor impacto.

Tras analizar la retroalimentación, se seleccionó Raíces del éxito como el concepto principal por su cercanía con las mujeres emprendedoras y su capacidad para representar crecimiento,

fuerza y superación de adversidades. Este concepto se traducirá en una guía digital interactiva y cuadernillo de actividades que brindará herramientas prácticas para construir negocios sólidos.

Especificando que los elementos gráficos cromáticos serán: verde que representa crecimiento y dinero; rosado simbolizando el empoderamiento femenino y marrón que refleja fuerza y seguridad.

En cuanto a los elementos morfológicos: Elementos visuales con formas redondeadas y detalles inspirados en raíces, que transmiten estabilidad y crecimiento.

Y los elementos tipográficos: Tipografía sans serif complementada con serif, que comunica confianza y modernidad.

En conclusión, el concepto Raíces del éxito encapsula el desarrollo y la fortaleza de las mujeres emprendedoras, ofreciendo un enfoque visual y conceptual alineado con sus realidades y aspiraciones. Este diseño busca empoderar a las usuarias y brindarles las herramientas necesarias para construir un futuro sostenible.

# Desarrollo del prototipo

14

Para llevar a cabo el proceso de creación del prototipo, se inició con una investigación exhaustiva. El primer paso fue identificar cómo aprenden las personas adultas, ya que este público objetivo tiene características particulares en su proceso educativo. Esto se exploró mediante la lectura de los libros “Andragogía: Educación del adulto” y “Intervención socio educativa con personas adultas mayores: teoría y práctica”. Según estas fuentes, la educación para adultos, conocida como andragogía, es un proceso intencional y progresivo que permite al ser humano desarrollarse sin límites de tiempo ni espacio. Este aprendizaje responde a la necesidad de autosuperación y perfeccionamiento personal (Ludojosky, 2008, p. 23). Además, la educación para adultos abarca a toda la población, adaptándose a las necesidades y posibilidades de cada individuo, promoviendo su desarrollo integral y sus relaciones con el entorno (Ludojosky, 2008, p. 26). Cuando se enseña a adultos, es esencial emplear estrategias adaptadas a sus capacidades, organizando su aprendizaje de manera gradual. Esto incluye practicar,

repasar y automatizar los conocimientos adquiridos, especialmente aquellos que son fundamentales para un aprendizaje posterior (Crespo & Muñoz María, 2017, p. 73). Un proyecto educativo para adultos debe partir de la identificación de una realidad que se busca transformar mediante un plan de acción bien definido, que contemple la idea, diseño, elaboración, aplicación y evaluación (Crespo & Muñoz María, 2017, p. 81). Con la investigación previamente establecida se tomaron decisiones gráficas. El proyecto representa a cada mujer emprendedora del Ecuador, que como se mencionó anteriormente las raíces van tomando fuerza con el tiempo, en este caso las mujeres son ese soporte que tienen sus familias y de sus emprendimientos que se van nutriendo poco a poco y con esa información van mejorando y se van haciendo más fuertes cada día. Raíces del éxito resulto ser un símbolo de independencia y libertad con una emancipación financiera. Para determinar los elementos gráficos se realizó un moodboard como se puede observar en las figuras 21 y 22.

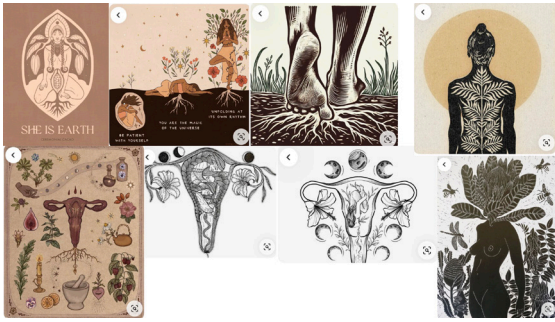
**Figura 21.**

*Fotografía prototipo, elaboración propia*



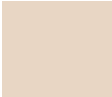






**Figura 22.**

Fotografía prototipo, elaboración propia



Se estableció una **paleta cromática** que presenta la combinación entre tonos cálidos y terrosos, cuidadosamente seleccionados para evocar sensaciones de estabilidad, empoderamiento y conexión con la naturaleza. De acuerdo con el autor Johann Wolfgang von Goethe, quien publicó en 1810 la obra *“Teoría de los colores”*, los colores influyen en las emociones y percepciones humanas. En este proyecto se usó una paleta cromática neutra para que el público objetivo se sienta identificado y no sea abrumador a la hora de revisar la guía didáctica en los dispositivos móviles. Se usó los colores con una saturación al 100% y generó sub-tonos para el contraste en la web. Los colores que se utilizaron fueron: rosa salmón, verde, marrón, blanco y beige. El rosa salmón representa alegría, sociabilidad y energía suave inspirando emociones de afecto y optimismo, manteniendo una

calidez accesible y amistosa transmitiendo cercanía sin ser abrumador. El verde representa la armonía, equilibrio, paz y renovación siendo un color restaurador, que promueve la calma sin ser monótono. El marrón evoca estabilidad, seguridad, solidez y conexión con la tierra percibiendo como un color acogedor y protector, pero también. El blanco representa la pureza, simplicidad, claridad y perfección generando sensaciones de frescura y limpieza, se lo usa como base para destacar otros colores y para generar espacios más tranquilos y minimalistas. Y por último el beige se considera un color neutral y, un tono de fondo o base ideal para evitar distracciones.

	C:9 M:18 Y:25 K:0 R:231 G:213 B:196 #e7d5c4
	C:42 M:31 Y:62 K:14 R:150 G:147 B:108 #96936c
	C:10 M:67 Y:54 K:1 R:208 G:118 B:107 #d0766b
	C:17 M:67 Y:68 K:6 R:189 G:109 B:85 #bd6d55
	C:23 M:30 Y:74 K:9 R:191 G:165 B:95 #bfa55f
	C:26 M:53 Y:71 K:19 R:162 G:117 B:81 #a27551
	C:61 M:71 Y:70 K:86 R:34 G:21 B:12 #22150c

El enfoque principal se centró en las fotografías, ilustraciones e íconos que se usaron a lo largo del proyecto junto con una gama de colores pasteles y cálidos para representar la delicadeza de las mujeres. Para complementar el concepto de mujer emprendedora; se hace el uso del color rosado en una tonalidad tenue, para representar a la femineidad. Se considera la idea del color rosa desde la postura de Tavi Gevinson que manifiesta que en el pasado se lo utilizó para desvalorizar a la mujer, pero en el presente se lo utiliza como un reclamo para darle un significado de autonomía, fuerza y complejidad.

Con esto concluimos que el proyecto gira en torno a esta idea de protesta dándole un valor significativo al esfuerzo de cada mujer emprendedora al que va dirigida esta guía. Los demás colores fueron un apoyo complementario, como es el caso del marrón que es la representación de la fuerza, que sumó valor al concepto del diseño, donde se asoció a la mujer con las raíces de un árbol para representar la fuerza de las mismas al emprender y sostener a sus familias.

Para continuar con el desarrollo de la propuesta gráfica, se determinan

códigos morfológicos, de acuerdo con la autora Susan Weinschenk, una psicóloga y experta en comportamiento humano, explica en su libro *"100 cosas que todo diseñador debería saber sobre el cerebro"* explica que los elementos visuales, como los iconos, afectan la interacción y la usabilidad en productos digitales. La autora menciona:

*"El cerebro procesa los iconos más rápidamente que el texto porque los iconos aprovechan el procesamiento visual, lo que facilita la comprensión y mejora la velocidad de interacción del usuario con la interfaz." (2011)*

Este es el motivo por el cual se diseñó la iconografía que se caracteriza por tener formas orgánicas que evocan tranquilidad y confianza. Se utiliza una retícula modular para a la hora de colocarla en la guía, el usuario pueda comprenderlos de manera correcta. Se utilizó el recurso de que la iconografía compacta y minimalista para que el usuario tenga una mejor visualización, ya que la guía esta destinada a verse en dispositivos móviles y se diferencie de los demás elementos gráficos como las ilustraciones que son muy dinámicas para ayudar a la

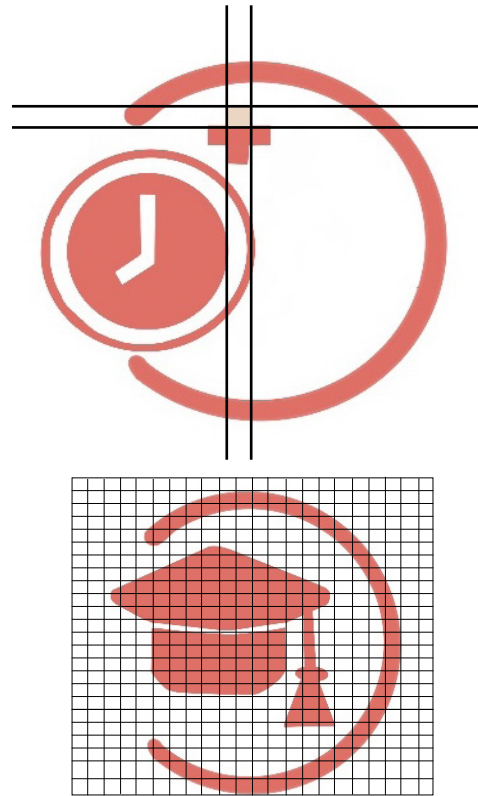
comprensión de los textos de la guía.  
Como se observa en la figura 23.

**Figura 23.**  
*Diseño de iconografía, elaboración propia*



Esta estructura permite que los pictogramas sean escalables, funcionales y coherentes en diferentes aplicaciones gráficas. Con una disposición basada en una cuadrícula uniforme, esta retícula facilita la alineación y proporción de los trazos, ajustándose perfectamente a la grilla. Cada pictograma fue diseñado basándonos en la idea central y convencional que se tiene en el diario vivir, complementando con las puntas redondeadas para su mayor recepción. La cuadrícula fue diseñada a partir del elemento más pequeño de uno de los íconos como se puede observar en la figura 24.

**Figura 24.**  
*Diseño de iconografía, elaboración propia*



A partir de esta decisión, se realizaron todos los íconos que acompañan a la gráfica del proyecto, enfatizando en la parte digital donde se tiene 5 íconos de los módulos como se puede observar a continuación:



Para el complemento de las ideas de los prototipos, se desarrollaron ilustraciones que se caracterizan por un diseño conceptual enfocado en la comunicación de ideas relacionadas con la educación financiera y el emprendimiento. Destacando las siguientes características:

**Estilo gráfico:** Las ilustraciones emplean trazos manuales que aportan un carácter orgánico y cercano al concepto de diseño y alineado con la temática de empoderamiento y aprendizaje práctico.

**Representación simbólica:** Cada elemento comunica un concepto clave, por ejemplo la lupa representa análisis y planificación, la bolsa de dinero y billetes alude a la gestión de recursos financieros, las flechas y monedas representan el ciclo de inversión y crecimiento económico. Como se puede evidenciar en la figura 25 las ilustraciones tienen trazos suaves al interior y no contiene el color completo

**Figura 25.**  
*Diseño de ilustraciones, elaboración propia*

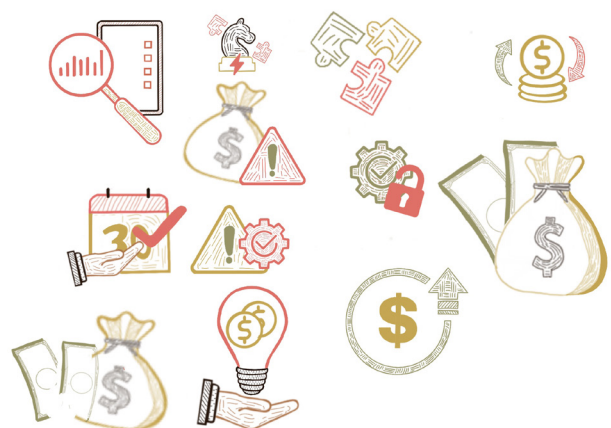


**Paleta cromática:** Se utilizan tonos suaves y terrosos (rosado, dorado y verde) para evocar estabilidad, crecimiento y empoderamiento femenino, reforzando la conexión emocional con el público objetivo.

**Composición funcional:** Los elementos están diseñados para ser claros y reconocibles, permitiendo su adaptación a materiales digitales e impresos.

**Flexibilidad visual:** Cada ilustración puede integrarse como parte de un sistema visual más amplio o usarse de forma independiente, manteniendo coherencia conceptual y estética. Estas ilustraciones refuerzan visualmente el mensaje del proyecto, haciendo énfasis en la claridad y la conexión emocional con mujeres emprendedoras. Se refleja todas estas características en la figura 26, donde se pueden observar distintas ilustraciones que contienen los prototipos.

**Figura 26.**  
*Diseño de ilustraciones, elaboración propia*



### **Fotografía:**

La fotografía es un recurso elemental en el proyecto, ya que otras mujeres al observarlas podrán inspirarse. Estas fueron tomadas en los eventos que llevó a cabo la Fundación Bien-Estar en su programa Mejora tu Emprendimiento, dirigido a mujeres emprendedoras que residen en Ecuador. La idea de utilizar estas fotografías es que las mujeres tengan la sensación de identificarse desde el primer momento que utilicen esta guía, teniendo en cuenta que sus sueños si se podrán hacer realidad. Estas tienen una edición de color en tonos rosados, tenues y contrastes medios, para generar cercanía con la lectora, como se puede observar en la figura 27. Existen diversos encuadres en los que se toman las fotografías.

**Figura 27.**

*Fotografía con estilo determinado, elaboración propia*



Por ejemplo, en la figura 28, podemos observar un encuadre en primer plano, donde la mujer está en el centro de la misma.

**Figura 28.**

*Fotografía con estilo determinado, elaboración propia*



En la figura 29, se utilizó la regla de los tercios donde se logró que se aprecie un mayor equilibrio, jugando con la composición de las personas, tomando un punto de referencia al cual se quiso dirigir la mirada de la persona que está utilizando la guía.

**Figura 29.**

*Fotografía con estilo determinado, elaboración propia*



## *Diseño del prototipo*

Con base en los principios previamente estudiados, se estableció un proceso lineal para el diseño del prototipo de la guía interactiva. Se identificaron y clasificaron los contenidos en módulos, cada uno con ejercicios prácticos que serán realizados en un cuadernillo impreso y elementos interactivos. Los temas fueron organizados de forma secuencial, comenzando por los conceptos más básicos y avanzando gradualmente. Este enfoque asegura que las usuarias comprendan los contenidos sin lagunas y completen el aprendizaje con éxito.

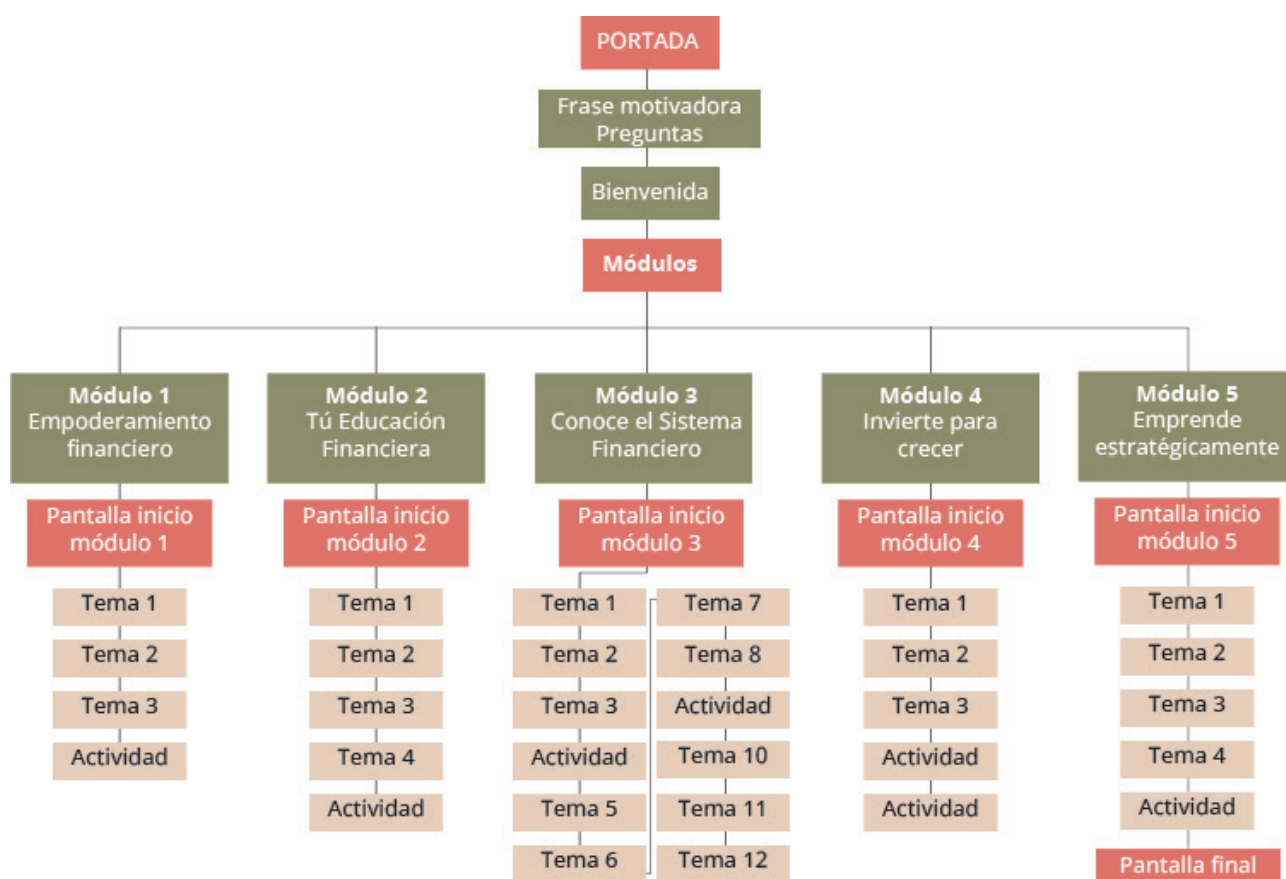
En cuanto al sistema de navegación, se diseñó un menú principal que facilita la interacción intuitiva donde existirán botones de inicio, regreso y siguiente. Los módulos incluyen ejercicios, cuestionarios, botones interactivos y recursos visuales como fotografías y videos. Según la Real Academia Española, la interacción es la acción recíproca entre dos o más elementos (RAE, 2023). En este contexto, el diseño se enfocó en la experiencia del usuario, priorizando la accesibilidad y funcionalidad.

El diseño de interacción, que surgió en los años 80 con las primeras interfaces de usuario, se centra en colocar al usuario como el eje del desarrollo. La usabilidad del prototipo es clave: debe ser sencillo, eficiente y fácil de entender. Esto es especialmente importante considerando que el público objetivo utilizará dispositivos móviles, que presentan limitaciones en comparación con las computadoras.

Se elaboró un primer prototipo a escala con medidas específicas de un teléfono celular, considerando los contenidos previamente seleccionados y clasificados. Este modelo permitió evaluar la distribución de la información y los modos de interacción, confirmando su adecuación para las necesidades de las usuarias.

Para comenzar con el prototipado se realizó un árbol de navegación que nos permite considerar hasta qué punto el acceso a una determinada información es suficientemente ágil y está libre de obstáculos, como se puede evidenciar en la figura 30. Se puede observar la distribución de los contenidos, comenzando por la portada, los módulos y lo que conlleva cada módulo y su actividad.

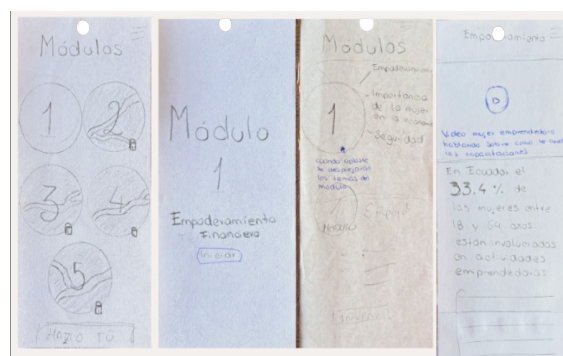
**Figura 30.**  
 Imagen árbol de navegación, elaboración propia



En conclusión, el desarrollo de esta guía digital interactiva está fundamentado en principios educativos y de diseño centrados en el usuario. Se priorizó una curva de aprendizaje rápida y eficiente, con un enfoque práctico que permita a las mujeres emprendedoras fortalecer sus conocimientos financieros y aplicarlos de manera efectiva en sus negocios.

Como se observa en la figura 31, podemos identificar como se ve la diagramación de las primeras páginas.

**Figura 31.**  
 Imagen prototipo navegación, elaboración propia



El prototipo está diseñado para facilitar la interacción a través de módulos organizados de manera progresiva. Al iniciar, se presenta una pantalla de bienvenida como se puede observar en la figura 32, luego una pantalla con

instrucciones claras para la usuaria. Cada módulo cuenta con una portada interactiva, donde la usuaria podrá hacer clic para explorar los temas correspondientes. Este enfoque asegura un aprendizaje estructurado y personalizado. Además, cada módulo está enriquecido con imágenes y videos diseñados para reforzar la comprensión y asimilación de los contenidos. Al finalizar cada módulo, se incluye un espacio dedicado a reconocer los logros de la emprendedora, motivándola a continuar con el siguiente módulo. Este diseño busca ofrecer una experiencia educativa dinámica y motivadora.

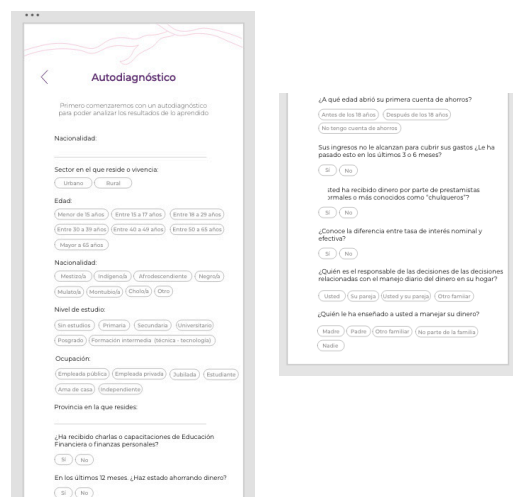
**Figura 32.**  
Imagen prototipo portada, elaboración propia



Otro tipo de interacción que se implementó en la guía interactiva es el scroll. Este consiste en desplazar el

contenido de forma vertical u horizontal en una página web o aplicación móvil, generalmente utilizando el dedo sobre una pantalla táctil. Esta funcionalidad permite al usuario navegar hacia arriba, abajo, izquierda o derecha, dependiendo de la dirección del desplazamiento. El scroll es particularmente útil en dispositivos con pantallas pequeñas, ya que facilita la exploración de contenido que excede los límites de la pantalla inicial. El prototipo combina el scroll en ambas direcciones (vertical y horizontal) con las cajas de texto, permitiendo explorar más contenido y realizar tareas interactivas. Esta integración enriquece la experiencia de usuario al proporcionar una navegación intuitiva y herramientas prácticas para el aprendizaje. Como se puede evidenciar en las figuras 33 y 34 el scroll es un recurso que se utiliza mucho en el prototipo

**Figura 33.**  
Imagen prototipo scroll, elaboración propia



**Figura 34.**  
*Imagen prototipo scroll, elaboración propia*



Pudimos determinar las funciones y tipos de interacciones que existen en este prototipo como los botones que son lo más habitual con lo que normalmente interactuamos en una aplicación o en la interfaz de la navegación del teléfono, en la interfaz se debe entender que es un botón, que la persona debe dar click o aplastar en este caso de manera intuitiva a lo que se le determina como clickability que es que los botones tienen que ser elementos que el usuario interprete como zonas de la interfaz donde puede hacer clic para algo concreto ayudándose así

de la forma de los mismos, ya que en el diseño Material Design existen tres tipos básicos de botones de interacción: siendo estos Raised Button (el rectangular con esquinas redondeadas), Floating Action Button (circular) y Flat Button (solo textual). En este caso en partícula se utilizarán los botones raised o floating action, ya que al ser una guía educativa debe predominar el sentido de confianza, con esquinas puntiagudas no logramos más, sino lo contrario, con un estilo redondeado las personas normalmente se sienten más seguras; así pensando en el espacio donde irán los botones porque debe guardar una relación coherente y de consistencia en todo el producto y seguir la tendencia general para garantizar que el usuario sabe perfectamente que está ante un botón de interacción y qué tipo de acciones se pueden desencadenar al hacer clic. Como conclusión se lleva a cabo el término Affordance que la traducción es la invitación al usuario entendiéndose como la capacidad que tienen los elementos de una interfaz y su coherencia y consistencia con el entorno para lograr que un usuario haga lo que se espera de él. (API\_MARKET, 2019). Esto se puede observar en la figura 35, se puede ver botones:

**Figura 35.**  
*Imagen prototipo botones, elaboración propia*



Para el prototipo físico se determinó que lo mejor era realizar un cuadernillo de actividades, según González (2004), que el cuaderno es un recurso didáctico interactivo, estructurado en contenidos, imágenes, fotografías y ejercicios que permite al alumno aprender en función de los objetivos o metas preestablecidas de acuerdo a la necesidad del alumno. De acuerdo con esta explicación se tomó la decisión de realizarlo en un tamaño adecuado para su funcionalidad, un A5, ya que, las mujeres necesitan un material que no les ocupe un gran

espacio. Como se observa en la figura 36, se puede ver el proceso del machote para la realización del mismo, separando de manera correcta los contenidos.

**Figura 36.**  
*Imagen prototipo físico machote, elaboración propia*

Portada	
Créditos	Índice
	Autodiagnóstico
Árbol de vida	Ingresos
Gastos	Gastos
Punto de equilibrio	Punto de equilibrio
FODA	Lienzo de negocio
Del sueño a la acción	Contraportada

## Propuesta, prototipo de alta fidelidad

En el desarrollo de la guía interactiva hemos alcanzado una etapa crucial que es la presentación del prototipo de alta fidelidad. Este prototipo ha sido creado con el objetivo de ofrecer una experiencia de usuario intuitiva, accesible y eficiente, adaptada a las necesidades y contextos de nuestro grupo objetivo. A lo largo del proceso, se ha tenido en cuenta tanto los principios de la educación para adultos, como la usabilidad en dispositivos móviles, asegurando que la interacción sea fácil de entender y funcione de manera fluida.

El prototipo ha sido diseñado con un enfoque visual atractivo y funcional, donde la distribución de la información se ha optimizado para que el contenido sea claro y de fácil acceso. Se ha priorizado la utilización de fotografías, iconografía e ilustraciones que complementen el texto, con el fin de evitar la saturación visual y ofrecer una experiencia envolvente y comprensible desde el primer momento. Además, se han implementado interacciones como el scroll y las cajas de texto, para permitir una navegación dinámica y enriquecedora. Con base en las retroalimentaciones de los expertos

desarrollamos las características principales de la interfaz, los recursos visuales utilizados y cómo la estructura de este prototipo facilita una experiencia de aprendizaje efectiva y accesible para las mujeres emprendedoras. Como se puede observar en las figuras 37, 38, 39, 40, 41, 42 y 43 se utilizó los elementos gráficos previamente seleccionados.

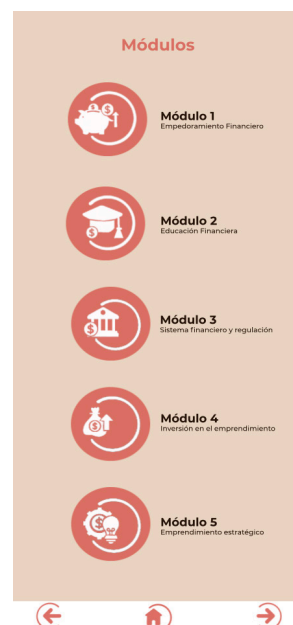
Figura 37.

Imagen de la portada del prototipo, elaboración propia

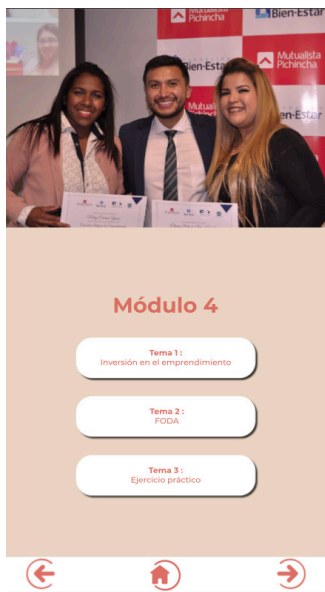


Figura 38.

Imagen de módulos del prototipo, elaboración propia



**Figura 39.**  
 Imagen portada módulo prototipo, elaboración propia



**Figura 40.**  
 Imagen tema prototipo, elaboración propia



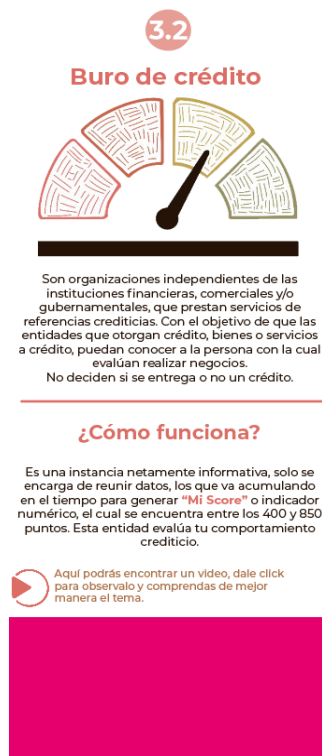
**Figura 41.**  
 Imagen ejercicio prototipo, elaboración propia



**Figura 42.**  
 Imagen tema scroll prototipo, elaboración propia



**Figura 43.**  
 Imagen tema con video prototipo, elaboración propia



Como se puede observar en la propuesta desarrollada, se utilizó la paleta cromática determinada con un previo análisis, se ocupó botones con iconografía para una mejor comprensión de las usuarias a la hora de usar la guía. Los textos fueron acompañados por ilustraciones acordes con el tema para que sea más llamativo, se utilizó bloques de color rosado para que llame la atención de la usuaria y sea más recordable la información que se tiene.

Para complementar esta guía didáctica, se realizó un cuadernillo de actividades que ayudará en el proceso a las mujeres para realizar su plan de negocios y podrá realizar su presentación de manera correcta y así podrán tener una mejor exposición a la hora de mostrar sus proyectos en el concurso Mejora tu Emprendimiento y tener más posibilidades de ganar el Capital Semilla, se puede evidenciar en las figuras 44, 45, 46 y 47 la diagramación de este implemento.

En cuanto a los aspectos gráficos, se utilizan la misma paleta cromática, con el fondo blanco, ya que, será impreso. Para la tipografía se utiliza Open Sans en sus diferentes variables y tamaños, ya que es legible y funciona tanto para el producto físico como digital.

Open Sans Light  
 Open Sans  
 Open Sans Semibold  
 Open Sans Bold  
 Open Sans Extrabold  
 Open Sans Light Condensed

**Figura 44.**  
 Imagen página 5 prototipo físico, elaboración propia

Actividad 1. Autodiagnóstico

### Autodiagnóstico

Primero, comenzaremos con un autodiagnóstico para que sepas como comienzas la capacitación.



1. ¿Has recibido charlas o capacitaciones de Educación Financiera o finanzas personales?

Sí  No

2. En los últimos 12 meses ¿Has estado ahorrando dinero?

Sí  No

3. ¿A qué edad abriste tu primera cuenta de ahorros?

Antes de los 18 años

Después de los 18 años

No tengo cuenta de ahorros

4. Tus ingresos no le alcanzan para cubrir tus gastos ¿Te ha pasado esto en los últimos 3 o 6 meses?

Sí  No

5

**Figura 45.**  
 Imagen actividad 7 prototipo físico, elaboración propia

Actividad 7. Módulo 4. Invierte para crecer

### Lienzo de modelo de negocio

Te permite tener una idea clara de tu proyecto. Responde las preguntas de manera consciente.

Tomate tu tiempo, luego de responder las preguntas de manera consciente con las respuestas de tu negocio, es hora de llenar con las ideas claves y palabras claves tu Lienzo de modelos de negocio de la siguiente página, deberás dar la vuelta a tu cuadernillo y completarlo. Te recomendamos que puedes realizar esta actividad en una hoja más grande y con el tiempo lo vayas actualizando.

Para comenzar responde, ¿Cuál es tu propuesta de valor? ¿Qué te diferenciará de los demás?

---



---



---



---



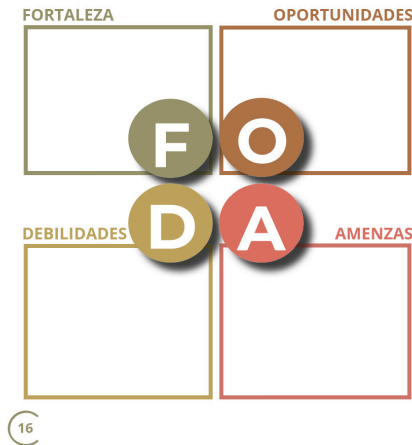
---

**Figura 46.**  
*Imagen FODA prototipo físico, elaboración propia*

Actividad 6. Módulo 4. Invierte para crecer

### FODA Ejercicio

De acuerdo a lo aprendido, rellena este esquema con las respuestas de tu emprendimiento.



**Figura 47.**  
*Imagen actividad 8 prototipo físico, elaboración propia*

Actividad 8. Módulo 5. Invierte para crecer Emprende Estratégicamente

## Desarrollemos tu sueño y hagámoslo realidad



1. Ponle un nombre  
 \*Este debe ser corto y atractivo  
 \*Puedes usar palabras coloquiales y cercanas

---

---

---

---

2. Encuentra tu propósito  
 \*¿Por qué estás haciendo tu emprendimiento?  
 \*¿Viene de una búsqueda personal?

---

---

---

---

19

Se lo realiza en un tamaño A5 para el manejo del mismo y que exista la facilidad de poder imprimirlo en casa si es necesario, se utiliza el mismo estilo gráfico que en el producto digital. Para la diagramación se colocó en la parte superior izquierda en un tamaño de 10 puntos en color negro con una opacidad al 70% el módulo en el que se encuentra la persona, con el número de la actividad y el nombre del módulo; los títulos de cada ejercicio se colocaron en 22 puntos para su mejor legibilidad y en color rosado, el texto complementario en verde en un tamaño de 14 puntos y las instrucciones y preguntas en color café en 10 puntos. Para tener una mejor comprensión de la unión de los prototipos, se colocó un texto en la parte inferior centrada para que la usuaria vuelva al prototipo digital. Se evidencia todas estas características en la figura 46.

**Figura 48.**  
*Imagen características prototipo físico, elaboración propia*

---

---

---

---

---

Quando termines esta actividad, en la siguiente página, regresa a tu aplicación para revisar el siguiente tema. ¡Suerte!

16

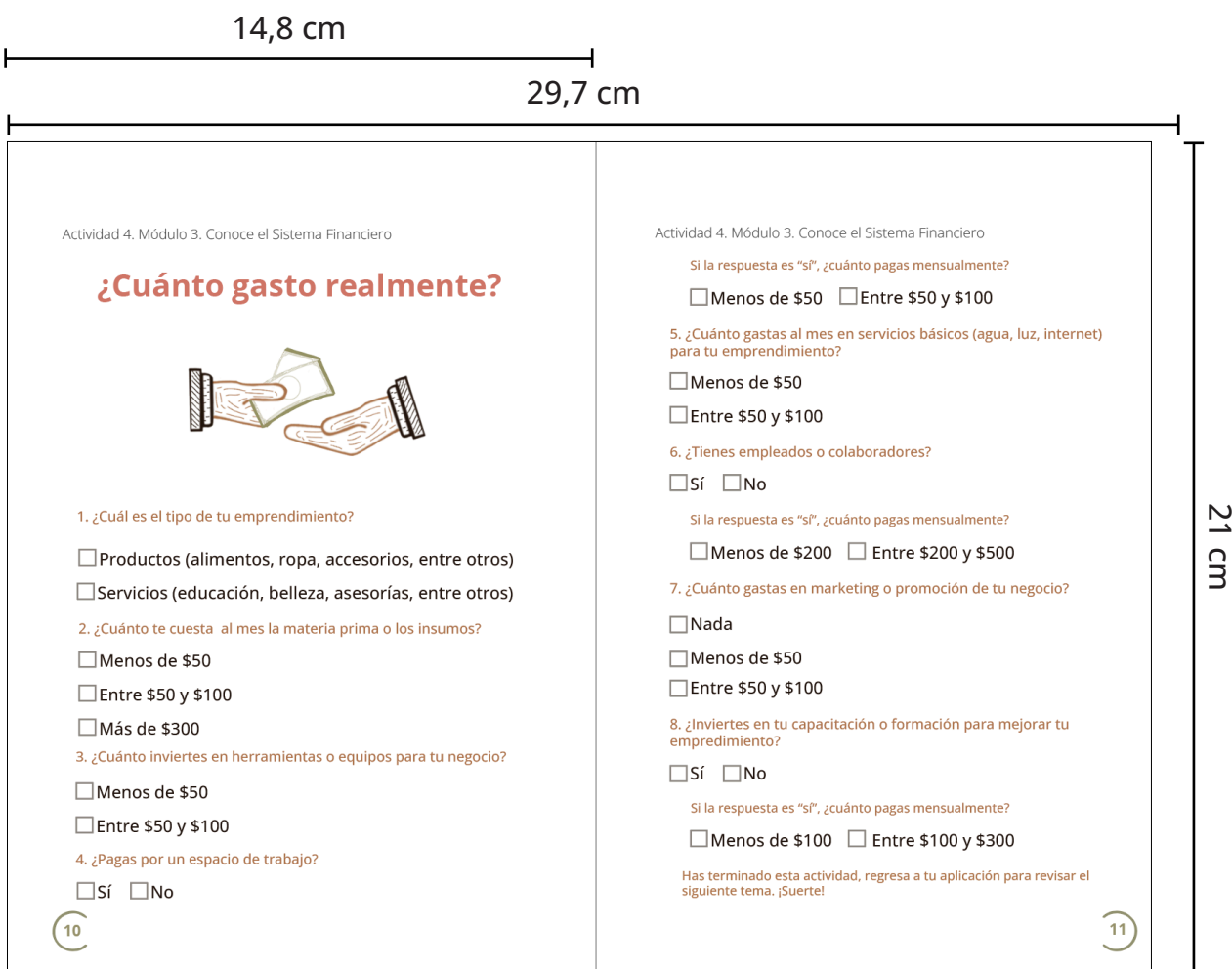
# Detalles técnicos y de producción

# 15

En este apartado se expondrán los detalles de las propuestas, físicas y digitales, donde se explicará todo lo que conlleva su elaboración, producción, presupuesto, características y tiempo de creación, se colocará los detalles de las especificaciones de cada prototipo, que se elaboraron en la aplicación InDesign.

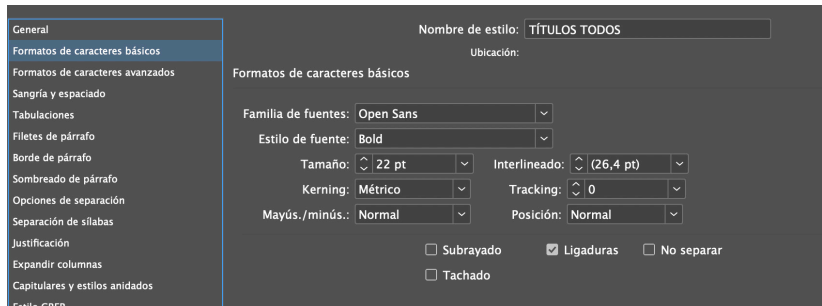
El proyecto se ha desarrollado de 2 partes, obteniendo un producto físico, ya que, al ser así las emprendedoras se sienten más familiarizadas y tienen una mayor facilidad de uso con el mismo, con esto se determinó que se realice un cuadernillo de actividades en un tamaño A5, para su producción se deberá realizar la impresión en un formato A4 doble cara para no generar un desperdicio grande de papel, la portada y contraportada se deberán imprimir en couche y las hojas de las actividades en papel bond, de acuerdo al presupuesto. En la figura 49, se puede observar los detalles del mismo.

**Figura 49.**  
Detalles técnicos prototipo físico, elaboración propia



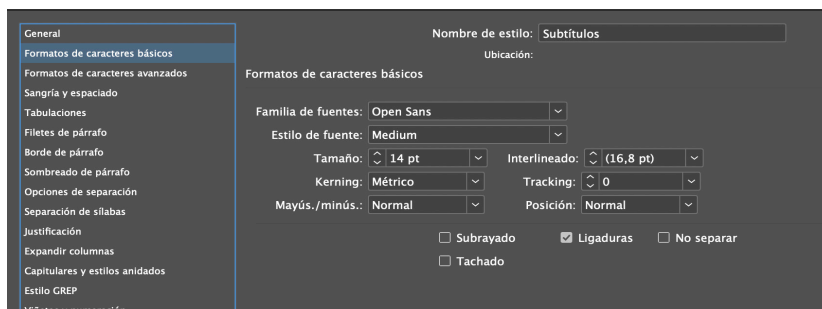
Para los contenidos de la misma se utilizó distintos estilos de párrafo que se podrá ver a continuación, para los títulos se utilizó el color rosado salmón en un tamaño tipográfico de 22 puntos, con un estilo bold en la tipografía previamente seleccionada “Open Sans”, como se observa en la figura 50.

**Figura 50.**  
*Especificaciones título prototipo físico, elaboración propia*



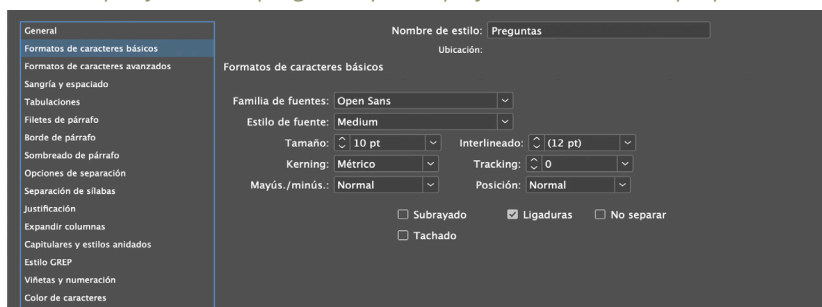
Así mismo, para los subtítulos se utilizó el color verde en un tamaño tipográfico de 14 puntos, con un estilo medium en la tipografía previamente seleccionada “Open Sans”, como se observa en la figura 51.

**Figura 51.**  
*Especificaciones subtítulo prototipo físico, elaboración propia*



Para las preguntas e instrucciones se utilizó el color café en un tamaño tipográfico de 10 puntos, con un estilo medium en la tipografía previamente seleccionada “Open Sans”, como se observa en la figura 52.

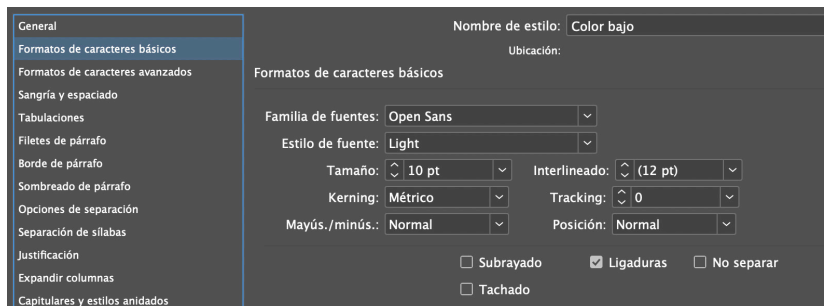
**Figura 52.**  
*Especificaciones preguntas prototipo físico, elaboración propia*



Para las especificaciones de la parte superior donde la usuaria se ubicarán en la parte del cuadernillo en la que se encuentran, se utilizó el color negro en un 70% en un tamaño tipográfico de 10 puntos, con un estilo light en la tipografía previamente seleccionada “Open Sans”, como se observa en la figura 53.

**Figura 53.**

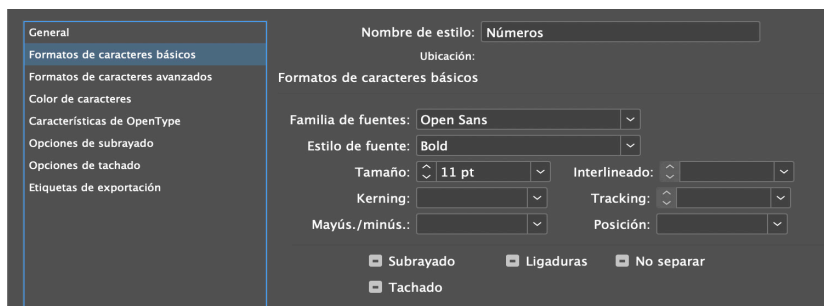
*Especificaciones color bajo prototipo físico, elaboración propia*



Para la numeración de cada página se utilizó una página maestra, en color verde en un tamaño tipográfico de 11 puntos, con un estilo bold en la tipografía previamente seleccionada “Open Sans”, acompañado de un medio círculo como en los íconos de la propuesta, como se observa en las figuras 54 y 55.

**Figura 54.**

*Especificaciones numeración prototipo físico, elaboración propia*



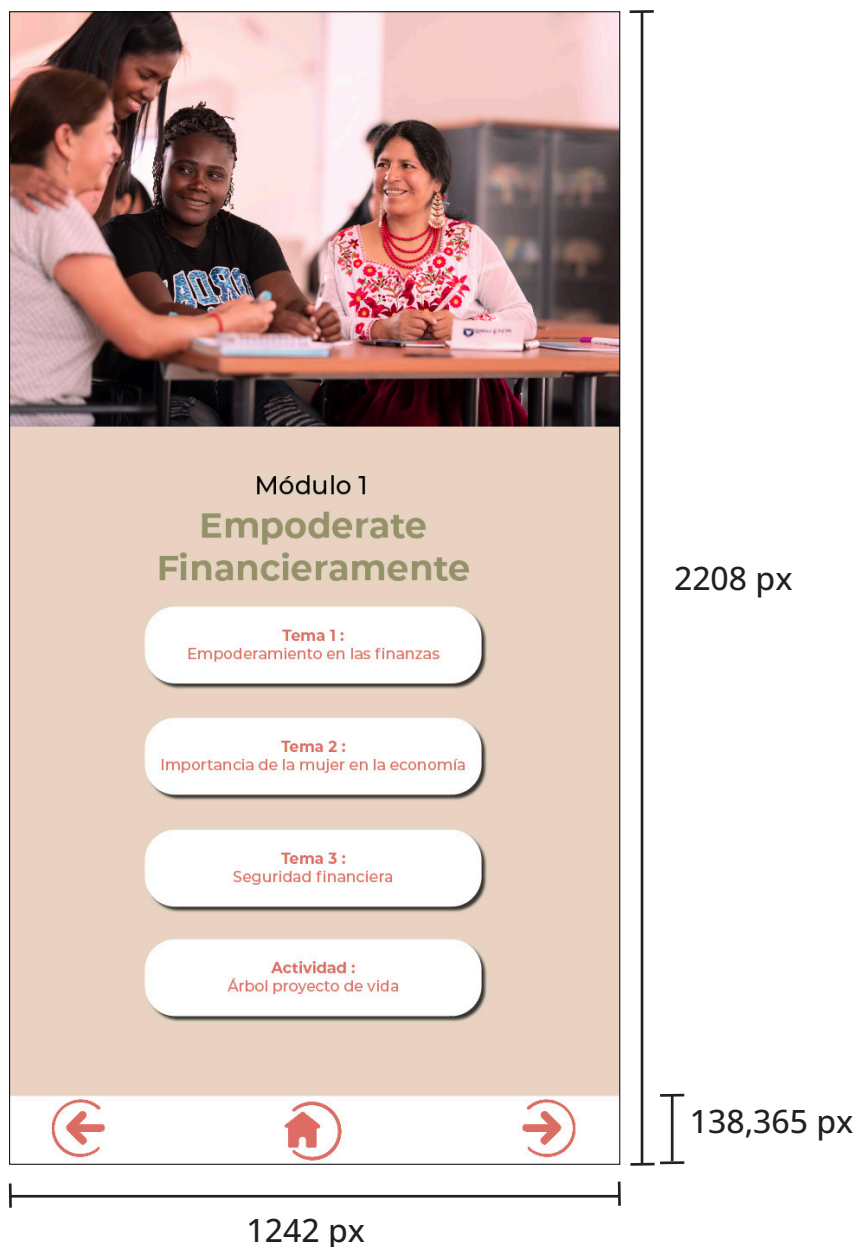
**Figura 55.**

*Numeración prototipo físico, elaboración propia*



Para el apartado del producto digital, se elaboró en la aplicación InDesign, tomando en consideración que nos encontramos en una era digital y es necesario la utilización de herramientas tecnológicas, como una app. Para el desarrollo del prototipo se utilizó las medidas de un dispositivo celular, en disposición vertical, tomando en cuenta que en estos dispositivos se utiliza el recurso del scroll, mencionado previamente. Adicional, se incluye un menú de navegación en la parte inferior de la pantalla. Con base en esto, a continuación las siguientes características observables en la figura 56.

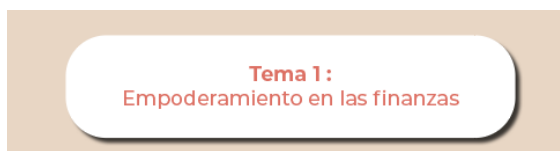
**Figura 56.**  
*Especificaciones prototipo digital, elaboración propia*



Para la funcionalidad del prototipo se utilizó botones con las esquinas redondeadas en un tamaño de 670 x 152 píxeles acompañado de dos textos en bold y otro en medium en 30 puntos en color rosado salmón con una sombra para simular su funcionalidad, como se observa en la figura 57.

**Figura 57.**

*Especificaciones botón módulos prototipo digital, elaboración propia*



En cuanto a las ilustraciones se normo que tengan un tamaño en específico para una mejor jerarquía del producto, centrado en la página como se observa en la figura 58.

**Figura 58.**

*Especificaciones ilustraciones prototipo digital, elaboración propia*

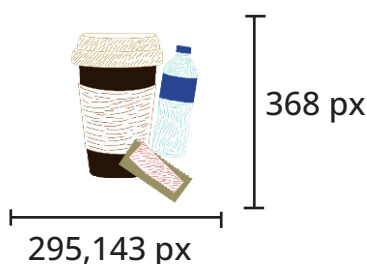
2.3

## Gastos hormiga

Son esas compras del día a día de productos que no están planificados y no parecen ser importantes.

### Ejemplo:

El café de las mañanas, una caja de chicles, una cajetilla de cigarros, propinas, comer fuera de casa, compras por impulso, entre otras.



## ¿Qué debo hacer?

Para que los identifiques debes elaborar una lista con la descripción y el monto correspondiente de cada producto. A fin de mes tendrás que sumar

Y por último las fotografías que se utilizaron se determinó que ocupen el ancho de la página y el largo de acuerdo a la distribución de la información de la misma, como se puede observar en la figura 59.

**Figura 59.**  
Especificaciones fotografías prototipo digital, elaboración propia

en cuenta los gastos que procedan.

- **Gastos posteriores a la fabricación / adquisición:** una vez has adquirido o elaborado el producto, hay otros costes que debes incluir.
- **Gastos generales:** aquí debes incluir todos los gastos fijos que tiene tu empresa y que no puedes repercutir directamente en los otros apartados.
- **Margen de beneficio:** una vez calculados todos los apartados anteriores, debes aplicar un porcentaje determinado suficiente para poder obtener el beneficio bruto y neto deseado y hacer frente a gastos imprevistos u otras situaciones no contempladas.

$$\text{Margen bruto} = \frac{\text{Ventas netas} - \text{COGS}^*}{\text{Ventas netas}}$$



1242 px

### Tabla detalles presupuestarios propuesta física

Para la distribución del prototipo físico, se realizó una cotización con un proveedor, especificando que se necesitarán 100 unidades en un supuesto caso y se puede observar en la tabla 4.

**Tabla 4.**  
Tabla detalles cotización propuesta física, elaboración propia

Material	Cantidad	Precio Unitario	Precio	Observación
Portadas en couche, páginas en papel bond de 100 gr y encuadernado con grapas	100 unidades	\$1, 50	\$150	Al proveedor le tarda 2 semanas realizar las 100 unidades

## Tabla detalles presupuestarios propuesta digital

Como se mencionó previamente en la investigación realizada, las mujeres emprendedoras a quienes está dirigido este proyecto cuentan con acceso a tecnología. En función de ello, se desarrolló un prototipo de la aplicación mediante la herramienta InDesign. Actualmente, dicho prototipo se encuentra alojado en un servidor de Adobe de manera online, con la intención de que, en el futuro, pueda ser implementado como una aplicación móvil para servicios operativos de android e IOS utilizando una plataforma como WIX y en el caso de integrarlo en la página web de la Fundación Bien-Estar se puede utilizar un alojamiento en línea como WordPress. En cuanto a los elementos visuales, las fotografías que ocupen toda la pantalla tendrán un ancho de 1920 píxeles, mientras que aquellas que cubran solo la mitad de la pantalla requerirán un ancho de 850 píxeles.

Para su implementación se realizó una tabla del presupuesto que se necesitaría que se puede observar en la tabla 5.

**Tabla 5.**

*Tabla detalles cotización propuesta digital, elaboración propia*

Recurso	Cantidad	Precio Unitario	Precio	Observación
<ul style="list-style-type: none"><li>• Herramientas digitales para la creación de una app</li><li>• Plugins</li><li>• Plataformas de soporte</li></ul>	1 Aplicación digital	Desarrollo del proyecto completo \$3,400	\$3,400 + Fee de agencia o del creador + Soporte mensual (\$30)	La realización de la app tomará un estimado de dos meses + Un tercer mes para la comprobación de su utilidad y funcionamiento

## Costos de producción

Para la cotización de los prototipos del proyecto, se realizó una cotización tomando en consideración los valores aproximados en los gastos personales y los de producción, en la tabla 6 se detallan estos gastos que determinarán los demás costos asociados al proyecto.

**Tabla 6.**  
*Cálculo valor de los gastos personales, elaboración propia*

Cálculo valor de los gastos personales				
Rubro	Frecuencia		Valor aprox.	Valor por año
Alimentación	Diario	365	\$ 8,00	\$ 2.920,00
Salud	Mensual	12	\$ 84,00	\$ 1.008,00
Vivienda	Mensual	12	\$ 25,00	\$ 300,00
Vestimenta	Trimestral	4	\$ 35,00	\$ 140,00
Educación	Semestral	2	\$ 3.254,00	\$ 6.508,00
Transporte	Diario	360	\$ 0,35	\$ 126,00
Entretenimiento	Mensual	12	\$ 60,00	\$ 720,00
Otros gastos	Mensual	12	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 11.962,00</b>
	Ahorro	5%	\$	598,10
	Gastos anuales		\$	12.560,10
	<b>Gasto mensual</b>		<b>\$</b>	<b>1.046,68</b>

VALORES DEL PROYECTO EJECUTADO	
Valor total trabajo gestión	\$ 209,92
Valor total trabajo creativo	\$ 551,05
Valor total trabajo operativo	\$ 787,21
Valor hora trabajo gestión	\$ 13,12
Valor hora trabajo creativo	\$ 9,84
Valor hora trabajo operativo	\$ 6,56

VALORES DEL PROYECTO RENTABLE	
Valor total trabajo gestión	\$ 108,19
Valor total trabajo creativo	\$ 202,85
Valor total trabajo operativo	\$ 405,70
Valor hora trabajo gestión	\$ 13,52
Valor hora trabajo creativo	\$ 10,14
Valor hora trabajo operativo	\$ 6,76

En la tabla 7 se detallan el costo total del proyecto, tomando en consideración las horas invertidas en el trabajo y costo final del producto.

**Tabla 7.**  
*Análisis de costo del proyecto, elaboración propia*

RESUMEN	
1 Honorarios profesionales	\$ 1.548,18
2 Costos fijos	\$ 9,20
3 Equipos de oficina	\$ 0,05
4 Servicios básicos	\$ 1,67
5 Otros	\$ 1,22
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$ 1.560,32</b>

En la tabla 8 se presenta el resumen detallado de una cotización, evidenciando de manera clara los costos reales para un cliente potencial.

**Tabla 8.**  
*Análisis de costo del proyecto, elaboración propia*

RESUMEN	
1 Honorarios profesionales	\$ 860,20
2 Costos fijos	\$ -
3 Equipos de oficina	\$ -
4 Servicios básicos	\$ 22,71
9 Otros	\$ 22,71
<b>SUB TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$ 905,62</b>
Experiencia del diseñador	0% - 50% 0% \$ -
Impacto del proyecto (Bajo - Medio - Alto)	0% - 100% 0% \$ -
Imprevistos	10% 90,56
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>	<b>\$ 996,19</b>

# Evaluación de la propuesta

16

El proceso de validación se llevó a cabo de manera presencial y virtual, utilizando Microsoft Teams como herramienta principal. Participaron Andrea Rivadeneira, Pablo Guzmán, Patricia Salvador y Natalia Garzón, quien es la directora ejecutiva de la Fundación Bien-Estar. Durante estas sesiones, se recibieron comentarios y sugerencias valiosas que permitieron enriquecer y completar el proceso de prototipado.

Pablo Guzmán, experto en diseño gráfico, destacó la importancia de utilizar iconografía en lugar de depender exclusivamente de números en la sección de los módulos. Según su experiencia, los íconos facilitan la retención de información para las usuarias y hacen que el diseño sea más atractivo. Además, hizo hincapié en evitar la saturación de texto en las páginas, ya que un producto informativo no debe abrumar a su audiencia. Siguiendo esta recomendación, se decidió implementar íconos personalizados para cada módulo, diseñados bajo las especificaciones previas, utilizando colores blancos y manteniendo una estética simple y limpia. Se puede observar en las figuras 60 y 61 las validaciones con el experto.

**Figura 60.**

*Fotografía validación experto Pablo Guzmán, elaboración propia*



**Figura 61.**

*Fotografía validación experto Pablo Guzmán, elaboración propia*



Por su parte, Patricia Salvador sugirió reflexionar sobre la experiencia del producto en su formato web. Dado que el prototipo presentado era de mediana calidad, indicó que no era posible implementar todas las funcionalidades previstas inicialmente. Sin embargo, propuso considerar el uso de videos cortos en cada módulo como recurso introductorio para mejorar la comprensión y dinamismo del contenido. Esta idea abrió la posibilidad de integrar elementos audiovisuales en futuras versiones del prototipo.

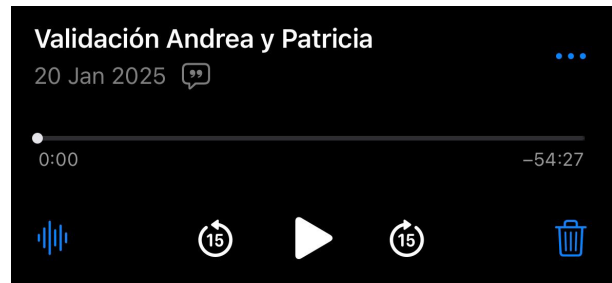
Al revisar el prototipo del cuadernillo, se llegó a la conclusión de que funciona de manera correcta y es mucho más práctico, la única observación que se hizo fue el hecho de al tener un producto físico y digital la navegación se vuelve un poco tediosa al tener que revisar una cosa primero y luego otra.

Andrea Rivadeneira reforzó la sugerencia de incorporar íconos en los módulos para enriquecer el diseño general. Se recomendó cambiar la portada que se realizó con la silueta de una mujer y en base a esos comentarios se realizó la portada nueva que se implementó ahora, con las sugerencias.

Como se observa en la figura 62, se realizó de manera presencial la validación, obteniendo un audio de la conversación.

**Figura 62.**

*Captura de pantalla validación*



Por su parte, Natalia Garzón supo expresar que se cumplieron las expectativas de parte de la Fundación, es interesante el poder tener un producto que sea sencillo y fácil de utilizar para las emprendedoras, ya que, muchas de ellas no tiene un nivel de educación alto, enfatizó en que es un producto que complementa a la normativa de la empresa, que tiene la obligación de capacitar a mujeres en temas de educación financiera, tomando en cuenta que es importante que a pesar del tiempo las mujeres se sentirán identificadas con las gráficas y elementos gráficos complementarios de las propuestas, le parece correcto el poder tener un cuadernillo de actividades que ayuden a las emprendedoras a colocar sus ideas de mejor manera y mucho más organizadas. Se puede observar en las figuras 63 y 64 la validación con el comitente.

**Figura 63.**

*Fotografía validación comitente Natalia Garzón, elaboración propia*



**Figura 64.**

*Fotografía validación comitente Natalia Garzón, elaboración propia*



El proceso de validación permitió integrar perspectivas expertas y asegurar la calidad del producto final. Las recomendaciones proporcionadas, como el uso de iconografía para facilitar la comprensión, la mejora en la composición gráfica y la inclusión de recursos adicionales como videos y cuadernillos de actividades, permitieron alinear el prototipo con las necesidades específicas de las emprendedoras. Asimismo, la retroalimentación de Natalia Garzón resaltó la relevancia del producto como una herramienta práctica, accesible y visualmente atractiva, que refuerza el compromiso de la Fundación Bien-Estar con la educación financiera.

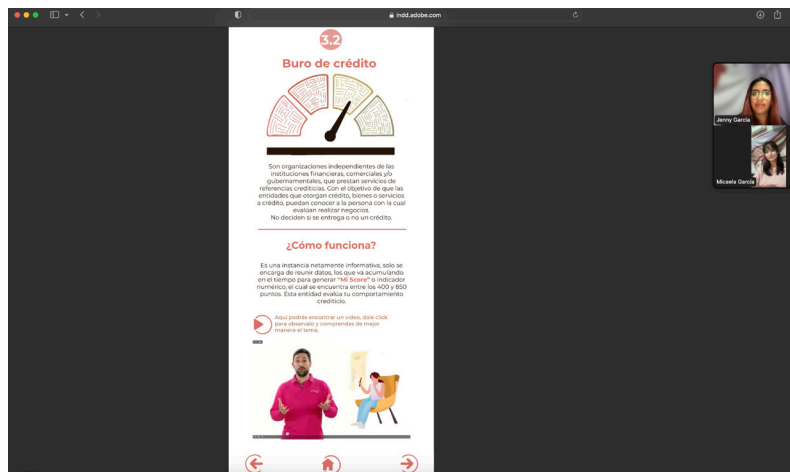
En conclusión, este proceso no solo fortaleció el diseño, sino que también confirmó la viabilidad y el impacto positivo del prototipo como recurso educativo adaptado a su audiencia principal.

Por último se realizó un análisis de los prototipos con ciertas emprendedoras, donde supieron expresar que el prototipo funciona de manera correcta. En específico se tomo en cuenta el testimonio de 3 emprendedoras. La primera Micaela Gutiérrez de 28 años quien manifestó que no tuvo problema con la navegación del prototipo digital y que en su dispositivo

móvil los colores fueron amenos y la acompañaron por un camino cálido. Otro caso fue Mayra Barrera de 38 años, comentó que no tuvo problemas con el uso del cuadernillo y lo pudo imprimir directamente desde su celular y le llamaron la atención los recursos gráficos que se utilizaron en la propuesta. También Génesis Chicaiza de 22 años, quien esta empezando con su emprendimiento, supo expresar su agradecimiento porque el folleto le ayudo a aterrizar la intención y propósito de su negocio como se puede observar en las figuras 65 y 66.

**Figura 66.**

*Captura de pantalla entrevista 1era emprendedora, elaboración propia*



**Figura 67.**

*Fotografía entrevista 2da emprendedora, elaboración propia*



# Conclusiones

18

# 01

A través del levantamiento de la información preexistente en la Fundación Bien-Estar se evidenció la relevancia fundamental de la educación financiera, así mismo la necesidad de un producto diseñado específicamente para las mujeres emprendedoras en Ecuador y que los conceptos abordados se puedan comprender fácilmente, esto a través de una gráfica amigable que juega con íconos e ilustraciones de fácil retención.

Se evidenció que la diagramación de un cuadernillo de actividades era indispensable para la comprobación, no solo del aprendizaje de conceptos de educación financiera de parte de las usuarias, sino también de la aplicación directa en sus planes de negocio para sus emprendimientos.

# 02

# 03

Gracias a la gráfica que fue desarrollada para este grupo objetivo en específico (mujeres emprendedoras en el territorio ecuatoriano) se consiguió que las usuarias del programa, se puedan sentir identificadas y parte del proyecto trabajado. También a través de la cromática y los elementos gráficos se generó un material acrónico y memorable.

# Recomendaciones

19

# 01

Pensando en ampliar el proyecto a otras entidades financieras, así considerando que no todas estas emprendedoras manejan canales digitales, se recomienda la creación de un manual netamente impreso con conceptos básicos de educación financiera acompañados de ejercicios prácticos para su comprensión y evaluación.

Dada la relevancia de esta información para un amplio porcentaje de la población, se recomienda utilizar los resultados de esta investigación como base para la creación y difusión de contenido en redes sociales como TikTok, Instagram y otras plataformas actuales. Este enfoque permitiría ampliar el alcance del mensaje y garantizar que más personas se beneficien del conocimiento financiero presentado.

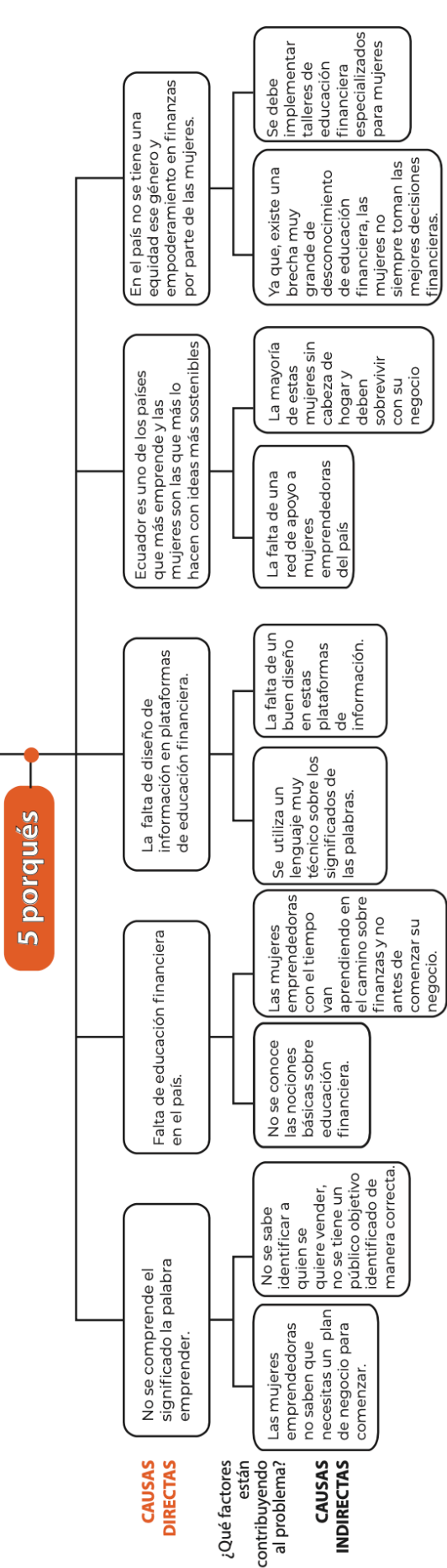
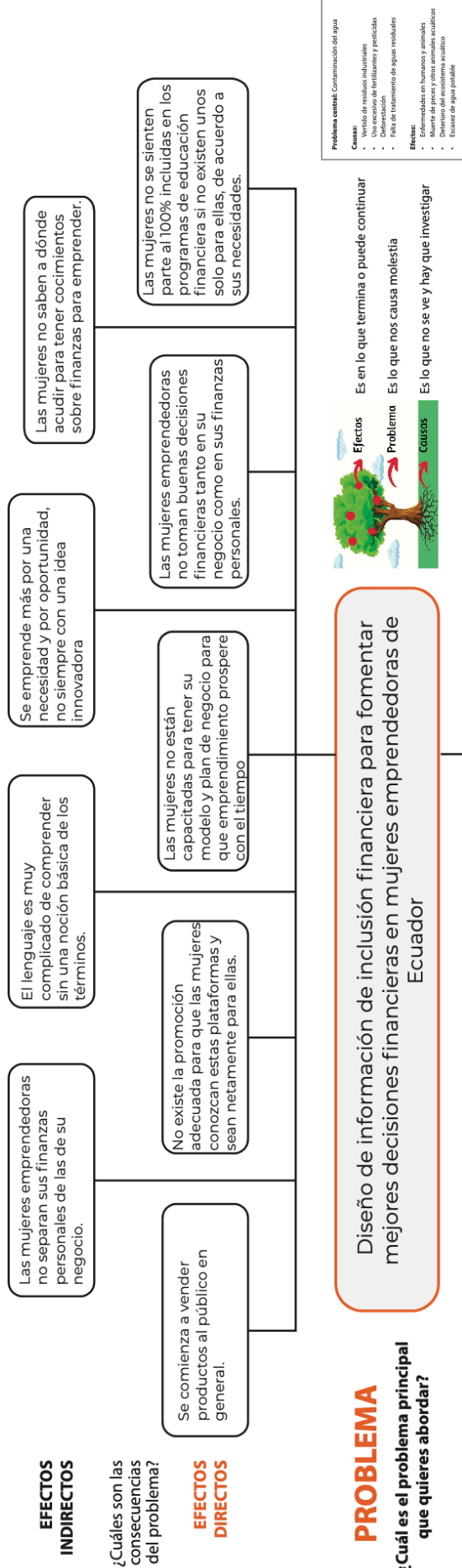
# 02

# 03

Como continuación del proyecto, se sugiere poder ampliar el público objetivo, por ejemplo expandirlo no solo a emprendimientos, sino también para niñas y adolescentes que necesitan conocer sobre educación financiera. Para ello, se sugiere diseñar materiales didácticos adaptados a los diferentes públicos con conceptos básicos.

**Anexos**

**20**



**NOTA:** Fuente: <https://www.realyic.org/pdf/944/944432306.pdf>

El árbol de problemas es una técnica que se emplea para identificar una situación problemática (un problema central), la cual se intenta solucionar mediante la intervención de un proyecto utilizando una relación de tipo causa-efecto.

Anexo 2. Requerimientos de diseño

	REQUERIMIENTO	FACTOR DETERMINANTE	FACTOR DETERMINADO	SUB PARÁMETRO	RENDIMIENTO
FACTOR DE USO	Cómo se usa	Se puede manipular fácilmente la interfaz	Tiene que ser digital Páginas y landing page	Fácil de usar para todas las edades	Una buena recepción del contenido Comprensión al 100% de los conceptos
	Ergonomía visual y física	Se pueda leer en distintos tamaños, Fácil de descargar	Formato para distintos celulares con tipografías adecuadas.	Que el archivo no sea muy pesado para los dispositivos de los usuarios.	Que se comprenda en un tiempo rápido
	Ciclo de vida	Que se vaya actualizando con el tiempo	Descargas infinitas para diversas personas con accesibilidad a inicio de sesión o no.	Que se pueda ir actualizando la información con el tiempo para mejorar y que les ayude a los clientes.	Que no ocupe bastante trabajo y que con las actualizaciones no signifiquen una carga más al aparato electrónico.
FACTOR DE FUNCION	Legibilidad	Debe tener un lenguaje claro, para que las personas entiendan	Tamaño de punto de 8, 10 o 12 pixeles Tipografía San Serif	Tipografía fácil de reconocer y no confusa Interpretación rápida de la información	Lo más óptimo es que por minuto lea 200 palabras.
	Cromática	La cromática con colores vivos Colores con sus tonos	Complementación entre tipografías y colores	Cromática moderna, sencilla sin dejar de lado la formalidad.	Que los usuarios se sientan cómodos con la aplicación.
	Imagen visual	Atractivo para las mujeres (potenciales clientes) Uso de fotografías	Que el usuario se sienta identificado con la interfaz Se relacione con el tema	Imágenes que tengan relevancia en la composición más no ocupen el 100%, ya que se debe tener información.	Buena recepción de conceptos.
FACTOR CONCEPTUAL Y PERSUASIVO	Maquetación o Layout	Jerarquía Textos claros	Distribución en la retícula Composición fotográfica con retícula incluida	Se comprenda el orden de la lectura y si existen instrucciones sea fáciles de entender.	Conceptos comprendidos
	Innovación funcional	Interactividad en botones	Que se comprenda e realizar las acciones rápidamente e intuitivamente.	Que sea no se tan pesado para que las personas no necesiten borrar archivos o cosa importantes de sus dispositivos.	Conceptos básicos bien comprendidos
	Usabilidad / UX Design	Se debe tener una interfaz simple y sencilla e usar para que las personas no se confundan con la iconografía correcta.	La interfaz sea amigable con el usuario y no sea compleja de utilizar y entender.	Que las personas no tengan que realizar demasiadas acciones.	El usuario tenga una grata experiencia, siempre pensando en la rapidez y eficacia.
FACTOR ESTÉTICO	Discurso gráfico	Simbolos fácil de entender por las mujeres promedio de Ecuador.	Uso de un lenguaje adecuado y términos no complejo de entender	El material que se propone debe ser interactivo y fácil de comprender.	Redacción fácil de comprender
	Simbolismo	Interpretación adecuada	Los símbolos ayudarán a que los usuarios ubiquen en la interfaz.	Simbolos que ya existentes y tal vez puedan ser modificados un poco de acuerdo al concepto gráfico.	Ampiar conocimientos de los usuarios
	Estilo gráfico	El concepto de diseño se usa en toda la interfaz Un estilo gráfico definido	Iconografía simple y original de acuerdo al concepto	Sencillos en simbología.	Fácil comprensión, no existan confusiones en los términos
FACTOR TÉCNICO	Manejo herramienta	El concepto de diseño se usa en toda la interfaz Manejo de un estilo gráfico definido	Respetar la retícula tanto para textos e imágenes Respetar el concepto de diseño (mujeres)	Se entiendan los significados con una buena redacción y una manera distribución en el producto. Se respete la retícula estipulada.	Correcta recepción de términos Material que incentive al aprendizaje sin ser invasivo para el usuario
	Calidad y tipo de imágenes	Retículas y leyes de composición	Imágenes de personas de acuerdo con el concepto de diseño (mujeres)	El diseño en general debe ser manejado de una manera muy limpia.	Mejorar los conceptos de los usuarios
	Formatos y materiales	Tamaño de una pantalla de celular	Que sea para cualquier tipo de celular o dispositivo pequeño	Sea digital.	Todo propone que todo sea digital.
FACTOR TÉCNICO	Optimización de recursos	No tendrá material análogo, será una sola aplicación con la información necesaria	No se debe cansar la vista del usuario con tanta información en cada página	Una buena distribución de la información en cada página.	Respeto del formato estipulado
	Sistemas de producción	Se puede descargar fácilmente y gratuito.	Que sea apto para Android e iOS	Todo el producto se vea de una buena calidad gráfica.	Descargas para todo el país y si es posible para más países.
	Acabados	Contenidos claros No faltas ortográficas	Todos los textos estén correctos y en la retícula estipulada.	Todo debe ser lo más pulcro posible y con originalidad.	Buenas imágenes y textos.
FACTOR TÉCNICO	Costos	Desarrollo inicial: \$5.000 - \$50.000; Pruebas y Depuración: \$1.000 - \$10.000 Cota de Desarrollador de App: \$39 por año	Que sea gratuita para el usuario, ya que, es una herramienta para aprender.	No existan gastos de parte del usuario.	Costos financiados por empresas publicitarias.
	Distribución	Redes sociales como Instagram, facebook.	Que sea apto para Android e iOS	Que el usuario tenga un dispositivo disponible en casa.	Tener un estimado de descargar por mes

<b>Tabla de evaluación del concepto y estilo gráfico para los conceptos y estilos gráficos propuestos</b>				
Título del trabajo:				
Estudiante: Jenny García Gordillo				
Evaluado por:				
Fecha:				
<b>Preguntas</b>	<b>Concepto y estilo 1</b>	<b>Concepto y estilo 2</b>	<b>Concepto y estilo 3</b>	<b>Observaciones/sugerencias</b>
1) ¿El concepto responde al objetivo general del trabajo?				
2) ¿El concepto responde a las expectativas de los usuarios a los que se dirige el trabajo?				
3) ¿El concepto responde de forma novedosa al problema planteado?				
4) ¿El concepto propone una experiencia de uso adecuada?				
5) ¿El estilo gráfico es adecuado para el/los usuarios a los que se dirige el trabajo?				
6) ¿El estilo gráfico propone una experiencia visual atractiva?				
7) ¿El concepto y estilo proponen un grado de innovación o novedad con relación a las soluciones existentes?				
<b>TOTAL</b>				

# Bibliografía

21

Datos de emprendimiento en Ecuador. (2024b, enero 21). Fundación Adhara. <https://www.fundacionadhara.org/blog/emprendimiento-2/datos-de-emprendimiento-en-ecuador-3>

Ulloa, P. (2022b, febrero 16). ¿Por qué fracasan los emprendimientos? - Emprendimiento Ecuador. Emprendimiento Ecuador. <https://emprendimiento.ec/emprende/por-que-fracasan-los-emprendimientos/>

El desconocimiento reduce drásticamente las posibilidades de que un emprendedor acceda a financiamiento para su negocio. (s. f.-b). <https://www.lahora.com.ec/pais/desconocimiento-acceso-credito-emprendedores-economia-quito/>

Los jóvenes de hoy emprenden más que los de hace 10 años. (2019, 26 noviembre). Revistalideres.com. <https://www.revistalideres.ec/lideres/jovenes-emprenden-ecuador-informe-negocios.html>

Integral, G. S. C. (s. f.). ¿Por qué fracasan los Emprendimientos en el Ecuador? Gustavo Struve Consultoría Integral. <http://gustavostruve.com/f/%C2%BFpor-que%C3%A9-fracasan-los-emprendimientos-en-el-ecuador>

Verifica, E. (2020b, noviembre 11). #SíPero: Guillermo Celi: “Ecuador es el país que más emprende en la región, pero lamentablemente es el que más fracasa». GK. <https://gk.city/2020/11/10/celi-pais-fracasa-emprender/>

Negocios, E., & Negocios, E. (2023b, abril 17). Ecuador tiene más de 5 millones de emprendedores. Ekos Negocios. <https://ekosnegocios.com/articulo/ecuador-tiene-mas-de-5-millones-de-emprendedores>

Rbeweb. (2023, 8 marzo). El impresionante crecimiento de la mujer empresaria en Ecuador. Russell Bedford EC. <https://russellbedford.com.ec/crecimiento-de-la-mujer-empresaria-en-ecuador/#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Entrepreneurship%20Monitor%2C%20en%20Ecuador,inclusi%C3%B3n%20en%20el%20mundo%20empresarial.>

Davila, E. (2023, 7 marzo). Mujeres emprendedoras y su legado en la sociedad. AEI. <https://www.aei.ec/mujeres-emprendedoras-legado-sociedad/>

Rbeweb. (2023b, marzo 8). El impresionante crecimiento de la mujer empresaria en Ecuador. Russell Bedford EC. <https://russellbedford.com.ec/crecimiento-de-la-mujer-empresaria-en-ecuador/>

Mujeres ecuatorianas son líderes en el emprendimiento, ¿pero qué falta para despuntar? (2024, 26 marzo). <https://revistagestion.ec/analisis-economia-y-finanzas/mujeres-ecuatorianas-son-lideres-en-el-emprendimiento-pero-que-falta/>

Estadísticas y Estudios RFD . (2022). Educación y bienestar financiero, tarea pendiente en Ecuador y la región.

La Hora. (10 de febrero de 2023). Obtenido de <https://www.lahora.com.ec/pais/desconocimiento-acceso-credito-emprendedores-economia-quito/>

JOHNSON , M. (2012). Problem Solvent . China.

GONZÁLEZ, E. (2004). Los materiales didácticos, medios y recursos de apoyo a la docencia. Trillas. México.