



Educación
Secretaría de Educación Pública



COLEGIO DE
BACHILLERES

Colegio de Bachilleres
Sistema Nacional de Bachillerato
Guía de estudio
Gestión de contenido digital y programación
de publicaciones
Cuarto semestre

Plan 2023, actualización 2025



DISEÑO DE
PRODUCTOS GRÁFICOS

Junio 2026



Créditos

Equipo coordinador de la Unidad de Aprendizaje Curricular

Luis Gabriel Mondragón Torres
Coordinador de Proyectos de Informática
(Especialista en contenidos)

Rosalía Arellano Cortés
Coordinadora de Proyectos
(Asesoría Psicopedagógica)

Subdirección de Capacitación para el Trabajo
Dirección de Planeación Académica



Índice

Presentación	5
Introducción	7
Esquema del proceso de trabajo	8
Corte 1. Apoya en la planificación de contenido digital para redes sociales	9
Meta de aprendizaje	9
Conocimientos previos	10
Evaluación diagnóstica	11
Desarrollo del contenido	12
Conoce +	24
Autoevaluación	25
Corte 2. Organiza y optimiza contenido digital para plataformas de gestión	26
Meta de aprendizaje	26
Conocimientos previos	27
Evaluación diagnóstica	28
Desarrollo del contenido	29
Conoce +	40
Autoevaluación	41
Corte 3. Programa y monitorea publicaciones en redes sociales	42
Meta de aprendizaje	42
Conocimientos previos	43
Evaluación diagnóstica	44
Desarrollo del contenido	45
Conoce +	58
Autoevaluación	59
Evaluación final	60



Fuentes consultadas	62
Anexo	63



Presentación

La formación que imparte el Colegio de Bachilleres incluye diversos conocimientos teóricos y prácticos orientados a desarrollar en el estudiantado las habilidades, actitudes y valores necesarios para resolver retos reales y construir las bases de una vida personal y profesional satisfactoria.

De manera particular, el Currículum laboral busca desarrollar competencias laborales básicas que le serán útiles al estudiantado para continuar con sus estudios superiores o, si así lo decide, integrarse al mundo laboral, ya sea buscando un empleo o mediante el emprendimiento.

En los diferentes planteles del Colegio se imparten las siguientes Trayectorias Ocupacionales Básicas (TOB):

- Auxiliar contable
- Gestión de servicios de hospedaje, alimentos y bebidas
- Analista de calidad de productos comerciales
- Gestión de información documental y digital
- Gestión de talento humano
- Dibujo de planos del proyecto arquitectónico
- Programación informática
- Diseño de productos gráficos
- Desarrollo de servicios con inclusión digital

Cada una de estas Trayectorias Ocupacionales Básicas, además de formar parte del Plan de Estudios, contribuye de manera significativa a la formación integral del estudiantado.

El material que tienes en tus manos es una Guía de Estudio elaborada con el propósito de brindarte un recurso que apoye tu aprendizaje y el logro de los objetivos formativos de las Unidades de Aprendizaje Curricular (UAC) de cuarto semestre.

Este material ha sido desarrollado por un equipo de profesores y profesoras expertas que aportan su experiencia y conocimiento para asegurar que tanto los programas de Estudio como estas Guías respondan a tus necesidades y se adapten a tu contexto.

Esta guía toma como base el programa de estudios de la UAC correspondiente al cuarto semestre y será una herramienta útil para:

- Repasar los temas vistos en clase.
- Practicar con ejercicios desafiantes.
- Confirmar los conocimientos que has adquirido.
- Compartir y resolver dudas con el personal docente, compañeras y compañeros.
- Prepararte para los mecanismos de regularización.



La estructura de la guía está organizada para abordar de manera autogestiva los contenidos por corte mediante el desarrollo de diversas actividades, lo que facilita el desarrollo de las competencias laborales básicas planteadas para cada TOB.

Para trabajar en esta Guía, es importante que consideres lo siguiente:

La guía incluye una actividad diagnóstica que te permitirá realizar una valoración inicial de tus conocimientos y de las áreas que aún debes dominar. Te recomendamos realizar este ejercicio con el tiempo necesario. Una vez que concluyas, revisa los resultados que se encuentran al final de la guía; esto te brindará una idea clara del tiempo y esfuerzo que deberás invertir para lograr las metas de aprendizaje.

Te sugerimos revisar todas las actividades e identificar los conceptos y ejercicios propuestos. Es conveniente que realices todas las actividades, ya que su diseño es progresivo: las tareas iniciales te proporcionarán las bases necesarias para las subsecuentes.

Una vez que concluyas las actividades de cada corte, realiza la evaluación correspondiente. Revisa tus resultados y, si no son los esperados, te invitamos a repasar las actividades y ejercicios.

Recuerda que, si bien la conclusión de la guía y sus actividades representa un producto final, lo que importa realmente es tu aprendizaje y que sientas la satisfacción de tu esfuerzo.



Introducción

La gestión de contenido digital y la programación de publicaciones se han consolidado como pilares indispensables para cualquier organización en la economía contemporánea. En una sociedad digitalizada, las marcas no solo compiten por ofrecer excelentes bienes o servicios, sino también por capturar la atención y generar comunidades de valor en redes sociales.

Para el estudiantado de cuarto semestre que cursa la Trayectoria Ocupacional de Diseño de productos gráficos, esta guía representa un puente entre los saberes conceptuales y la práctica real en el sector laboral. A través de este trayecto, aprenderás a analizar las tendencias estéticas visuales de la competencia, definir objetivos estratégicos y accesibles, optimizar activos multimedia para diversas plataformas y operar herramientas de programación unificada como Metricool.

Para dar un sentido práctico y significativo a estos aprendizajes, la guía se estructura en torno a EcoHuella, un emprendimiento escolar juvenil ficticio dedicado a la comercialización de accesorios escolares sustentables elaborados a mano y libretas hechas con papel reciclado. A través de EcoHuella, te enfrentarás a retos reales sobre cómo posicionar una marca con ética y criterios de accesibilidad e inclusión lingüística, utilizando herramientas de Inteligencia Artificial Generativa de manera responsable y crítica como asistentes de creatividad y redacción.

Esquema del proceso de trabajo

El proceso de trabajo que debes seguir a lo largo de esta guía de estudio replica de manera fiel las etapas operativas de una agencia de marketing digital real, organizándose en tres fases secuenciales y complementarias.

1. Corte 1. Fase de planificación: Consiste en la investigación de tendencias visuales y del sector sustentable, la definición de objetivos SMART para la marca EcoHuella y la estructuración del calendario editorial mensual.
2. Corte 2. Fase de organización y optimización: Involucra la catalogación de activos en repositorios DAM (Digital Asset Management o Gestión de Activos Digitales) en la nube (Google Drive/OneDrive) bajo estándares uniformes de nomenclatura, y la adaptación técnica de imágenes y videos cortos (duración, resolución y contraste) para Instagram y TikTok.
3. Corte 3. Fase de programación y monitoreo: Consiste en la operación del planificador de Metricool para agendar las publicaciones en las mejores horas, configurar la segmentación geográfica y por intereses, realizar el crossposting entre plataformas, monitorear en vivo las interacciones de las personas usuarias y elaborar reportes de rendimiento y mejoras.

Observa la siguiente figura para analizar la ruta formativa de este trayecto.

Figura 1

Ruta de aprendizaje y fases del proceso de trabajo en redes sociales



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de ruta de aprendizaje y proceso de trabajo. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>



Corte 1

Apoya en la planificación de contenido digital para redes sociales

Meta de aprendizaje

Apoyar en la elaboración de planes de contenido digital para una marca, considerando la audiencia, las tendencias visuales y multimedia del sector, así como las herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG); para desarrollar un calendario editorial efectivo y coherente con los objetivos de comunicación y los principios básicos de diseño gráfico y storytelling digital.



Conocimientos previos

Antes de iniciar con este corte de aprendizaje, es fundamental que repases los siguientes saberes y habilidades básicas:

- Familiaridad con el uso de plataformas de redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook) desde una perspectiva personal e interactiva.
- Nociones básicas de comunicación e identidad visual, como el propósito de diseñar un logotipo y coherencia de los colores de una marca.
- Habilidades tecnológicas elementales: navegación web, búsquedas en internet, descarga y organización de archivos digitales (imágenes y videos) en carpetas locales.
- Sensibilidad y respeto hacia la diversidad de las personas y el uso de un lenguaje incluyente en los entornos virtuales.

Evaluación diagnóstica

Instrucciones: Lee atentamente cada reactivo y selecciona la opción que consideres correcta. No te preocupes si no conoces todas las respuestas; este ejercicio es para valorar tu punto de partida. Al final de la guía encontrarás las respuestas correctas para comparar tus resultados.

1. ¿Cuál es el formato de interacción principal que define a plataformas como TikTok o Instagram Reels, diferenciándolas de los blogs de texto tradicionales?
 - a) Archivos de audio descargables sin reproducción en vivo.
 - b) Videos cortos verticales de consumo rápido y dinámico.
 - c) Hojas de cálculo compartidas para análisis numérico.
 - d) Artículos escritos extensos sin elementos visuales.
2. En el ámbito de la comunicación y el diseño, ¿cuál es el propósito fundamental de que un emprendimiento o marca posea un logotipo y una paleta de colores coherente?
 - a) Automatizar el agendamiento y la publicación.
 - b) Identificar la marca y transmitir confianza.
 - c) Evitar la copia de los productos.
 - d) Reducir costos de producción.
3. Si descargas imágenes y videos de internet para un proyecto escolar, ¿cuál es la mejor práctica de organización digital para evitar perder tus archivos?
 - a) Crear una carpeta específica con nombre descriptivo y organizar los archivos en subcarpetas lógicas.
 - b) Copiar todos los archivos directamente en el escritorio de la computadora sin ordenarlos.
 - c) Eliminar los archivos una vez utilizados y volver a buscarlos cada vez que se requieran.
 - d) Guardar todos los elementos en la carpeta temporal de descargas sin renombrarlos.
4. En la comunicación dentro de entornos virtuales, ¿qué principio básico promueve la empatía y la sana convivencia digital (netiqueta)?
 - a) Dirigirse a las personas con respeto y emplear un lenguaje incluyente que evite la exclusión o discriminación.
 - b) Escribir todos los comentarios en mayúsculas para llamar la atención.
 - c) Compartir información de otras personas sin verificar su veracidad.
 - d) Responder con tono confrontativo a las críticas o dudas recibidas.
5. Al realizar búsquedas de información o recursos en internet, ¿qué elemento clave ayuda a determinar que un sitio web o fuente es confiable?
 - a) Que tenga tipografías de colores llamativos y muchas animaciones en pantalla.
 - b) Que sea el primer resultado pagado que aparece en los motores de búsqueda.
 - c) La presencia de la autoría y la fecha de actualización de la información.
 - d) El número total de anuncios publicitarios que contiene el sitio.

Desarrollo del contenido

¿Alguna vez te has preguntado por qué pasas horas haciendo scroll en TikTok o Instagram y te detienes exactamente en una publicación, mientras ignoras otras? No es casualidad. Detrás de ese segundo de atención hay una intensa competencia por capturar tu atención, y el arma principal es el diseño y la planificación estratégica. En este corte 1, te convertirás en la mente creativa detrás de los hilos de EcoHuella, un emprendimiento real de libretas artesanales y ecológicas. Aprenderás a analizar tendencias y referentes del sector de la competencia, a domar los algoritmos mediante objetivos SMART y a estructurar un calendario editorial mensual. Deja de ser un simple consumidor que regala clics y conviértete en quien diseña la estrategia. ¡El poder de capturar la atención está a punto de ser tuyo!

Figura 2

Mapa de aprendizajes del corte 1: Planificación estratégica y análisis de la competencia



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de aprendizajes del corte 1. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

Meta específica 1. Documentar tendencias visuales y multimedia en redes sociales, identificando oportunidades de contenido para una marca específica y analizando las estrategias visuales de la competencia.

1. Estrategias visuales.

Una estrategia visual es la planificación estructurada del uso de imágenes, gráficos, videos y elementos de diseño para comunicar los valores, mensajes y personalidad de una marca de forma coherente en el entorno digital. En las redes sociales, donde las personas reciben miles de estímulos visuales al día, poseer una identidad visual definida es el factor que permite que una marca sea recordada y no pase desapercibida.

Para lograr esto, una marca requiere consistencia en sus elementos fundamentales: la paleta de colores (coherencia cromática), las fuentes de letra (estilo tipográfico), el logotipo y las directrices sobre el tipo de imágenes o videos que se publicarán.

A lo largo de esta guía de estudio, utilizaremos como hilo conductor a la marca EcoHuella, un emprendimiento escolar ficticio dedicado a la venta de accesorios escolares sustentables y libretas hechas con papel reciclado. EcoHuella tiene como público meta a estudiantes de bachillerato y utiliza una identidad visual basada en colores crema (#F5F0E8), verde menta (#2ECC71) y café tierra (#7D5C45), proyectando una personalidad juvenil, ecológica y socialmente responsable. Cada pieza de diseño que planifiquemos y programemos debe respetar esta coherencia visual.

2. Metodología de investigación de tendencias visuales (colores, tipografías, estilos, formatos de video, etc.) y multimedia (GIFs, animaciones, filtros interactivos, etc.) relevantes para redes sociales.

Las redes sociales evolucionan con rapidez y las estéticas que eran populares hace unos meses pueden volverse obsoletas. Por ello, es vital implementar una metodología de investigación de tendencias visuales (los estilos tipográficos, gamas de colores, formas de composición y layouts del momento) y multimedia (los formatos interactivos como GIFs, stickers de encuestas, filtros de realidad aumentada y videos verticales cortos).

Un método práctico de investigación consta de los siguientes pasos para los equipos de marketing digital.

- Monitoreo y exploración de feeds: Revisar los canales más dinámicos utilizando hashtags del sector (ej. #EcoFriendly, #SustainableFashion) y secciones de descubrimiento (como la pestaña 'Explorar' de Instagram o la sección 'Para ti' en TikTok) para identificar qué estéticas visuales se repiten.
- Uso de plataformas especializadas en analítica de tendencias: Herramientas como Google Trends, Pinterest Trends y TikTok Creative Center proporcionan estadísticas en tiempo real de qué temas, sonidos y estilos visuales están al alza.

- Análisis comparativo de la competencia: Documentar sistemáticamente el trabajo visual de marcas similares, observando qué tipo de tipografías usan, la duración de sus videos cortos y cómo interactúan con su comunidad.

Para apoyar este proceso y comprender cómo se dividen los métodos de búsqueda, observa la siguiente infografía explicativa.

Figura 3

Métodos de investigación de tendencias visuales y multimedia en redes sociales



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de métodos de investigación de tendencias visuales. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

3. Insights.

Un insight en el ámbito digital es una revelación o verdad profunda que se descubre al analizar el comportamiento y las interacciones de la audiencia en las redes sociales. No es un simple dato cuantitativo (como 'tuvimos 500 likes'), sino la interpretación cualitativa de ese dato (como 'nuestra audiencia interactúa

más con infografías explicativas que con fotos del producto porque valoran aprender sobre el proceso de fabricación ecológica').

Para EcoHuella, un insight clave extraído de la investigación de tendencias podría ser: 'Las y los jóvenes prefieren ver el proceso detrás de escena (el origen del papel reciclado y la costura manual de las libretas) mediante videos cortos y dinámicos, en lugar de imágenes de producto de catálogo limpio'. Este insight se traduce directamente en una oportunidad de contenido: planificar y producir videos estilo Sketchnote y detrás de escena para generar una conexión de confianza y compromiso ético.

4. Principios de diseño gráfico (composición, color, tipografía, jerarquía visual) aplicados en el análisis de tendencias.

Para analizar y adaptar las tendencias de forma profesional, deberás dominar los cuatro principios fundamentales del diseño gráfico aplicados a interfaces y pantallas digitales.

- **Composición**, se refiere a la organización y distribución visual de los elementos en el lienzo. Se recomienda aplicar la regla de los tercios para colocar el punto focal en las intersecciones clave y mantener el equilibrio visual, evitando saturar la composición.
- **Color**, aplicación con base en la psicología del color y armonías cromáticas. Las marcas de accesorios sustentables suelen requerir tonos tierra y verdes para proyectar ecología, pero siempre asegurando un alto contraste entre el texto y el fondo para garantizar la legibilidad en pantallas de dispositivos móviles.
- **Tipografía**, la combinación de fuentes legibles. Se deben priorizar letras de tipo Sans-serif (sin remates, como Arial o Roboto) para textos del cuerpo en digital, limitando el uso de tipografías decorativas únicamente a los títulos grandes.
- **Jerarquía visual**, el orden en que el ojo humano lee y percibe la información. Se logra modificando el tamaño, peso (negrita) y color de los textos para guiar la mirada primero al título principal, luego al mensaje clave y finalmente al llamado a la acción (CTA).

Actividad de aprendizaje 1: Reporte de análisis de tendencias visuales y multimedia.

Objetivo: Realizar una investigación de tendencias visuales y multimedia del sector ecológico y sustentable, analizando el comportamiento de la competencia y formulando propuestas gráficas concretas para la marca EcoHuella.

Instrucciones:

1. Selecciona dos marcas competidoras (reales o ficticias) en el sector de accesorios escolares sustentables.
2. Investiga feeds y hashtags relevantes en Instagram y TikTok, identificando tres tendencias visuales (colores, tipografías) y dos tendencias multimedia (videos cortos, stickers interactivos).
3. Identifica al menos dos insights sobre qué contenidos generan más engagement e interacciones.

4. Propón 3 formatos concretos de diseño para la campaña de EcoHuella.

5. Estructura el reporte ejecutivo incluyendo introducción, desarrollo del análisis con capturas de pantalla de la competencia y las propuestas gráficas finales.

Producto 1: Reporte ejecutivo digital (formato PDF, máximo dos cuartillas) y mapa visual de tendencias (Moodboard).

Instrumento: Lista de cotejo para reporte de tendencias.

Objetivo: Valorar la calidad metodológica de la investigación, el rigor en la recopilación de datos y la pertinencia de las propuestas visuales para EcoHuella.

Instrucciones: Utiliza la siguiente lista de cotejo sobre reporte de tendencias para evaluar los criterios de desempeño requeridos.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Identifiqué al menos 3 tendencias visuales y 2 tendencias multimedia con ejemplos claros del sector ecológico.		
Justifiqué la relevancia de las tendencias para EcoHuella basada en el comportamiento del usuario.		
Propuse formatos concretos de diseño alineados a los principios de composición y contraste cromático.		
Sustenté la investigación en al menos 3 fuentes de información digital confiables (blogs, estudios).		
Mostré orden metodológico, ortografía excelente y estructura formal de informe ejecutivo.		

Meta específica 2. Apoyar a formular objetivos de contenido visual y multimedia para redes sociales medibles y alineados con la estrategia de marketing digital general de la marca, considerando el aporte específico del diseño gráfico y la narrativa visual.

1. Objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes, con un tiempo definido) y cómo se aplican a la estrategia de contenido digital visual.

Para que una campaña de contenido visual tenga éxito, no basta con crear diseños atractivos; se deben formular objetivos de comunicación que sean medibles y estén alineados con la estrategia de marketing de la marca. La metodología SMART es el estándar más efectivo para lograrlo.

- Específico (Specific): Debe indicar qué se quiere lograr exactamente de forma visual (ej. 'Incrementar la cantidad de imágenes de EcoHuella publicadas en Instagram').

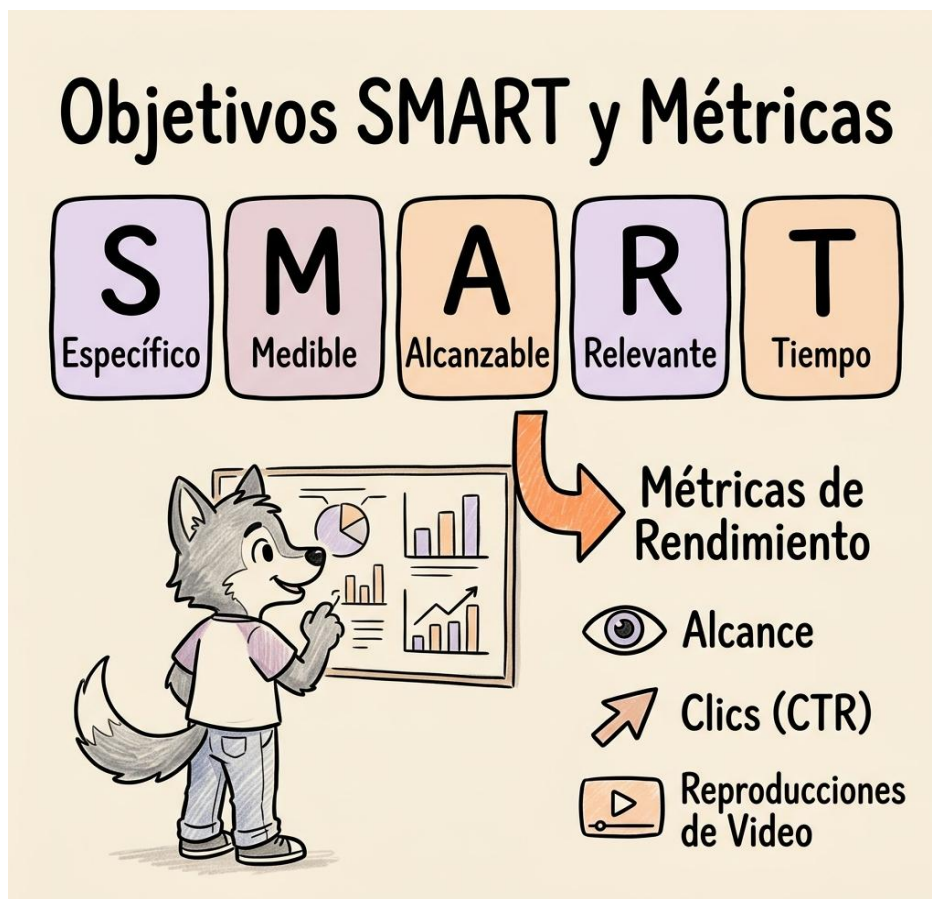
- **Medible (Measurable):** Debe especificar cómo se medirá el avance a través de métricas cuantitativas (ej. 'Aumentar las visualizaciones de video en un 20%').
- **Alcanzable (Achievable):** Debe ser un reto realista considerando los recursos del equipo (ej. 'Diseñar y programar 5 piezas por semana').
- **Relevante (Relevant):** Debe aportar valor real al negocio, como mejorar el reconocimiento de marca (brand awareness) o la interacción (engagement) del usuario.
- **Tiempo (Time-bound):** Debe especificar cuándo se espera cumplir (ej. 'En un plazo de 30 días').

Un objetivo SMART formulado de forma correcta para EcoHuella sería: 'Aumentar las visualizaciones de nuestros videos cortos detrás de escena en TikTok en un 25% durante el próximo mes mediante el uso de subtítulos legibles y composición en regla de tercios'.

Observa la siguiente figura para analizar cómo interactúan los objetivos SMART con las métricas visuales.

Figura 4

Objetivos SMART y métricas de rendimiento en redes sociales



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de objetivos SMART y métricas. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

2. Elementos de diseño gráfico (uso de marca, paleta de color, estilo de imagen).

Para construir una identidad visual coherente en redes sociales, debes dominar e implementar las directrices de marca (brand guidelines). Esto incluye el uso correcto y la jerarquía de los logotipos, los cuales deben colocarse en zonas de la imagen que no obstruyan el contenido principal (generalmente en una esquina con suficiente espacio libre o margen de seguridad).

La paleta de colores debe respetar la coherencia cromática y utilizar las armonías (análogas o complementarias) de la marca. Para EcoHuella, la gama cromática principal se compone de verde menta (#2ECC71) y café tierra (#7D5C45), aportando un tono ecológico y amigable que resuena con su identidad. El estilo de imagen define si la marca utilizará fotografías con luz natural (que brinda una estética orgánica), ilustraciones planas de tipo bento o esquemas didácticos de sketchnote. Mantener la consistencia en el estilo de imagen evita que la marca sea percibida como desorganizada por la audiencia.

3. Reconocimiento de marca o el engagement.

La consistencia visual incide directamente en dos variables estratégicas del marketing digital.

- Reconocimiento de marca (brand awareness): Capacidad de la audiencia para identificar visualmente a la marca de forma inmediata entre la inmensidad de publicaciones de las redes sociales. Se logra manteniendo colores, logotipos y tipografías consistentes en todas las publicaciones, haciendo que se asocie el contenido ecológico con la marca EcoHuella en segundos de visualización.
- Engagement (tasa de interacción): Nivel de compromiso y participación que demuestra la comunidad de personas usuarias a través de likes, comentarios, compartidos y guardados. Un diseño estético y con jerarquía clara fomenta que las personas hagan clic en el botón de guardar o compartan el contenido didáctico en sus propios feeds.

4. Métricas clave del rendimiento visual y multimedia en redes sociales (alcance visual, tasa de clics en imágenes, visualizaciones de video).

Para medir la efectividad de la narrativa visual, es necesario realizar un monitoreo de las siguientes métricas cuantitativas clave.

- Alcance visual (reach): Número total de cuentas únicas de personas usuarias que han visualizado la publicación en su pantalla. Mide la visibilidad y el posicionamiento de la marca.
- Tasa de clics en imágenes (CTR - Click-Through Rate): Porcentaje de personas usuarias que, tras ver una imagen, hicieron clic en el enlace adjunto o llamado a la acción. Mide la capacidad de persuasión y el atractivo del diseño visual.
- Visualizaciones de video (video views): Número de reproducciones del contenido audiovisual corto. Mide la retención y el interés que genera el formato multimedia.

Actividad de aprendizaje 2: Propuesta estructurada de objetivos SMART y métricas.

Objetivo: Diseñar una propuesta estructurada de cuatro objetivos SMART para la campaña digital de la marca EcoHuella, asociando cada uno de ellos a métricas de rendimiento específicas y justificando el aporte del diseño gráfico.

Instrucciones:

1. Analiza la identidad y personalidad de la marca EcoHuella.
2. Redacta de forma detallada cuatro objetivos de contenido digital aplicando estrictamente las cinco variables de la metodología SMART (específico, medible, alcanzable, relevante y a tiempo).
3. Asegura que dos objetivos se enfoquen en el posicionamiento y reconocimiento de marca (alcance e impresiones) y los otros 2 en la interacción y engagement.
4. Asocia a cada objetivo al menos una métrica de rendimiento visual (por ejemplo: vistas de video, clics en enlace, guardados de carrusel).
5. Redacta una justificación técnica para cada objetivo, argumentando cómo la aplicación de principios de composición, color y jerarquía visual del diseño gráfico favorecerá el logro del objetivo.

Producto 1: Documento de propuesta con tabla estructurada de objetivos SMART, métricas y justificación de diseño gráfico.

Instrumento: Lista de cotejo para objetivos SMART.

Objetivo: Evaluar la formulación de los objetivos SMART, la congruencia de las métricas visuales asociadas y la solidez de la argumentación sobre el aporte del diseño gráfico.

Instrucciones: Utiliza la siguiente lista de cotejo de objetivos SMART para valorar tu producto.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Detallé de forma precisa 4 objetivos aplicando las 5 variables SMART (Específico, Medible, Alcanzable, Relevante, Tiempo).		
Alineé los objetivos estratégicamente con la campaña ecológica de EcoHuella (2 de reconocimiento y 2 de engagement).		
Asocié de forma lógica cada objetivo con una métrica de rendimiento visual (impresiones, CTR, vistas de video).		
Justifiqué conceptualmente el aporte del diseño gráfico y de la jerarquía visual para cumplir cada objetivo.		
Estructuré la propuesta de forma clara, utilizando una tabla ordenada y terminología adecuada en español.		

Meta específica 3. Elaborar un calendario editorial de contenido digital, detallando la planificación de publicaciones visuales y multimedia, el uso de IAG para la generación de ideas o borradores, y asegurando la pertinencia, inclusión y accesibilidad del contenido.

1. Calendario editorial (fechas, plataformas, tipos de contenido, mensajes clave, recursos visuales).

Un calendario editorial es la herramienta de planificación organizativa que detalla qué contenido digital se va a publicar, en qué fecha y hora, a través de qué plataformas (Instagram, TikTok, Facebook), el tipo de formato (carrusel, video corto, imagen estática), el mensaje escrito (copy) y las especificaciones de diseño y recursos multimedia.

Mantener una planificación estructurada permite a los equipos de marketing digital distribuir equilibradamente el contenido y anticipar las necesidades técnicas de producción gráfica.

Observa la siguiente figura para analizar la anatomía de un calendario editorial accesible e inclusivo.

Figura 5

Anatomía de un calendario editorial y pautas de accesibilidad digital



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de anatomía de un calendario editorial. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

2. IAG con uso ético y eficiente en la fase de ideación o redacción de borradores de contenido.

Las herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG), como ChatGPT o Claude, son excelentes asistentes en la fase de ideación o redacción de borradores de copys, aplicando un uso ético y responsable: la IA debe ser un asistente para romper la hoja en blanco o proponer ángulos creativos, pero nunca debe reemplazar la elaboración y revisión humana crítica.

Es importante tener presente que tienes la responsabilidad de realizar una edición crítica del borrador para adaptarlo al tono juvenil, ecológico e inclusivo de EcoHuella, verificar que la información sobre sustentabilidad sea verídica y asegurar que no contenga estereotipos de género o sesgos lingüísticos.

3. Pautas básicas de accesibilidad (contraste de color, descripción de imágenes, subtítulos para videos).

La planificación del contenido digital debe integrar desde el primer momento pautas básicas de inclusión y accesibilidad digital, tales como:

- Contraste de color adecuado: Asegurar una relación de contraste mínima de 4.5:1 entre el texto y el fondo (siguiendo las directrices WCAG 2.1 AA) para que personas con debilidad visual o daltonismo lean los textos con facilidad, evitando fondos muy saturados o de baja legibilidad.
- Texto alternativo (ALT text) descriptivo: Redactar descripciones objetivas de lo que aparece en las imágenes para que los lectores de pantalla de personas con discapacidad visual puedan interpretarlas.
- Subtítulos para videos: Añadir subtítulos legibles y sincronizados en videos cortos para permitir el acceso a personas con discapacidad auditiva y mejorar la retención general en entornos de reproducción silenciosa.

Actividad de aprendizaje 3: Calendario editorial mensual con criterios de accesibilidad.

Objetivo: Elaborar un calendario editorial mensual que planifique de forma equilibrada cinco publicaciones para la marca EcoHuella, utilizando IAG de forma ética para copys e integrando especificaciones técnicas de diseño gráfico y accesibilidad.

Instrucciones:

1. Crea una estructura de calendario editorial con campos para: fecha, plataforma (Instagram/TikTok), tipo de formato, copy, especificaciones de diseño visual, y pautas de accesibilidad.
2. Planifica cinco publicaciones variadas para la promoción de accesorios escolares sustentables EcoHuella.
3. Escribe un prompt detallado para una herramienta de IAG (como ChatGPT) solicitando borradores de copys juveniles, persuasivos e incluyentes para cada publicación. Documenta el prompt en el reporte.

4. Revisa de forma crítica los borradores de la IAG, adaptándolos al tono de voz de EcoHuella e introduciendo lenguaje incluyente y no sexista.
5. Redacta el texto alternativo (ALT text) descriptivo para las imágenes o carruseles planificados.
6. Define la paleta de color y tipografía de cada publicación asegurando un contraste accesible (relación mínima 4.5:1).

Producto 1: Calendario editorial en formato de tabla con 5 publicaciones detalladas e inclusión de copys, ALT text y parámetros de diseño.

Instrumento: Rúbrica para calendario editorial accesible.

Objetivo: Evaluar el orden organizativo del calendario, el uso ético de IAG, la calidad del copy con lenguaje incluyente, y el cumplimiento de accesibilidad.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica de calendario editorial para evaluar los niveles de logro.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Planificación de posts	Planifiqué 5 posts con variedad de formatos (estático, carrusel y video corto).	Planifiqué 5 posts, pero del mismo formato o sin equilibrio.	Planifiqué menos de 5 posts o sin estructura clara.
Calidad de copys (IAG)	Elaboré copys en lenguaje incluyente con CTA claro y bitácora de prompts de IAG.	Elaboré copys claros, pero sin ganchos persuasivos o sin bitácora de prompts.	Elaboré copys de baja calidad, con lenguaje sexista o sin bitácora de IAG.
Accesibilidad digital	Incorporé criterios de accesibilidad digital: contraste adecuado (mínimo 4.5:1), textos alternativos descriptivos (ALT text) y subtítulos en los videos cortos.	Incorporé parcialmente los criterios de accesibilidad, pero omití alguno de los elementos solicitados (contraste, ALT text o subtítulos).	Omití los criterios básicos de accesibilidad digital y no incluí subtítulos ni textos alternativos.

Actividad de aprendizaje 4: Portafolio de planificación estratégica.

Objetivo: Consolidar la fase de planificación estratégica de contenido digital para la marca EcoHuella, articulando las tendencias del sector, la definición de objetivos medibles y el calendario de publicaciones accesibles.

Instrucciones:

1. Agrupa en un portafolio de evidencias digital los productos de las actividades de aprendizaje 1, 2 y 3.
2. Redacta un ensayo reflexivo de una cuartilla que analice críticamente el rol de la ética en el uso de la IA, el impacto social de la accesibilidad digital, y la importancia del diseño gráfico no sexista en el posicionamiento de una marca sustentable.



3. Diseña una portada formal que respete las directrices de identidad y presentación de la guía.

Instrumento de evaluación: Rúbrica analítica integrada del corte 1.

Objetivo: Evaluar la integración metodológica de los productos, la calidad reflexiva del ensayo ético y la consistencia en la identidad del portafolio.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica para valorar el nivel de desempeño alcanzado en cada criterio.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Integración de productos	Consolidé con rigor las Actividades 1, 2 y 3 en un único archivo ordenado.	Integré los productos, pero con omisiones o desorden.	Omití productos esenciales del corte 1 en la presentación.
Ensayo reflexivo	Redacté un ensayo de 1 cuartilla que reflexiona éticamente sobre la IAG, accesibilidad e inclusión.	Redacté un ensayo de 1 cuartilla, pero reflexioné de forma superficial sobre la IAG, accesibilidad o inclusión.	Redacté el ensayo incompleto sin incluir elementos de reflexión.
Presentación y portada	Diseñé una portada formal que sigue las guías de identidad visual de EcoHuella.	Diseñé una portada formal pero no respeté los colores de marca o la tipografía de EcoHuella.	Diseñé una portada de forma informal, sin portada ni datos de identificación de EcoHuella.



Conoce +

Para expandir tu comprensión sobre este corte, te invitamos a revisar los siguientes recursos complementarios y confiables:

HubSpot Español. (3 de marzo de 2026). *Cómo crear un calendario de contenido efectivo para redes sociales (+ plantilla gratuita)* [Archivo de video] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4WvgfAt2-wI>

Metricool. (2025). Estudio de Redes Sociales 2025: Tendencias y métricas clave. *Metricool Blog*.
<https://metricool.com/es/estudios>

World Wide Web Consortium. (2021). *Cómo cumplir con las WCAG 2.1: Una referencia rápida sobre las pautas de accesibilidad para el contenido web*. W3C. <https://www.w3.org/WAI/WCAG21/quickref/>



Autoevaluación

Instrucciones: Lee atentamente cada indicador de logro y reflexiona sobre tu nivel de desempeño. Coloca una 'X' en la columna que corresponda (A: Lo domino, B: Lo comprendo y aplico, C: Necesito ayuda, D: Aún no lo logro).

Criterio de aprendizaje o habilidad	A	B	C	D
Identifico y documento tendencias visuales y multimedia utilizando herramientas de búsqueda digital de forma crítica.				
Formulo objetivos SMART para campañas de contenido digital alineados a la estrategia de una marca.				
Relaciono los objetivos SMART con métricas clave de rendimiento visual (alcance, CTR, vistas).				
Diseño calendarios editoriales con distribución de formatos y especificaciones visuales.				
Utilizo herramientas de IAG de manera ética y crítica para redactar borradores de copys.				
Aplico pautas de accesibilidad básica (contraste, ALT text, subtítulos) en la planeación de publicaciones.				



Corte 2

Organiza y optimiza contenido digital para plataformas de gestión

Meta de aprendizaje

Preparar contenido gráfico y multimedia para su programación, aplicando principios de diseño gráfico, técnicas de storytelling visual, requisitos técnicos y de accesibilidad de cada plataforma, software de edición y herramientas de IAG; para eficientar el proceso de publicación, asegurar la calidad visual y la coherencia de la marca.



Conocimientos previos

Para abordar con éxito las habilidades de este corte, es indispensable repasar las siguientes nociones conceptuales y técnicas.

- Concepto de activos digitales (DAM): Entender qué es un repositorio digital y cómo se organizan los archivos locales.
- Principios básicos de diseño gráfico: Nociones de contraste, legibilidad de textos en pantallas móviles y jerarquía visual.
- Tipos de archivos multimedia: Identificar formatos básicos como JPG, PNG, MP4 y GIF.
- Storytelling y copy: Comprender cómo un relato escrito corto (copy) complementa y refuerza el impacto de un diseño gráfico.

Evaluación diagnóstica

Instrucciones: Selecciona la respuesta correcta para evaluar tus nociones sobre la gestión y optimización técnica de activos multimedia. Al final de la guía podrás cotejar tus respuestas con la solución presentada en la guía.

1. ¿A qué se refiere el término tendencia visual en la planificación de contenidos para redes sociales?
 - a) A una regla de diseño permanente que no cambia bajo ninguna circunstancia.
 - b) A un estilo o formato con popularidad en un periodo.
 - c) Al número de visitas diarias en el perfil.
 - d) Al costo de producir un video.
2. Al redactar metas estratégicas, ¿qué característica indica que un objetivo es medible (la letra 'M' de SMART)?
 - a) Que se enfoca únicamente en el uso de plataformas móviles de última generación.
 - b) Que se puede cuantificar o evaluar a través de una métrica o indicador específico.
 - c) Que involucra a múltiples marcas competidoras del mismo sector.
 - d) Que debe alcanzarse en un plazo de veinticuatro horas.
3. ¿Cuál es el propósito central de diseñar un calendario editorial antes de crear y publicar contenidos?
 - a) Planificar, organizar y distribuir estratégicamente el contenido a publicar en fechas y canales específicos.
 - b) Monitorear de forma automática los comentarios del público en tiempo real.
 - c) Editar y aplicar filtros estéticos avanzados a las fotografías de la marca.
 - d) Estimar el presupuesto de la campaña publicitaria de fin de año.
4. En el análisis estratégico de redes sociales, ¿qué representa un insight?
 - a) Una revelación profunda sobre las necesidades o comportamientos de la audiencia para crear oportunidades de contenido.
 - b) Una métrica numérica directa, como la cantidad de visualizaciones de un post.
 - c) Una sugerencia de etiqueta o hashtag generada por inteligencia artificial.
 - d) Un tipo de formato de imagen que no pierde calidad al comprimirse.
5. Para garantizar que una publicación de red social sea accesible para personas con discapacidad visual, ¿qué práctica debe aplicarse?
 - a) Usar tipografías cursivas muy decorativas y complejas en el cuerpo del texto y de las imágenes.
 - b) Incluir texto alternativo (ALT text) que describa detalladamente la imagen cargada.
 - c) Publicar únicamente videos explicativos con audios silenciados.
 - d) Limitar la longitud de los copys a un máximo de diez palabras.

Desarrollo del contenido

Diseñar una imagen atractiva o grabar un buen video es solo una parte del proceso. Si tus archivos están guardados en tu celular como 'WhatsApp Image 2026-05-26.png' y tardas veinte minutos en encontrarlos, o si subes un video a TikTok y se ve borroso por falta de optimización técnica, tu esfuerzo tendrá múltiples limitaciones. En este corte aprenderás a trabajar de manera ordenada y profesional. Descubrirás el poder de los sistemas DAM (Digital Asset Management) para organizar tus archivos con una nomenclatura adecuada, dominarás los formatos de exportación más convenientes y el contraste de color para la accesibilidad universal, y redactarás copias con un lenguaje incluyente que conecte emocionalmente con tu audiencia. Prepárate para fortalecer tus competencias técnicas y mejorar tus producciones.

Figura 6

Mapa de aprendizajes del corte 2: Organización, optimización técnica y redacción incluyente



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de aprendizajes del corte 2. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

Meta específica 1. Organizar el repositorio de contenido visual y multimedia de una marca, implementando un sistema de nomenclatura de archivos y carpetas que facilite la gestión y el acceso eficiente.

1. Sistema de gestión de activos digitales (DAM - Digital Asset Management) a nivel básico.

Un sistema de gestión de activos digitales (DAM - Digital Asset Management) a nivel básico consiste en una plataforma de almacenamiento y organización estructurada (habitualmente en la nube, como Google Drive, OneDrive o Dropbox) que facilita clasificar, almacenar, buscar y recuperar archivos multimedia terminados o editables de una marca.

Contar con un DAM previene la pérdida de archivos, optimiza el flujo colaborativo y asegura que todo el equipo (desde el copywriter hasta el Community Manager) acceda a las versiones correctas de las imágenes y videos.

Observa la siguiente figura para analizar la estructura del repositorio digital de EcoHuella.

Figura 7

Estructura de repositorio digital y nomenclatura de archivos para EcoHuella



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de estructura de repositorio digital. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

2. Estándares de nomenclatura de archivos y estructura de carpetas para contenido visual y multimedia.

Para mantener el orden operativo, es vital implementar un estándar de nomenclatura claro y coherente para todos los archivos del repositorio. Una convención recomendada para la marca EcoHuella es:

`Marca\_AñoMes\_RedSocial\_Contenido\_Version.tipo\_de\_archivo`

Ejemplo: `EcoHuella\_202605\_IG\_PostLanzamiento\_V1.png`.

Asimismo, la estructura de carpetas debe organizarse jerárquicamente: una carpeta raíz por año de campaña, subcarpetas por mes, y divisiones funcionales por red social y tipo de archivo (ej. `/05-Mayo/Instagram/Editable/`, `/05-Mayo/TikTok/VideoFinal/`). Esto garantiza un acceso ágil y profesional.

3. Organización del equipo de marketing digital.

Un equipo de marketing digital real se organiza bajo roles definidos para asegurar la eficiencia colaborativa.

- Community Manager: Lidera la estrategia y coordina la programación final de publicaciones en Metricool.
- Diseñador/a Gráfico/a: Crea los activos visuales y aplica las guías de identidad visual y composición.
- Copywriter: Redacta los copys con base en storytelling, aplicando llamados a la acción (CTA) y pautas incluyentes en español.
- Community Manager Junior (CM Junior): Asiste en la organización del repositorio, optimización técnica de archivos, y realiza el monitoreo en vivo y reporte de incidencias.

Actividad de aprendizaje 1: Estructura del repositorio digital DAM y nomenclatura.

Objetivo: Organizar y catalogar los activos digitales (imágenes, videos, logotipos) de la marca EcoHuella en un repositorio digital estructurado, aplicando un estándar homogéneo de nomenclatura y roles en el equipo.

Instrucciones:

1. Crea una cuenta en un almacenamiento en la nube (Google Drive/Dropbox) y estructurar carpetas lógicas por mes, red social e insumos locales (assets vs editables).
2. Toma 10 archivos crudos de imágenes y videos y aplicar la regla de nomenclatura oficial de la marca: Marca_AñoMes_RedSocial_Contenido_Version.
3. Elabora un manual técnico corto de una cuartilla detallando la jerarquía de carpetas creada y los roles asignados en el equipo de marketing digital.

Producto 1: Enlace al repositorio digital DAM organizado y manual técnico detallando la nomenclatura y organización del equipo.

Instrumento: Rúbrica para repositorio digital.

Objetivo: Evaluar el orden estructural del repositorio, la consistencia de nomenclatura en los 10 archivos y la descripción del manual técnico.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica de Repositorio digital para valorar tu producto.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Estructura de carpetas	Diseñé una estructura organizada con carpetas jerárquicas y roles definidos.	Diseñé la estructura de carpetas, pero no es del todo clara o faltan subcarpetas.	Diseñé carpetas sueltas sin orden jerárquico lógico.
Nomenclatura (10 archivos)	Apliqué estrictamente la regla de marca a los 10 archivos de contenido.	Apliqué la nomenclatura, pero con pequeños errores o faltaron archivos.	Apliqué de manera parcial o no seguí la regla estándar o dejé los archivos sin renombrar.
Manual técnico	Definí con precisión la organización de los activos y las etapas del proceso individual.	Definí la organización de los activos, pero sin detallar las etapas del proceso.	Definí una organización sin seguir la definición del proceso.

Meta específica 2. Optimizar el contenido visual y multimedia existente y/o nuevo, considerando el ajuste de dimensiones, resolución, duración y formato, así como el aseguramiento de la calidad visual, la coherencia de la marca y la aplicación de principios de diseño gráfico para entornos digitales.

1. Requisitos técnicos específicos de dimensiones, resolución, relación de aspecto y formatos de archivo (JPG, PNG, GIF, MP4) para imágenes y videos en redes sociales.

Las plataformas de redes sociales imponen especificaciones técnicas estrictas que debemos cumplir para evitar que el algoritmo recorte o degrade la calidad visual del contenido publicado.

- Instagram Feed: Las imágenes del feed deben exportarse preferentemente en relación de aspecto vertical 4:5 (1080 x 1350 px) o cuadradas 1:1 (1080 x 1080 px). El formato ideal para imágenes con texto es PNG. Las Stories e Instagram Reels deben usar formato MP4, relación 9:16 vertical (1080 x 1920 px) y una duración máxima de 60 segundos.
- Facebook: Las imágenes del feed deben exportarse en formato PNG o JPG con relaciones cuadrada 1:1 (1200 x 1200 px) o rectangular 1.91:1 (1200 x 630 px) para enlaces compartidos. Sus historias y Reels requieren formato MP4 en relación vertical 9:16 (1080 x 1920 px).
- TikTok: Requiere formato de video MP4, relación 9:16 vertical (1080 x 1920 px) y subtítulos integrados en el tercio medio del video para evitar que los elementos de interfaz los tapen.
- X (antes Twitter): Se recomiendan imágenes en relación horizontal 16:9 (1200 x 675 px) o cuadradas 1:1 (1200 x 1200 px) en formato PNG o JPG. Admite GIFs animados de hasta 15 MB y videos en formato MP4 con duración máxima de 140 segundos.

- LinkedIn: Las imágenes del feed se exportan preferentemente en relación cuadrada 1:1 (1200 x 1200 px) o vertical 4:5 (1200 x 1500 px) en formato PNG. Admite carruseles interactivos mediante documentos en formato PDF y videos MP4 en relación horizontal 16:9.
- Formatos: JPG se usa para fotografías de producto real por su compresión eficiente; PNG se prefiere para ilustraciones y gráficos con tipografías para evitar bordes difusos o pixelados.

Observa la siguiente figura para analizar las dimensiones técnicas de la campaña.

Figura 8

Especificaciones técnicas de optimización visual y multimedia para redes sociales



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de especificaciones de optimización multimedia. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

2. Principios de diseño gráfico digital (legibilidad de texto en pantalla, uso de espacios en blanco, coherencia cromática y tipográfica).

Al optimizar contenido para pantallas móviles de celulares, debes considerar los siguientes principios de diseño gráfico digital:

- Legibilidad de texto en pantalla: Utilizar tipografías sans-serif limpias (como Roboto, Arial u Outfit) y un tamaño de letra adecuado en el lienzo (mínimo 18pt) con alto contraste cromático para que el texto sea visible a personas con daltonismo o debilidad visual.
- Uso de espacios en blanco (espacio negativo): Dejar áreas libres sin elementos gráficos ni textos alrededor del punto focal para evitar la fatiga cognitiva del lector y dar orden a la composición.
- Coherencia cromática y tipográfica: Respetar estrictamente el manual de marca de EcoHuella, limitando el uso de colores y fuentes a los autorizados en la identidad visual de la campaña sustentable.

3. Compresión sin pérdida de calidad para la velocidad de carga.

La optimización técnica requiere comprimir el tamaño de almacenamiento (peso en KB o MB) de las imágenes y videos antes de cargarlos. Esto acelera el tiempo de carga en conexiones móviles lentas y evita que la plataforma degrade la imagen. Se deben utilizar herramientas de compresión (como TinyPNG o handbrake para video) que reduzcan los metadatos y redundancias del archivo sin generar pixelación o pérdida de nitidez visible, manteniendo la excelencia estética.

Actividad de aprendizaje 2: Ajuste técnico de imágenes y videos accesibles.

Objetivo: Ajustar dimensiones, resolución, relación de aspecto y formatos de cinco imágenes y dos videos de EcoHuella para Instagram y TikTok, aplicando principios de legibilidad, contraste cromático y compresión óptima.

Para realizar esta actividad revisa el siguiente video y sigue las instrucciones:

Figura 9

Cómo poner subtítulos animados en Capcut



Nota. Tomada de Mota, S. (18 de junio de 2024). ¡Subtítulos animados en tus videos fácil! Tutorial CapCut [Archivo de video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=gbFtmEwuhgA>

Instrucciones:

1. Selecciona cinco imágenes del catálogo de EcoHuella y dos videos cortos de demostración de productos.

2. Utiliza un software de edición gráfica para adaptar las cinco imágenes a formato cuadrado 1:1 o vertical 4:5 para Instagram.
3. Edita los dos videos para que midan relación vertical 9:16 (duración máx. 30s) e incorporar subtítulos legibles en el tercio medio del video para asegurar la accesibilidad digital.
4. Comprime los archivos exportados sin pérdida de calidad visual utilizando herramientas de optimización digital.
5. Redacta una memoria técnica corta (anexo de optimización) detallando los cambios de dimensiones y la justificación de diseño gráfico.

Producto 1: Paquete de imágenes y videos cortos optimizados en el formato correspondiente.

Producto 2: Anexo técnico detallado de optimización con justificación de principios de diseño y pautas de inclusión.

Instrumento: Rúbrica para optimización multimedia.

Objetivo: Evaluar el cumplimiento de especificaciones técnicas (dimensiones, resolución), la incorporación de subtítulos y el rigor estético en la exportación.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica de optimización multimedia para evaluar tu producto.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Optimización de imágenes	Adapté 5 imágenes a dimensiones 1:1 o 4:5 en formato PNG comprimido.	Adapté 5 imágenes, pero con pequeñas fallas de tamaño o sin compresión.	Adapté menos de 5 imágenes o utilicé un formato incorrecto (ej. TIFF).
Optimización de video	Elaboré 2 videos cortos verticales 9:16 (duración máx. 30s) con subtítulos legibles.	Elaboré 2 videos con relación correcta, pero los subtítulos son poco legibles o muy largos.	Elaboré dos videos con subtítulos ilegibles o que superan la duración de 30 segundos.
Memoria técnica	Justifiqué de manera sólida los principios de diseño gráfico y compresión.	Justifiqué los cambios, considerando de manera parcial el diseño gráfico o la compresión.	Justifiqué los cambios sin considerar los principios de diseño gráfico y compresión.

Meta específica 3. Redactar textos (copys) para publicaciones en redes sociales, considerando técnicas de storytelling, llamados a la acción (CTAs), hashtags relevantes y accesibilidad lingüística, así como herramientas de Inteligencia Artificial Generativa (IAG) para apoyo en la creatividad y la revisión.

1. Características de un copy efectivo para redes sociales (claridad, concisión, persuasión) y las técnicas de storytelling digital.

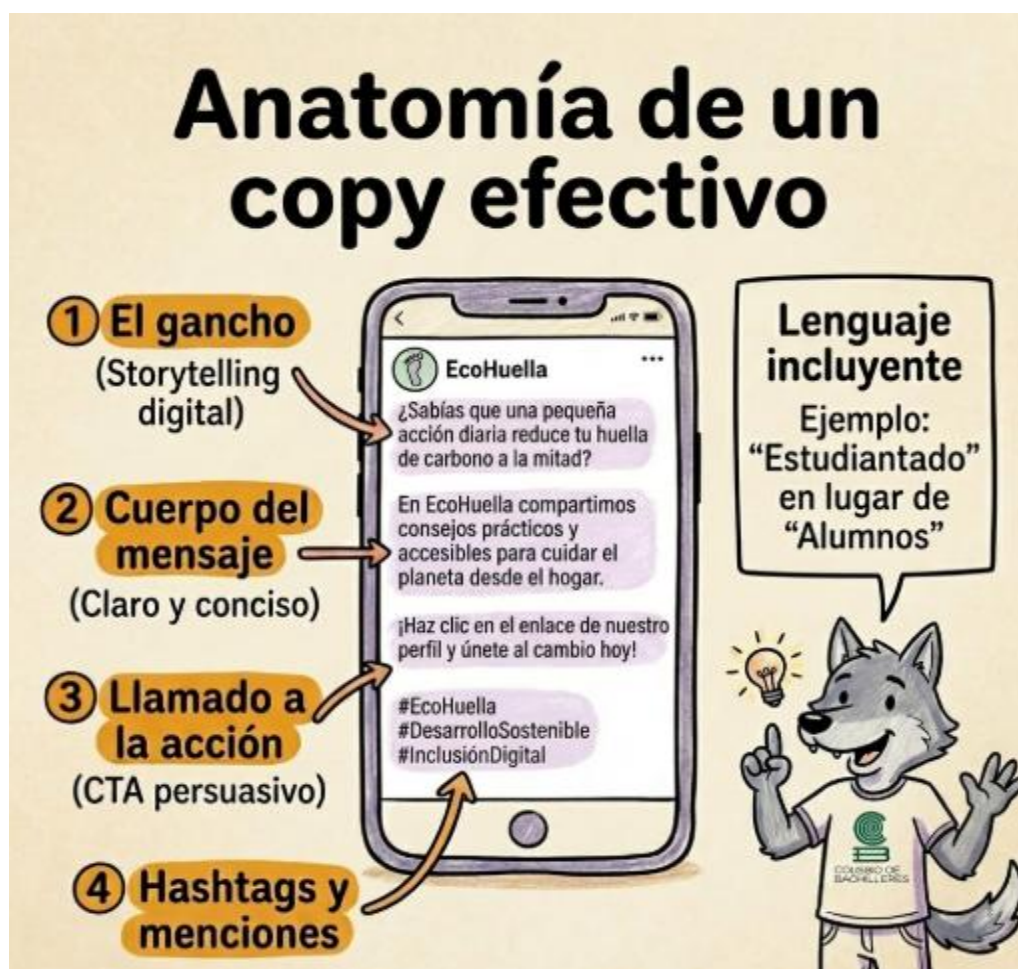
El copy es el texto escrito que acompaña a la publicación visual. Para ser efectivo, debe cumplir con tres características principales: claridad (mensaje directo y comprensible), concisión (oraciones cortas y párrafos de máximo tres líneas) y persuasión (despertar interés y guiar a las personas lectoras hacia la acción).

El storytelling digital consiste en contar historias cortas estructuradas con un gancho inicial (hook) que atrape la atención en los primeros tres segundos, un desarrollo breve que exponga una necesidad o valor ecológico, y una resolución vinculada a EcoHuella (por ejemplo, narrar cómo se recolecta a mano el papel de las libretas).

Observa la siguiente figura para analizar la anatomía de un copy efectivo.

Figura 10

Estructura de un copy persuasivo, incluyente y accesible con soporte de IAG



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de estructura de un copy persuasivo. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

2. Función estratégica de los CTA, hashtags y menciones.

Un copy con diseño estratégico no está completo sin los siguientes elementos interactivos.

- Llamado a la acción (CTA - Call to Action): Frase que invita explícitamente a realizar una acción (ej. 'Guarda este post para tu próxima compra' o 'Dinos en los comentarios cuál es tu accesorio favorito').
- Hashtags (#): Etiquetas de indexación que agrupan los posts por categorías de interés y facilitan su descubrimiento orgánico (ej. #Sustentabilidad, #AccesoriosEscolares).
- Menciones (@): Enlaces interactivos a cuentas aliadas o colaboradoras para ampliar el alcance.
- SEO (Search Engine Optimization) en redes sociales: La optimización orgánica en motores de búsqueda internos mediante el uso estratégico de palabras clave, hashtags y texto alternativo (ALT text) descriptivo en los copys e imágenes, facilitando que el público usuario encuentren el contenido de EcoHuella cuando busquen productos ecológicos.

3. Pautas para la redacción incluyente y la claridad lingüística en los copys.

Para la marca EcoHuella, la comunicación debe ser respetuosa y no sexista. Esto implica evitar el masculino genérico en los copys (en vez de 'diseñado para los estudiantes de bachillerato', redactar 'diseñado para el estudiantado de bachillerato' o 'diseñado para la comunidad estudiantil de bachillerato'). La claridad lingüística se logra usando un lenguaje cercano, sencillo, y evitando tecnicismos innecesarios para garantizar el acceso a diversos públicos.

4. IAG para asistir en la generación de borradores, sin reemplazar la elaboración y revisión humana crítica.

La IAG se utilizará como un socio creativo para proponer variaciones y borradores de copys a partir de prompts estructurados (ej. 'Escribe 3 opciones de copys persuasivos e incluyentes en español para promocionar libretas ecológicas a jóvenes de bachillerato'). Posteriormente se evaluarán de manera crítica las opciones generadas para seleccionar la mejor y se refinará manualmente para fortalecer el tono de EcoHuella.

Actividad de aprendizaje 3: Redacción de copys asistida por IAG con revisión crítica.

Objetivo: Redactar copys persuasivos y accesibles para las publicaciones de EcoHuella, aplicando técnicas de storytelling digital y llamados a la acción, utilizando IAG como asistente creativo.

Instrucciones:

1. Redacta prompts detallados para una herramienta de IAG para generar tres borradores de copy para cada uno de los posts planificados.
2. Evalúa críticamente las opciones generadas, selecciona la mejor y refínala manualmente para inyectar el tono de EcoHuella.
3. Incorpora un Call to Action (CTA) claro, hashtags relevantes (#) y menciones (@) estratégicas en cada copy.
4. Aplica pautas de redacción incluyente y no sexista (ej. evita el masculino genérico).

5. Consolida el reporte con la bitácora de prompts de IAG y la justificación de los ajustes humanos.

Producto 1: Documento con la bitácora de prompts de IAG y las opciones generadas.

Producto 2: Copys definitivos refinados en lenguaje incluyente con CTAs y hashtags de campaña.

Instrumento: Lista de cotejo para redacción de copys.

Objetivo: Evaluar el uso crítico de la IAG, la efectividad persuasiva del storytelling del copy, la inclusión de CTAs y hashtags, y la aplicación de redacción incluyente.

Instrucciones: Utiliza la lista de cotejo de redacción de copys de la guía para valorar tu producto.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Documenté el prompt de IAG utilizado detallando los requerimientos de la marca EcoHuella.		
Refiné críticamente los copys inyectando el tono juvenil y ecológico de la marca.		
Utilicé lenguaje incluyente y no sexista (colectivos, sustantivos neutros) en las 3 opciones.		
Incorporé de forma estratégica un CTA claro, hashtags (#) y menciones (@) pertinentes.		
Sostuve claridad gramatical, sin faltas ortográficas y adaptado al límite de caracteres.		

Actividad de aprendizaje 4: Portafolio de catalogación y optimización.

Objetivo: Consolidar la fase de preparación y optimización del material multimedia para la marca EcoHuella, asegurando que todos los activos y copys cumplan con las especificaciones de formato y de inclusión digital.

Instrucciones:

1. Organiza en una carpeta comprimida del repositorio digital todos los productos refinados de las Actividades de aprendizaje 1, 2 y 3, del corte 2.
2. Elabora una memoria técnica breve (máximo tres páginas) que describa el flujo de trabajo de optimización y justifique el uso del lenguaje incluyente y el cumplimiento de las pautas de accesibilidad.
3. Diseña una portada y una tabla de contenidos de la entrega al cliente, respetando la identidad visual de la marca.

Instrumento de evaluación: Rúbrica analítica integrada del corte 2.

Objetivo: Evaluar la correcta organización del portafolio DAM, la descripción analítica en la memoria y el cumplimiento visual de los formatos.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica para valorar el nivel de desempeño alcanzado en cada criterio.



Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Carpeta comprimida DAM	Reuní de forma organizada y con nomenclatura limpia todos los productos en la nube.	Reuní los productos, pero con nomenclaturas inconsistentes o archivos sueltos.	Reuní los productos sin considerar nomenclaturas o no compartí el enlace.
Memoria técnica	Describí de manera reflexiva el flujo de trabajo y justifiqué la accesibilidad.	Describí los cambios técnicos, pero no justifiqué el lenguaje incluyente.	Describí algunos cambios sin considerar la memoria técnica explicativa.
Presentación general	Diseñé una portada e índice estructurado, respetando la coherencia cromática y tipográfica.	Diseñé una estructura formal aceptable, pero no respeté las fuentes de la marca.	Diseñé un trabajo desordenado, sin considerar las fuentes de la marca.



Conoce +

Para profundizar en la gestión y optimización técnica de tus contenidos visuales, consulta las siguientes fuentes:

Adobe. (2026). *Cómo comprimir tus fotos*. Adobe Creatividad y diseño.

<https://www.adobe.com/cr/creativecloud/photography/discover/compress-image.html>

Google for Developers. (17 de abril de 2025). *Write helpful alt text*. Technical Writing.

<https://developers.google.com/tech-writing/accessibility/self-study/write-alt-text>

Instituto de las Mujeres. (2020). Manual de comunicación no sexista e incluyente. INMUJERES.

http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101265.pdf



Autoevaluación

Instrucciones: Reflexiona sobre tu nivel de desempeño en la optimización y catalogación de archivos multimedia para EcoHuella. Coloca una 'X' en la columna que corresponda (A: Lo domino, B: Lo comprendo y aplico, C: Necesito ayuda, D: Aún no lo logro).

Criterio de aprendizaje o habilidad	A	B	C	D
Organizo un repositorio digital jerárquico y estructurado (DAM) para archivar activos de marca.				
Aplico de forma consistente una convención estándar de nomenclatura de archivos de contenido.				
Ajusto dimensiones, resolución y formatos de imagen y video de acuerdo con los requisitos técnicos.				
Optimizo archivos aplicando compresión sin pérdida de calidad para acelerar el tiempo de carga.				
Redacto copys persuasivos utilizando técnicas de storytelling, llamados a la acción (CTA) y hashtags.				
Utilizo un lenguaje incluyente y no sexista en la redacción de todas las piezas comunicativas de la marca.				



Corte 3

Programa y monitorea publicaciones en redes sociales

Meta de aprendizaje

Programar la publicación de contenido digital (visual y multimedia), considerando su distribución, visualización y monitoreo en plataformas de gestión de redes sociales; con el fin de realizar un reporte estructurado de incidencias y oportunidades al Community Manager con un enfoque de revisión crítica.



Conocimientos previos

Antes de programar y monitorear campañas digitales en Metricool, debes asegurar el dominio de los siguientes conocimientos prácticos.

- Diseños gráficos optimizados: Contar con imágenes finales en formato 1:1/4:5 (PNG) y videos cortos en 9:16 (MP4) con subtítulos integrados.
- Copys persuasivos redactados: Textos definitivos con llamados a la acción (CTA) y hashtags de campaña en lenguaje incluyente.
- Repositorio digital estructurado: Manejar la nomenclatura oficial de la marca para recuperar los activos de forma ágil.
- Métricas de reconocimiento de marca: Entender qué miden el alcance visual y la tasa de interacción.

Evaluación diagnóstica

Instrucciones: Lee con atención cada reactivo sobre programación, segmentación y monitoreo operativo en redes sociales. Al final de la guía podrás cotejar tus respuestas con la solución presentada en la guía.

1. ¿Cuál es el propósito primordial de utilizar un sistema de gestión de activos digitales (DAM) en la organización de una marca?
 - a) Reemplazar el trabajo de redacción mediante inteligencia artificial.
 - b) Almacenar y recuperar activos de la marca de manera eficiente.
 - c) Automatizar las respuestas del público.
 - d) Rediseñar los colores de un logotipo.
2. En el diseño para redes sociales, ¿qué relación de aspecto se recomienda utilizar para publicaciones verticales en formato de video corto (como TikTok o Reels)?
 - a) 16:9 (Horizontal estándar).
 - b) 4:5 (Vertical de imagen).
 - c) 9:16 (Vertical de video).
 - d) 1:1 (Cuadrado).
3. Si requieres guardar un logotipo o gráfico con fondo transparente para superponerlo en otros diseños, ¿qué formato de archivo es el adecuado?
 - a) MP4.
 - b) PNG.
 - c) JPG.
 - d) GIF.
4. ¿Cuál es la función principal de incluir un Call to Action (CTA) o llamado a la acción en el copy de una publicación?
 - a) Motivar e invitar de manera directa a las personas usuarias a realizar una acción específica, como comentar o hacer clic.
 - b) Clasificar la publicación bajo diferentes temáticas en los motores de búsqueda.
 - c) Traducir automáticamente el texto de la publicación a múltiples idiomas.
 - d) Resumir técnicamente el peso de los archivos del repositorio.
5. ¿Qué beneficio técnico aporta realizar una compresión de archivos multimedia antes de cargarlos en una plataforma de gestión digital?
 - a) Reducir el peso del archivo para acelerar su carga en dispositivos móviles, preservando la calidad visual necesaria.
 - b) Modificar el contraste visual de la imagen para cumplir con las normas de accesibilidad.
 - c) Crear de manera autónoma los subtítulos y transcripciones de los videos.
 - d) Generar automáticamente copys persuasivos con lenguaje incluyente.

Desarrollo del contenido

Ya cuentas con la estrategia y el contenido optimizado al máximo. Ahora, ¿cómo lo haces llegar a miles de personas sin perder el control de tus horarios ni afectar tu bienestar? La respuesta es la automatización inteligente.

En este corte dominarás Metricool, una de las plataformas líderes de gestión de redes sociales, la cual te permitirá programar tus publicaciones en las mejores horas, configurar la segmentación geográfica y por intereses, y realizar crossposting automático. Además, aprenderás a monitorear en vivo las interacciones de las personas usuarias y a gestionar incidencias para proteger la reputación de tu marca. Con ello, fortalecerás tu perfil como estrategia digital capaz de optimizar campañas, automatizar procesos y gestionar comunidades digitales de manera profesional.

Figura 11

Mapa de aprendizajes del corte 3: Programación automatizada, segmentación y analítica digital



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de aprendizajes del corte 3. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

Meta específica 1. Programar publicaciones de contenido visual y multimedia en una plataforma de gestión de redes sociales, verificando la correcta visualización del diseño gráfico y el copy antes de su lanzamiento.

1. Plataformas de gestión de contenido en redes sociales (Hootsuite, Buffer, Meta Business Suite).

Las plataformas de gestión de contenido permiten programar, monitorear y analizar el rendimiento de múltiples redes sociales desde una única interfaz centralizada. Aunque existen opciones comerciales como Hootsuite, Buffer y Meta Business Suite, en esta guía utilizaremos como herramienta principal a Metricool, la cual se destaca por su *mapa caliente* de mejores horas basado en la actividad real de la audiencia y su planificador visual intuitivo.

2. Funciones básicas de programación de contenido digital en línea.

La programación digital permite agendar publicaciones con días o semanas de anticipación. Sus funciones básicas incluyen la carga del archivo optimizado, la inserción del copy con hashtags, la previsualización del diseño en diferentes dispositivos (celular y computadora) y la selección de la fecha y hora de publicación.

Observa la siguiente figura para analizar la vista previa y verificación visual previa a la programación en Metricool.

Figura 12

El checklist de verificación visual previa a la programación en Metricool



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de checklist de verificación visual previa. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

3. Proceso de verificación visual del contenido (imágenes, videos, carruseles) en la vista previa de la plataforma.

Antes de confirmar el agendamiento de una publicación, el CM Junior debe realizar el proceso de verificación visual en la vista previa del planificador. Este checklist de control previene errores comunes:

- Asegura que no se corten los textos críticos en el feed (el título visual de la imagen debe ser legible)
- Verifica que el formato de video vertical 9:16 no se recorte en los bordes
- Confirma que los emojis y enlaces del copy se visualicen correctamente en móviles.

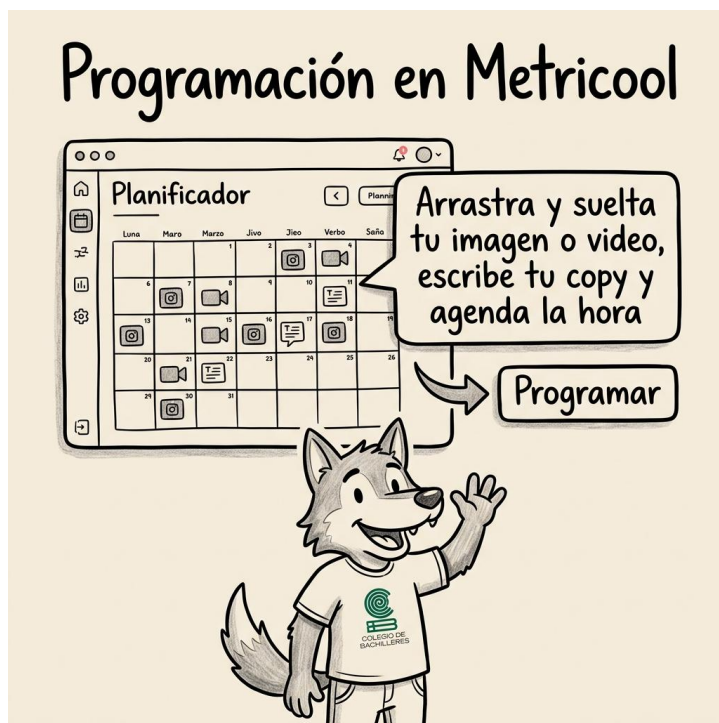
4. Proceso de agendamiento y confirmación de publicaciones.

Una vez completado el checklist de verificación visual, el CM Junior selecciona la mejor hora recomendada por Metricool identificada por el porcentaje de actividad de la audiencia, indicado por áreas de color más intenso en el calendario y da clic en “Programar”. La plataforma confirma el agendamiento mostrando la publicación en el calendario operativo semanal o mensual de forma visual, lista para su publicación automática sin intervención humana adicional.

Para guiarte paso a paso en este proceso, observa la siguiente infografía.

Figura 13

Guía de programación paso a paso en la interfaz de Metricool



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de guía de programación en Metricool. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

Para complementar tu aprendizaje de forma práctica, observa el siguiente video tutorial oficial de Metricool que explica cómo crear una cuenta, conectar perfiles sociales (Instagram, TikTok), utilizar el calendario interactivo para planificación visual y programar publicaciones de forma efectiva.

Figura 14

Cómo usar Metricool para acelerar tu crecimiento en redes



Nota. Tomada de Transformación digital efectiva. (14 de noviembre de 2025). *Cómo usar Metricool para acelerar tu crecimiento en redes* [Archivo de video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=4kn5_OsuFiw

Actividad de aprendizaje 1: Programación de publicaciones y verificación en Metricool.

Objetivo: Cargar y agendar cinco publicaciones digitales en el planificador visual de Metricool, configurando la fecha y hora óptima, y realizando la vista previa y verificación visual.

Instrucciones:

1. Crea una cuenta en la herramienta de gestión digital Metricool y enlaza perfiles de prueba de redes sociales (Instagram/TikTok).
2. Carga los cinco archivos optimizados (imágenes y videos) en el planificador unificado junto con sus copys definitivos.
3. Consulta el mapa caliente de actividad de la audiencia en Metricool para identificar y configurar las mejores horas de publicación.
4. Realiza el proceso de verificación visual en la vista previa del planificador, revisando recortes de texto e imágenes en pantallas móviles.
5. Captura capturas de pantalla de la interfaz que evidencien las publicaciones en estado 'programado'.

Producto 1: Enlace a la interfaz del planificador de Metricool con la agenda mensual configurada.

Producto 2: Reporte con capturas de pantalla de la previsualización y la confirmación del agendamiento para cada post.

Instrumento: Rúbrica del plan de publicaciones agendadas.

Objetivo: Evaluar la precisión técnica de la carga de publicaciones, la selección estratégica de la mejor hora y la ejecución del checklist de verificación visual.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica del plan de publicaciones agendadas para evaluar los niveles de logro.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Cargué en el planificador	Cargué las 5 publicaciones con sus copys completos en la interfaz de Metricool.	Cargué las 5 publicaciones, pero faltan copys.	Cargué menos de 5 publicaciones y faltan copys.
Selección de horas	Configuré la publicación exactamente en las mejores horas según el mapa de calor.	Configuré la publicación en las horas de publicación, pero no consideré el mapa de calor.	Configuré las publicaciones en horas aleatorias sin consultar datos de la audiencia.
Checklist de control	Apliqué el checklist visual verificando recortes, legibilidad y contrastes.	Apliqué el checklist visual, pero omití el contraste o cometí errores en la vista previa.	Apliqué de manera parcial el checklist visual, por lo que se presentan errores en la vista previa.

Meta específica 2. Configurar opciones de segmentación y publicación avanzada para el contenido visual y multimedia, considerando las directrices estratégicas, para optimizar el alcance y la relevancia de las publicaciones.

1. Segmentación de audiencia (demografía, intereses) y publicación cruzada disponibles en las plataformas de gestión.

Las herramientas profesionales de gestión de redes sociales permiten configurar la segmentación básica de las publicaciones (definiendo la edad del público objetivo, por ejemplo, de 15 a 18 años, y su ubicación geográfica local) y activar el crossposting (publicación cruzada), que consiste en distribuir la misma pieza visual optimizada de forma simultánea en Instagram y TikTok, adaptando únicamente el copy si el formato de la red social lo requiere.

Observa la siguiente figura para analizar cómo se implementa la segmentación y el crossposting de publicaciones.

Figura 15

Segmentación demográfica y publicación cruzada de contenidos en redes



Nota: Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de segmentación y publicación cruzada. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

Actividad de aprendizaje 2: Configuración avanzada de segmentación y publicación cruzada.

Objetivo: Configurar las opciones avanzadas de segmentación demográfica básica y publicación cruzada (crossposting) en Metricool para dos publicaciones de EcoHuella.

Instrucciones:

1. En el planificador de Metricool, selecciona dos publicaciones de la campaña EcoHuella.
2. Configura la segmentación demográfica básica del público objetivo (especificando edad de 15 a 18 años, y ubicación geográfica local).
3. Activa la función de publicación cruzada (crossposting) para distribuir la misma pieza visual optimizada de forma simultánea en Instagram y TikTok, adaptando el copy si es necesario.

4. Redacta una justificación de una cuartilla sobre cómo estas opciones optimizarán el alcance esperado de la campaña.

Producto 1: Informe escrito de configuraciones avanzadas de publicaciones con capturas de pantalla de la segmentación y crossposting.

Instrumento: Lista de cotejo para segmentación y publicación cruzada.

Objetivo: Evaluar el criterio de segmentación aplicado, la configuración exitosa del crossposting y el análisis de impacto del alcance.

Instrucciones: Utiliza la lista de cotejo de configuraciones avanzadas para valorar tu producto.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Configuré segmentación demográfica básica (edad 15-18 años, ubicación local) en 2 posts.		
Activé correctamente la publicación cruzada (crossposting) en Instagram y TikTok.		
Adapté de forma crítica el copy según las particularidades de cada plataforma.		
Justifiqué conceptualmente la selección del público objetivo y el crossposting.		
Presenté capturas legibles de cada una de las configuraciones en Metricool.		

Meta específica 3. Realizar un monitoreo inicial de las publicaciones en vivo, registrando sistemáticamente las interacciones, reacciones y comentarios relacionados con el contenido visual y multimedia, e identificando posibles incidencias o errores.

1. Monitoreo pasivo y monitoreo activo en redes sociales.

Una vez que el contenido está publicado y en vivo, inicia la labor de monitoreo.

- Monitoreo pasivo: Consiste en registrar sistemáticamente los datos numéricos de interacción (likes, clics, reproducciones, comentarios) para evaluar cuantitativamente el alcance visual.
- Monitoreo activo: Consiste en leer y responder de forma empática y activa los comentarios y mensajes directos de las personas usuarias, entablando conversación con la comunidad estudiantil en nombre de la marca EcoHuella.

Observa la siguiente figura para analizar la clasificación y monitoreo de interacciones en vivo.

Figura 16

Tipos de interacciones clave y registro de incidencias de publicaciones en vivo



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de tipos de interacciones clave y registro. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

Para analizar tus métricas y optimizar el rendimiento, consulta el siguiente video tutorial detallado que explica el funcionamiento del panel de analítica de Metricool, cómo monitorear interacciones (likes, comentarios, compartidos) y cómo interpretar las métricas de rendimiento en tiempo real.

Figura 17

Cómo funciona Metricool desde cero: Tutorial de analítica



Nota. Tomada de Soto, J. [Club de Tientas Online]. (10 de agosto de 2024). Cómo funciona Metricool tutorial completo. Tutorial completo desde cero [Archivo de video] YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=yoIB_EOHgSk

2. Tipos de interacciones clave a monitorear (likes, shares, comentarios, guardados, visualizaciones).

Cada tipo de interacción representa un nivel de compromiso diferente por parte de las personas usuarias, conocer el tipo de interacciones permite valorar el impacto del contenido.

- Likes y reacciones: Miden la aceptación visual inmediata y superficial de la publicación.
- Compartidos (shares): Indican que el contenido es tan relevante que la persona desea difundirlo en su propia red.
- Comentarios: Fomentan la conversación bidireccional y son valorados positivamente por el algoritmo de las plataformas.
- Guardados (saves): Indican un alto valor de utilidad, ya que la persona usuaria planea consultar el diseño gráfico en el futuro

3. Errores en el diseño gráfico o el copy que influyen en la percepción de la marca y la respuesta del público.

El monitoreo activo permite al CM Junior detectar oportunamente errores que dañan la imagen y seriedad de la marca. Estos errores incluyen tipografías ilegibles por falta de contraste cromático, textos cortados en pantallas móviles por mal dimensionamiento de la imagen, enlaces de compra caídos o desactualizados en el copy, o faltas de ortografía. Su rápida corrección evita un impacto negativo en la confianza de la comunidad estudiantil.

Actividad de aprendizaje 3: Registro y monitoreo en vivo de interacciones de publicaciones.

Objetivo: Realizar el monitoreo de interacciones iniciales de tres publicaciones en vivo de EcoHuella, registrando y clasificando sistemáticamente 10 interacciones y detectando incidencias técnicas.

Instrucciones:

1. Localiza en perfiles activos las tres publicaciones en vivo correspondientes a la campaña EcoHuella.

2. Registra de forma precisa y ordenadamente 10 interacciones diferentes en una tabla de registro de monitoreo.
3. Clasifica cada interacción en base a su sentimiento o tipo (positivo, negativo, pregunta, queja).
4. Identifica y registra posibles incidencias técnicas (enlaces rotos, imágenes pixeladas, comentarios desatendidos).
5. Adjunta capturas de pantalla de las interacciones más relevantes.

Producto 1: Registro preliminar de monitoreo de publicaciones en vivo que incluye la tabla de interacciones, la clasificación y la sección de incidencias técnicas.

Instrumento: Rúbrica para monitoreo de publicaciones en vivo.

Objetivo: Evaluar el rigor en la documentación de interacciones, la precisión en la clasificación y el nivel de detalle en la detección de incidencias.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica de monitoreo de publicaciones en vivo para evaluar los logros.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Registro de interacciones	Registré sistemáticamente 10 interacciones diferentes con sus capturas.	Registré entre 6 y 9 interacciones o con datos incompletos.	Registré menos de 5 interacciones o no incluí las capturas en vivo.
Clasificación y tipo	Clasifiqué con precisión cada interacción por tipo y nivel de sentimiento.	Clasifiqué la mayoría de las interacciones, pero con algunas inconsistencias.	Clasifiqué pocas interacciones sin análisis del sentimiento de las personas usuarias.
Detección de incidencias	Detecté y documenté al menos 2 incidencias técnicas o de contenido.	Detecté solo 1 incidencia o la describí de forma muy superficial.	No detecté ni documenté ninguna incidencia o error en los posts.

Meta específica 4. Generar un reporte básico de las interacciones iniciales del contenido digital publicado, resumiendo los hallazgos clave y las incidencias detectadas para el Community Manager.

1. Elementos esenciales de un informe de monitoreo inicial (resumen de interacciones, hallazgos, incidencias).

Un informe de monitoreo inicial es la herramienta que resume el desempeño inicial de la campaña para el Community Manager Senior. Consta de tres elementos indispensables.

- Resumen cuantitativo: Registro ordenado y numérico de las interacciones (likes, compartidos, guardados) y visualizaciones por cada post.
- Hallazgos clave: Interpretación cualitativa de las respuestas del usuario (ej. comentarios positivos sobre la estética de las libretas).

- Listado de incidencias: Registro de errores técnicos o de contenido identificados, acompañados de propuestas concretas de acción correctora.

Observa la siguiente figura para analizar el flujo de informe de incidencias.

Figura 18

Flujo de informe de incidencias y comunicación del equipo de marketing



Nota. Gráfico generado mediante la herramienta de inteligencia artificial Nano Banana a partir del texto explicativo de flujo de informe de incidencias. Nano Banana. (2026). <https://nanobanana.com/>

2. Comunicación entre el Community Manager y el Community Manager Junior (asistente).

La comunicación interna en el equipo de marketing debe regirse bajo principios de profesionalismo, objetividad y rapidez. El Community Manager Junior recopila y documenta los datos de monitoreo de forma sistemática y, ante incidencias críticas (como un error ortográfico en una publicación activa o una falla en el enlace de compra), debe reportarlo de forma inmediata al Community Manager Senior, proponiendo simultáneamente la solución técnica adecuada.

Actividad de aprendizaje 4: Elaboración de informe ejecutivo de incidencias y mejoras.

Objetivo: Generar un informe ejecutivo básico resumiendo cuantitativamente y cualitativamente los datos de monitoreo inicial y proponiendo recomendaciones de mejora para el Community Manager Senior.

Instrucciones:

1. Organiza y sintetiza los datos del registro preliminar de monitoreo obtenido en la Actividad de Aprendizaje 3.
2. Redacta un resumen profesional de los hallazgos principales, detallando cómo reaccionó la audiencia ante la estética y diseño de EcoHuella.
3. Formula de manera estructurada y constructiva tres recomendaciones prácticas para corregir incidencias o mejorar la interacción en futuras campañas.
4. Estructura el informe ejecutivo utilizando un formato formal dirigido al Community Manager Senior, con lenguaje claro y conciso.

Producto 1: Informe ejecutivo de monitoreo de interacciones iniciales (formato digital PDF, máximo dos páginas) con resumen cuantitativo y cualitativo.

Instrumento: Lista de cotejo para informe ejecutivo.

Objetivo: Evaluar la capacidad de síntesis de datos del reporte, la redacción objetiva y profesional, así como la pertinencia de las recomendaciones propuestas.

Instrucciones: Utiliza la lista de cotejo de informe ejecutivo para valorar tu producto.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Sinteticé de forma clara los datos cuantitativos y cualitativos del monitoreo.		
Describí las reacciones de la audiencia ante la estética y diseño de EcoHuella.		
Propuse 3 recomendaciones viables y estructuradas para el CM Senior.		
Estructuré el documento como un informe ejecutivo formal y profesional.		
Mostré excelente redacción, sintaxis clara y ortografía impecable.		

Actividad de aprendizaje 5: Portafolio de programación y monitoreo.

Objetivo: Consolidar las fases de programación y monitoreo operativo de la campaña en Metricool, integrando el registro de interacciones iniciales y el informe ejecutivo de incidencias técnicas.

Instrucciones:

1. Agrupa en un solo portafolio digital titulado 'Gestión Operativa de Redes Sociales EcoHuella - Corte 3' los productos de las Actividades de aprendizaje 1, 2, 3 y 4.
2. Redacta una reflexión crítica de una página que analice la importancia del monitoreo en vivo para la reputación de marca y los desafíos éticos de la comunicación bidireccional.
3. Diseña una portada formal siguiendo la identidad de marca.

Instrumento de evaluación: Rúbrica analítica integrada del corte 3.

Objetivo: Evaluar la integración del portafolio del corte 3, el análisis reflexivo sobre reputación y comunicación bidireccional, y el rigor en la presentación del documento.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica para valorar el nivel de desempeño alcanzado en cada criterio.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Portafolio corte 3	Integré de forma exacta todos los productos de las Actividades 1, 2, 3 y 4 en un PDF.	Integré todos los productos, pero con desorden o faltan capturas críticas.	Integré productos incompletos; faltan actividades del corte 3.
Reflexión crítica	Redacté una página de reflexión coherente sobre la reputación de marca y ética.	Redacté la reflexión comprensible, pero con escaso análisis crítico o poca profundidad en el tema ético.	Redacté la reflexión de manera superficial desorganizada sin desarrollar la relación entre reputación de marca y ética.
Formato de presentación	Diseñé una presentación profesional con portada, respetando la paleta de EcoHuella.	Diseñé una presentación aceptable, pero las tipografías o colores no son consistentes con EcoHuella.	Diseñé el trabajo de forma informal, sin respetar la paleta de colores de EcoHuella.



Conoce +

Para perfeccionar tu dominio operativo en la herramienta de programación y monitoreo, te sugerimos los siguientes materiales:

Buffer. (2025). Guía práctica de segmentación demográfica y publicación cruzada en redes sociales. *Buffer*

Resources. <https://buffer.com/resources/>

Hootsuite. (2025). Cómo estructurar un informe de monitoreo inicial y comunicarlo de forma efectiva en tu organización. *Hootsuite Academy.* <https://blog.hootsuite.com/social-media-report/>

Metricool. (2026). Guía completa de Metricool: Cómo programar y analizar tus publicaciones. *Metricool Help.*

<https://metricool.com/es/recursos/>



Autoevaluación

Instrucciones: Valora tu nivel de logro en las actividades operativas de programación, segmentación y monitoreo de la campaña EcoHuella en redes sociales. Coloca una 'X' en la columna que corresponda (A: Lo domino, B: Lo comprendo y aplico, C: Necesito ayuda, D: Aún no lo logro).

Criterio de aprendizaje o habilidad	A	B	C	D
Programo publicaciones digitales cargando archivos y copys de forma precisa en Metricool.				
Realizo el proceso de verificación visual en la vista previa de la plataforma antes de agendar.				
Configuro opciones de segmentación demográfica básica (edad, ubicación) e intereses en la plataforma.				
Configuro de forma eficiente la publicación cruzada (crossposting) para distribuir activos de marca.				
Registro de forma sistemática interacciones (likes, comentarios) e identifico incidencias visuales en vivo.				
Elaboro un informe ejecutivo de monitoreo de interacciones iniciales resumiendo datos e incidencias.				

Si marcaste varias respuestas en la columna A (Aún no lo logro), te invitamos a repasar el contenido correspondiente y consultar los recursos de "Conoce +".

Evaluación final

Actividad integradora final: 'Lanzamiento y monitoreo de una campaña digital con criterios de inclusión y accesibilidad'

Propósito: Integrar de forma práctica e interactiva los conocimientos, desempeños y productos desarrollados en los tres cortes de aprendizaje (planificación de contenido, optimización técnica y redacción de copys, y programación/monitoreo en Metricool) mediante el diseño de una campaña de lanzamiento digital para un emprendimiento escolar sustentable.

Instrucciones:

1. Enfoque individual: Desarrollarás este proyecto de manera individual, asumiendo de forma simulada las funciones de los distintos roles profesionales (Community Manager, Diseñador/a Gráfico/a, Copywriter y CM Junior).
2. Definición del proyecto: Seleccionar un emprendimiento escolar o local (ficticio o real, ej. EcoHuella u otro). Definir la marca, misión, valores y paleta de colores coherente.
3. Investigación de tendencias: Documentar en un reporte 3 tendencias visuales y 2 multimedia del sector ecológico/juvenil, identificando al menos 2 insights de la competencia.
4. Objetivos SMART: Formular 4 objetivos SMART (2 enfocados en alcance/posicionamiento y 2 en engagement) asociados a métricas de rendimiento específicas.
5. Planificación (calendario): Diseñar un calendario editorial mensual con 5 publicaciones (incluyendo imagen estática, carrusel y video corto vertical).
6. Optimización (DAM y formatos): Crear la estructura de carpetas (DAM) aplicando la regla de nomenclatura a 10 archivos. Recortar y ajustar las imágenes a formato cuadrado 1:1 o vertical 4:5, y los 2 videos a vertical 9:16 (duración máx. 30s) con subtítulos de alto contraste. Comprimir archivos.
7. Redacción (copys e IAG): Escribir prompts detallados para una herramienta de IAG para generar borradores de copys. Refinar críticamente los copys aplicando pautas de redacción incluyente y no sexista, e incluyendo un CTA claro y hashtags.
8. Operación (Metricool): Cargar las publicaciones en el planificador unificado de Metricool, realizar el proceso de verificación visual en la vista previa y programar las publicaciones en las mejores horas sugeridas. Capturar el plan agendado.
9. Monitoreo e incidencias: Simular el lanzamiento y monitoreo en vivo de 3 publicaciones. Registrar 10 interacciones diferentes en una tabla de monitoreo (clasificándolas) e identificar incidencias técnicas o de contenido.
10. Informe ejecutivo: Redactar un informe final de monitoreo inicial dirigido al Community Manager Senior, con el resumen cuantitativo, análisis cualitativo y 3 recomendaciones de mejora.
11. Presentación al cliente: Compilar el proyecto completo en una memoria digital estructurada y prepara una presentación oral interactiva.

Instrumento de evaluación:

Revisa tu portafolio final de la campaña utilizando la rúbrica analítica de evaluación final, valorando el rigor en los aspectos de planificación, optimización técnica, uso ético de la IA, accesibilidad y reporte de monitoreo.

Criterio de evaluación	Excelente (4 pts.)	Bueno (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Planificación estratégica (C1)	Investigación rigurosa de tendencias, 4 objetivos SMART y calendario completo.	Investigación aceptable, objetivos SMART con pequeñas fallas y calendario.	Investigación incompleta, objetivos con fallas y calendario parcial.	Investigación deficiente, sin objetivos SMART ni planificación estructurada del calendario.
Optimización técnica (C2)	Archivos optimizados (1:1/4:5/9:16) con compresión y nomenclatura exacta.	Archivos optimizados, pero con pequeños errores de nomenclatura o peso.	Archivos optimizados parcialmente, con dimensiones incorrectas o sin compresión.	Archivos dañados, pixelados o sin aplicar formatos y nomenclaturas.
Storytelling y copys (C2)	Copys persuasivos e incluyentes, con CTAs claros y hashtags estratégicos.	Copys claros, pero con lenguaje genérico o CTAs ambiguos.	Copys sin ganchos, poco persuasivos o sin hashtags de campaña.	Copys sin llamados a la acción, lenguaje excluyente o textos incompletos.
Programación Metricool (C3)	Publicaciones programadas en las mejores horas con capturas y sin errores.	Publicaciones programadas, pero sin considerar las mejores horas recomendadas.	Publicaciones incompletas o sin previsualizar errores en vista previa.	Publicaciones no programadas en la plataforma de gestión digital.
Monitoreo e informe (C3)	Monitoreo con 10 interacciones clasificadas e informe ejecutivo con recomendación.	Monitoreo con interacciones registradas, pero sin recomendaciones viables.	Monitoreo parcial o reporte informal con datos incompletos.	Monitoreo sin registros de interacciones ni informe de incidencias.



Fuentes consultadas

A continuación, se listan los recursos bibliográficos, manuales técnicos y pautas metodológicas consultadas para la estructuración y desarrollo de esta guía de estudio:

HubSpot Español. (3 de marzo de 2026). *Cómo crear un calendario de contenido efectivo para redes sociales (+*

plantilla gratuita) [Archivo de video] YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=4WvgfAt2-wI>

Instituto Nacional de las Mujeres. (2020). *Manual de comunicación no sexista. Hacia un lenguaje incluyente.*

INMUJERES. <https://www.gob.mx/historico-instituto/es/articulos/manual-de-comunicacion-no-sexista-hacia-un-lenguaje-incluyente-237902>

Metricool. (2025). Estudio de Redes Sociales 2025: Tendencias y métricas clave. *Metricool Blog.*

<https://metricool.com/es/estudios>

Metricool. (2026). Guía completa de Metricool: Cómo programar y analizar tus publicaciones. *Metricool Help.*

<https://metricool.com/es/recursos/>

World Wide Web Consortium. (2021). *Cómo cumplir con las WCAG 2.1: Una referencia rápida sobre las pautas*

de accesibilidad para el contenido web. W3C. <https://www.w3.org/WAI/WCAG21/quickref/>

Anexo

A continuación, se presentan las claves de respuesta para las evaluaciones diagnósticas de cada corte de aprendizaje de la guía.

CORTE 1

Evaluación diagnóstica

Pregunta	Respuesta	Explicación
1	b) Videos cortos verticales de consumo rápido y dinámico.	Las plataformas móviles actuales basan su interacción y retención en formatos audiovisuales verticales e interactivos de corta duración.
2	b) Identificar la marca y transmitir confianza.	El logotipo y la coherencia cromática construyen la identidad visual, haciendo que la marca sea fácilmente reconocible y memorable.
3	a) Crear una carpeta específica con nombre descriptivo y organizar los archivos en subcarpetas lógicas.	Mantener una estructura de carpetas y nomenclatura clara optimiza los tiempos de búsqueda y evita pérdidas accidentales de información.
4	a) Dirigirse a las personas con respeto y emplear un lenguaje incluyente que evite la exclusión o discriminación.	La netiqueta y el lenguaje incluyente visibilizan a la diversidad de personas y fomentan espacios virtuales seguros y colaborativos.
5	c) La presencia de la autoría y la fecha de actualización de la información.	Las fuentes confiables cuentan con respaldo institucional u opinión experta clara y datos vigentes para evitar la difusión de desinformación.

Actividad de aprendizaje 1: Reporte de análisis de tendencias visuales y multimedia.

Instrumento: Lista de cotejo para reporte de tendencias.

Objetivo: Valorar la calidad metodológica de la investigación, el rigor en la recopilación de datos y la pertinencia de las propuestas visuales para EcoHuella.

Instrucciones: Utiliza la lista de cotejo para reporte de tendencias para evaluar los criterios de desempeño requeridos.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Identifiqué al menos 3 tendencias visuales y 2 tendencias multimedia con ejemplos claros del sector ecológico.		

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Justifiqué la relevancia de las tendencias para EcoHuella basada en el comportamiento del usuario.		
Propuse formatos concretos de diseño alineados a los principios de composición y contraste cromático.		
Sustenté la investigación en al menos 3 fuentes de información digital confiables (blogs, estudios).		
Mostré orden metodológico, ortografía excelente y estructura formal de informe ejecutivo.		

Actividad de aprendizaje 2: Propuesta estructurada de objetivos SMART y métricas.

Instrumento: Lista de cotejo para objetivos SMART.

Objetivo: Evaluar la formulación de los objetivos SMART, la congruencia de las métricas visuales asociadas y la solidez de la argumentación sobre el aporte del diseño gráfico.

Instrucciones: Utiliza la lista de cotejo de objetivos SMART para valorar tu producto.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Detallé de forma precisa 4 objetivos aplicando las 5 variables SMART (Específico, Medible, Alcanzable, Relevante, Tiempo).		
Alineé los objetivos estratégicamente con la campaña ecológica de EcoHuella (2 de reconocimiento y 2 de engagement).		
Asocié de forma lógica cada objetivo con una métrica de rendimiento visual (impresiones, CTR, vistas de video).		
Justifiqué conceptualmente el aporte del diseño gráfico y de la jerarquía visual para cumplir cada objetivo.		
Estructuré la propuesta de forma clara, utilizando una tabla ordenada y terminología adecuada en español.		

Actividad de aprendizaje 3: Calendario editorial mensual con criterios de accesibilidad.

Instrumento: Rúbrica para calendario editorial accesible.

Objetivo: Evaluar el orden organizativo del calendario, el uso ético de IAG, la calidad del copy con lenguaje incluyente, y el cumplimiento de accesibilidad.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica de calendario editorial para evaluar los niveles de logro.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Planificación de posts	Planifiqué 5 posts con variedad de formatos (estático, carrusel y video corto).	Planifiqué 5 posts, pero del mismo formato o sin equilibrio.	Planifiqué menos de 5 posts o sin estructura clara.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Calidad de copys (IAG)	Elaboré copys en lenguaje incluyente con CTA claro y bitácora de prompts de IAG.	Elaboré copys claros, pero sin ganchos persuasivos o sin bitácora de prompts.	Elaboré copys de baja calidad, con lenguaje sexista o sin bitácora de IAG.
Accesibilidad digital	Incorporé criterios de accesibilidad digital: contraste adecuado (mínimo 4.5:1), textos alternativos descriptivos (ALT text) y subtítulos en los videos cortos.	Incorporé parcialmente los criterios de accesibilidad, pero omití alguno de los elementos solicitados (contraste, ALT text o subtítulos).	Omití los criterios básicos de accesibilidad digital y no incluí subtítulos ni textos alternativos.

Actividad de aprendizaje 4: Portafolio de planificación estratégica.

Instrumento de evaluación: Rúbrica analítica integrada del corte 1.

Objetivo: Evaluar la integración metodológica de los productos, la calidad reflexiva del ensayo ético y la consistencia en la identidad del portafolio.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica para valorar el nivel de desempeño alcanzado en cada criterio.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Integración de productos	Consolidé con rigor las Actividades 1, 2 y 3 en un único archivo ordenado.	Integré los productos, pero con omisiones o desorden.	Omití productos esenciales del corte 1 en la presentación.
Ensayo reflexivo	Redacté un ensayo de 1 cuartilla que reflexiona éticamente sobre la IAG, accesibilidad e inclusión.	Redacté un ensayo de 1 cuartilla, pero reflexioné de forma superficial sobre la IAG, accesibilidad o inclusión.	Redacté el ensayo incompleto sin incluir elementos de reflexión.
Presentación y portada	Diseñé una portada formal que sigue las guías de identidad visual de EcoHuella.	Diseñé una portada formal pero no respeté los colores de marca o la tipografía de EcoHuella.	Diseñé una portada de forma informal, sin portada ni datos de identificación de EcoHuella.

CORTE 2

Evaluación diagnóstica

Pregunta	Respuesta	Explicación
1	b) A un estilo o formato con popularidad en un periodo.	Las tendencias visuales son dinámicas y reflejan las preferencias estéticas vigentes de las personas usuarias en internet.

Pregunta	Respuesta	Explicación
2	b) Que se puede cuantificar o evaluar a través de una métrica o indicador específico.	En los objetivos SMART, la medibilidad (M) asegura que se defina un indicador numérico o cualitativo claro para comprobar si la meta se ha logrado.
3	a) Planificar, organizar y distribuir estratégicamente el contenido a publicar en fechas y canales específicos.	El calendario editorial estructura de forma ordenada la publicación de contenidos, evitando improvisaciones y asegurando la coherencia de la marca.
4	a) Una revelación profunda sobre las necesidades o comportamientos de la audiencia para crear oportunidades de contenido.	Un insight surge de interpretar datos y comportamientos de la audiencia para comprender sus motivaciones reales de interacción.
5	b) Incluir texto alternativo (ALT text) que describa de manera detallada la imagen cargada.	El texto descriptivo (ALT text) permite que los programas lectores de pantalla traduzcan de forma sonora el contenido gráfico a personas con discapacidad visual.

Actividad de aprendizaje 1: Estructura del repositorio digital DAM y nomenclatura.

Instrumento: Rúbrica para repositorio digital.

Objetivo: Evaluar el orden estructural del repositorio, la consistencia de nomenclatura en los 10 archivos y la descripción del manual técnico.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica de Repositorio digital para valorar tu producto.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Estructura de carpetas	Diseñé una estructura organizada con carpetas jerárquicas y roles definidos.	Diseñé la estructura de carpetas, pero no es del todo clara o faltan subcarpetas.	Diseñé carpetas sueltas sin orden jerárquico lógico.
Nomenclatura (10 archivos)	Apliqué estrictamente la regla de marca a los 10 archivos de contenido.	Apliqué la nomenclatura, pero con pequeños errores o faltaron archivos.	Apliqué de manera parcial o no seguí la regla estándar o dejé los archivos sin renombrar.
Manual técnico	Definé con precisión la organización de los activos y las etapas del proceso individual.	Definé la organización de los activos, pero sin detallar las etapas del proceso.	Definé una organización sin seguir la definición del proceso.

Actividad de aprendizaje 2: Ajuste técnico de imágenes y videos accesibles.

Instrumento: Rúbrica para optimización multimedia.

Objetivo: Evaluar el cumplimiento de especificaciones técnicas (dimensiones, resolución), la incorporación de subtítulos y el rigor estético en la exportación.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica de optimización multimedia para evaluar tu producto.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Optimización de imágenes	Adapté 5 imágenes a dimensiones 1:1 o 4:5 en formato PNG comprimido.	Adapté 5 imágenes, pero con pequeñas fallas de tamaño o sin compresión.	Adapté menos de 5 imágenes o utilicé un formato incorrecto (ej. TIFF).
Optimización de video	Elaboré 2 videos cortos verticales 9:16 (duración máx. 30s) con subtítulos legibles.	Elaboré 2 videos con relación correcta, pero los subtítulos son poco legibles o muy largos.	Elaboré dos videos con subtítulos ilegibles o que superan la duración de 30 segundos.
Memoria técnica	Justifiqué de manera sólida los principios de diseño gráfico y compresión.	Justifiqué los cambios, considerando de manera parcial el diseño gráfico o la compresión.	Justifiqué los cambios sin considerar los principios de diseño gráfico y compresión.

Actividad de aprendizaje 3: Redacción de copys asistida por IAG con revisión crítica.

Instrumento: Lista de cotejo para redacción de copys.

Objetivo: Evaluar el uso crítico de la IAG, la efectividad persuasiva del storytelling del copy, la inclusión de CTAs y hashtags, y la aplicación de redacción incluyente.

Instrucciones: Utiliza la lista de cotejo de redacción de copys para valorar tu producto.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Documenté el prompt de IAG utilizado detallando los requerimientos de la marca EcoHuella.		
Refiné críticamente los copys inyectando el tono juvenil y ecológico de la marca.		
Utilicé lenguaje incluyente y no sexista (colectivos, sustantivos neutros) en las 3 opciones.		
Incorporé de forma estratégica un CTA claro, hashtags (#) y menciones (@) pertinentes.		
Sostuve claridad gramatical, sin faltas ortográficas y adaptado al límite de caracteres.		

Actividad de aprendizaje 4: Portafolio de catalogación y optimización.

Instrumento de evaluación: Rúbrica analítica integrada del corte 2.

Objetivo: Evaluar la correcta organización del portafolio DAM, la descripción analítica en la memoria y el cumplimiento visual de los formatos.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica para valorar el nivel de desempeño alcanzado en cada criterio.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Carpeta comprimida DAM	Reuní de forma organizada y con nomenclatura limpia	Reuní los productos, pero con nomenclaturas	Reuní los productos sin considerar

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
	todos los productos en la nube.	inconsistentes o archivos sueltos.	nomenclaturas o no compartí el enlace.
Memoria técnica	Describí de manera reflexiva el flujo de trabajo y justifiqué la accesibilidad.	Describí los cambios técnicos, pero no justifiqué el lenguaje incluyente.	Describí algunos cambios sin considerar la memoria técnica explicativa.
Presentación general	Diseñé una portada e índice estructurado, respetando la coherencia cromática y tipográfica.	Diseñé una estructura formal aceptable, pero no respeté las fuentes de la marca.	Diseñé un trabajo desordenado, sin considerar las fuentes de la marca.

CORTE 3

Evaluación diagnóstica

Pregunta	Respuesta	Explicación
1	b) Almacenar y recuperar activos de la marca de manera eficiente.	Un sistema DAM (Digital Asset Management) organiza y centraliza los archivos multimedia para optimizar los flujos de trabajo e impedir pérdidas.
2	c) 9:16 (Vertical de video).	El formato 9:16 es el estándar para el consumo de videos verticales a pantalla completa en dispositivos móviles, tales como TikTok, Shorts o Instagram Reels.
3	b) PNG.	El formato PNG admite el canal alfa (transparencia), lo que resulta indispensable para logotipos y elementos visuales superpuestos.
4	a) Motivar e invitar de manera directa a las personas usuarias a realizar una acción específica, como comentar o hacer clic.	El Call to Action (CTA) orienta explícitamente el comportamiento del público usuario, impulsando el compromiso (engagement) con la marca.
5	a) Reducir el peso del archivo para acelerar su carga en dispositivos móviles, preservando la calidad visual necesaria.	La compresión de archivos optimiza los tiempos de carga en redes móviles lentas y ahorra espacio de almacenamiento sin degradar perceptiblemente el diseño visual.

Actividad de aprendizaje 1: Programación de publicaciones y verificación en Metricool.

Instrumento: Rúbrica del plan de publicaciones agendadas.

Objetivo: Evaluar la precisión técnica de la carga de publicaciones, la selección estratégica de la mejor hora y la ejecución del checklist de verificación visual.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica del Plan de publicaciones agendadas para evaluar los niveles de logro.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Cargué en el planificador	Cargué las 5 publicaciones con sus copys completos en la interfaz de Metricool.	Cargué las 5 publicaciones, pero faltan copys.	Cargué menos de 5 publicaciones y faltan copys.
Selección de horas	Configuré la publicación exactamente en las mejores horas según el mapa de calor.	Configuré la publicación en las horas de publicación, pero no consideré el mapa de calor.	Configuré las publicaciones en horas aleatorias sin consultar datos de la audiencia.
Checklist de control	Apliqué el checklist visual verificando recortes, legibilidad y contrastes.	Apliqué el checklist visual, pero omití el contraste o cometí errores en la vista previa.	Apliqué de manera parcial el checklist visual, por lo que se presentan errores en la vista previa.

Actividad de aprendizaje 2: Configuración avanzada de segmentación y publicación cruzada.

Instrumento: Lista de cotejo para segmentación y publicación cruzada.

Objetivo: Evaluar el criterio de segmentación aplicado, la configuración exitosa del crossposting y el análisis de impacto del alcance.

Instrucciones: Utiliza la lista de cotejo de configuraciones avanzadas para valorar tu producto.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Configuré segmentación demográfica básica (edad 15-18 años, ubicación local) en 2 posts.		
Activé correctamente la publicación cruzada (crossposting) en Instagram y TikTok.		
Adapté de forma crítica el copy según las particularidades de cada plataforma.		
Justifiqué conceptualmente la selección del público objetivo y el crossposting.		
Presenté capturas legibles de cada una de las configuraciones en Metricool.		

Actividad de aprendizaje 3: Registro y monitoreo en vivo de interacciones de publicaciones.

Instrumento: Rúbrica para monitoreo de publicaciones en vivo.

Objetivo: Evaluar el rigor en la documentación de interacciones, la precisión en la clasificación y el nivel de detalle en la detección de incidencias.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica de Monitoreo de publicaciones en vivo para evaluar los logros.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Registro de interacciones	Registré sistemáticamente 10	Registré entre 6 y 9 interacciones o con datos incompletos.	Registré menos de 5 interacciones o no incluí las capturas en vivo.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
	interacciones diferentes con sus capturas.		
Clasificación y tipo	Clasifiqué con precisión cada interacción por tipo y nivel de sentimiento.	Clasifiqué la mayoría de las interacciones, pero con algunas inconsistencias.	Clasifiqué pocas interacciones sin análisis del sentimiento de las personas usuarias.
Detección de incidencias	Detecté y documenté al menos 2 incidencias técnicas o de contenido.	Detecté solo 1 incidencia o la describí de forma muy superficial.	No detecté ni documenté ninguna incidencia o error en los posts.

Actividad de aprendizaje 4: Elaboración de informe ejecutivo de incidencias y mejoras.

Instrumento: Lista de cotejo para informe ejecutivo.

Objetivo: Evaluar la capacidad de síntesis de datos del reporte, la redacción objetiva y profesional y la pertinencia de las recomendaciones propuestas.

Instrucciones: Utiliza la lista de cotejo de informe ejecutivo para valorar tu producto.

Criterio de desempeño	Cumple (Sí / No)	Observaciones / Sugerencias de mejora
Sinteticé de forma clara los datos cuantitativos y cualitativos del monitoreo.		
Describí las reacciones de la audiencia ante la estética y diseño de EcoHuella.		
Propuse 3 recomendaciones viables y estructuradas para el CM Senior.		
Estructuré el documento como un informe ejecutivo formal y profesional.		
Mostré excelente redacción, sintaxis clara y ortografía impecable.		

Actividad de aprendizaje 5: Portafolio de programación y monitoreo.

Instrumento: Rúbrica analítica integrada del corte 3.

Objetivo: Evaluar la integración del portafolio del corte 3, el análisis reflexivo sobre reputación y comunicación bidireccional, y el rigor en la presentación del documento.

Instrucciones: Utiliza la rúbrica para valorar el nivel de desempeño alcanzado en cada criterio.

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Portafolio corte 3	Integré de forma exacta todos los productos de las Actividades 1, 2, 3 y 4 en un PDF.	Integré todos los productos, pero con desorden o faltan capturas críticas.	Integré productos incompletos; faltan actividades del corte 3.
Reflexión crítica	Redacté una página de reflexión coherente	Redacté la reflexión comprensible, pero con	Redacté la reflexión de manera superficial

Criterio / Nivel	Excelente (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
	sobre la reputación de marca y ética.	escaso análisis crítico o poca profundidad en el tema ético.	desorganizada sin desarrollar la relación entre reputación de marca y ética.
Formato de presentación	Diseñé una presentación profesional con portada, respetando la paleta de EcoHuella.	Diseñé una presentación aceptable, pero las tipografías o colores no son consistentes con EcoHuella.	Diseñé el trabajo de forma informal, sin respetar la paleta de colores de EcoHuella.

Evaluación final

Rúbrica Analítica de evaluación final - Caso práctico integrado

Instrucciones: Utiliza esta rúbrica analítica integrada para valorar tu desempeño final en el desarrollo de la memoria técnica de la campaña.

Criterio de evaluación	Excelente (4 pts.)	Bueno (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Planificación estratégica (C1)	Investigación rigurosa de tendencias, 4 objetivos SMART y calendario completo.	Investigación aceptable, objetivos SMART con pequeñas fallas y calendario.	Investigación incompleta, objetivos con fallas y calendario parcial.	Investigación deficiente, sin objetivos SMART ni planificación estructurada del calendario.
Optimización técnica (C2)	Archivos optimizados (1:1/4:5/9:16) con compresión y nomenclatura exacta.	Archivos optimizados, pero con pequeños errores de nomenclatura o peso.	Archivos optimizados parcialmente, con dimensiones incorrectas o sin compresión.	Archivos dañados, pixelados o sin aplicar formatos y nomenclaturas.
Storytelling y copys (C2)	Copys persuasivos e incluyentes, con CTAs claros y hashtags estratégicos.	Copys claros, pero con lenguaje genérico o CTAs ambiguos.	Copys sin ganchos, poco persuasivos o sin hashtags de campaña.	Copy sin llamados a la acción, lenguaje excluyente o textos incompletos.
Programación Metricool (C3)	Publicaciones programadas en las mejores horas con capturas y sin errores.	Publicaciones programadas, pero sin considerar las mejores horas recomendadas.	Publicaciones incompletas o sin previsualizar errores en vista previa.	Publicaciones no programadas en la plataforma de gestión digital.



Criterio de evaluación	Excelente (4 pts.)	Bueno (3 pts.)	Suficiente (2 pts.)	Insuficiente (1 pt.)
Monitoreo e informe (C3)	Monitoreo con 10 interacciones clasificadas e informe ejecutivo con recomendación.	Monitoreo con interacciones registradas, pero sin recomendaciones viables.	Monitoreo parcial o reporte informal con datos incompletos.	Monitoreo sin registros de interacciones ni de incidencias.

Lista de imágenes

Imagen	Pág.
Figura 1. Ruta de aprendizaje y fases del proceso de trabajo en redes sociales	8
Figura 2. Mapa de aprendizajes del corte 1: Planificación estratégica y análisis de la competencia	12
Figura 3. Métodos de investigación de tendencias visuales y multimedia en redes sociales	14
Figura 4. Objetivos SMART y métricas de rendimiento en redes sociales	17
Figura 5. Anatomía de un calendario editorial y pautas de accesibilidad digital	20
Figura 6. Mapa de aprendizajes del corte 2: Organización, optimización técnica y redacción incluyente	29
Figura 7. Estructura de repositorio digital y nomenclatura de archivos para EcoHuella	30
Figura 8. Especificaciones técnicas de optimización visual y multimedia para redes sociales	33
Figura 9. Cómo poner subtítulos animados en Capcut	34
Figura 10. Estructura de un copy persuasivo, incluyente y accesible con soporte de IAG	35
Figura 11. Mapa de aprendizajes del corte 3: Programación automatizada, segmentación y analítica digital	45
Figura 12. El checklist de verificación visual previa a la programación en Metricool	46
Figura 13. Guía de programación paso a paso en la interfaz de Metricool	47
Figura 14. Cómo usar Metricool para acelerar tu crecimiento en redes	48
Figura 15. Segmentación demográfica y publicación cruzada de contenidos en redes	50
Figura 16. Tipos de interacciones clave y registro de incidencias de publicaciones en vivo	52
Figura 17. Cómo funciona Metricool desde cero: Tutorial de analítica	53
Figura 18. Flujo de informe de incidencias y comunicación del equipo de marketing	55



Directorio

Adán Escobedo Robles

Dirección General

Rocío Castro Galván

Secretaría General

Diana Guzmán Ibáñez

Dirección de Planeación Académica

Alejandra Batseba Castelazo Téllez

Subdirección de Capacitación para el Trabajo

Adriana Miguel Marín

Jefatura del Departamento Técnico