

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES**



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

MANEJO DE IDENTIDAD GRÁFICA EN REDES SOCIALES PARA LA MESA
DE DESARROLLO ARTESANAL DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR,
DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, 2017.

PRESENTADO POR

ARAGÓN HERRERA, IMELDA BEATRIZ	AH09013
ORTIZ DE HUEZO, DILIAN MERCEDES	OF09006
SÁNCHEZ GONZÁLEZ, KAREN YAMILETH	SG08035

**INFORME FINAL
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ARTES PLÁSTICAS
OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO**

LICDA. MARIA DE LOURDES CALERO SANTOS
DOCENTE ASESOR

MsC. CARLOS ALBERTO QUIJADA FUENTES
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

NOVIEMBRE 2017
CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR



AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

MsC. Roger Armando Arias Alvarado
RECTOR

Doctor Manuel de Jesús Joya
VICERRECTOR ACADÉMICO

Ingeniero Nelson Bernabé Granados
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Lic. Rafael Humberto Peña Marín
FISCAL GENERAL

Maestro Cristóbal Ríos
SECRETARIO GENERAL

ATUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

Maestro José Vicente Cuchillas Melara
DECANO

Maestro Edgar Nicolás Ayala
VICEDECANO

Maestro Héctor Daniel Carballo Díaz
SECRETARIO

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

Maestra Ligia del Rosario Manzano Martínez
DIRECTORA

Maestro Carlos Alberto Quijada Fuentes
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADO

Licenciada María de Lourdes Calero Santos
DOCENTE ASESOR

TRIBUNAL CALIFICADOR

Maestra Xenia María Pérez Oliva
Licenciado Ever Odir Ramos Portillo
Licenciada María de Lourdes Calero Santos



Contenido

Contenido	III
Agradecimientos	XIII
Abstract	1
Presentación	5
Introducción	7
CAPÍTULO I LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD GRÁFICA EN UNA ORGANIZACIÓN COMO LA MESA DE DESARROLLO ARTESANAL DE SAN SALVADOR DENTRO DE LAS REDES SOCIALES	9
1.1. Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador	10
1.1.1. Historia de la Artesanía en El Salvador.....	11
1.1.2. Antecedentes Históricos de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador.	21
1.1.2.1 Relación de Mesa de Desarrollo Artesanal con CONAMYPE (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa).	28
1.1.3. Selección y Clasificación de la muestra de los artesanos de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.	30
1.1.4. Apreciación del manejo de imagen de la Mesa de Desarrollo Artesanal como marca.	33



1.1.4.1. Diagnóstico sobre el Manejo de las redes sociales por parte de la Mesa de Desarrollo Artesanal.	34
1.1.4.2 Neo-Artesanía o Artesanía Contemporánea.	36
1.2. Identidad Gráfica.....	39
1.2.1. Concepto, características y aplicación.....	39
1.2.2. Identidad gráfica desde sus varios enfoques.....	41
1.2.3. Antecedente Histórico de Imagen Gráfica.	48
1.2.4. La identidad gráfica dentro de una Organización.....	52
1.2.4.1 La importancia de la identidad gráfica para una organización. ..	53
1.2.5. Identidad gráfica dentro de las redes sociales.	54
1.2.6. Identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.....	55
1.3. Redes Sociales.....	57
1.3.1. Concepto y características de las redes sociales.	58
1.3.2. Antecedentes Históricos de las redes sociales.....	61
1.3.3. Cartera de Redes Sociales.....	67
1.3.4. Clasificaciones de las Redes Sociales.....	70
1.3.5. Redes Sociales y su aplicación en una organización.....	73
1.3.6. Redes sociales para la Mesa de desarrollo Artesanal de San Salvador.....	74



CAPÍTULO II PROCESIS Y DESARROLLO DE IDENTIDADES GRÁFICAS ADAPTADAS PARA REDES SOCIALES.....76

2.1. Metodología de Investigación.....	77
2.2. Evaluación de Identidad Gráfica de una organización.....	82
2.2.1. Estado actual de la identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.	84
2.3. Proceso de renovación de Identidad gráfica para una organización ...	84
2.3.1. Creación y realización del Brief.....	85
2.3.2. Proceso de renovación de imagen.....	88
2.3.3. Colores de marca.....	99
2.3.4. Tipografía para marca.....	101
2.3.5. Creación de eslogan.	104
2.3.6. Diseño de Papelería.	105
2.3.7. Promocionales para marca.	107
2.4. Adaptabilidad de Identidad gráfica de una organización a redes sociales	108
2.4.1. Selección de redes sociales para una organización.	109
2.4.2. Adaptación de Identidad gráfica a las redes sociales.	114
2.4.3. Creación de contenido en redes sociales para una organización..	118
2.4.4. Costos generales de creación de contenido para redes sociales. .	123



2.5. Manejo de Identidad gráfica de una organización en redes sociales .	124
2.5.1. Estrategia básica para el manejo de identidades gráficas en redes sociales.....	125
2.5.2. Estrategia básica para el manejo de identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.....	127
2.5.3. Costos generales de manejo de redes sociales.	128
2.6. Creación de Manuales para manejos de Identidades gráficas	129
2.6.1. Manual de uso de Marca.	129
2.6.2. Manual de estrategias básicas para el manejo en redes sociales.	133
2.6.3. Costos generales de Manuales de marca y estrategias.	136

CAPÍTULO III RESULTADO DE LOS PROCESOS APLICADOS PARA ESTABLECER IDENTIDADES GRÁFICAS ADAPTADAS A REDES SOCIALES

..... 138

3.1. Resultados del manejo de identidades gráficas en redes sociales.....	139
3.1.1. Resultado de la adaptación de identidad gráfica a redes sociales.	140
3.1.2. Resultados de la aplicación de estrategias básicas para el manejo de una identidad en redes sociales.	147
3.1.3. Resultado práctico manual de marca y manual de estrategias.....	152



3.2. Capacitación como resultado sobre el manejo de una identidad gráfica en redes sociales	152
3.2.1. Metodología de capacitación.	153
3.2.2. Aplicación de capacitación.....	157
3.2.3. Realización de capacitación.	157
3.3. Valoraciones sobre el manejo de identidad gráfica en redes sociales aplicada a la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.....	162
3.3.1. Valoraciones de Artesanos pertenecientes a Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.	163
3.1.1. Valoraciones de Expertos sobre el desarrollo del proyecto.....	164
3.3.3. Valoraciones sobre el proyecto.....	167
Conclusiones	169
Recomendaciones	171
BIBLIOGRAFÍA	172
ANEXOS.....	177

Contenido de tablas

Tabla N°1 Cuadro Rubros Artesanales.....	19
Tabla N° 2 Cuadro descriptivo de artesanos sujeto de estudio.....	32
Tabla N° 3 Características de las redes sociales y su descripción.	60
Tabla N°4 Usuarios de Redes Sociales en El Salvador.....	67



Tabla N°5 Guía de símbolos de norma ANSI.....	82
Tabla N°6 Necesidades de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, ante una red social.....	111
Tabla N°7 Características destacables de principales redes sociales.	113
Tabla N°8 Costo general de producir contenido para redes sociales	124
Tabla N°9 Costo por millar de las redes sociales.....	128
Tabla N°10 Costo de Impresión Manuales: Identidad Gráfica y Estrategias básicas para el manejo de Identidad Gráfica en Redes Sociales	137
Tabla N°11: Costo de Empastados de Manuales: Identidad Gráfica y Estrategias básicas para el manejo de Identidad Gráfica en Redes Sociales	137
Tabla N°12 Estrategias Básicas.....	148
Tabla N°13 Detalles generales de Capacitación.....	156

Contenido de Figuras

Figura N°1 Tipos de artesanías	18
Figura N°2 Mesas de Desarrollo Artesanal en El Salvador.....	22
Figura N°3 Centros de Desarrollo Artesanal por regiones.	25
Figura N°4 Logo La Caravana Artesanal Mesa de Desarrollo Artesanal San Salvador 2016.....	27
Figura N°5 Esquema de objetivos Mesa de Desarrollo Artesanal CONAMYPE	29



Figura N°6 Esquema de Identidad Gráfica concepto, características y su aplicación.....	40
Figura N° 7 Ejemplo sello artesanal antiguo, sello actual y estandartes.....	49
Figura N°8 Evolución logo de producto comestible.....	51
Figura N° 9 Isologo Actual de Mesa de Desarrollo Artesanal de Municipio de San Salvador.....	56
Figura N°10 Línea de tiempo Histórica de las redes sociales de 1929 a 2004 .	62
Figura N°11 Línea de tiempo Histórica de las redes sociales desde los años 2007 a 2016.....	63
Figura N° 12 Ejemplos de Emoticons.....	65
Figura N°13 Esquema de redes sociales y sus clasificaciones.....	72
Figura N°14 Estructura de diseño Emergente en un enfoque cualitativo para esta investigación.	79
Figura N°15 Metodología aplicada a la investigación con resultados	81
Figura N° 16 Flujograma evaluativo de la adaptabilidad de una identidad gráfica.	83
Figura N°17 Construcción de nombre para posicionamiento de marca	85
Figura N° 18 Logotipos preliminares para la Mesa de Desarrollo Artesanal	89
Figura N°19 Logo seleccionado por la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.....	92
Figura N°20 Reticula de Logo seleccionado por la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador	93



Figura N°21 Colores Regionales de El Salvador	94
Figura N°22 Colores del logo anterior de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.....	95
Figura N°23 Cuadro descriptivo de generalidades aspectos considerados para la elección de colores	96
Figura N°24 Comparación y descripción de colores seleccionados.....	97
Figura N°25 Descripción de paleta de colore seleccionada.....	98
Figura N°26 Colores seleccionados de la paleta base para crear colores en el logo	100
Figura N°27 Logo final	101
Figura N°28 Tipografía seleccionada para la palabra destacada.....	102
Figura N°29 Tipografía para la palabra acompañante	103
Figura N°30 Usos de tipografía en logo	103
Figura N°31 Estructura de eslogan para Mesa de Artesanos de San Salvador	104
Figura N°32 Diseño papel membretado para Medart San Salvador	105
Figura N°33 Diseño tarjetas de presentación para MEDART San Salvador ...	106
Figura N°34 Diseño de sobres para MEDART San Salvador	106
Figura N°35 Diseño de promocionales para la marca.....	107
Figura N°36 Vista de una plataforma general de facebook.....	115
Figura N°37 Vista general en Facebook al momento de crear una Página de Facebook.....	116



Figura N°38 Estructura de panel de publicación de una Página de Facebook	119
Figura N°39 Estructura de contenido para una publicación regular en Facebook para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador	120
Figura N°40 Guía para un Post.....	121
Figura N°41 Tamaños de imágenes en red social Facebook.....	122
Figura N°42 Vista general de la página de MEDARTSS con tamaños proporcionados	123
Figura N°43 Proceso de construcción de Estrategia básica para el manejo de Redes Sociales.....	126
Figura N°44: Portada de Manual de Identidad Gráfica MEDART San Salvador.	130
Figura N°45 Contraportada de Manual de Identidad Gráfica MEDART San Salvador.....	131
Figura N°46: Separador de contenido del Manual de Marca MEDART San Salvador.....	132
Figura N°47: Diseño interno de Manual de Marca MEDART San Salvador....	133
Figura N° 48: Portada de Manual de Estrategias básicas para el manejo de Identidad Gráfica.....	135
Figura N°49: Diseño interno de Manual de estrategia básica para el manejo de Identidad Gráfica en redes sociales.....	136
Figura N°50 Proceso a seguir en red social Facebook	140
Figura N°51 Diseño de foto de perfil y de portada para página de Facebook.	141



Figura N°52 Diseño de iconografía representando 6 rubros artesanales	142
Figura N°53 Fotografías de algunos rubros artesanales.....	143
Figura N°54 Ejemplos de fotografía de la marca para la red social Facebook	144
Figura N°55 Captura de pantalla de una publicación realizada en la página..	145
Figura N°56 Gif animado y captura de fotograma de video para la Mesa.....	146
Figura N°57 Vistas generales de la pagina en computadora y teléfono móvil	147
Figura N°58 Íconos para identificar los elementos en las estrategias.....	151
Figura N°59 Presentaciones por capacitación.	155

Contenido de Imagen

Imagen N°1 Fachada de Tienda ubicada en FENADESAL.....	24
Imagen N°2 Instalaciones de tienda Mesa Nacional en San Salvador.	25
Imagen N°3 Votación para eleccion de logo Integrantes de mesa de Desarrollo Artesanal deSan Salvador	91
Imagen N°4 Fotografía de una de las integrantes del equipo repartiendo el material.....	158
Imagen N°5 Presentación del equipo.....	159
Imagen N°6 Grupo de artesanos durante la capacitación.....	160
Imagen N°7 Capacitador durante la exposición	160
Imagen N°8 Ceremonia de entrega de diplomas	161
Imagen N°9 Entrega de diplomas a artesanos de MEDART San Salvador	162



Agradecimientos

A Dios Todopoderoso por darme las fuerzas y la capacidad en medio de todo, a mi madre por ser quien cimentó las bases de la superación en mi vida, a mi padre, a mi amado esposo y mi hijo por ser mis compañeros durante los últimos 5 años con su apoyo incondicional, agradezco infinitamente a mi compañera Karen Sánchez por su paciencia y profesionalismo mi admiración y termino agradeciendo a Dilian Ortiz por acompañarme en este largo proceso. ¡Lo logramos!

Beatriz Aragón.

A Dios que ha sido mi proveedor y mi fuerza a lo largo de mi vida, a mi madre y abuela por ser las primeras críticas, ejemplo de sacrificio y entrega, las principales alentadoras para alcanzar mis metas, a mis hermanos por acompañarme en cada una de mis etapas y tener la paciencia para soportar todo conmigo; a mi amado esposo por ser parte de mis soportes principales, por su paciencia y ayuda incondicional, a mis compañeras Karen y Beatriz por hacer este proceso más llevadero, ¡lo logramos chicas! Y a mis amigos/as que siempre permanecieron a lo largo de mi carrera con su conocimiento y ayuda que Dios le bendiga en abundancia.

Dilian Ortiz

A Dios mi fuerza y guía, a mi madre quien creyó y se desveló junto a mí muchas noches de carrera con amor, a mi padre por creer en el producto de mis manos, a mi hermano por apoyarme en mis locuras con risas, a mi familia por amarme pese a todo, a Yelter, Aleida, Emily les debo su paciencia, amor, conocimientos, computadoras, risas y apoyo, a los expertos que apoyaron esta tesis, a mis compañeras Beatriz y Dilian por tenerme abundante paciencia y cariño, sinceramente gracias a todos, sin ustedes no sería posible, ¡son todos parte de mi éxito, de mi vida interesante y una parte significativa de mis logros personales!

Karen Sánchez



Abstract

TÍTULO: MANEJO DE IDENTIDAD GRÁFICA EN REDES SOCIALES PARA LA MESA DE DESARROLLO ARTESANAL DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, 2017.

Presentan:

Imelda Beatriz Aragón Herrera	AH09013
Dilian Mercedes Ortiz Ferrufino	OF09006
Karen Yamileth Sánchez González	SG08035

El presente trabajo de investigación estudia la importancia de la imagen gráfica de una organización o empresa para que éste sea identificado y en consecuencia sus productos sean consumidos por el público meta a nivel nacional como internacional.

El capítulo 1 está constituido por tres partes esenciales, la primera la Historia de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador (objeto de estudio) junto a la historia de la Artesanía, el segundo, concepto básico sobre identidad gráfica y enfoques de disciplinas como el *Mercadeo*, *Comunicaciones*, *Publicidad* y *Diseño gráfico* y el tercero introducción a las redes sociales su evolución e historia.

El capítulo 2 está construido por medio del diagnóstico de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, el proceso de renovación de su identidad gráfica, la creación del manual de marca y guía de estrategia básica para el manejo de identidad gráfica en redes sociales, el proceso de adaptación más el manejo de la página de la red social Facebook.



El capítulo 3 muestra como resultado la creación y ejecución de la capacitación de una muestra de 10 artesanos que fueron educados sobre los conceptos básicos de red social, imagen gráfica, ambos en combinación pueden resultar viables para la promoción e identificación de ellos y sus productos.

Se muestra de la valoración del gremio, expertos y del grupo de investigación sobre éste proyecto de renovación de marca, adaptabilidad de su marca en la red social Facebook como prueba piloto y de ser capacitados para el manejo de redes sociales como oportunidad de reconocimiento de marca.



TITLE: MANEJO DE IDENTIDAD GRÁFICA EN REDES SOCIALES PARA LA MESA DE DESARROLLO ARTESANAL DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, 2017.

Present:

Imelda Beatriz Aragón Herrera	AH09013
Dilian Mercedes Ortiz Ferrufino	OF09006
Karen Yamileth Sánchez González	SG08035

The current work of investigation studies the importance of the graphic image of an organization or business for them to be identified and as a consequence, their products to be consumed by the targeted public both, national and international.

Chapter 1 is composed by three essential segments; the first one is the History of the Mesa de Desarrollo Artesanal of San Salvador (subject of study), along with the History of Handcraft; the second one is basic concepts about graphic identity and perspectives of disciplines like Marketing, Communications, Publicity and Graphic Design; and the third one is the Introduction to Social Networks, their evolution and history.

Chapter 2 is composed by the diagnosis of the Mesa de Desarrollo Artesanal of San Salvador, the process of renovation of its graphic identity, the creation of the Manual of Brands and Basic Strategy Guide for the management of graphic identity in social networks and the process of adapting, plus the management of the page of Facebook Social Network.



Chapter 3 shows as a result the creation and execution of the training of a sample of 10 craftsmen who were educated about the basic concepts of social network, graphic image; both in combination can be viable for the promotion and identification of them and their products.

From the assessment that the guild, the experts and the group of investigation do about this project of brand renovation, it is shown the adaptability of its brand on the Facebook social network, as a pilot test, as well as the adaptability of people to be trained for the management of social networks as an opportunity for brand recognition.



Presentación

La Escuela de Artes de la Facultad de Ciencias y Humanidades, de la Universidad de El Salvador tiene como visión ser el referente institucional de educación superior de arte y cultura a nivel nacional y centroamericano, dedicado a la creación y la investigación cultural y artística, combinando de manera eficaz y eficiente la formación de estudiantes con pensamientos analíticos, filosóficos, históricos, antropológicos, culturales, artísticos, creativos, etc., desarrollando en los estudiantes destrezas teórico-prácticos que van desde la aplicación de varias ramas del arte mezclándolos con las nuevas tecnologías e integrando estos elementos con los nuevos lenguajes contemporáneos de comunicación.

En la misión es importante forjar profesionales e investigadores de la cultura y el arte, con óptima calidad académica, elevado sentido de la ética y de la pro actividad siendo aplicados en las ramas de especialización de cada profesional, es del por ello que como aspecto fundamental para fortalecer la investigación final son los procesos de grado aplicados por estudiantes egresados, en tal sentido se presenta el estudio “MANEJO DE IDENTIDAD GRÁFICA EN REDES SOCIALES PARA LA MESA DE DESARROLLO ARTESANAL DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, 2017”

Que está compuesto por tres capítulos cuyo objetivo fue desarrollar una identidad gráfica que pudiera ser manejada y adaptada a las redes sociales aplicando una estrategia básica desde la visión del diseño gráfico a la Mesa Artesanal de San Salvador, en consonancia con uno de los requisitos de la normativa universitaria



para optar al grado de Licenciados en Artes Plásticas de la Opción de Diseño Gráfico.

Con este informe final de investigación se da el cumplimiento al “Reglamento De La Gestión Académico Administrativa de la Universidad De El Salvador”, en sus tres etapas básicas:

La primera etapa, la planificación de la investigación donde se elaboró el plan de investigación y el diagnóstico de la organización, realizado a través de reuniones con la organización donde se enmarco el proyecto, así como la construcción del marco teórico o antecedentes de la investigación. Ambos documentos se incluyen en la primera parte de este informe. El plan de investigación brinda las orientaciones de cómo abordar el proceso investigativo de acuerdo a los principios del método cualitativo emergente.

La segunda etapa, corresponde a la ejecución de la investigación consistente en la construcción del objeto de estudio, desarrollando trabajo de campo, con el uso de técnicas e instrumentos consistentes en diarios de campo, cuestionario de campo, focus group, fichas anecdóticas, entrevistas de campo, entre otras herramientas que facilitaron su ejecución a partir de lo cual se elaboró este informe final de investigación.

La tercera etapa, exposición y defensa de informe final, consistente en la presentación del producto o resultado de la investigación, así como la socialización ante docentes, invitados, y tribunal calificador.



Introducción

El estudio de las redes sociales ha sido ampliamente abordado por diferentes enfoques tales como el marketing, publicitario, comunicacional, antropológico etc. Sin embargo, en el enfoque del diseño gráfico ha sido abordado desde el aspecto de la persona que administrara dichas plataformas, no obstante, en esta investigación se realiza desde la importancia de la identidad gráfica de una organización o empresa, considerando el aspecto visual como un eje de relevancia para establecerse en estos espacios en el internet que aportan mucha dinámica al interactuar con los usuarios.

La imagen que una organización o empresa proyecte en las redes sociales dentro de la internet, dependerá del aspecto de identidad que maneje antes de establecerse en estos sitios, la historia de la empresa, la visión, misión, objetivos y productos o servicios que esta ofrezca se verán reforzados por una imagen que les represente, aporte que brinda el diseño gráfico por sus estudios de imagen de una empresa y como esta debe identificarse visualmente en el ámbito comercial de una manera competitiva a través de su imagen.

En el presente trabajo se muestra al gremio de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador (MEDART San Salvador) como objeto de estudio y como dicho gremio desea formar parte de las redes sociales, para promocionarse, tener más alcance de su público objetivo e incrementar ventas, esto a través de un estudio de su actual imagen corporativa, que permitió un análisis de esta imagen, para determinar el proceso a seguir para su adaptación a redes sociales se a una



diseñando una evaluación que mostrará las características de la imagen corporativa que se poseía, la que conllevó a una renovación de esta, se muestra el proceso de esta renovación, el cambio de logo, la creación de un eslogan, permitiendo desarrollar manuales orientados a la marca y al manejo administrativo de una red social, el desarrollo de la adaptación de la identidad gráfica a ellas, el proceso sobre la selección de la red social que se adapte a las necesidades del gremio, la creación de una estrategia básica para el manejo de estos medios comunicacionales y la construcción, desarrollo e implementación de una capacitación para la orientación, administración y continuidad del trabajo de investigación en redes sociales, para administradores principiantes del gremio de MEDART San Salvador .



Capítulo I

La importancia de la identidad Gráfica en una organización como la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador dentro de las Redes sociales.

Las Redes Sociales en la actualidad son un vínculo directo con posibles clientes activos y público en general, este medio virtual por sus características de aplicación tiene un gran sentido visual y es un medio estratégico para la difusión de información no solo a nivel personal, sino ofrecimiento de bienes y servicios, en este sentido para ser una organización exitosa dentro de las redes sociales, se debe conocer sobre cómo enfocar la identidad gráfica que como institución u organización se puede poseer, para desarrollarla en estos entornos que pese a su fácil uso se vuelven complejos al crear contenido que no ayuda a crecer, a llegar a más personas que quieran conocer lo que se ofrece, las empresas y organizaciones descuidan su imagen creyendo que siempre tendrán resultados, el factor del desconocimiento de manejo sobre las redes sociales también contribuye a no poder establecer una marca, que no permite ser orgánica por el mismo descuido a la imagen de la marca.

Para una organización o empresa es importante el establecimiento de una identidad gráfica que sea consistente, única, simple, original, etc. Que comunique al espectador el mensaje que como administrador se posea.

En este capítulo I se desarrolla la importancia sobre conocer a la organización, a su imagen, su identidad gráfica y como es relevante para su manejo en redes sociales.



1.1. Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador

Según antecedentes del oficio artesanal, culturas milenarias encontraron en las artes aplicadas un medio más para rendir tributo a deidades, los oficios artesanales eran sagrados y respondían a una necesidad tan mística como utilitaria.

El objeto artesanal como tal no es una invención reciente, sino que, es algo que ha acompañado al hombre desde tiempos remotos permitiéndole expresarse a través de diferentes materiales que le ofrece la naturaleza o región en la que se encuentra establecido.

El Salvador desde tiempos inmemorables, hay regiones identificadas por sus particularidades técnicas de conformación artesanal, estableciéndose centros artesanales en diversos municipios a lo largo y ancho del país entre los cuales destacan los municipios de Ilobasco, La palma, San Sebastián, entre otros y son identificados por su trabajo en barro, textiles, fibras naturales. A pesar de esta riqueza cultural que se da a nivel artesanal en el interior del país la ciudad capital de San Salvador no ha producido una imagen y un diseño propio de la artesanía que se elabora en dicho lugar.

El CEDART (Centro de Desarrollo Artesanal) con apoyo de CONAMYPE (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa) busca incursionar capacitando e impulsando a los artesanos de los sectores a nivel nacional, San Salvador promueve en su mayoría Neo-artesanía o artesanía contemporánea como se autodenominan los artesanos capitalinos ya que sus piezas artesanales



han evolucionado innovando y fusionando técnicas artísticas en cada una de sus piezas artesanales.

1.1.1. Historia de la Artesanía en El Salvador.

El desarrollo de la artesanía en el país, se puede determinar desde la época prehispánica, cuando los grupos originarios se organizaban y confeccionaban de manera artesanal indumentaria, accesorios y utensilios que les permitía cubrir sus necesidades básicas dentro de su estructura social (vestimenta, alimentación, rituales, etc.) según la definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI “los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado.

Durante años la artesanía fue evolucionando de acuerdo a las necesidades de la población, siendo los diferentes cambios sociales los responsables de la innovación en objetos artesanales. Con la intervención cultural por parte de los españoles, los indígenas cambiaron más que sus creencias, cambiaron su forma de vestir, sus hábitos, sus costumbres, su manera de trabajar, entre otros. Cambiando por consiguiente las herramientas y utensilios para realizar sus actividades cotidianas.



- **La artesanía en la colonia**

Con la llegada de los españoles al nuevo mundo en su empeño por el dominio y el sometimiento para imponer un nuevo modo de vida provoco que buena parte de la producción artesanal originaria de estas tierras fuera desapareciendo o transformándose debido al choque cultural o la mezcla entre dos mundos, se introducen nuevas técnicas y herramientas para trabajar la artesanía destacándose la rueda, el torno alfarero, el telar de palanca, los moldes de madera y cerámica. La utilización de hornos cerrados en lugar de una fogata de quema al aire libre, eran capaces de alcanzar mayores temperaturas para poder fundir diversos materiales con el barro en una técnica llamada vidriado de origen europeo que simulaba una pieza con un acabado más pulido, gracias a la utilización de esmaltes a base de minerales, como oxido de cobre, plomo y estaño. (AYALA AYALA, VILLAFUERTE GALLARDO, & ALAS ALAS, 2011).

Como parte de los esfuerzos por dominar e imponer nuevas creencias a los pueblos originarios de américa como producto de esta mezcla cultural la riqueza artesanal se expande, los procesos de elaboración sufren de modificaciones por los avances que los españoles traían consigo. Nacen así nuevas manifestaciones artesanales pero que siempre mantendrían ciertos rasgos característicos de su antecesora, son el tipo de artesanía que actualmente se considera como artesanía tradicional.

- **La artesanía en la revolución industrial**

La invención de todo tipo de máquinas acelero el desplazamiento definitivo de la artesanía como la forma única y dominante de producción de bienes y



productos mercantiles. (AYALA AYALA, VILLAFUERTE GALLARDO, & ALAS ALAS, 2011)

A raíz de esta masificación surgieron las protestas contra la inminente destrucción de los productos elaborados manualmente surgieron el movimiento denominado “Arts and Crafts”, reacción que van en contra en la propia Revolución Industrial. Con ello se pretendía recuperar los objetos portadores de cualidades estéticas, fruto de las características artesanías y no de las máquinas. Es así como esta actividad se reusa a ser desplazada o destituida.

Pero a principios del siglo XVIII no existían industrias en El Salvador, fueron establecidas en Inglaterra en 1750, en este ambiente varios nuevos inventos encontraron rápida aceptación. Inventos que también revolucionaron la industria textil. En 1760 se inventó una máquina para hilar algodón multiplicando exageradamente la producción dieciséis veces más para ser exactos, para que las telas producidas fueran atractivas se requería de un tinte que les diera color y atractivo. Este hecho es muy bien aprovechado por los productores de añil salvadoreños, quienes producían uno de los mejores tintes del mundo. (Historia de El Salvador, Tomo I, (1994))

En El Salvador entre 1855 y 1890 surge un estancamiento en el desarrollo artesanal, se ven en la obligación de limitar su producción para su entorno o cotidianidad, se une a esto el hecho de que años después el café llega a ser un cultivo masivo y las políticas del Estado iban encaminadas a asegurar la mano de obra que este cultivo requiere, con lo cual la producción artesanal quedaba casi en el olvido.



- **La artesanía en el siglo XX**

La invención de todo tipo de máquinas aceleró el desplazamiento definitivo de la artesanía como la forma única y dominante de producción de bienes y productos mercantiles. (AYALA AYALA, VILLAFUERTE GALLARDO, & ALAS ALAS, 2011)

A raíz de esta masificación surgieron las protestas contra la inminente destrucción de los productos elaborados manualmente surgieron el movimiento denominado “Arts and Crafts”, reacción que van en contra en la propia Revolución Industrial. Con ello se pretendía recuperar los objetos portadores de cualidades estéticas, fruto de las características artesanías y no de las máquinas. Es así como esta actividad se reusa a ser desplazada o destituida.

Pero a principios del siglo XVIII no existían industrias en El Salvador, fueron establecidas en Inglaterra en 1750, en este ambiente varios nuevos inventos encontraron rápida aceptación. Inventos que también revolucionaron la industria textil. En 1760 se inventó una máquina para hilar algodón multiplicando exageradamente la producción dieciséis veces más para ser exactos, para que las telas producidas fueran atractivas se requería de un tinte que les diera color y atractivo. Este hecho es muy bien aprovechado por los productores de añil salvadoreños, quienes producían uno de los mejores tintes del mundo. (Historia de El Salvador, Tomo I, (1994))

En El Salvador entre 1855 y 1890 surge un estancamiento en el desarrollo artesanal, se ven en la obligación de limitar su producción para su entorno o



cotidianidad, se une a esto el hecho de que años después el café llega a ser un cultivo masivo y las políticas del Estado iban encaminadas a asegurar la mano de obra que este cultivo requiere, con lo cual la producción artesanal quedaba casi en el olvido.

A. Conceptualización de Artesanía.

El concepto de artesanía sin duda guarda un vínculo muy fuerte con el concepto mismo de arte, por lo cual es necesario definir también éste último, sobre todo si se considera que la artesanía es una forma de arte “El concepto de arte y artesanía tal como lo conocemos actualmente, fue creado por William Morris y otros pensadores del Movimiento Arts and Crafts durante el siglo XIX, como una reacción contra los efectos de la Revolución Industrial sobre las condiciones de vida de los trabajadores y sobre el medio ambiente, que ellos y muchos de sus contemporáneos encontraban perniciosos”.

“Este concepto se refiere al conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, requiere destreza manual y artística para realizar objetos funcionales o decorativos en un proceso de transformación de materias primas. La artesanía es una actividad con la que se obtiene un resultado final individualizado (producto específico), que cumple una función utilitaria decorativa al mismo tiempo que adquiere categoría de obra de arte”.

“Se considera como tal; todo producto elaborado a través de la ejecución de actividades generalmente en pequeños talleres con baja división social del



trabajo y con predominio humano, físico y mental, complementada con herramientas y maquinas” (Proyecto de una empresa artesana, 2003).

“Son aquella manifestación materiales tradicionales, utilitarias y anónimas elaboradas manualmente o utilizando herramientas sencillas con fines estéticos, rituales y de esparcimiento. Las artesanías están determinadas por las necesidades, el recurso, el medio geográfico y por el proceso histórico de cada pueblo”.

“Los productos artesanales son aquellos realizados por artesanos, bien totalmente a mano, con herramientas o incluso con medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano permanezca como el componente más substancial del producto final. Se producen sin restricciones de cantidad y utilizando materias primas de recursos sostenibles. La especial naturaleza de los productos artesanales proviene de sus características distintivas que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, culturalmente unidas y socialmente simbólicas y significativas” (ITC International Symposium on Crafts and International Markets, 1997).

La artesanía propiamente dicha es un área artística que, aunque en su clasificación pertenece a las denominadas “Artes Menores” no tiene un nivel inferior a las Bellas Artes, más bien se diferencia por su forma de elaboración, materiales, herramientas y por ser un producto elaborado básicamente para su comercialización.



Las artesanías son a la vez uno de los elementos culturales de mayor relevancia, ya que desarrollan diseños con elementos estéticos particulares, siendo a la vez parte importante en la identidad de un pueblo o región. América Latina es un ejemplo que ilustra claramente esta característica de la artesanía, gracias a la diversidad cultural heredada en gran medida de etnias existentes en la región antes de la llegada de europeos y otra de la mezcla cultural dada durante la conquista.

B. Tipos de Artesanías.

Algunos de los factores que deben tomarse en cuenta para una clasificación de la artesanía son: *el grado de mecanización, la actitud respecto a la tradición, la actitud respecto a la innovación, la tipología de los productos decorativos o funcionales*; a continuación, se observa la clasificación de las artesanías según su tipo, origen, utilidad, y función, la capacidad de producción y los canales de distribución comercial. (*Ver figura N°1, pág. 18*).



Figura N°1 Tipos de artesanías.



Fuente: Elaboración propia .



C. Rubros Artesanales

Artesanía

La siguiente tabla muestra los rubros seleccionados para el desarrollo de este tema de investigación, quedando seleccionados 10 artesanos pertenecientes a la directiva de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador (Ver tabla N°1 pág.19).

Tabla N°1 Cuadro Rubros Artesanales.

Nombre	Descripción	Imagen
Joyería Artesanal	Piezas elaboradas a mano, collares, pulseras, anillos y aretes elaborados con metales y otros materiales tales como: piedras preciosas, perlas y semillas.	
Madera Pintada	Técnica artesanal que se elabora con diferentes maderas, pintadas decorativamente.	



<p>Marroquinería Artesanal</p>	<p>Arte de elaborar, diseñar y decorar artículos realizados con piel, por lo tanto el marroquinerero artesanal confecciona, bolsos, cinturones, carteras etc.</p>	
<p>Fibras naturales</p>	<p>Fragmentos, hebras o pelo, cuyo origen está en la Naturaleza, y que pueden hilarse para dar lugar a hilos o cuerdas.</p>	
<p>Alambrismo</p>	<p>Técnica de manipulación en la joyería de alambre, se denomina alambre al hilo de metal que se obtiene por estiramiento mediante maquinaria especializada.</p>	
<p>Añil</p>	<p>Es un producto vegetal extraído del jiquilite y utilizado para el teñido de diversos productos, las prendas luego de ser sometidas a un proceso biológico o químico de teñido logrando el Azul Índigo.</p>	

Fuente: Elaboración propia



1.1.2. Antecedentes Históricos de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador.

- **MISIÓN:**

Desarrollar y promover la mesa de artesanos de San Salvador en sus diversas manifestaciones artísticas, generando una identidad propia y apoyándoles con técnicas de producción, exposición, mercadeo y calidad de sus productos; con el fin de tener un crecimiento sostenible y sustentable para todos.

- **VISIÓN:**

Posicionar a la mesa de artesanos de San Salvador como uno de los mejores productores artesanales; para ser un referente de nuestra cultura a nivel regional con estándares internacionales de calidad. (CONAMYPE, 2017)

La Mesa de Desarrollo Artesanal nace en 2010, formado por artesanos de diferentes regiones del país. Es en el año 2011 CONAMYPE separa y crea las primeras Mesas de Desarrollo Artesanal en Nahuizalco, departamento de Sonsonate; Ilobasco, departamento de Cabañas; Guatajiagua, departamento de Morazán y San Salvador dentro de la cual asistía La libertad ya que no contaban con un establecimiento para reunirse o convocar a los artesanos; A continuación se muestra un documento impreso solicitado a la oficina de Información y Respuesta de Conamype San Salvador con las diferentes Mesas de Desarrollo Artesanal del país y su respectiva ubicación. (Ver figura N°2, pág.22).



Figura N°2 Mesas de Desarrollo Artesanal en El Salvador.

Existen 23 Mesas de Desarrollo Artesanal, según el siguiente detalle:

MESAS ARTESANALES A NIVEL NACIONAL		
No.	Nombre	Zona
1	Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador	San Salvador, SS
2	Mesa de Desarrollo Artesanal de La Libertad	Zona costera de La Libertad, LL
3	Mesa de Desarrollo Artesanal de Quezaltepeque	Quezaltepeque, LL
4	Mesa de Desarrollo Artesanal de Ilobasco	Ilobasco, Cabañas
5	Mesa de Desarrollo Artesanal de San Sebastián	San Sebastián, San Vicente
6	Mesa de Desarrollo Artesanal de Suchitoto	Suchitoto, Cuscatlán
7	Mesa de Desarrollo Artesanal de Nahulzaco	Nahulzaco, Sonsonate
8	Mesa de Desarrollo Artesanal de Sonsonate	Sonsonate, Sonsonate
9	Mesa de Desarrollo Artesanal de Izalco	Izalco, Sonsonate
10	Mesa de Desarrollo Artesanal de Santa Domingo de Guzmán	Santa Domingo de Guzmán, Sonsonate
11	Mesa de Desarrollo Artesanal de Ataco	Ataco, Ahuachapán
12	Mesa de Desarrollo Artesanal de Acajutla	Acajutla, Sonsonate
13	Mesa de Desarrollo Artesanal de Santa Ana	Santa Ana, Santa Ana
14	Mesa de Desarrollo Artesanal de Atiquizaya	Atiquizaya, Ahuachapán
15	Mesa de Desarrollo Artesanal de San Juan el Espino	San Juan El Espino, Ahuachapán
16	Mesa de Desarrollo Artesanal de Chalchuapa	Chalchuapa, Santa Ana
17	Mesa de Desarrollo Artesanal de La Palma	La Palma, Chalatenango
18	Mesa de Desarrollo Artesanal de Nueva Concepción	Nueva Concepción, Chalatenango
19	Mesa de Desarrollo Artesanal de Concepción Quezaltepeque	Concepción Quezaltepeque, Chalatenango
20	Mesa de Desarrollo Artesanal de Morazán	Morazán, Morazán
21	Mesa de Desarrollo Artesanal de Usulután	Usulután, Usulután
22	Mesa de Desarrollo Artesanal de La Unión	La Unión, La Unión
23	Mesa de Desarrollo Artesanal de San Miguel	San Miguel, San Miguel



Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa

Oficina de Información y Respuesta
 Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
 Edificio Gazzolo, 25 Avenida Norte y 25 Calle Poniente.
 2592-9077 – emiranda@conamype.gob.sv

Fuente: Oficina de información y Respuesta Conamype San Salvador

Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa.

La Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador nace en San Salvador en el año 2011, iniciando su función oficialmente a mediados del 2012.



Esta organización cuenta con alrededor de 100 artesanos inscritos (los cuales trabajan diversos materiales que van desde madera, resina, tuza, cuero, coco, diversas semillas, metales como el latón, piedras tales como cuarzo, jade, obsidiana) 35 artesanos se encuentran activos por el momento, esta mesa se conforma por una Junta Directiva y comisiones como: *Comisión de Comunicaciones, Comisión de Logística, entre otros*; siendo los mismos artesanos en repartirse las responsabilidades dentro de estas comisiones, dicha Mesa, desde su fundación hasta su desarrollo actual ha tenido muchos cambios, esto producto de que las artesanías como tal son marcadas por su entorno cultural, social y económico.

Sus artesanías caracterizadas por su diversidad, en donde ellos las han autodenominado como *neo-artesanías*, siendo éstas últimas llamadas así por ser una disciplina que produce objetos útiles y estéticos, en cuyos procesos se ven principios técnicos y formales de diseño.

La neo-artesanía conserva en gran parte el proceso de elaboración de las tradicionales, pero sufren de modificaciones para satisfacer nuevas necesidades, en lo que juega un papel muy importante el artesano quien busca innovar en la producción para obtener mayores ingresos y mejorar su economía familiar, introduce ciertos cambios en los diseños con la finalidad de crear nuevas opciones; lejos de desaparecer la actividad artesanal se fortalece. (MIXCO BELTRÁN, RODRIGUEZ PINEDA, & CALLES PONCE, 2016).

Actualmente la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador con apoyo de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) a través del programa Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART) de San Salvador, inicia su



función oficialmente en marzo del 2017, el Centro de Desarrollo Artesanal de San Salvador le brinda a la Mesa un recinto físico para sus reuniones generales, este espacio físico también cuenta con una tienda que reúne las artesanías de artesanos de todo El Salvador.

Y es en el mes de Julio de 2017 cuando se crea un espacio físico en FENADESAL con ayuda de todos los integrantes de la asociación gestionan tener acceso a este lugar y poder así promocionar y vender sus productos el espacio ha sido adaptado, pero con deficiencias de promoción, luce muy poco llamativo, como se observa a continuación.

Imagen N°1 Fachada de Tienda ubicada en FENADESAL.



Fotografía por: Beatriz Aragón.

La tienda ubicada en las instalaciones del CEDART en 1a Calle Poniente, #3883, Col. Escalón, San Salvador, reúne los productos artesanales de la Mesa Nacional (conformada por representantes de cada mesa a nivel nacional), dentro de ellos representantes de San Salvador cuya evidencia de producción artesanal se aprecia en la imagen siguiente.



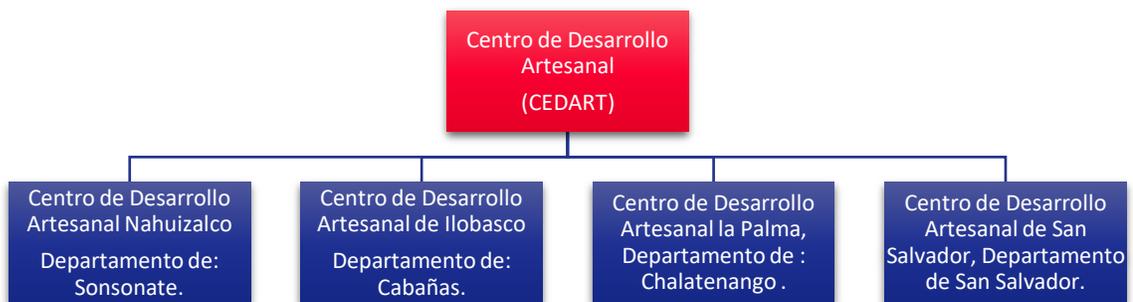
Imagen N°2 Instalaciones de tienda Mesa Nacional en San Salvador.



Fotografía por: Karen Sánchez.

En todo El Salvador, existen cuatro de estos Centros de Desarrollo Artesanal ubicados en diferentes regiones del país como se observa en el cuadro siguiente:

Figura N°3 Centros de Desarrollo Artesanal por regiones.



Fuente: Elaboración Propia, basado en documentación de CONAMYPE servicios CEDART.



CONAMYPE ha creado diversos Centros de Desarrollo Artesanal y dentro de estos se encuentran las Mesas de Desarrollo Artesanal compuestas por artesanos organizados según las regiones del país, teniendo bajo su responsabilidad actualmente 22 mesas repartidas por todo el territorio nacional, para apoyar e impulsar a los artesanos que están dentro de este proyecto, en 2015 nace la Mesa Nacional que se compone de 2 artesanos representantes de cada centro territorial esto da como resultado 44 miembros que forman la Mesa Nacional con el objetivo de gestionar políticas o acciones con diferentes instituciones gubernamentales y no gubernamentales para mejorar las condiciones de los artesanos y artesanas a nivel nacional, dentro de ésta existe una estructura organizacional de subdirección de Desarrollo Empresarial de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) (Ver Anexo N, pág.257) compuesta de diferentes divisiones estratégicamente formadas para el manejo de los Centros de Desarrollo Artesanal.

Algunos logros obtenidos a la fecha:

- Gestión de espacios de comercialización (Universidades, I.S.S.S, Casas de la Cultura).
- La Mesa de desarrollo de San Miguel, inicio el proceso de capacitación con ISAFOCOOP, para consolidar su formalización.
- Elaboración de Planes de acción para la ejecución de eventos.
- Coordinación de la feria “PORTAL ARTESANAL Y MÁS”, a realizarse cada mes durante un fin de semana. Esto se ha organizado con esfuerzos organizativos de la Mesa de San Salvador con el apoyo del gobierno local de Santa Tecla.
- Participación en una feria Artesanal en Honduras y feria organizada en el marco de la llegada del Crucero Alemán MS Deutschland.



- Reunión con el Viceministro de Relaciones Exteriores con el objetivo de exponer las necesidades del sector artesanal y gestionar apoyos.
- A través de la Mesa de Desarrollo Artesanal, se iniciaron esfuerzos para que el día que había sido constituido como “Día Nacional de la Artesanía” se cambiará a “Día Nacional del Artesano” y este año obtuvo este cambio a favor del sector artesanal, celebrándose el día 15 de noviembre de cada año.

Dicho gremio actualmente es reconocido con el nombre de “La Caravana Artesanal” ya que realizó un evento con este nombre en el año 2016, se reestructura una cuenta en Facebook para el cual se diseñó una imagen de publicidad. Por medio de votación e ideas que todos aportaron se creó la imagen que se observa a continuación.

Figura N°4 Logo La Caravana Artesanal Mesa de Desarrollo Artesanal San Salvador 2016.



Fuente: Página de Facebook para evento La Caravana Artesanal 2016.



1.1.2.1 Relación de Mesa de Desarrollo Artesanal con CONAMYPE (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa).

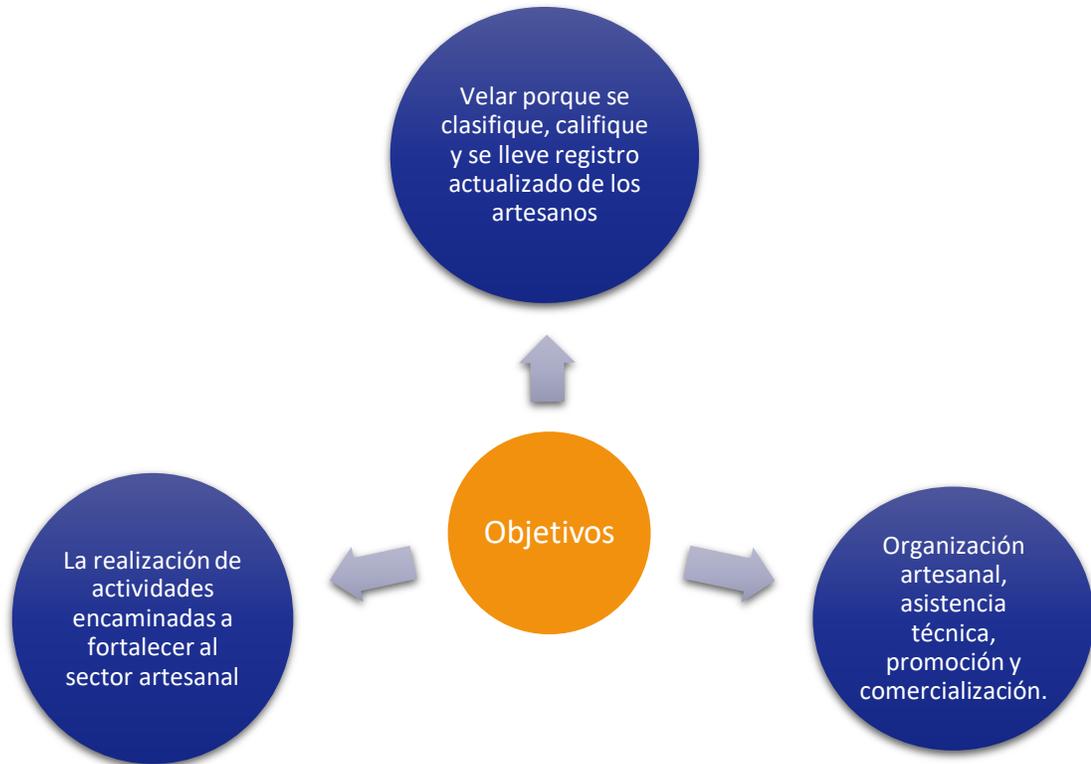
La Mesa de Desarrollo Artesanal es un espacio amplio del sector artesanal para la participación y concertación de políticas públicas que favorezcan el desarrollo artesanal de nuestro país en la cual se puede gestionar políticas o acciones con diferentes instituciones, gubernamentales o no, en la búsqueda de mejorar las condiciones de la persona artesana y la dignificación del sector, dando espacio a la participación libre tanto de los artesanos y artesanas, así como representantes de asociaciones, cooperativas, cámaras, consorcios, talleres y otras formas asociativas del sector artesanal. Ésta, tiene la independencia de construir la estructura organizativa y los planes que estimen convenientes para la mejor gestión ante los diferentes órganos de Estado y sus dependencias y organismos No Gubernamentales. (CONAMYPE, 2017)

- **Objetivo**

La Mesa de Desarrollo Artesanal tiene como objetivo primordial servir de instrumento activo del artesano/a en la exigibilidad del cumplimiento de las políticas relacionadas con el desarrollo del Sistema Artesanal en El Salvador, por medio de la consecución prioritaria de los siguientes fines como se observa en la siguiente figura. (Ver figura N°5, pág. 29).



Figura N°5 Esquema de objetivos Mesa de Desarrollo Artesanal CONAMYPE.



Fuente: Elaboración propia a partir de Información CONAMYPE

Basado en lo observado mediante las visitas a las instalaciones de CEDART podemos analizar que dichos artesanos se sienten divorciados de la ayuda que CONAMYPE brinda a este sector, existen muchas razones y dentro de las cuales podemos exponer las siguientes.

- El artesano espera ayuda económica de esta institución



- Muchos de los integrantes de esta organización no cumplen los requisitos de artesanos y los mismos no son tomados en cuenta al momento de la inscripción y promoción de sus artesanías

Según Danilo Vladimir Villalta, jefe de Centro de Desarrollo Artesanal San Salvador comenta: *“Nos encargamos nada mas de brindar el espacio físico y las capacitaciones que ellos soliciten a CONAMYPE, en realidad no existe una relación estrecha ya que no todas las personas inscritas en este programa responden a los ideales que CONAMYPE posee, ya que esperamos un resultado práctico de los talleres impartidos y muchas veces no se logra ese objetivo, no promovimos a la mesa de Desarrollo Artesanal de San salvador como tal, nos encargamos de promocionar el producto terminado de todas las mesas a nivel nacional que son 22 y estas están en la tienda que este local en San Salvador posee, como resultado de la ayuda que CONAMYPE brinda a los artesanos a nivel nacional”*.

1.1.3. Selección y Clasificación de la muestra de los artesanos de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

En ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo (analizar a todos los elementos de una población), se selecciona una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población.

El muestreo es por lo tanto una herramienta de la investigación científica, cuya función básica es determinar que parte de una población debe examinarse, con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.



A. Muestreo aleatorio estratificado

Es frecuente que cuando se realiza un estudio interese estudiar una serie de subpoblaciones (estratos) en la población, siendo importante que en la muestra haya representación de todos y cada uno de los estratos considerados. El muestreo aleatorio simple no nos garantiza que tal cosa ocurra. Para evitar esto, se saca una muestra de cada uno de los estratos.

Estratificación: El criterio a seguir en la formación de los estratos será formarlos de tal manera que haya la máxima homogeneidad en relación a la variable a estudio dentro de cada estrato y la máxima heterogeneidad entre los estratos.

Por lo anterior, la muestra seleccionada para este estudio comprende 10 participantes de 100 inscritos en la Mesa de Desarrollo Artesanal de San y siendo los rubros más representativos: *joyería artesanal, fibras naturales, madera decorada, repujado, alambrismo, añil etc.* Seleccionados además por poseer un taller propio, ser habitantes del Departamento de San Salvador, El Salvador y que sus productos hayan pasado el proceso de selección de artesanía (Ver tabla N°2, pág.32).



Tabla N° 2 Cuadro descriptivo de artesanos sujeto de estudio.

N.	Artesanos	Cargo en Mesa de Desarrollo Artesanal	Rubro
1	Mauro Benítez	Presidente	Joyería artesanal
2	Juan José Teban	Vicepresidente	Fibras naturales
3	Cesar Álvarez	Secretario	Madera decorada
4	Josefina Flores	Tesorera	Repujado y pintura
5	Vania de Benítez	Coordinadora de gestión	Joyería Artesanal
6	José Ramos	Vocal y coordinador de comunicaciones	Joyería Artesanal
7	Armando Platero	Comunicaciones	Cueros
8	René Gutiérrez	Sindico	Telar (Joyería Artesanal)
9	Yenci Santos	Comisión de logística	Alambrismo
10	Herbert Lemus	Comisión de logística	Madera

Fuente: Elaboración Propia.



1.1.4. Apreciación del manejo de imagen de la Mesa de Desarrollo Artesanal como marca.

La Mesa de Desarrollo Artesanal del municipio de San Salvador no ha sido reconocida a nivel nacional por muchos factores, destacando la falta del manejo de una estrategia para la creación de una identidad gráfica que pueda utilizarse dentro de esta organización y crear una imagen que muestre reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Al realizar el evento "La Caravana Artesanal" se procede a crear una imagen para la promoción del mismo, al evaluar el resultado como tal se observa que la imagen no cuenta con las características de un logotipo necesarias tales como: *memorable, simple, consistente y relevante*, para poder ser reconocida en una red social como Facebook, Instagram, YouTube, entre otras y generar así mayores ingresos a estas personas; cómo lograr esto pues las redes sociales brindan herramientas visuales (fotografías, videos, etc.) que motivan al consumidor a necesitar el producto que observan en sus computadoras o teléfonos celulares, y buscar la manera de adquisición, sin embargo cada artesano posee las capacidades requeridas en su trabajo manual ya que es enriquecedor y cuentan con una amplia diversidad de técnicas utilizadas por cada uno de ellos, la creación de una identidad gráfica generará en este grupo de artesanos un alto grado de proyección sectorial y de reconocimiento a nivel nacional e internacional fortaleciendo las capacidades ya existentes.



1.1.4.1. Diagnóstico sobre el Manejo de las redes sociales por parte de la Mesa de Desarrollo Artesanal.

La poca inversión o interés en construir una identidad gráfica o establecer estrategias con énfasis en la imagen por parte de las empresas, instituciones, organizaciones y gremios, repercuten drásticamente al incursionar en las redes sociales, debido a que éstas necesitan de una imagen visual atractiva, dinámica, que exponga con claridad el producto, que mantenga una línea gráfica acorde al tipo de producto o servicio que ofrecen.

En el año 2016, nace la propuesta de la creación de una página en Facebook con el nombre de “La Caravana Artesanal” con el que fue denominado un evento realizado ese mismo año para promoción de sus productos. Esta imagen contaba con un diseño ilustrativo, poco atractivo, saturado de elementos lo que genera falta de atención dentro de la red social.

Esta página ha generado 414 “likes” durante un año, y pocas visitas en su página oficial, cabe mencionar que no está siendo manejada por una persona con el conocimiento necesario para administrar el sitio y promover los productos con regularidad.

Los productos fabricados por el grupo de artesanos que integran esta organización no se ven reflejados en su totalidad, las pocas muestras fotográficas que esta página posee no tienen enfoque publicitario.



Según Benítez (2017), *“La verdad no sabemos identificar las identidades gráficas, pocos sabemos identificar ese término, entre los pocos que conocemos algunas empresas que están promocionando productos artesanales o eventos públicos como el mercadito o Marca País.”*

Según Sánchez (2017), *“Muchos de ellos conocen la red social Facebook, pero no han procurado una utilización beneficiosa o sustantiva como herramienta para vender y publicitar productos, se visualiza ciertas fallas de organización y un poco de desinterés en algunos temas de parte de los artesanos, para mantener la unidad del grupo en desarrollar nuevas formas de exponerse al mercado salvadoreño como productos rentables.”*

Llevado a cabo un Focus Group con la muestra de 10 artesanos representantes de la Mesa de Desarrollo Artesanal del municipio de San Salvador, se observaron los intereses de los miembros por descubrir y explorar las redes sociales para promoción de sus productos, comprendiendo sus dudas y temores ya que poseen el pensamiento del “plagio” en las redes sociales debido a que se han encontrado en situaciones donde han tomado sus productos, como muestra para copiar el diseño de sus productos esto genera temor y sin lugar a dudas la falta de experiencia dentro de éstas genera incertidumbre en la muestra.

Existe un encargado de postear fotos, publicaciones e imágenes informativas, pero con bajas resoluciones y con fotos en un *pixelaje* equivocado, esta situación no genera un alcance de seguidores y así mismo el desinterés de los pocos que se encuentran agregados a la red social, ya que en el caso de Facebook brinda estadísticas de los seguidores que posee la cuenta, y al publicar de manera



desordenada o tener imágenes en baja resolución los usuarios deciden no frecuentar más estas páginas.

Pese a esto están motivados a incurrir en este sistema ya que las probabilidades a su favor generarían mayor promoción, posicionamiento y reconocimiento de sus productos a nivel nacional e internacional.

1.1.4.2 Neo-Artesanía o Artesanía Contemporánea.

Las artesanías han evolucionado con el transcurso del tiempo. Lo que en un momento significó una forma de expresión o comunicación entre individuos, como los dibujos en pared de los pobladores; ahora se han convertido, unas en obras de arte y otras en expresiones vivas de la cultura de un pueblo.

“La artesanía contemporánea o neo-artesanía se define como la que en su producción conservan gran parte del proceso de elaboración que las tradicionales para satisfacer nuevas necesidades materiales y espirituales. Aparece un nuevo concepto de artesanía que pretende aglutinar no solo las manifestaciones artesanas enraizadas con las tradiciones populares, sino también todas aquellas actividades incorporando nuevos procesos productivos.” (V.M., 1994)

Neo artesanía palabra que antes no existía pero que tiene un concepto practicado por los antiguos precolombinos, es decir, cuando los maestros trabajadores del arte tenían que hacer las veces de artistas, de diseñadores y de artesanos.



Si los antiguos trabajadores del arte existieran en esta época serían considerados como Neo artesanos pues ellos:

- Innovaban creando productos utilitarios según los materiales y herramientas del entorno en forma sostenible y respetando el medio ambiente.
- Podían trabajar en grupos o equipos potenciando sus fortalezas individuales, formando redes y/o sociedades productivas.
- Podían crear productos en serie trabajando con tecnología y/o maquinaria sencilla o generalizada.

En la actualidad ya existe gente que se considera Neo artesano capaces de fusionar el arte, el diseño y la artesanía, los cuales aprenden a diario, con el interés de conocimientos por mejorar, probar y aplicar ideas, cambiar o evolucionar en nuevos conceptos.

Para ellos no hay casi límites, pues pueden utilizar diferentes conceptos, el reciclaje, técnicas, tradicionales o innovadoras para exponer su expresión, la cual puede (en su mayoría) ser utilitaria y funcional. En El Salvador, muchas de las artesanías originales han sido modificadas, en su mayoría, en la materia prima utilizada para su fabricación.



En palabras del antropólogo Gregorio Bello Suazo la neo-artesanía va innovándose por periodos, pasa a ser artesanía cuando ésta ha cumplido cierto tiempo por lo tanto ésta sufre una transformación para satisfacer las necesidades que se presentan en una región que posee siempre una base en tradición y de ella surge la neo-artesanía.

La neo-artesanía al transformarse conserva su tradición y se mezcla con nuevas texturas y técnicas para que esta sea más productiva, cabe destacar que la artesanía es creada por un fin utilitario; hoy en día es la fuente de ingresos para algunas familias en San Salvador. (MIXCO BELTRÁN, RODRIGUEZ PINEDA, & CALLES PONCE, 2016)

La producción de neo artesanía en el departamento de San Salvador es variada, prueba de esta diversidad lo refleja el trabajo de los integrantes de la mesa de desarrollo artesanal, por esta razón es importante este tipo de iniciativas que brindan apoyo a este sector tan particular de la sociedad salvadoreña, que históricamente no ha contado con el apoyo necesario, como futuros profesionales aunque con recursos limitados nada más confiando en los conocimientos que se poseen, para desarrollar una estrategia que impulse y otorgue valor a la neo artesanía producida por los integrantes de la mesa de desarrollo artesanal del departamento de San Salvador. (MIXCO BELTRÁN, RODRIGUEZ PINEDA, & CALLES PONCE, 2016)



1.2. Identidad Gráfica

La identidad gráfica dentro de una organización cumple con diferentes funciones que son vitales, una de las más importantes es el reconocimiento de la marca por su público meta y ésta será proyectada a nivel nacional como internacional, seguido a que la identidad gráfica representa la personalidad del gremio u organización; la cual está conformada por los aspectos físicos, visuales o tecnológicos. Sin embargo, ésta se ve influenciada por la historia, la trayectoria, los proyectos y la manera en como el gremio u organización trabaja para alcanzar sus metas proyectadas por medio de planes de acción con el fin de desarrollar la marca.

1.2.1. Concepto, características y aplicación.

La identidad gráfica juega un papel importante dentro de la mente del consumidor o el público meta; a continuación, se detalla por medio de un esquema el concepto de identidad gráfica, algunas de sus características principales y su aplicación para cualquier gremio, empresa, organización, etc. (Ver Figura N°6, pág. 40).



Figura N°6 Esquema de Identidad Gráfica concepto, características y su aplicación.



Fuente: Elaboración Propia



1.2.2. Identidad gráfica desde sus varios enfoques.

La identidad gráfica no solo está compuesta desde el área del diseño gráfico, éste es solamente un complemento de otras disciplinas que interactúan entre sí para lograr mayor efectividad al momento de la promoción, posicionamiento y consumo de cualquier marca.

Los enfoques más importantes sobre la identidad gráfica en sus diferentes disciplinas son: *comunicacional, publicitario, mercadológico y diseño gráfico.*

A. Comunicaciones.

Según el área de comunicaciones el éxito de una compañía depende en gran medida de la imagen que proyecte tanto de manera interna como externa, pues publicar una imagen gráfica es hacer que el público tenga un conocimiento, una valoración e inclusive una opinión tanto de la empresa como de su producto en general.

Los comunicólogos indican que es necesario para posicionar una marca un análisis previo del mercado para conocer sus necesidades y demandas y cuál sería la situación actual de mercado al que quieren dirigir su producto. Además de estos se debe analizar los canales de distribución más rentables según el producto a posicionar, este le brindará la ventaja de crear en la mente de su mercado un mapa de posicionamiento desde las mejores posicionadas y las peores posicionadas.



La comunicación empresarial tal y como la conocemos hoy, ha sufrido muchos cambios en la última década y en gran medida, en lo que respecta al consumidor y a los canales. Consta de un plan que contiene tres grandes áreas:

1. La definición de los objetivos de comunicación con el fin de que el público perciba a la empresa como se desea que ésta se perciba.
2. La definición de la estrategia de medios y de mensajes para conseguir esos objetivos.
3. La definición de un calendario de actuación y KPI'S (Según sus siglas en Inglés: *Key Performance Indicators*, sus siglas en español: Indicadores Claves de Desarrollo) para poder monitorizar el transcurso de la estrategia" (ISEMCO, 2015)

Aplicando el enfoque comunicacional a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, éste deberá analizar su mercado meta para lograr establecerse en la mente del consumidor por medios de distribución rentables los cuales le permita el acceso a la interacción directa y constante con su público para la propagación de su marca y su producto de manera eficaz.

Esto le brindará la ventaja de establecerse como una opción de artesanos con mejores productos y con la cercanía necesaria para la adquisición de sus productos del resto de Mesas de Desarrollo Artesanales de los diferentes municipios.



En resumen, desde el enfoque de Comunicaciones, el posicionamiento del producto se verá claramente ligado al posicionamiento del mercado desde el mejor posicionado y de fácil memorización como el peor posicionado y de difícil memorización pues éste dependerá del público meta y momentos en el que ésta Imagen gráfica es mostrada y familiarizada con su público meta.

B. Publicitario.

La imagen gráfica desde el enfoque publicitario es tomada como los activos que son elementos que pertenecen a la empresa que permiten construir ventajas competitivas. Algunas de estas ventajas son externas y se traducen en una mayor eficiencia o menores costes productivos. En otros casos, son externas y vienen determinadas por la forma en que el mercado percibe y se comporta ante la empresa o el producto.

La marca constituirá un activo que permite obtener una ventaja en diferenciación. Esta ventaja se fundamenta en la forma en que el mercado entiende, percibe y se comporta ante la organización o sus productos atendiendo a la información que la marca aporta de los mismos. Para esto, se parte de la idea que la presencia de la marca hace que el elemento que rubrica sea percibido como único y diferente.

Es importante recalcar que la publicidad es uno de los medios más efectivos para posicionar su marca o su empresa, para lograrlo debe identificar y saber llegar a sus públicos meta, con una imagen sólida y coherente a su misión, visión y valores.



Esto brindará algunos beneficios como:

- Visibilidad de su empresa ante tomadores de decisión de compras y mercadeo de las empresas a donde llegan sus marcas
- Posicionamiento en la mente del lector
- Oportunidad de negocios

Aplicando el enfoque publicitario a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, éste deberá usar su imagen gráfica en general como una ventaja para que le brinde la autenticidad y diferenciación ante las demás Mesas de Desarrollo Artesanal creadas en otros municipios del país abriendo así una oportunidad de negocios por medio del posicionamiento de su marca y educando a su mercado nacional como internacional sobre la misión, visión y valores corporativos.

En resumen los publicistas indican que la imagen gráfica es tomada como un activo el cual permite inicialmente el reconocimiento de la marca en la mente del consumidor a partir de la información brindada a estos, y como ellos se comportan ante la empresa y los productos ofrecidos por la misma, hasta finalizar con el posicionamiento de la marca llevando de manera implícita sus valores, su misión y visión empresarial; mostrando su producto como algo único y abriendo la oportunidad a los negocios de mercados nacionales como internacionales.



C. Mercadeo.

“La imagen gráfica es el modo en que la gente percibe la calidad de la compañía en comparación con las restantes. “Esta no escapa de la visión global de la imagen gráfica, que se vería afectada, por ejemplo, si el producto que se fabrica en la entidad a la que representa es considerado de mala calidad o si se ocupa un posicionamiento débil es su sector””. (Jiménez Zarco & Rodríguez Ardura, 2007).

Basado en lo anterior el mercadeo trabaja por medio de sentimientos o forma en la que una marca es percibida por el mercado en general, sin embargo, ésta debe ir dirigida de una mejor forma con métodos de propagación inmediata y lograr captar la atención del mercado en donde actualmente está saturado de publicidad ya sea por los medios de comunicación básicos como por ejemplo la radio, la televisión, periódicos, revistas, entre otros como los medios actuales y más rentables del mercado como lo son las redes sociales por sus bajos costos y mayor tráfico de personas.

Kotler define la identidad gráfica como "La manera en que una empresa trata de identificarse o posicionarse a sí misma o a su producto" (Kotler & Armstrong, 2012), según Kotler el producto deberá estar de la mano con lo que la empresa quiere lograr en la mente de su público es decir que ambos deberán estar relacionados el uno con el otro para lograr una mejor identificación Producto-Empresa y Empresa-Producto.



Aplicando el enfoque mercadológico a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, éste deberá crear lazos emocionales entre su público meta con el producto ofrecido, para que este logre la promoción del producto con las personas más cercanas a su público meta. Por ejemplo, si un consumidor compra una muñeca de tuza y se la regala a un familiar mayor a ella puede causar en la persona que recibe la muñeca de tuza el recordar su infancia más aún si ésta persona realizaba este tipo de arte o algún familiar cercano a ella.

En resumen, el Mercadólogo utiliza las emociones para lograr enlazar la imagen gráfica de una organización o gremio con sus productos de fabricación única en comparación con el resto de la competencia con su público meta, y este pueda ser reconocido por generaciones debido a este apego con los sentimientos

D. Diseño gráfico.

Según el diseño gráfico la marca es la imagen la cual conectará un sistema de asociaciones mentales para el reconocimiento del producto y la empresa, éste estará relacionado por medio de dos elementos, *la forma verbal y la forma visual* representada en un *logotipo*.

La forma verbal en el logotipo es representada por el nombre de la marca y su tipografía en general, un ejemplo claro de ello es la tipografía de la empresa Coca Cola, si ésta es colocada en una camisa con un mensaje completamente diferente a “Coca Cola” la persona que lo lea rápidamente relacionara la empresa que utiliza la tipografía no importando el mensaje que este en la camisa.



La forma visual será comprendida como la imagen dentro del logotipo el cual podrá estar en compañía de la parte verbal de logotipo o podrá ir sola pues está cuenta con la ventaja de ser reconocida con o sin su parte verbal como por ejemplo la marca deportiva Puma; si un consumidor de ésta marca logra visualizar solamente el puma en alguna parte de la prenda, el consumidor sabrá a que marca éste puma está representando sin esperar que aparezcan la tipografía diciendo “PUMA” abajo del puma o en algún otro punto visual de la prenda.

Sin embargo, la imagen gráfica poseerá una representación gráfica específica partiendo de las características de la empresa o producto lo que ayudará a establecer su reconocimiento en la mente de las personas. A la unión de estos dos elementos se da, con el nombre del *LOGOTIPO*.

La Imagen gráfica de una empresa es importante en su posicionamiento, pero es aún más importante en su construcción, pues es en este punto donde ella será recordada será creada y relacionada con su producto como tal, por tanto, es importante que esté relacionada con los elementos básicos de la empresa como los colores empresariales, su slogan su visión y visión y su mascota en caso la empresa lo posea.

La identidad gráfica está formada por aquellas características que definen a las cosas y seres que las hacen singulares. Una organización social, cultural o mercantil tiene también una identidad que deberá ser potenciada por medio del manejo óptimo de su imagen corporativa, garantizando así que este sea establecido en la mente del consumidor.

Aplicando el enfoque del diseño gráfico a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador éste deberá crear una imagen gráfica acorde a sus



valores, su visión y misión, además de ellos deberán ser seleccionados los colores corporativos, el slogan y una mascota (si se desea) relacionada con el concepto general de la Mesa de Desarrollo Artesanal del municipio de San Salvador los cuales reúnan los aspectos esenciales del gremio con el fin de que al crear emociones, posicionar la marca y utilizar como activo la imagen gráfica se construya de manera sólida con el paso del tiempo.

En resumen, el diseñador gráfico será el encargado de construir como base la imagen corporativa de la organización o empresa para que ésta sea única al igual que su producto y que supla las necesidades que la organización requiera para que este sea posicionada, relacionada y sea consolidada a través del tiempo por medio del resto de disciplinas (Comunicaciones, Publicitario y Mercadeo) las cuales facilitarán a que este trabajo sea más fácil.

1.2.3. Antecedente Histórico de Imagen Gráfica.

Los primeros vestigios arqueológicos de marcas se fechan en el siglo V a.C y fueron encontradas en productos de alfarería y consisten en *sigillos (sellos)* que se hacen con una herramienta como sello en alto relieve donde esta se imprime sobre la arcilla fresca antes de coserse.

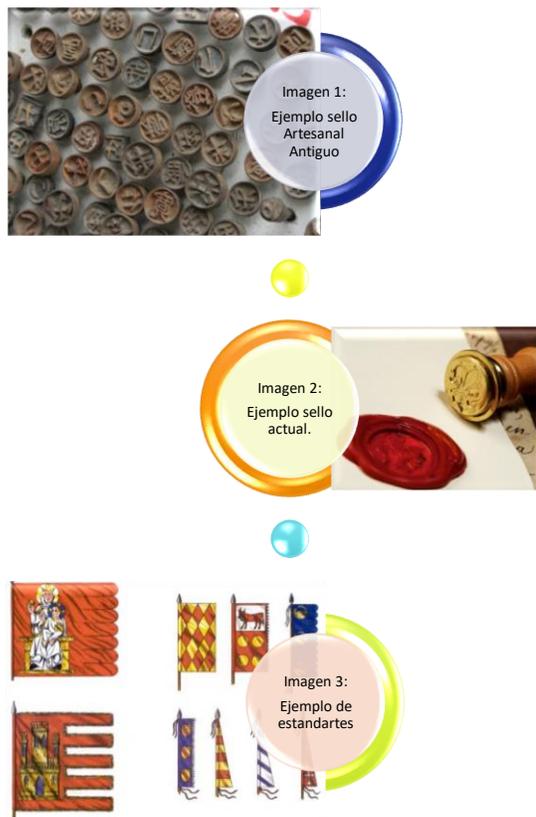
Se han encontrado más de 6000 marcas de alfarero y las formas encontradas son: *caligrafías, figurativas y abstractas* que indican el lugar de origen y nombre del alfarero, su función era identificar al propietario, debido a que eran comunes los robos en esa época, en el traslado de vinos y aceites desde el Mediterráneo a Suecia y Noruega. En la Edad Media comprendida del año 476 al 1453, el crecimiento del analfabetismo hizo necesaria la comunicación puramente visual



por ello se inició el uso de estandartes ocasionalmente se acompañaban de lemas como señas de identidad de las clases poderosas.

En la siguiente figura se aprecian ejemplos de un sello antiguo, seguido de un sello moderno y por último imagen ejemplificando los estandartes (*Ver Figura N° 7, pág. 49*).

Figura N° 7 Ejemplo sello artesanal antiguo, sello actual y estandartes.



*Fuente: elaboración propia a partir de: [www. tesorillo.com](http://www.tesorillo.com)
[www. comohacerpara.com](http://www.comohacerpara.com)
www.ejercito.mde.es*



En el siglo XII aparecen las marcas comerciales en consecuencia del surgimiento de sistemas corporativos y la creación de gremios artesanales que se oponen a todo tipo de competencia por la que las marcas corporativas se colocaban en todo lo producido por éstas para garantizar el monopolio de las ventas en el área que tenían dominio legal, estas marcas corporativas también informaban que el producto cumplía con los reglamentos respetaba los derechos de las otras corporaciones. En algunos casos el producto también se incluía varios sellos, a manera de garantía; de todos los artesanos que colaboraron en alguna parte de la producción, con el fin que si el trabajo estaba defectuoso se le pudiera reclamar al responsable.

También existían las “*Marcas Honorables*” que eran a los que la corona acreditaba como proveedores oficiales.

A finales de la Edad Media se da la concentración de establecimientos que venden casi los mismos productos en la misma calle o plaza, haciéndose necesaria la creación de símbolos que los distinguan, en ellos se puede encontrar los inicios de lo que será la identidad corporativa moderna.

En el Renacimiento las Marcas de los comerciantes siguen siendo sencillas y esquemáticas como ideogramas como en el caso del logotipo de Quaker la marca alemana que se mantiene el siglo XV, ya que la sensibilidad se mantiene presente. En la figura 8 puede apreciarse la evolución del logo de la compañía (*Ver Figura N° 8, pág.51*).



Figura N°8 Evolución logo de producto comestible.



Fuente: <http://duckfather.blogspot.com/2009/01/evolucin.html>

Con la abundancia de nuevas mercancías traídas del nuevo mundo se hizo regular el uso de etiquetas impresas en las técnicas de xilografía o calcografía que posibilitaban la singularización visual de los productos con motivos que hacía posible la singularización visual de los productos con motivos que hacían referencia al origen exótico de los mismos, como el tabaco y el cacao, al principio solo tipografía a la que posteriormente se le agregaron placas decorativas y por último ilustraciones que hacían referencia la origen del producto, en otras ocasiones la enseña que identificaba al establecimiento donde se vendían.

En el siglo XVII desaparecen los gremios estableciéndose el libre comercio, lo que genera la competencia entre las diferentes marcas, para evitar las falsificaciones, imitaciones y fraude se legisla y se crea la marca registrada, gracias a esta protección las empresas tienen la seguridad de invertir en el



posicionamiento de sus marcas que las llevará a convertirse en lo que se conocen hoy como el principal activo de las mismas.

En el siglo XIX y XX con la producción seriada y masiva se crean las grandes marcas haciendo que las empresas se den cuenta de la importancia estratégica de las marcas y su imagen, que se hizo posible gracias al desarrollo tecnológico de los sistemas de impresión que permitieron construir estrategias de medios con carteles, folletos y anuncios en periódicos y revistas. Ya en el siglo XX con la aparición del radio, cine y la televisión el ambiente de las marcas ya no es sólo estático, sino que junto con el desarrollo del lenguaje de cada una de los medios se vuelve dinámico y se constituye como centro de creación de símbolos.

Nuevos sistemas tecnológicos de reproducción como la inyección de tinta hace que la marca se aleje físicamente del producto que le servía de soporte y su contexto regional y en adelante se pueden ver en espectaculares, transporte, mobiliario urbano, monitores en punto de venta, etc. Tantas posibilidades obligan a adecuar las marcas para aumentar su pregnancia (características que le permiten ser mejor recordadas por el receptor) y contraste que aumente su visibilidad todo en busca de un mejor posicionamiento. (Nolasco Páez, 2015).

1.2.4. La identidad gráfica dentro de una Organización.

La identidad gráfica se construye a largo plazo cuando las empresas demuestran en la práctica su visión, sus valores sólidos y gestionados de acuerdo a ellos.



La marca es la expresión de una gestión de la compañía por ello es considerada como garantía de lo que hay detrás del producto, es un conjunto de promesas para el consumidor y la clave está en que sus rasgos como el de promesa de calidad, de servicio, de nivel de precio, de sus valores, y de unas características singulares del producto sean distintivos.

“La marca es algo vivo, son cada vez más difíciles de construir y, paradójicamente, también más fáciles de destruir” (Jiménez Zarco & Rodríguez Ardura, 2007).

1.2.4.1 La importancia de la identidad gráfica para una organización.

La imagen gráfica para las empresas es de vital importancia y ésta deberá ser establecida antes de ser posicionada en el mercado en general, con el fin de que su público meta pueda identificarse con la empresa, sus valores, su misión y su visión con la confiabilidad que la empresa aportará a su(s) producto(s) en general.

Para que una marca esté bien posicionada puede tomar muchos años, sin embargo, las personas la recomendarán, la preferirán, consumirán el producto e incluso serán preferidas por las generaciones posteriores a su inicial mercado.

Es por ello que la imagen de marca deberá ser estudiada y modificada según las necesidades de los mercados y la evolución de la empresa para que siga siendo reconocida con mayor facilidad y consumida.



1.2.5. Identidad gráfica dentro de las redes sociales.

La identidad gráfica y su relación con las redes sociales mantienen una unidad formal y funcional que es esencial a la hora de comunicar, sin embargo es importante saber utilizarla de manera adecuada es una de las claves más importantes para la relación de la organización con su público meta.

Recordar algunos aspectos muy importantes a la hora de crear una imagen unitaria de la imagen gráfica en redes sociales:

- Las redes sociales son sobretodo *visuales*.
- El logo de la organización debe estar presente siempre.
- Las imágenes de fondo o de portada pueden servir para reforzar la imagen de gráfica, no es aconsejable que se utilicen para promociones u ofertas temporales.
- Uso de los colores corporativos.
- Uso de la(s) misma(s) tipografía(s).
- La información debe ser la misma en todas las redes sociales.

Las redes sociales en la actualidad cumplen un papel importante para las empresas pues a muy bajos costos éstas poseen mayor rentabilidad y alcance para cualquier organización a nivel nacional como a nivel internacional, sin embargo, éstas fueron creadas con un fin único que es mantener comunicados a las personas con diferentes redes o grupos a los cuales pueden dar un mayor seguimiento con tan solo tener acceso a internet y a la vez brindar una respuesta más inmediata a comparación de las carta o incluso telegramas que eran utilizados anteriormente.



La imagen gráfica utilizada en redes sociales brinda como resultado el posicionamiento de un producto formando una relación estrecha entre la empresa y el público meta, como lograr la diferenciación de su marca de la competencia y ésta a su vez que será consolidada y fortalecida a través de los años, llegando a tener mayor notoriedad y generar mayor confianza entre los usuarios.

1.2.6. Identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

La Mesa de Desarrollo Artesanal cuenta con un logo, de tipo *isologotipo* (*tipo de logo que combina imagen con texto*), el cual se está utilizando solamente en las páginas membretadas del gremio, siendo ésta la única imagen con la que cuentan, carecen de un manual de marca de este logo, según datos del gremio se desconoce la fecha en la que el logo fue seleccionado.

Sin embargo para poder establecer su imagen dentro de las redes sociales, el gremio decidió crear una página en Facebook, nombrada como “Caravana Artesanal”, esto con fines comerciales, de promocionar al gremio, esto dejando de lado una vez más el logo establecido por falta de uso. (Aragón, Ortiz, & Sánchez, 2017)

Visto desde una perspectiva técnica el isologo cuenta con colores fríos: *celeste* y *verde*, como cálidos: *amarillo* y *naranja*, los cuales simbolizan la diversidad de género, creencias, política, artes que se desarrollan en el gremio, éstas se encuentran en forma de cuadros colocados en diferentes medidas aproximándose a la relación de un círculo como signo de equidad y de continuidad sin embargo ésta figura circular puede ser mejor apreciada en las



figuras de las manos las cuales simbolizan la herramienta principal de los artesanos para la creación y ejecución de cualquiera de las técnicas que estos desarrollen, las manos son identificadas con color blanco simbolizando la pureza y el inicio de todo artista frente a su material básico para crear su producción.

El isologo posee 2 tipografías diferentes la primera que establece la primera parte del título “*Mesa de Desarrollo Artesanal de*” y la segunda tipografía que finaliza el nombre dentro del isologotipo “*San Salvador*”, las cuales brindan poca atracción visual debido a los diferentes tamaños empleados creando como consecuencia la competencia visual con el resto del isologo.

En la figura se apreciará el actual isologo de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador (Ver Figura N° 9, pág. 56).

Figura N° 9 Isologo Actual de Mesa de Desarrollo Artesanal de Municipio de San Salvador.



Fuente: Comisión de Comunicaciones, Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.



La Mesa de Desarrollo Artesanal posee una imagen gráfica inconclusa al carecer de su manual de marca el cual brinde los parámetros dentro de los cuales el isologo pueda ser utilizado cual sería la forma de empleo de éste en la papelería corporativa o si se llevará a cabo cualquier tipo de evento como se podría emplear su imagen gráfica en distintos promocionales.

1.3. Redes Sociales

La relación de las redes sociales en la internet con las personas, parte en primer lugar sobre la necesidad del humano de comunicarse, característica que los define como seres sociales, dicho rasgo les ha permitido buscar la manera de relacionarse con otros para expresar ideas, esto ha dado paso a la constante búsqueda de medios de comunicación a través de la historia, examinando medios que le permitan reducir la distancia geográfica y tener una comunicación que pueda realizarse sin interferencias, permitiendo una constante búsqueda de crear sistemas de comunicación y dispositivos que permitan dicha interacción, entre los que se pueden destacar: *el telégrafo, el teléfono, el sistema braille, el lenguaje a señas, entre otros*; es con el avance de la tecnología que la comunicación tuvo un gran desarrollo, el internet fue parte de esto, creado con la iniciativa de llevar a cabo una red de comunicación entre varias computadoras, nació entre los años sesentas, con su enorme expansión se crearon dentro de él miles de sitios, los cuales contenían un banco de información específica, a los cuales el usuario desde un ordenador (computadora), podía ingresar sus necesidades a un buscador virtual (Google Chrome, Firefox, Safari, Opera, etc.) y éste le mostraría una gama de opciones a seleccionar para satisfacer su búsqueda; sin embargo, suplir la necesidad de comunicarse entre usuarios dio paso a los sitios de interacciones entre usuarios vía internet, más adelante se definiría un sector en específico, las redes sociales o Web 2.0, que no solo desarrollarían la



comunicación si no el contacto social entre sus usuarios, haciéndolos participes directos del contenido a compartir, estos sitios se han vuelto muy utilizadas a nivel mundial en la actualidad y para las empresas sus usuarios son clientes potenciales.

1.3.1. Concepto y características de las redes sociales.

Las redes sociales comprenden un grupo de características y un concepto que les permite ser llamadas como tal en el internet, a continuación, se desarrollara el concepto y las características, para mayor comprensión de estas.

A. Concepto de redes sociales

El término redes sociales se acuña a aquellos sitios en el internet que su propósito es conectar a individuos, para que compartan y sean los creadores directos de su propio contenido, es decir, “un sitio en la red cuya finalidad es permitir a los usuarios relacionarse, comunicarse, compartir contenido y crear comunidades” (Urueña, Ferrari, Blanco, & Valdecasa, 2011) sin embargo, se debe recalcar que su concepto nace de términos informáticos, pues las redes sociales fueron creadas dentro de esta disciplina. Se puede destacar que las redes sociales son en principio un esquema de conexiones basado en la comunicación y las relaciones que se pueden crear dentro de ellas.

Las redes sociales que son basadas en la teoría de Grafos, los cuales “son un conjunto de nodos o vértices unidos por líneas, los que permiten estudiar



interrelaciones entre elementos que interactúan unos con otros” (Aliaga E., 2012), dicha teoría muestra la dinámica de las redes sociales, pues operan a muchos niveles, creando múltiples puntos de conexión entre sí, es decir, que son estructuras de grupos de personas que interactúan unas con otras desde un aspecto social, que están conectadas por varias relaciones.

Las redes sociales “permiten y facilitan la interacción de la comunidad, ayudando a fomentar la confianza y un sentimiento común entre los miembros” (Leimeister, Sidiras, & Krcmar, 2006), esta interacción genera que los participantes o usuarios sean los encargados en producir ellos mismos el contenido, este contenido “entre los miembros puede incluir texto, audio, imágenes, video o cualquier otro formato de comunicación” (Ryan & Jones, 2012), estos sitios se han convertido en la actualidad, parte directa de la comunicación, se han vuelto muy populares y han permitido que la mayoría de usuarios quieran pertenecer a estos medios; la comunicación de estos sitios es veloz, cargada de información y en donde el usuario también puede acceder a diversos contenidos gráficos para entretenimiento, tales como: *imágenes, gif, videos, textos, mensajería instantánea, etc.*

Las redes sociales son diversas y muchas de ellas permiten el manejo de información libre y algunas han desarrollado un control sobre la información que se publica, también contienen patrones de relación entre los usuarios, que son estos patrones los que revelan las características de la comunicación global.



B. Características de las redes sociales.

Las redes sociales constan de características que las convierten en sitios de internet de este tipo, a continuación, se presenta un cuadro que muestra a detalle, las más valoradas y su descripción correspondiente de cada una de ellas (Ver Tabla N°3, Pág. 60 y 61).

Tabla N° 3 Características de las redes sociales y su descripción.

Características de las redes sociales	
Identidad	Requieren la creación de una identidad para el uso de éstas, que en su mayoría es gratuito el registro en ellas y se crea un perfil con los datos del usuario registrado.
Vínculos y Conectividad	Establecen lazos con otras personas, indiferente de aspectos geográficos y considerando más los intereses en común.
Interacción	Permiten la interrelación de usuarios, convirtiéndose en redes de comunicación dinámica.
Personalización	Permiten modificar el perfil que crea el usuario dentro de ellas, esto permite una adaptación directa a la personalidad del usuario.



Inteligencia Colectiva	Permiten en la interacción de los usuarios, incluso poder debatir entre un tema propuesto por un usuario.
Tiempo Real	Estos sitios permiten a diferencia de otros sitios en internet, que las respuestas de un usuario a otro se han inmediatas.
Lenguaje multimedia e <i>hipertextual</i>	Estos sitios basan mucha de su comunicación en un aspecto visual, imágenes, videos, audios y enlaces en internet.
Virales	Son sistemas que permiten la rápida propagación de información

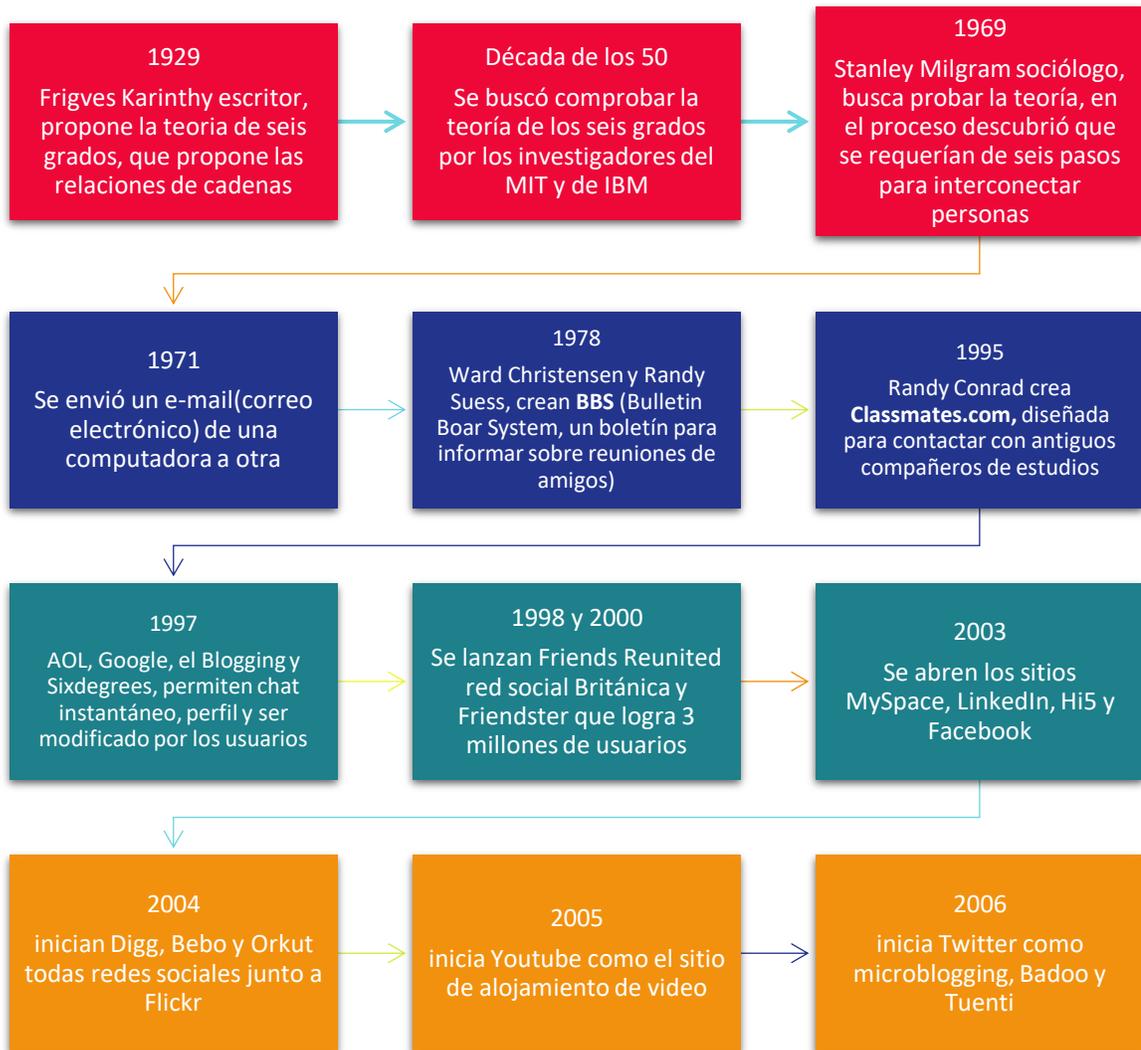
Fuente: Elaboración Propia.

1.3.2. Antecedentes Históricos de las redes sociales.

Las redes sociales han tenido un inicio difuso en el internet y su evolución ha sido acelerada, por ello describir sus inicios se debe considerar tanto la relación científica que le dio significado a su sistema, como las pruebas técnicas y el aspecto evolutivo de previos sitios para lo que representan hoy, a continuación se establecen dos esquema que representan la evolución de las redes sociales durante el tiempo, divididos en dos tiempos históricos para claridad de dicha evolución, donde la figura N°10 muestra la línea de tiempo desde el año 1929 a 2004 que son los estudios de las relaciones sociales y la figura N°11 muestra la línea de tiempo desde el año 2007 a 2016 que muestra la evolución digital de las redes sociales (Ver figura N°10, pág. 62 y Figura N°11, pág. 63).



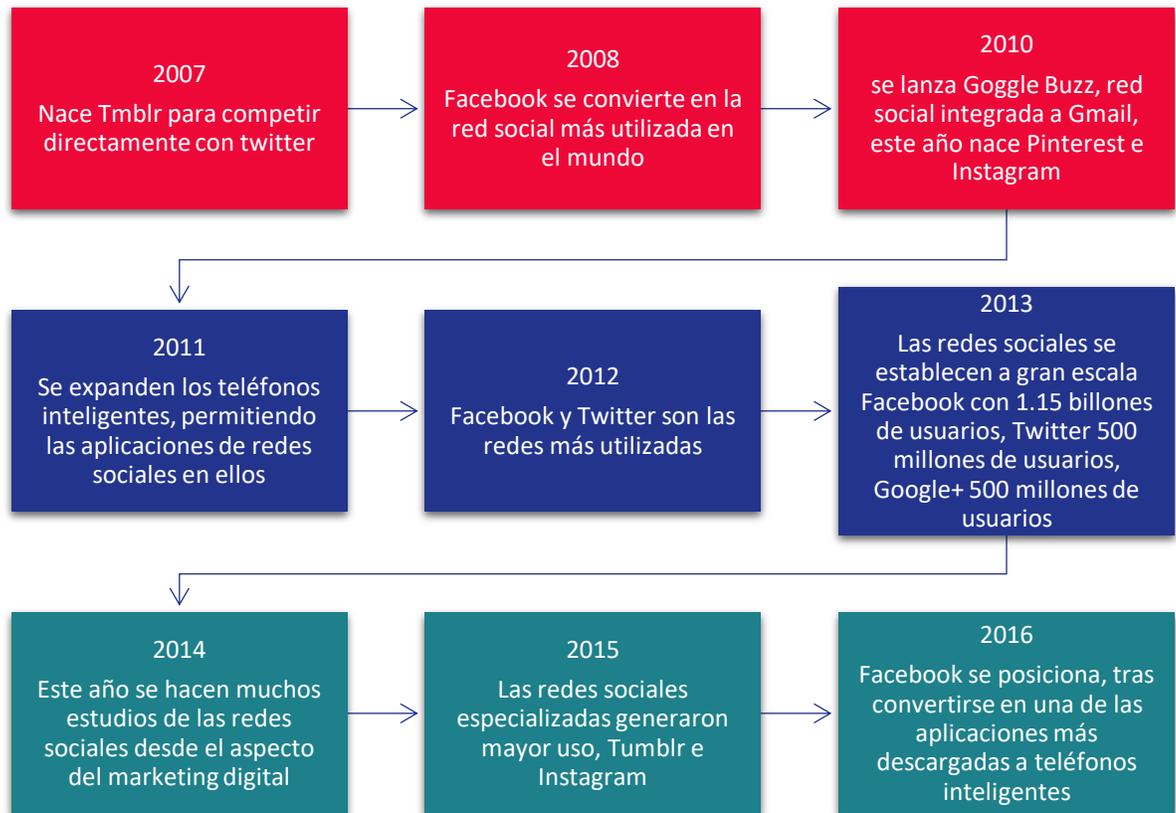
Figura N°10 Línea de tiempo Histórica de las redes sociales de 1929 a 2004.



Fuente: Elaboración Propia.



Figura N°11 Línea de tiempo Histórica de las redes sociales desde los años 2007 a 2016.



Fuente: Elaboración Propia

A. Evolución de las Redes sociales.

Las redes sociales se basan en el capital humano, lo cual permite la característica del dinamismo en ellas, a estos sitios en internet, según Watts, Dodds y Newman (2002), consideran que los individuos pertenecen a grupos que a su vez se encuentran embebidos por grupos jerárquicos más grandes, si se considera grupo como dos o más personas que interactúan regularmente sobre



la base de expectativas compartidas sobre la conducta de otros; estatus y roles interrelacionados, se puede comprender que un individuo pertenece a un grupo con el que tenga características en común, destacando el hecho de que un individuo puede pertenecer a varios grupos y puede llegar a interrelacionar uno con otro, por ello las redes sociales amplían la comunicación humana al permitir estas conexiones de grupo.

Para las redes sociales al principio su propósito fue para ubicar personas en círculos sociales específicos por el individuo que las usaba, con el tiempo se convirtió en un espacio para la comunicación rápida y dinámica, la mayoría de las plataformas tiene una función de mensajería rápida, en donde el término “chatear”, término acuñado en el lenguaje informático que hace referencia a mantener una conversación con una o varias personas a la vez a través de la internet, que es una parte importante de la comunicación de estos sitios; con la mayoría de las redes sociales convertidas en aplicaciones móviles, han permitido el uso constante de las redes modificando incluso la manera del lenguaje y la escritura, tal es el caso de las contracciones al momento de escribir un mensaje e incluso códigos de teclados para crear los “*emoticons*”, que son ilustraciones que representan un estado anímico de una persona, estos incluyen animales, figuras inanimadas, situaciones sociales, etc. Como se aprecia en la figura N°12 de la siguiente página, las variadas formas que presentan y variados íconos que se han vuelto emblemas de comunicación a nivel mundial (Ver figura N°12, pág. 65).



Figura N° 12 Ejemplos de Emoticons.



Fuente: www.mogicons.com

Las redes sociales no solo han modificado la forma de comunicación si no que ha llegado a potenciarse como un espacio destacado para las organizaciones y empresas, es decir que “conscientes de que sus clientes son parte activa de las redes sociales” (Uribe Saavedra, Rialp Criado, & Llonch Andreu, 2013), se han dedicado a estudiar su aspecto de marketing, pues destacando que la relación cliente-empresa es importante, dar el mejor servicio a sus clientes los posicionaría, los haría destacar y mejoraría su imagen.

B. Redes sociales en El Salvador.

Basado en un estudio realizado por ilifebelt.com dirigido hacia Centroamérica en 2016, las redes sociales se han convertido de uso cotidiano para esta región de América, la razón de esto radica en el acceso más rápido a teléfonos móviles



inteligentes, las facilidades a adquirir las aplicaciones móviles entre ellas muchas redes sociales para estos celulares inteligentes, ha llevado a la expansión de estos sitios en Centroamérica.

Para Centroamérica internet aún se está consolidando como fuente de información (ilifebelt, 2016), sin embargo ya cuenta con 22 millones de usuarios en redes sociales, siendo Facebook y WhatsApp las favoritas de la región, sin embargo El Salvador que forma parte de esta región, ha presentado una mayor aceptación a la red social Facebook por sobre el resto.

El Salvador a nivel Centroamericano es el tercer país con más uso de la red social Facebook, presentando en 2015 un uso de 2, 600,000 usuarios y en 2016 3, 100,000 usuarios (Melgar, 2016), el número incrementa considerablemente.

La mayoría de usuarios de redes sociales en El Salvador son hombres, se debe destacar que en El Salvador se accede a las redes sociales en un 90% a través de los teléfonos móviles, los años con mayor crecimiento de las redes sociales fueron entre el año 2008 al 2012, se presenta a continuación una tabla que muestra la cantidad de usuarios en cada red social en El Salvador (Ver tabla N°4, pág. 67).



Tabla N°4 Usuarios de Redes Sociales en El Salvador.

Usuarios de Redes Sociales en El Salvador, Datos iLifebelt 2016		
Red Social	Usuarios entre	y
Facebook	2991499	3208499
Whatsapp	2840612	3046667
Google+	1909049	2047529
Instagram	1666318	1787190
Twitter	1341582	1438899
LinkedIn	842999	904149
Snapchat	751155	805643
Pinterest	747875	802125

Fuente: Ilifebelt, Usuarios y usos del Internet en El Salvador 2016.

1.3.3. Cartera de Redes Sociales.

Las redes sociales no solo tienen características que las convierten atractivas para los usuarios, también estas están divididas por una amplia gama de opciones que ofrecen entre las redes sociales, están:



Facebook: Es una red social gratuita creada por Mark Zuckerberg, en sus principios fue creada para los estudiantes de la Universidad de Harvard, actualmente está abierta a cualquier persona, su registro es gratuito y solo pide para ello un correo electrónico, algunos datos personales para la creación del perfil del usuario, sus características principales son el contener un perfil que permite ser modificado, permite el manejo de páginas empresariales si se desea.



Instagram: Es una red social Creada por Kevin Systrom y Mike Krieger, Instagram fue lanzada en octubre de 2010, que permite colocar imágenes y fotografías en su espacio, requiere de un registro con correo electrónico y actualmente puede ser abrirse con tener una cuenta de Facebook, actualmente funciona directamente como una aplicación para teléfono móvil.



Twitter: Una red social destinada al *microblogging*, Jack Dorsey fue el creador de esta red social en 2006, permite crear un perfil con registro gratuito y su manejo, es para publicaciones de mensaje cortos de 140 caracteres para ser más específicos, actualmente puede manejar formatos *gif*, *jpg* e incluso videos, permite el manejo de sobre todo de personas dentro de la política o la farándula, por su versatilidad de compartir una opinión.



YouTube: fue fundado en 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jaweb Karim, esta peculiar plataforma, es gratuita y puedes acceder a contenidos variados en formato video, la tendencia de los youtubers nació dentro de esta red social, personas que dedican parte de su tiempo o todo su tiempo a crear contenido para esta red, con la posibilidad de un perfil propio en donde puedes guardar tus videos favoritos o crear contenidos.



Whatsapp: Lanzada inicialmente para Iphone con el nombre de “What`s Up?” En 2009 por Brian Acton y Jan Koum, tras el éxito de la aplicación, se habilito para *Android* como su actual nombre, siendo una red social a base de mensajerías instantáneas, se requiere para registrarse el número de teléfono, lo cual facilita tu acceso a mensaje gratuito a tus contactos de teléfono, con la versatilidad de hacer llamadas.



Tumblr: Es una plataforma de *microblogging* que permite a sus usuarios colgar información a partir de una fotografía, videos, citas, enlaces; esta aplicación fue creada por David Karp 2007, permiten seguir a otros usuarios y su estilo es similar a un blog.



Snapchat: Es una red social de mensajería instantánea que permite compartir imagen, añadir videos, textos y dibujos, una de sus versatilidades es la temporalización que se le puede dar a una publicación, creada por Evan Spiegel, Bobby Murphy y Reggie Brown en el año 2010.



Flickr: Creada bajo la iniciativa de Yahoo, lanzado en 2004, es una de las plataformas que permiten a sus usuarios subir en su perfil sus fotografías, permite almacenar, ordenar, buscar y vender fotografías, su diseño permite ser considerada una plataforma de exposición, al estilo portafolio fotográfico, en donde seguir



fotografías de un concepto en común es algo que esta herramienta facilita.



Pinterest: Desarrollado por Evan Sharp, Paul Sciarra y Ben Silbermann, en 2008 es una aplicación que le permite a sus usuarios manejar imágenes dentro de tableros personalizados, en donde puede encontrar tableros creados por otros usuarios con sus mismos intereses.



LinkedIn: Fundada en 2002 y lanzada en mayo de 2003, su creador fue Reid Hoffman, diseñada para establecer contactos profesionales y de negocios.

1.3.4. Clasificaciones de las Redes Sociales.

Las redes sociales comprenden muchas clasificaciones las cuales en su mayoría derivan de sus utilidades, para clasificarlas como tal, se debe conocer sus diversas aplicaciones, las cuales podemos dividir en cuatro grandes grupos, los cuales se presentan a continuación:

A. Por su público Objetivo y Temática

Esta clasificación consiste a quienes va dirigida las redes sociales, ya sea fotógrafos, trabajadores, jóvenes y la temática en relación a si son blog de vida, blogs fotográficos, micro blogs, interacción con videos etc.



B. Por el sujeto principal de la relación

Esta clasificación propone que las redes sociales creadas para la comunicación y la interrelación se basen en el tipo de sujeto comunicador que tendrá, es decir por como este interactuará dentro de la red social, si creara sus contenidos a compartir

C. Por su localización geográfica

En esta clasificación las redes sociales se transforman en cuanto a relación delos contenidos compartidos y también se destaca en el aspecto nómada a poder seguir la ubicación del creador del contenido.

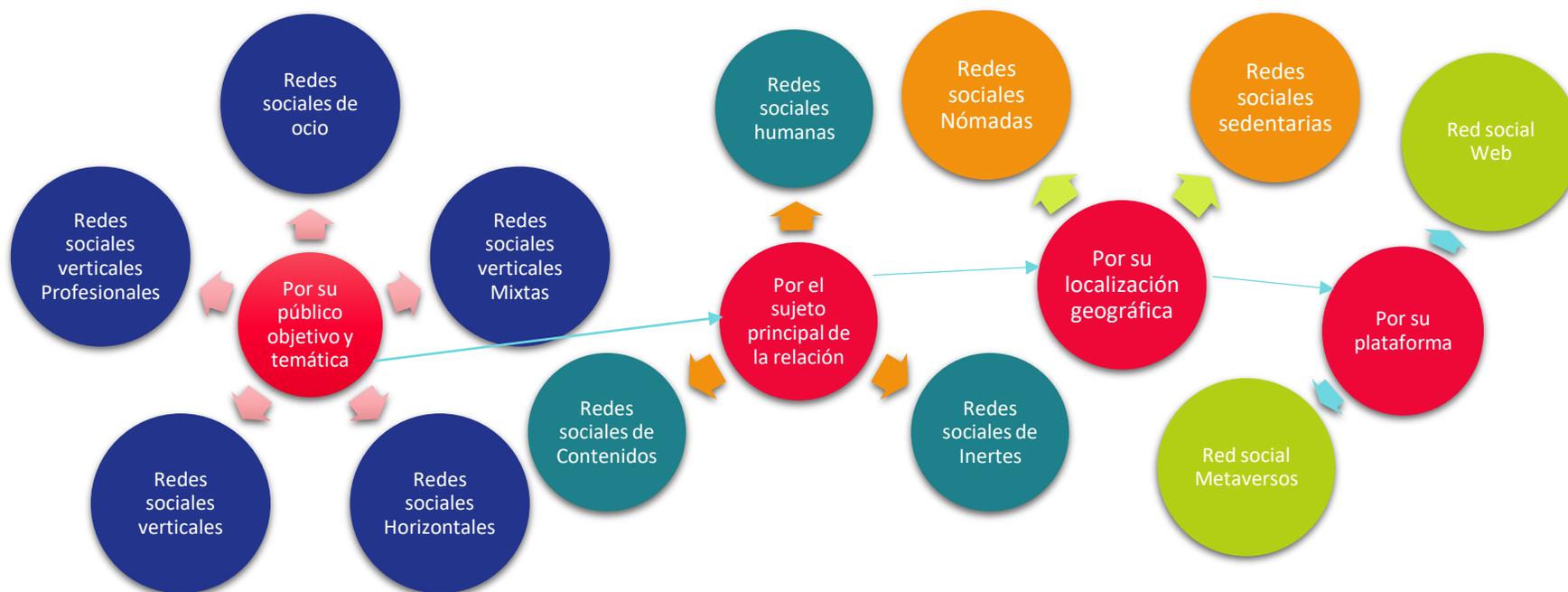
D. Por su plataforma

Esta clasificación muestra la cualidad de las redes sociales en el entorno de internet, sobre todo basado en su estructura de creación, desde el aspecto informático.

Dichas clasificaciones de las redes sociales, son constituidas por categorías dentro de ellas las cuales se muestran en el esquema a continuación (Ver figura N°13, pág. 72).



Figura N°13 Esquema de redes sociales y sus clasificaciones.



Fuente: Elaboración propia



1.3.5. Redes Sociales y su aplicación en una organización.

Las redes sociales tienen actualmente diferentes funciones, dado que muchas se han convertido en aplicaciones móviles, sin embargo, destacan tres pilares principales: *comunicacional*, *entretenimiento* y *marketing*. Estos tres pilares muestran las versatilidades de las redes sociales, sin embargo, si éstas se desean aplicar para una organización se debe establecer qué parámetro se utilizará.

Basado en el hecho de que una red social se encuentra en internet estas no pueden pretender ser muchas cosas al servicio de una organización, “internet puede ser un negocio o un medio de comunicación, pero no ambas cosas” (Ries & Ries, 2006) sobre todo si esta carece de una línea guía para seguir, las redes sociales por sus características que destacan contenido de audiovisuales, imágenes, diseños destacados e incluso tendencias específicas de una red social a otra, se debe establecer el camino que se tomará al colocar una organización dentro de cualquier red social, verificando cuál se adecua según sus características de mejor manera a la organización, puesto que por muy ventajosa que pueda parecer una red social, si no se selecciona la adecuada puede traer consecuencias a la marca.

El sistema de redes sociales opera como la regla del marketing uno a uno, que el cliente dará una reseña como usuario del servicio de la organización dentro de la red social, desaprobara u aprobará, desde el contenido publicado, hasta la mensajería instantánea que pueda tener en cualquier sitio de estos.



Estas plataformas de interrelación ofrecen a las organizaciones, desde el ahorro económico a medios con costos más elevados para publicitarse como el medio impreso, que si bien traduce físicamente un diseño de la marca desventaja a una organización que quizás no tenga los recursos suficientes para generar *flyers* (*término dado a los panfletos publicitarios o volantes*) en alta calidad de color, como el diseño propuesto para impresión, las redes sociales, ofrecen la oportunidad de tener al cliente más cerca, valorando su opinión al establecen puntuaciones dentro de su perfil, características que tienen casi todas las redes sociales que manejan perfiles o *rankean los blogs* (*término acuñado, por propósitos estadísticos o directamente pensados desde la creación de la red social*), muchas de ellas tiene la opción de que se punteen las publicaciones realizadas por el usuario.

1.3.6. Redes sociales para la Mesa de desarrollo Artesanal de San Salvador.

La Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, incursionó en el año 2016 en las redes sociales, directamente en Facebook, se creó una página de Facebook con el nombre de “Caravana Artesanal”, que su fin era incentivar a la región de San Salvador a comprar los productos de la Mesa, sin embargo, varios artesanos solo tienen un conocimiento básico sobre las redes sociales, destacando que estas requieren para la promoción de cualquier organización un estudio del público meta, las necesidades de este y no solo colocar contenido por llenar el espacio que se tiene dentro de la red social.

La Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, su identidad viene creada sin un sentido de pertenencia para el gremio como tal, por ello se debe modificar esta imagen y adecuarla a los artesanos que conforman la mesa actual, para esto



se debe crear un sistema de selección que permita llevar pasos a adecuar para la creación de la marca de la mesa y formar una estrategia de cómo se debe gestionar esta identidad gráfica dentro de las redes sociales.

Para esta Mesa se valoró las redes sociales que le permitirían destacar, considerando su producción artesanal y talleres, se valoraron varias redes sociales que estuviesen relacionadas al aspecto fotográfico, se consideraron redes sociales como: *Instagram* y *Flickr*. Las características de la falta de identidad gráfica por parte de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador se consideraron redes sociales para establecerlos como marca, entre ellas *Facebook*.

Considerando las posibilidades que ofertaban cada red social y cual podría presentar facilidad de uso para los artesanos y un buen desarrollo de la renovación de identidad gráfica que la Mesa de Desarrollo Artesanal llegue a necesitar, por dichos cambios para establecer con certeza una red social, para determinar cuál es la más adecuada se debería crear un sistema que permita seleccionarla.



Capítulo II

Procesos y desarrollo de Identidades gráficas adaptadas para redes sociales.

Los procesos serán aquellos que nos permitan validar el estado actual y llevar a un resultado en determinado proyecto , el capítulo comprende esa parte de la investigación, se muestran los pasos y procedimientos que se realizaron durante esta investigación para poder dar un resultado que muestre el desarrollo de una marca que será llevada a las redes sociales, a través de su identidad gráfica, por medio de una investigación de enfoque cualitativo mediante la observación del fenómeno utilizando instrumentos como Focus Group, cuestionarios y establecer parámetros para comprender al cliente, su situación actual, su imagen actual, sus comportamientos en el medio, de ahí se tomaron datos importantes para la creación de un Brief utilizando esta herramienta como punto inicial para la creación de la Identidad Gráfica como tal.



2.1. Metodología de Investigación

Para llevar a cabo la presente investigación, se estudió la situación sobre como la identidad gráfica del gremio de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador podría adaptarse a un sitio como las redes sociales mediante la renovación de la imagen y la aplicación de estrategias básicas que le permitiesen el manejo de dicha identidad en estos sitios, considerando la perspectiva del diseño gráfico, basado en esto, el enfoque con el que se abordó el fenómeno fue desde la perspectiva cualitativa, permitiendo estudiar la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema, los cuales fueron entrevistas a técnicos de CONAMYPE que están a cargo de la Mesa, Diario de campo, focus group aplicado a los artesanos pertenecientes a la Mesa y un cuestionario para determinar el público meta.

Se determinó a través del *Método Teórico*, datos iniciales sobre la identidad gráfica los cuales se llevaron a comparación con los datos teóricos e históricos obtenidos de la Mesa, que proporcionaron los datos de evolución de la imagen y esencia de dicho gremio. El *Método Empírico*, permitió la recopilación de información a través de la observación a los artesanos pertenecientes a la Mesa, se observó y analizó el comportamiento que estos sujetos tienen al momento de ser expuestos al impacto de una identidad gráfica representativa y adaptable a una red social, los estudios *exploratorio* y *descriptivo*, permitieron obtener información previa y definir la situación problemática sobre la aplicación de estrategias básicas para identidades gráficas en redes sociales, durante el proceso de investigación se buscó cumplir el esquema de investigación, el estudio descriptivo permitió tener una información detallada sobre la problemática en estudio, para referencia de esquema (Ver Anexo Q, pág.275).

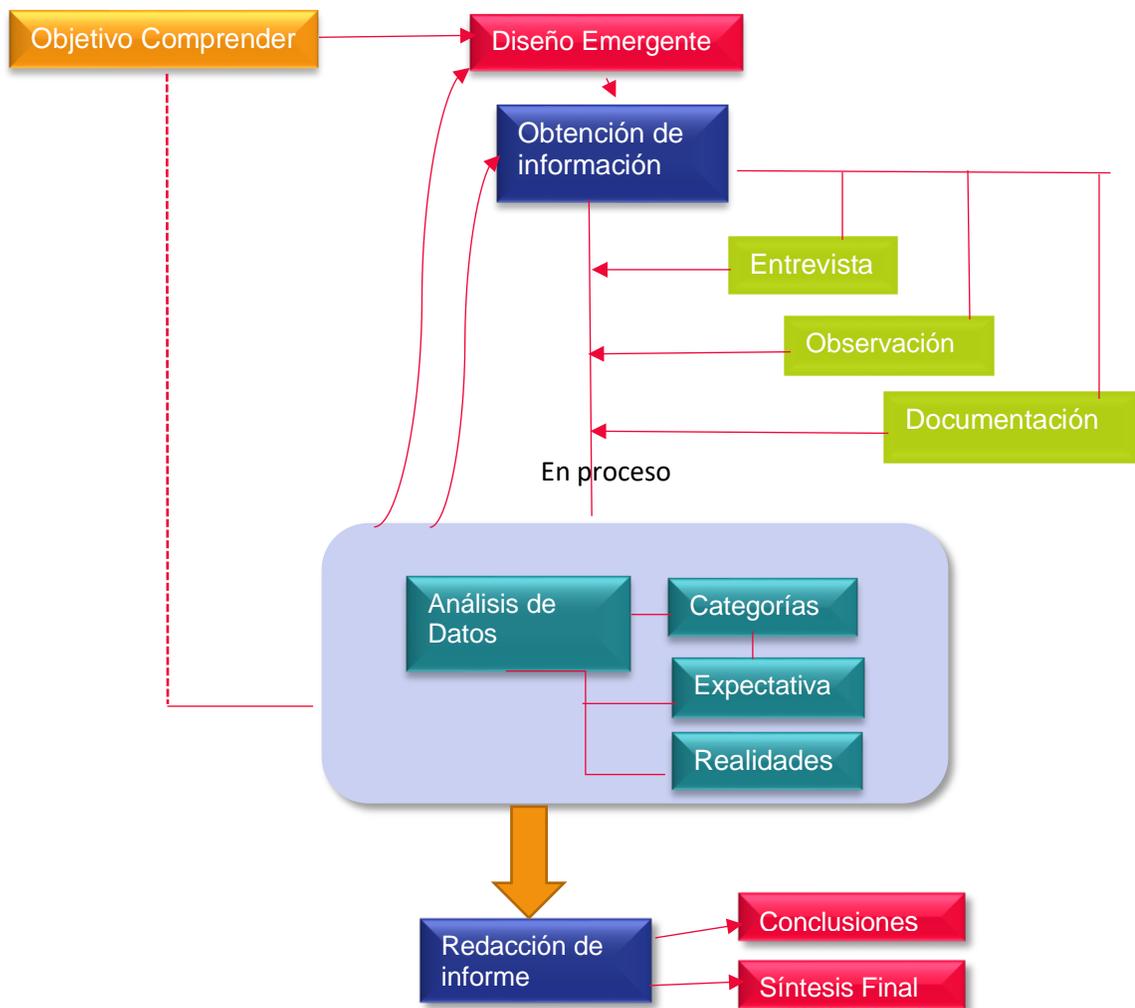


El diseño de la investigación fue basado en el tipo de teoría fundamentada de diseño emergente, puesto se requería un diseño que aportara flexibilidad y permitiera construir mediante el conocimiento que se obtuviera en el proceso de la investigación, permitiendo un código abierto al momento de las interacciones entre el objeto de estudio y el sujeto de estudio, sus características permitieron abordar la visión del diseño gráfico sobre una investigación con sus características creativas, este Diseño consintió que la información sea recolectada de una manera adecuada, adaptada a la problemática en estudio, orientada a los objetivos y a las actividades a desarrolladas durante la investigación.

A continuación, se presenta la estructura del diseño emergente que se abordó durante el desarrollo de esta investigación en donde se muestra en la figura N° 14 el funcionamiento de este diseño (Ver figura N°14, pág.79).



Figura N°14 Estructura de diseño Emergente en un enfoque cualitativo para esta investigación.



Fuente: Universidad de Málaga.

El objeto de estudio en esta investigación es las redes sociales, las cuales según la naturaleza de esta se crearon categorías de análisis que permitieran la clasificación de la información obtenida, el sujeto de estudio la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, se recopiló información utilizando el

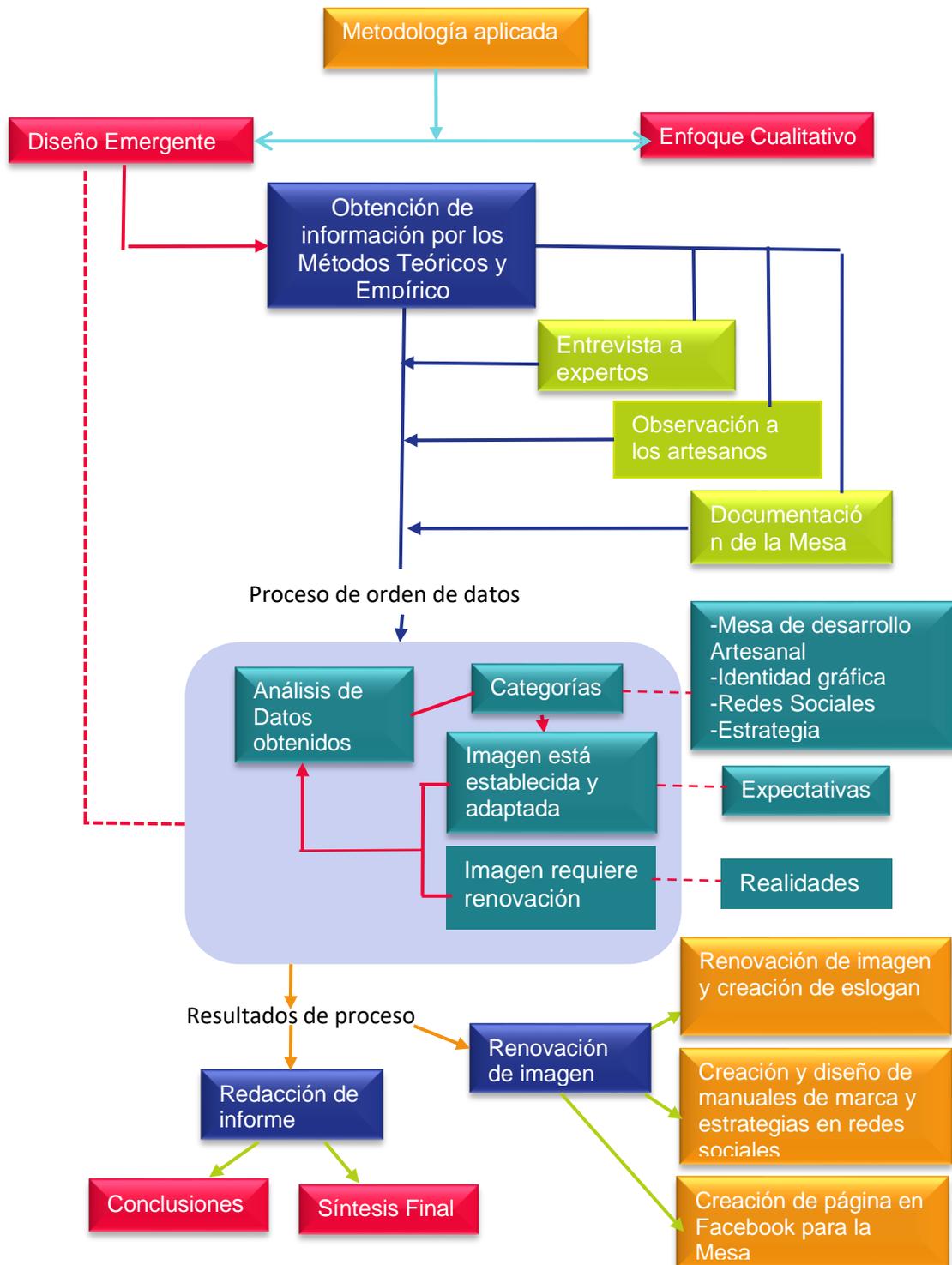


método empírico, dado a que se realizó la construcción de la historia de la Mesa de Desarrollo Artesanal, verificar para mayor amplitud Anexo Q, pagina 278.

Basado en lo anterior la metodología seleccionada para esta investigación permitió constantemente las comparaciones entre lo teórico y lo observado sobre la identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, permitió abordar la problemática desde la visión del diseño gráfico y el impacto que una imagen puede establecer dentro de una red social al ser adaptada a ella, dio la pauta a poder segmentar la información en sus respectivas categorías de análisis para proporcionar comparativas que dieron paso a desarrollar una evaluación de identidades gráficas, esta estructura permitió el equilibrio durante la investigación y proporciono resultados en el área teórica y práctica, como resultados teóricos tenemos: El informe final y las conclusiones, como resultados prácticos: la elaboración y diseño de renovación de imagen, página de Facebook, manual de marca y manual de estrategias para manejo de redes sociales, como se muestra en la Figura N°15, pág.81.



Figura N°15 Metodología aplicada a la investigación con resultados.



Fuente: Elaboración Propia.



2.2. Evaluación de Identidad Gráfica de una organización

Los atributos de imagen poseen un conjunto de elementos complejos, esto no se explica solo con el conocimiento de un juicio, sino que se hace necesario investigar el sentido que se esconde o que se encuentra detrás de este. Para la evaluación de una identidad gráfica debe considerarse un proceso que determine la adaptabilidad de esta a las redes sociales, a continuación, se presenta una tabla de *simbología ANSI* (*norma de simbología establecida por la American National Standart Institute para procesos de flujos de información*) y un flujograma que muestra la evaluación realizada a la que se sometió la identidad la Mesa de Desarrollo Artesanal.

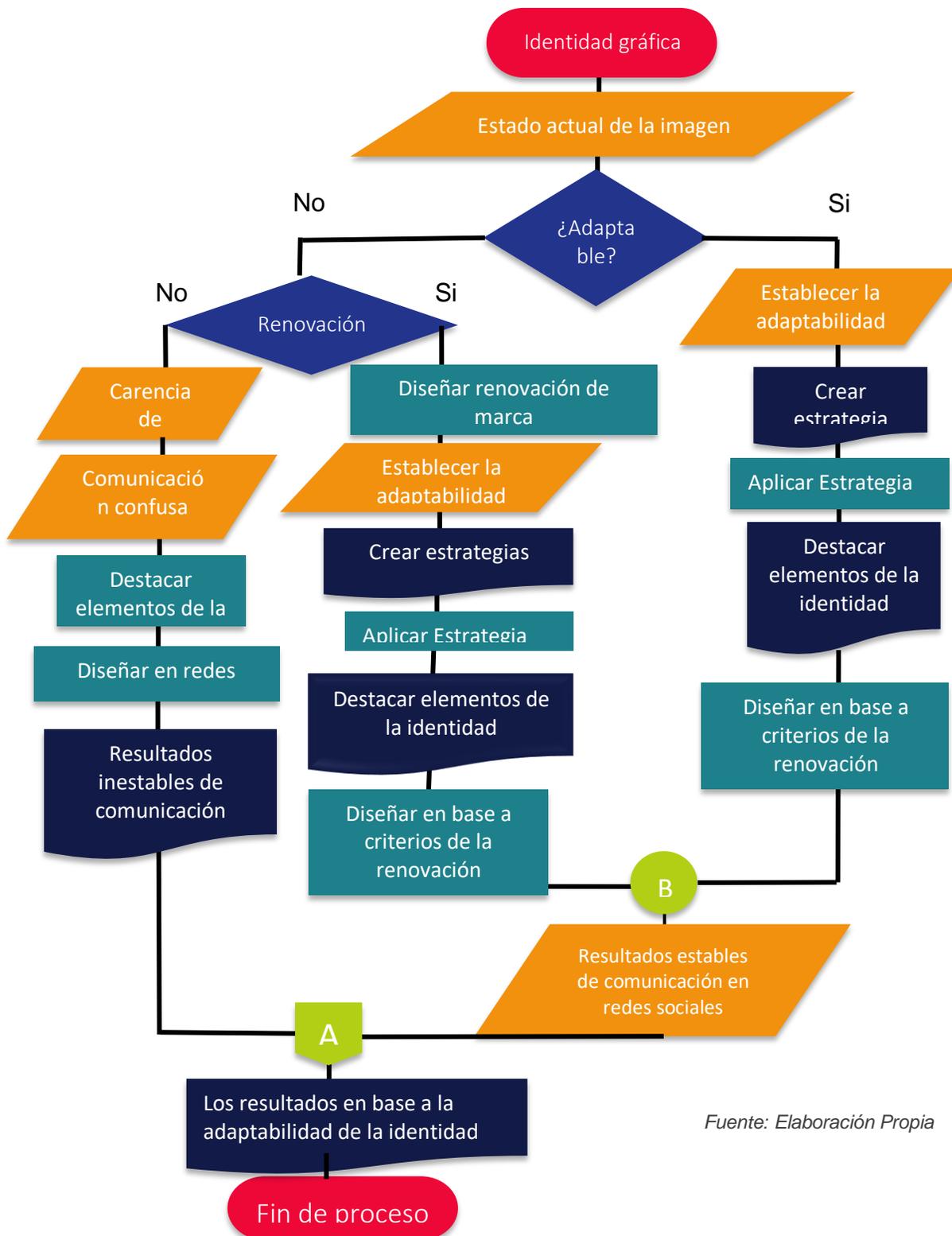
Tabla N°5 Guía de simbolos de norma ANSI.

Símbolo	Representa	Símbolo	Representa
	Indica inicio o fin de proceso		Conector de procesos
	Indica la toma de una decisión		Conector de procesos de otra pagina
	Indican operación o actividad		Documento de ingreso o salida
	Indican Datos		

Fuente: Elaboración Propia



Figura N° 16 Flujograma evaluativo de la adaptabilidad de una identidad gráfica.



Fuente: Elaboración Propia



2.2.1. Estado actual de la identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

La Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador como se ha planteado anteriormente no cuenta con el recurso visual adecuado para la promoción de sus productos además de su reconocimiento de marca a nivel nacional e internacional, se cuenta solo con un logo elaborado en el año 2010 que al transcurrir los años es utilizado únicamente en papelería y en procesos de documentación formal y no como una imagen corporativa o de marca.

La directiva de esta organización no cuenta con el personal (un diseñador, o individuo capacitado para manejar su imagen desde el punto visual corporativo hasta la publicidad dentro de las redes sociales, toma de fotografías, etc.) para realizar un logo atractivo, creativo, que los identifique y ser reconocido a nivel nacional e internacional.

2.3. Proceso de renovación de Identidad gráfica para una organización

Por medio de un Focus Group se evaluó la problemática que esta organización posee, como están posicionados actualmente y hasta donde se visualiza llegar con esta marca, obtenida la información se crea un brief como principal herramienta y dar inicio a la creación de imagen en general.



2.3.1. Creación y realización del Brief.

El Brief es un resumen donde se citan las características, metas y entorno, a grandes rasgos, de una empresa o producto. Nos permite conocer mejor al cliente y así tener un mejor panorama para realizar una planeación más efectiva. Es importante recalcar que un brief es una herramienta muy flexible que se debe adaptar a nuestras necesidades.

Este Brief se realizó basado en los diversos acercamientos que el grupo ha tenido con esta organización, las diferentes entrevistas sostenidas, Focus Group y los contactos que se han tenido con los integrantes de la misma. La Mesa de Desarrollo Artesanal comprende un nombre demasiado extenso para poder llevar en su logo esta cantidad de palabras por lo que se contracto con las siglas MEDART (Ver Figura N° 17, Página 85).

Figura N°17 Construcción de nombre para posicionamiento de marca.



Fuente: Elaboración Propia



A continuación, se observan datos importantes que se recolectaron en los diversos encuentros con los integrantes de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

A. Análisis de la Situación.

¿Quién es mi empresa?

35 Artesanos activos asociados a Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador

¿Cuál es el producto o servicio?

Artesanías propias de San Salvador, elaboradas a mano son alrededor de 35 artesanos activos con diferentes técnicas entre ellas: añil, alambrismo, marroquinería, madera decorada, fibras naturales, joyería artesanal.

¿Dónde está ubicada?

Se encuentra ubicada en las instalaciones de CEDART San Salvador

B. Posicionamiento

Posicionamiento Actual de MEDART San Salvador

- Comienza su funcionamiento en el año 2012, pero irreconocible como artesanía actualmente a nivel nacional.
- Marca enfocada a rango de edades entre 22 y 56 años.
- Artesanías hechas a mano por artesanos de San Salvador.
- Producto creativo, innovador.



Posicionamiento deseado

- Ser reconocidos primeramente en San Salvador y posteriormente a nivel nacional.
- Mejorar a nivel de estándares de calidad, cantidad e innovación de procesos técnicos de los productos.
- Entrar en mayor contacto con el consumidor a nivel visual por medio de la red social Facebook como principal herramienta y posteriormente en un sitio web etc.
- Ser innovadores en los diseños que estos vayan acorde a las tendencias modernas a nivel nacional e internacional.
- Ser reconocidos a nivel nacional como una marca de productores artesanales.
- Tener una de las mayores aceptaciones en el mercado de artesanías.

C. Respuesta esperada

- Ser considerada por el consumidor como la primera opción para obtener artesanías elaboradas por artesanos de San Salvador.
- Que el público objetivo valore la marca como artesanía antes que consumir una manualidad.
- Alcanzar un posicionamiento alto en la red social Facebook como herramienta de reconocimiento de la marca además de ser un medio de comercialización de los productos.
- Ser una organización con productos de alta calidad.



2.3.2. Proceso de renovación de imagen.

Como primer paso para la renovación de la imagen se realizó la bocetería, bocetar tiene su propio rol en el proceso de diseño. Ese rol, por supuesto, variará dependiendo del producto final que está siendo creado, del tamaño y el alcance del proyecto, los estilos individuales de los diseñadores, la experiencia y el flujo de trabajo, sin dejar de mencionar; las expectativas de los clientes.

A. Bocetaje.

Con el previo conocimiento de la organización y la visita realizada a los directivos de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador por medio de un Focus Group se realizó una lluvia de ideas donde surgen las principales ideas para la realización de una nueva identidad visual, surgen 6 propuestas de rediseño de logo siendo sus características: *simpleza, originalidad, pregnancia y distinción* tomando como punto de partida los elementos precolombinos y el detalle de las manos como elemento característico de los artesanos (Ver Figura N°18, pág. 89).



Figura N° 18 Logotipos preliminares para la Mesa de Desarrollo Artesanal.

Logo 1



Boceto inspirado en un rosetón con detalles Precolombinos, dando énfasis a que el arte no tiene fin

Logo 2



Rosetón con variación de color

Logo 3



Boceto minimalista composición de letra M junto con la línea horizontal hace la idea de una mesa

Logo 4



Composición de letras con detalles precolombinos



Logo 5



Boceto mano con detalle circular y puntos
Relacionado con los detalles precolombinos

Logo 6



Boceto de manos geométricas
colocados de manera intencional
en posición de perspectiva

Fuente: Elaboración propia.

B. Diseño de la identidad gráfica.

El concepto del diseño surge de la depuración del Focus Group realizada a la organización, tomando como primer punto el contractar el nombre de la organización a la palabra: **MEDART. San Salvador**, para un reconocimiento de la marca y para ser colocado en el logo de tipo imagotipo (Un imagotipo es un conjunto icónico-textual en el que texto y símbolo se encuentran claramente diferenciados e incluso pueden funcionar por separado), dicha actividad tuvo lugar en las instalaciones de CEDART San Salvador mediante votación, 21 personas votaron a favor y 4 en contra haciendo un total de 27 personas participantes (Ir a Anexo I, página 200)



Imagen N°3 Votación para elección de logo Integrantes de mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

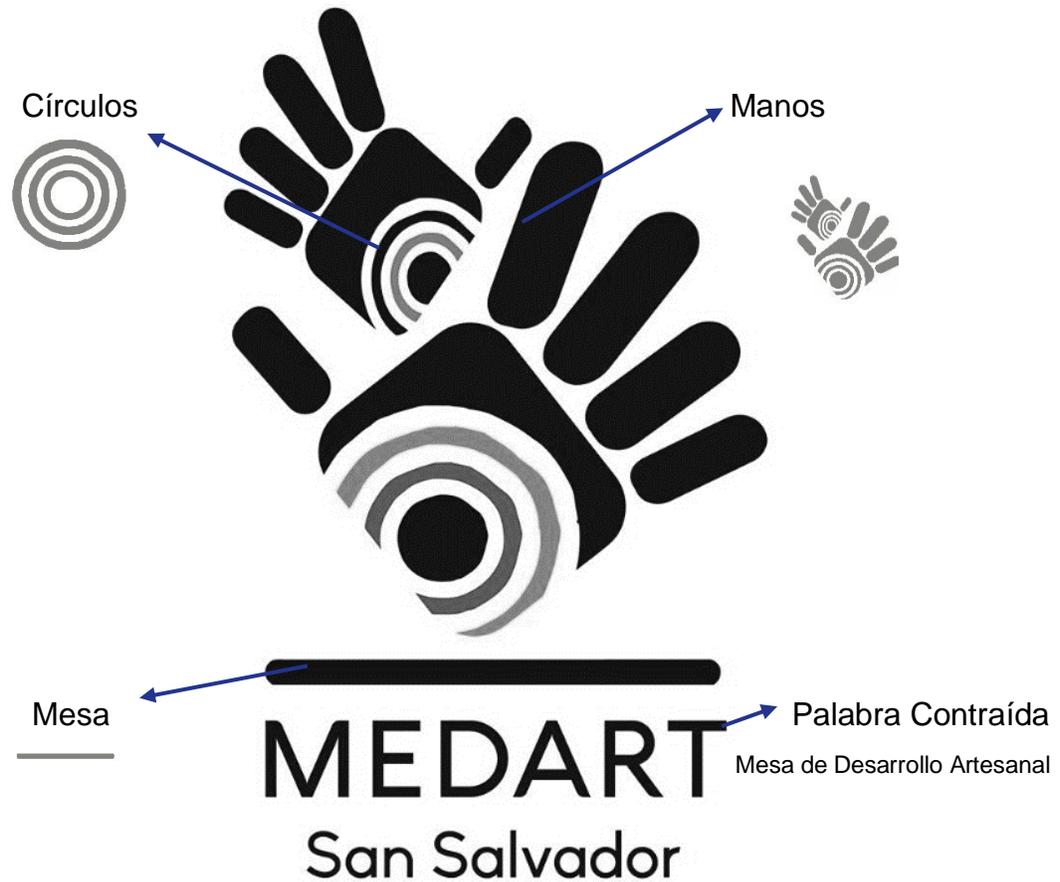


Fotografía por: Karen Sánchez

El diseño finalista responde a la necesidad de identificación, constituido por un *imagotipo*, que lo conforman un *isotipo* o símbolo de marca y un *logotipo* o leyenda de marca, se valoraron las ideas sobre las manos como principal herramienta creadora de una artesanía desde la más pequeña hasta la más costosa y grande, se busca la consolidación de la mesa como complemento **conceptual** representado por una línea , los círculos como expresiones artísticas, a continuación se observa el resultado final de esta abstracción de ideas (Figura N°19, pág.92)



Figura N°19 Logo seleccionado por la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.



Fuente: Elaboración propia

Los perímetros y áreas de seguridad comprenden lineamientos estéticos con el propósito de mantener íntegra la interpretación de la marca, protegiéndola de interferencias visuales. El área de seguridad representa el espacio que debe ser respetado alrededor del mismo es decir que ningún objeto visual debe interferir



en este espacio, que se establece mediante un patrón X, como se observa a continuación:

Figura N°20 Reticula de Logo seleccionado por la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.



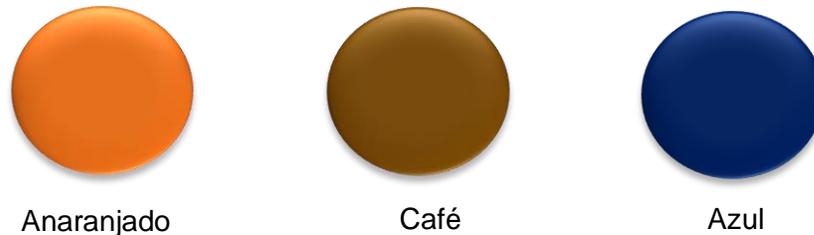
Fuente: Elaboración propia.



C. Pruebas de Color

Para destacar la identidad de la mesa se consideraron los colores que destacan en la ciudad de San Salvador, realizando una investigación. Por mucho tiempo las artesanías se han visto fuertemente ligados a colores cálidos, relacionados al barro y el café producido en el país, de igual manera el contraste del color azul un referente para El Salvador, puesto que se encuentra en la bandera nacional y su estrecha relación al comercio del añil. (Ver Figura N°21, pág. 94)

Figura N°21 Colores Regionales de El Salvador.



Fuente: Elaboración propia.

- **Paleta de colores**

Para seleccionar una paleta de colores se deben tener ciertas consideraciones que destaquen al futuro logo y a la marca, entre ellas que se destaque del resto y que logre colocarse en la mente de las personas o futuros clientes que se desean impactar. La paleta de los colores, debe representar de igual forma la identidad de la organización y sus objetivos como marca



- **Colores del Logo anterior**

A continuación, se presentan los colores de la Mesa de Desarrollo Artesanal que contenía el logo anterior a la renovación:

Figura N°22 Colores del logo anterior de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.



Fuente: Elaboración propia.

Para la selección de colores se decidió conjuntamente con el grupo de 10 artesanos en un Focus Group realizado al grupo el día jueves, 27 de abril de 2017 el objetivo fue implementar colores brillantes y representativos para el rediseño de la identidad gráfica, esto se logra a través del estudio previo de los colores regionales

- **Definición de paleta de colores**

Para lograr los objetivos en cuanto a color esta paleta se retomó partiendo de la historia de San Salvador, El Salvador y la Mesa de Artesanos de San Salvador,



a continuación, se detalla un esquema de los elementos que se consideraron para determinar los colores para la identidad gráfica. (Ver Figura N°23, pág.96)

Figura N°23 Cuadro descriptivo de generalidades aspectos considerados para la elección de colores.

Elementos Generales para la elección de color



Fuente: Elaboración propia.

De igual manera se retoman los colores seleccionados por región, los cuales se muestran a continuación en la figura siguiente:



Figura N°24 Comparación y descripción de colores seleccionados.



Fuente: Elaboración propia.

- **Paleta de colores creada para la Mesa de desarrollo artesanal de San Salvador**

A continuación, se presenta el diseño de la paleta de colores para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador:



Figura N°25 Descripción de paleta de colore seleccionada.



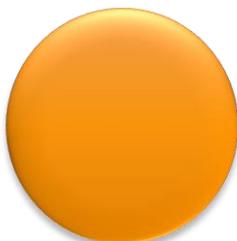
Azul oscuro: Se busca evocar los colores de los tintes del añil, la historia sobre este producto en El Salvador y lo moderno que se ha vuelto el azul en San Salvador.



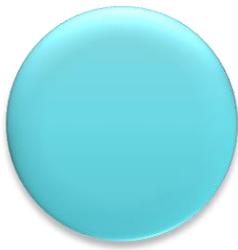
Azul Lapislázuli: Considerando los cielos de la ciudad de San Salvador y el acercamiento a la bandera y aquellos productos artesanales asociados a los metales.



Rosa: Color asociado a la innovación de los trabajos artesanales y a las artesanías con resultados más coloridos, como los tejidos.



Anaranjado: Asociado a los atardeceres de la ciudad y sobre todo a aquellas artesanías que llevan maderas y cueros.



Celeste: Asociado a los cambios, refleja los cambios internos de la Mesa por mejorar y también a aquellos rubros artesanales relacionados al arte decorativo.



Amarillo: relacionado a las marcas viales de San Salvador y también a la alegría y dinamismo que tienen los artesanos para obtener sus logros



Verde: relacionado a las materias primas con las que los artesanos trabajan como fibras naturales, piedras etc.

Fuente: Elaboración propia.

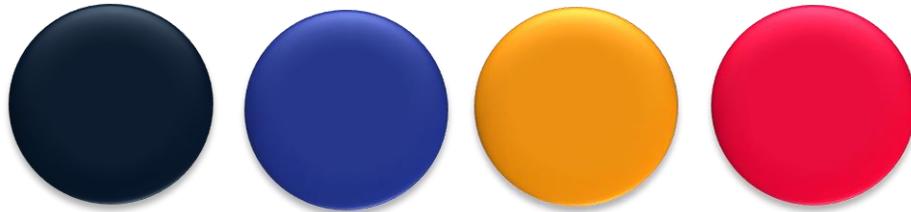
2.3.3. Colores de marca.

El color es la impresión producida por un tono de luz en los órganos visuales, o más exactamente, es una percepción visual que se genera en el cerebro.

Todas las marcas poseen un color que las representa, es lo primero que viene a la mente, estos transmiten emociones y personalidad. Basado en el estudio anterior se han seleccionado 4 colores que se muestran a continuación.



Figura N°26 Colores seleccionados de la paleta base para crear colores en el logo.



Fuente: Elaboración Propia

Como resultado final el color predominante: **azul oscuro** utilizado para las manos y la tipografía los detalles de la figura: **el rojo, azul lapislázuli y el naranja** utilizado en los círculos que el logo posee, ver figura siguiente:



Figura N°27 Logo final.



Fuente: Elaboración Propia

2.3.4. Tipografía para marca.

El concepto del logo seleccionado es geométrico y plano, partiendo de lo anterior se llevó a cabo una selección previa de las fuentes adecuadas para el



acompañamiento de la marca ya que ésta puede ser utilizada por separado de la imagen como tal.

La tipografía seleccionada AQUAWAX será utilizada en la palabra destacada MEDART, por su simplicidad, fácil reconocimiento y lectura, como se observa en la Figura 28, y la palabra acompañante San Salvador la tipografía Byko (Figura 29), por su forma redondeada, delgada y sobria.

Figura N°28 Tipografía seleccionada para la palabra destacada.



Fuente: Elaboración propia



Figura N°29 Tipografía para la palabra acompañante.



Fuente: Elaboración propia

Composición de la palabra MEDART y San Salvador:

Figura N°30 Usos de tipografía en logo.



Fuente: elaboración propia
Capítulo II | 103



2.3.5. Creación de eslogan.

El eslogan nace con la intención de crear expectación y curiosidad en el público meta, ya que para muchos es irreconocible lo creado en San Salvador.

El eslogan fue determinado dentro de una reunión con la directiva de la Mesa de Artesanos de San Salvador, que después de una conversación histórica y debate sobre la identidad de la Mesa se creó el eslogan siguiente.

Figura N°31 Estructura de eslogan para Mesa de Artesanos de San Salvador.



Fuente: Elaboración propia



2.3.6. Diseño de Papelería.

El diseño de la papelería consta de papel membretado, tarjetas de presentación y sobres, los colores utilizados son únicamente los que van dentro de la gama cromática seleccionada, el diseño es simple, contiene pocos elementos y esto permite un diseño limpio y acorde a la marca que ellos representan.

Figura N°32 Diseño papel membretado para Medart San Salvador.

A4



Fuente: Elaboración propia



Figura N°33 Diseño tarjetas de presentación para MEDART San Salvador.



Fuente: Elaboración propia.

Figura N°34 Diseño de sobres para MEDART San Salvador.



Fuente: Elaboración propia



2.3.7. Promocionales para marca.

Los promocionales seleccionados para la Mesa de Desarrollo Artesanal son: gorras, botellas, lápices y lapiceros, siempre cuidando los colores seleccionados y utilizando la marca contractada MEDART (Ver Figura N°35 Página 107).

Figura N°35 Diseño de promocionales para la marca.



Fuente: Elaboración propia



2.4. Adaptabilidad de Identidad gráfica de una organización a redes sociales

La identidad gráfica de una organización en la actualidad, aspira a cumplir el poder ser adaptable a todos los medios posibles, la identidad gráfica debe expandirse a las nuevas tendencias como los sitios web que se han colocado como las plataformas de búsqueda de los usuarios de internet para encontrar a todo tipo de servicio, empresa u organización y mucho más reciente los sitios *web 2.0*, quienes son conocidos como los sitios interactivos de la red o redes sociales.

Considerando lo anterior, la identidad gráfica precisa de colocar un apartado dentro del manual de marca dedicado a los sitios web, sobre todo a las redes sociales, que representan un sector gratuito en su acceso tanto del cliente potencial, como el de la organización u empresa para poder colocar su contenido dentro de ellas; este apartado en el manual de marca permitirá a la organización la guía del contenido visual a manejar dentro de las redes sociales, cuáles serán las redes sociales a utilizar por la organización.

Sin embargo, para llegar a delimitar todo lo mencionado anteriormente, se debe seguir un proceso, un sistema que le permita a la organización conocer qué será lo más destacable a colocar en las redes sociales, también cual red social es la que se adecua a la organización ya que existe una amplia cartera de éstas.



La Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, fue sometido a este proceso sistemático, diseñado por el equipo investigador resultado de los análisis hechos a dicha Mesa, este proceso se divide en tres partes que se desarrollaran en los apartados siguientes, estos pasos deben realizarse en el orden correspondiente, pues permitirá a las organizaciones o empresas, conocer que se adapta mejor a sus necesidades y a la visualización precisa de su marca por su público meta.

2.4.1. Selección de redes sociales para una organización.

Como se menciona en el capítulo I (*1.3.3 Cartera de Redes Sociales, pág.67*), las redes sociales tienen un amplio abanico que ofrecer según la dirección que se quiere tomar dentro de ellas, aun así, la selección de éstas debe basarse en algunos criterios, los cuales permitirán tener resultados provechosos para la organización y la identidad gráfica de ésta.

Estos criterios, deben primero considerar a la organización a la que se aplica, es decir, a la naturaleza de la organización, también se debe razonar si se quiere comunicar o realizar un negocio dentro de las redes sociales, esta pauta será brindada por la identidad gráfica, la cual deberá ayudar a la selección de éstas, puesto que representan directamente como se desea interactuar con los clientes que usan estos medios, determinar qué será lo más importante a mostrar, influirá directamente en la selección de estos sitios.



A. Selección de red social según necesidades de la organización u empresa.

La Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, comprendía ciertas necesidades específicas para poder seleccionar las redes sociales, que serían mejor para ellos, esta Mesa ya había tenido una incursión en las redes sociales como se menciona en el capítulo I (*1.3.6 Redes Sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, pág.74*), que decidieron tomar Facebook como la red social para iniciar, sin embargo se debe evaluar si realmente dicha red se adapta a su renovada identidad gráfica, a continuación se presentan las necesidades que la Mesa tiene con respecto a la red social a escoger.

La siguiente tabla muestra el cuadro diagnóstico de necesidades que la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, desea considerar para seleccionar una red social, en esto se consideró el diagnóstico y la evaluación de Focus Group realizado al grupo de 10 artesanos seleccionados, con los cuales se consideraron bases específicas como tener un taller y pertenecer a la Mesa activamente, para lanzar al gremio a las redes sociales.

El cuadro que se presenta a continuación muestra de forma segmentada las necesidades de la Mesa, las cualidades de tipo comunicacional y visual que la red social debería de tener para posicionarse dentro de ella y las posibles redes sociales que cumplan con esos factores (Ver Tabla N°6, pág. 111).



Tabla N°6 Necesidades de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, ante una red social.

Necesidades de la Mesa	Cualidades de la red social debería tener	Posibles Redes Sociales
Se requiere comunicar quienes son como organización	Comunicar directamente	-Facebook -Twitter -Linkedin -google+
Requieren que la red social pueda ser programable	Poder programar publicaciones, sin necesidad de otra aplicación	-Facebook
Debe permitir promocionar productos	Facilidad de promocionar	-Facebook -Instagram
Debe permitir múltiple contenido gráfico, desde fotografías hasta videos	Espacio estilo galería	-Youtube -Facebook -Instagram -google+
De fácil uso	Fácil de comprender para manejar	Aplican la mayoría de redes sociales
Debe permitir contenido de diseño	Imágenes asociadas directamente a promocionar la marca	-Facebook -Instagram -Twitter
Debe permitir el acceso al grupo de comunicaciones de la Mesa directamente	Accesibilidad a un equipo editor	-Facebook -Instagram -Youtube
Que permita acceso gratuito y publicaciones gratuitas	El método pago no debe ser la primera opción	Aplica a la mayoría de las redes sociales

Fuente: Elaboración Propia



B. Selección de Redes sociales por público meta

Se debe considerar el público objetivo que la organización o empresa apunta fuera de las redes sociales como dentro de ellas, los cuales, según un cuestionario pasado a un público entre las edades de 18 años a 60 años de ambos géneros, a través de la herramienta digital google encuestas, cuestionario diseñado para medir en preguntas cualitativas el interés por Mesas Artesanales de El Salvador y que sector es el más interesado en este tema dentro de las redes sociales (Ir a anexo E, pág.186).

Se determinó con este cuestionario que quienes estaban más interesados sobre la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador era el público femenino entre las edades de 20 años hasta los 60 años, que utilizaban la red social de Facebook, como red social principal para encontrar o ubicar una empresa u organización, consultar para mayor referencia los datos en el anexo F, pág. 190.

Considerar el público objetivo es parte importante de la dinámica de una red social puesto aportan el aspecto de la cualidad más importante de estas, la interacción entre varias personas. Al conocer el público objetivo, permitirá conocer cómo comunicarse con éste a través de las diferentes formas gráficas existentes en las publicaciones dentro de la red social, para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, se consideró que el segmento de público meta, debía gustarle tener interés adquisitivo a las artesanías a nivel nacional e internacional.



C. Seleccionar redes sociales por las características destacables de éstas

Las redes sociales después de varios estudios en el campo del marketing, han llegado a atribuirle características destacables para ayudarle a las marcas, tanto las existentes como aquellas marcas que surgirán dentro de las redes sociales. A continuación, se presenta una tabla que muestra estas características que permitirán ayudar en la selección de la red social que más pueda adecuarse a las necesidades de la empresa.

Tabla N°7 Características destacables de principales redes sociales.

Red Social	Uso de la red social	Característica destacable
Facebook	Promocionar Negocio	Construcción de marca
Twitter	Atención al cliente	Investigación de mercado
Linkenid	Fomentar networking	Comunicación corporativa
Youtube	Branding y SEO	Alta viralidad
Pinterest	Exposición de productos	Crear experiencias visuales
Instagram	Exposición de productos	Crear experiencias visuales

Fuente: www.inventtatte.com

Al considerar todas estas características, se debe reconocer el punto de inicio o de avance que tiene la organización o empresa, al determinar estos puntos, para



la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador se observó que se necesitaba construir una marca, establecer un público objetivo que busque conocer sobre ellos, una buena comunicación y el interés por el producto artesanal.

Se consideraron que muchas redes sociales cumplirían los requisitos, pero se observó una constante y un antecedente, *Facebook* una red social con múltiples aplicaciones y posibilidades, era una de las que más se ajustaba a las necesidades de la Mesa, dos redes sociales se consideraron para apoyar la principal, Youtube para subir posibles videos cortos informativos de la Mesa de Desarrollo Artesanal y LinkedIn para establecer su perfil empresarial; sin embargo, Facebook sería el plan piloto de la Mesa para comprender el manejo de la identidad gráfica en una red social y la que presentaba más aceptación por el grupo de artesanos de San Salvador, por lo cual Youtube y LinkedIn se pospusieron para desarrollarlas a futuro y no dentro de esta investigación.

2.4.2. Adaptación de Identidad gráfica a las redes sociales.

Al establecer la red social o redes sociales a utilizar, se debe pasar a reflexionar como se adaptará la identidad gráfica a ellas, diferente a la papelería en donde la organización o empresa establece según sus ingresos y decisión seleccionan tamaños de sobres, colores o impresiones para adaptarlos a su identidad gráfica, las redes sociales ya tienen un diseño preestablecido en el cual la identidad debe sacar el mejor provecho de ello.

Para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, se debía aprovechar el diseño de la plataforma de Facebook, la cual contiene una paleta



base celeste y blanca, como se puede observar en la figura N°36, este diseño debe considerarse que estará en constante cambio según las adaptaciones que la red social tenga, la identidad gráfica deberá aprovechar todas las herramientas de desarrollo que esta red tenga para dinamizar sus contenidos:

Figura N°36 Vista de una plataforma general de facebook (perfil de usuario).



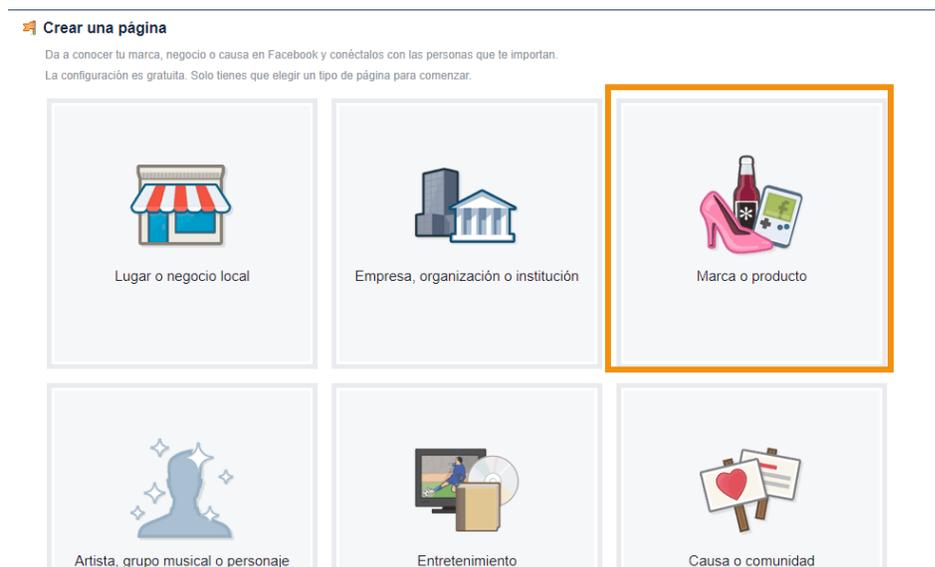
Fuente: Obtenido de Facebook.com, captura de pantalla.

Para establecer una marca en una red social como Facebook, la mejor manera es crear una *Página de Facebook* (Herramienta de la plataforma de Facebook para negocios), esto permitirá acceder a la herramienta de manejo empresarial que proporciona la red social, esta extensión del sitio son diferentes a las de un perfil de usuario regular, dicho espacio en Facebook permite determinar desde el momento de su creación qué tipo de página se seleccionará, del abanico de



opciones que ofrece la extensión que son pre-establecidos por Facebook, como se observa en la figura siguiente.

Figura N°37 Vista general en Facebook al momento de crear una Página de Facebook.



Fuente: Obtenido de Facebook.com

En el particular caso de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, se seleccionó el apartado marca o producto para la creación de la página, lo cual permitirá que la plataforma se adecue al inicio de la identidad gráfica de la Mesa en esta red social.

Para establecer una identidad gráfica en una red social, se considera la adaptación de esta identidad como de igual forma las características distintivas de la red social, la identidad de la marca MEDART San Salvador dentro de Facebook se buscará establecer el puente de comunicación con los clientes, los



cuales podrán conocer el producto pero de igual manera, podrán conocer sobre qué trata la Mesa y que hacen en específico, para las redes sociales la identidad se adaptará, sin embargo respetará ciertas normas, presentadas a continuación:

- Respetar la paleta de colores asignada a la marca y desarrollarla en los artes de contenido.
- Utilizar fotografías de los productos artesanales de la Mesa en específico.
- Utilizar en los artes el logo de la marca que sellará y firmará toda publicación.
- Se creará un nombre único para ser destacado en el buscador de Facebook en cuanto a la Mesa será “MEDARTSS” contracción del nombre de la Mesa.
- El nuevo nombre deberá utilizarse como nombre propio de la página para el buscador, es decir @MEDARTSS.
- Se buscará puntear el nombre de la marca en todo momento.

Estas normas son para poder direccionar la identidad gráfica dentro de las redes sociales estas se vuelven más estructuradas y de manera más entendible al momento de establecer la creación de contenido.



2.4.3. Creación de contenido en redes sociales para una organización.

Para la creación de contenido en una red social de una organización o empresa, se debe tener una estrecha relación con el aspecto organizacional de su manejo, se debe saber en específico qué dirección se tomará dentro de las redes sociales.

La identidad gráfica tomará una parte fundamental en el desarrollo del contenido, pues proporcionará las pautas a poder seguir en cuanto a desarrollar una marca dentro de una red social, la naturaleza de la organización solo debe ser una herramienta para manejar el sitio en la red seleccionada, se deben considerar de igual manera que las redes están en constante cambio y la identidad gráfica aportará el elemento distintivo a cualquier perfil de Facebook, sobre todo porque estos medios son visuales y si se requiere tener un impacto de *posicionamiento de marca*, este contenido debe ser estrechamente relacionado a los valores de la empresa y a lo que puede aportar a este espacio comunicacional.

Para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador se siguió un proceso específico para determinar el contenido que se utilizaría, la red social como Facebook, tomando de base ciertos parámetros que permitirían normar los contenidos, desde esta línea se realizó un proceso de selección de contenido, considerando que Facebook tiene la siguiente estructura para publicar en una página (Ver figura N°38, Página 119).



Figura N°38 Estructura de panel de publicación de una Página de Facebook.



Fuente: Elaboración propia a partir de un panel de publicación de Facebook.com

Al conocer esta estructura, se puede establecer qué tipo de publicación será la adecuada para la empresa u organización, en el caso de la Mesa, se estableció que se buscaría promover publicaciones atractivas a través de las imágenes o videos, se determinó la siguiente estructura para el contenido en la red social (Ver figura N°39, pág. 120).



Figura N°39 Estructura de contenido para una publicación regular en Facebook para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.



Fuente: Elaboración propia.

Este diseño de estructura puede variar según las necesidades de la marca, sin embargo, para la Mesa de Artesanos de San Salvador se determinó consolidar un mensaje con contenido efectivo y directo, muy importante para las redes sociales.

Para la creación de contenido dentro de una red social, el manejo del *post* (*texto escrito que se publica en internet, en espacios como foros, blogs o redes sociales*), las publicaciones deben seguir algunas pautas que pueden colaborar al rendimiento de éste, a continuación, se presenta una adaptación retomado de Guy Kawasaki, en el que se muestra la estructura de un post para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador (Ver figura N°40, pág. 121).



Figura N°40 Guía para un Post.



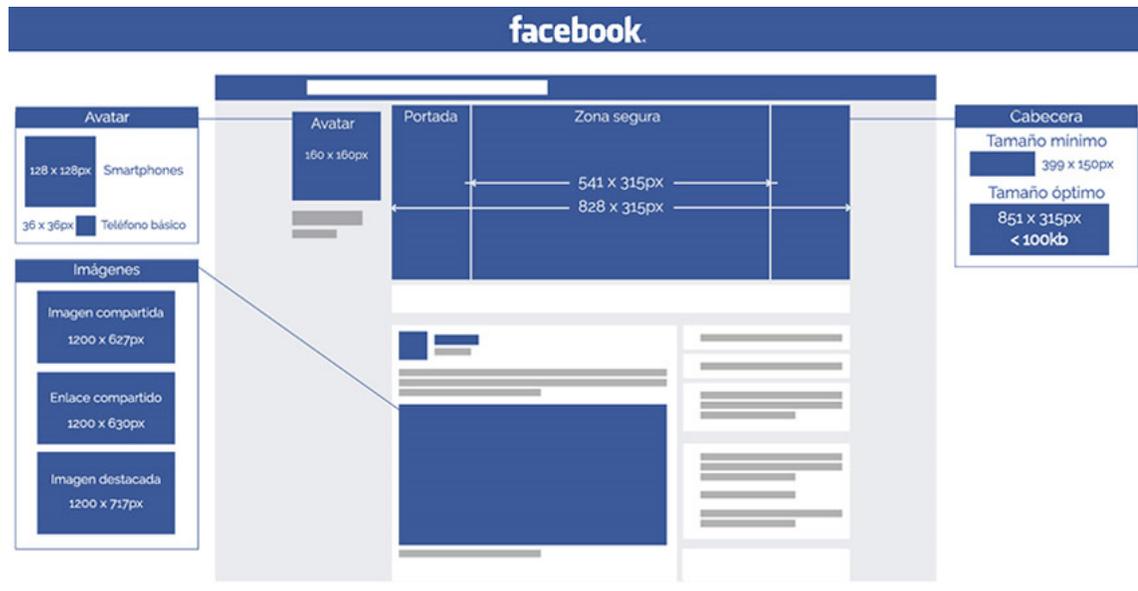
Fuente: Elaboración propia basada a partir de la elaboración de un post por Guy Kawasaki

La creación de contenido de la Mesa, buscará ser dinámica y atractiva, sobre todo con temas que busquen llamar la atención no solo a productos si no a la Mesa Artesanal, como una marca, por el dinamismo de las redes sociales se debe tener en consideración que los contenidos, deben verse fuertemente ligados a la estética diseñada para la marca, desde la colocación de fotografías hasta las publicaciones, deben considerarse para efectos gráficos (imágenes, videos, etc.) los tamaños que la red social establece por defecto, considerando el *pixelaje* y cual gama cromática debe usarse, habitualmente en *RGB* (*Modelo cromático*, en sus siglas en ingles *R=red*, *G=verde* y *B=blue*, en español rojo, verde y azul, que suele utilizarse para contenidos gráficos en dispositivos



electrónicos), a continuación se muestra el entorno de Facebook con estas consideraciones:

Figura N°41 Tamaños de imágenes en red social Facebook.

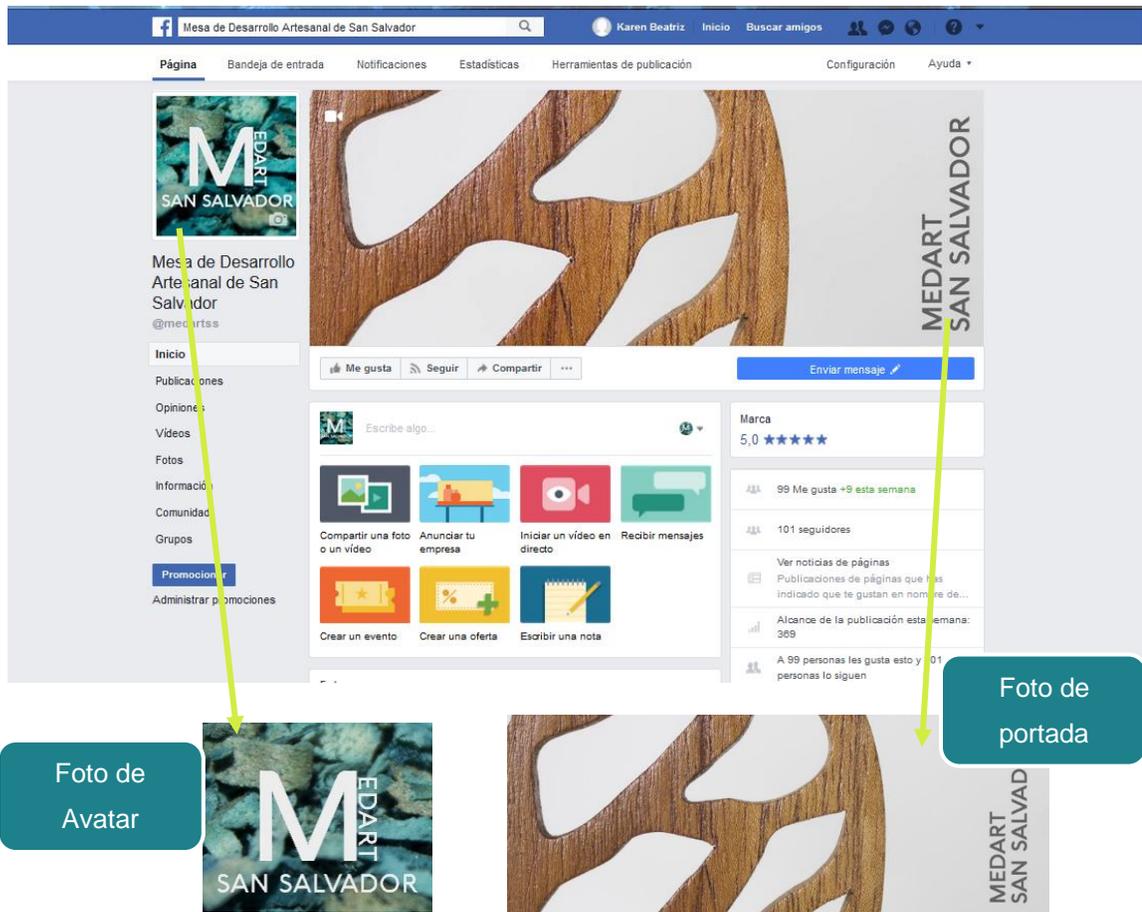


Fuente: www.ready4u.es/blog/tamanos-imagenes-redes-sociales

En cada red social que la empresa o la organización se coloque, debe tener estas consideraciones para la creación de contenido, esto con el fin de tener mejor desempeño dentro de las redes sociales, para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador se tomaron estas consideraciones en la página (Ver figura N°42, pág.123).



Figura N°42 Vista general de la página de MEDARTSS con tamaños proporcionados.



Fuente: Elaboración propia basada en página de MEDARTSS en Facebook.com

2.4.4. Costos generales de creación de contenido para redes sociales.

Dar un costo sobre la creación de contenido para una red social no tiene un parámetro específico, dado a que se debe considerar el país, la empresa, si la persona creadora de contenido pertenece a una planilla de empresa o es un “freelancer” (Se conoce de esta manera a la persona que realiza trabajos de manera autónoma e independiente) por lo tanto se seleccionaron los dos puestos



de contratación más solicitados en el mercado de trabajo de redes sociales Salvadoreño, que son propiamente el *Social Media Manager* (persona encargada del manejo de contenido, diseño de campañas y protocolos de una red social) y el *Comunity Manager* (persona encargada de crear contenido y difundirlo, ser la relación entre consumidor y marca de una red social), tomando como base un empleado en planilla y freelancer, para ello se determinó el pago promedio de muchas empresas privadas y gubernamentales, se debe considerar que estos puestos suelen ser cubiertos por diseñadores, comunicadores o publicistas, que realizan otras actividades o fueron contratados por su profesión y se le asignó el manejo de redes sociales (Ver tabla N°8, pág.124).

Tabla N°8 Costo general de producir contenido para redes sociales.

Puesto	Pago a Freelancer	Pago a Planilla
Social Media Manager	300 USD	400 a 500 USD
Comunity Manager	350 USD	400 a 500 USD

*Estos datos están sujetos a cambios según consideraciones de empresas.

Fuente: Elaboración Propia.

2.5. Manejo de Identidad gráfica de una organización en redes sociales

Crear contenido basándose en la identidad gráfica de una empresa u organización, es solo parte del proceso de la construcción de marca dentro de las redes sociales, por ello el manejo de esta identidad en estos sitios es tan relevante, pues se muestra la acción sobre la teoría, de lo que conviene llevar acabo y de aquello que debería evitarse.



Sin embargo, el manejo de una identidad gráfica parte de conocer a donde se quiere llevar la marca dentro de la red social, para poder crear una estructura que permita sobre ella trabajar óptimamente, la naturaleza de las redes que se muestran en constante cambio, por ello se requieren de estrategias para poder ser abordadas.

Las estrategias son un conjunto de acciones que permiten alinear metas y objetivos, para llegar a un fin en específico, para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador se realizó una propuesta de una estrategia básica para organizar el manejo de la identidad gráfica dentro de la red social Facebook y proceder a tener un desarrollo óptimo y un funcionamiento más orgánico dentro de las redes sociales.

2.5.1. Estrategia básica para el manejo de identidades gráficas en redes sociales.

Una estrategia básica consiste en desarrollar acciones generales que permitan realizar metas que en conjunto formaran un plan de acción, para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador se diseñó una estrategia que considerara la identidad gráfica de la Mesa, sobretodo su renovación de imagen, esta estrategia se basa en que un grupo específico pueda manejar la red social de la Mesa y que pueda mantenerse siguiendo estas acciones.

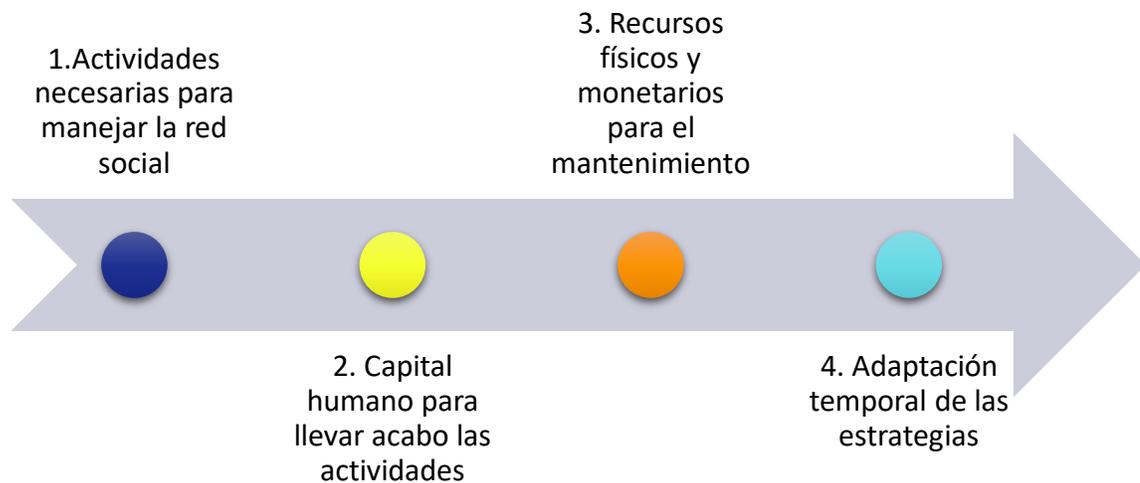
Para su creación se consideraron ciertas pautas que permitieran adecuarse al entorno de la red social seleccionada: Facebook, *también el conocimiento previo que el grupo piloto tenía en el manejo de las redes sociales o si carecían de este.*



El proceso de construcción de las estrategias se consideró también aspectos directos sobre la versatilidad y continuidad que esta estrategia básica podría tener para que los artesanos pudieran seguirla sin inconvenientes o fuera de una forma amigable a los tiempos de ellos.

A continuación, se muestra el proceso de construcción de la estrategia básica que el equipo investigador desarrollo para adaptarla a las necesidades tanto de la identidad gráfica, como a la red social.

Figura N°43 Proceso de construcción de Estrategia básica para el manejo de Redes Sociales.



Fuente: Elaboración propia



2.5.2. Estrategia básica para el manejo de identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

A continuación, se presenta el resultado del diseño de la estrategia básica adaptada a la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador para el manejo de su identidad gráfica en redes sociales.

- Definir objetivos y público meta
- Establecer Roles dentro de la página de Facebook para tener mejor control de las publicaciones
- Asignar un cronograma de publicaciones y programarlas
- Establecer tipo de publicaciones a realizar en la página
- Asignar Horarios de publicaciones y considerar fechas relevantes al año
- Crear un banco de imágenes, fotografías y videos para las publicaciones
- Crear alianzas con otras páginas en Facebook relacionadas para promociones mutuas
- Crear un sistema de red para apoyar nuestra página (Colaboradores)
- Crear contenidos con las 7 C (Calidad, Cantidad, Compartible, Conectar, Creatividad, Constancia, Cuantificable)
- Crear y planificar campañas de acción y expectación



2.5.3. Costos generales de manejo de redes sociales.

Los costos del manejo de las redes sociales dependerán de la cantidad de redes sociales, el especialista que trabaje en ellas, la dedicación de la empresa a estos medios y la inversión que se desee realizar en los medios.

Las redes sociales ofrecen paquetes de promoción a costes bajos entre los 3 dólares por publicación hasta inversiones de 50 dólares para conseguir seguidores, junto a los costos regulares de una campaña publicitaria regular que rondan en inversiones de 500 dólares a 3000 dólares o más, los costos en las redes sociales suelen dar una gran ventaja a la economía de una empresa, esto dependerá de cuanto ésta desee invertir, a continuación se presenta el precio de las redes sociales por publicaciones, en una tabla con el resumen de los precios de las redes sociales por medio de *CPM* (*Costo por millar, es decir el costo general de la publicidad en promedio por millar de publicaciones*).

Tabla N°9 Costo por millar de las redes sociales.

Red social	CPM
Instagram	4.44 dólares
Facebook	5.75 dólares
Twitter	6.93 dólares

*Estos precios son un estándar según precio actual de anuncios en las redes sociales

Fuente: <http://www.aeurus.cl/noticias/2016/07/01/la-publicidad-y-su-costo-en-redes-sociales/>



2.6. Creación de Manuales para manejos de Identidades gráficas

Como resultado de la investigación se obtuvieron 2 manuales; uno con el desarrollo de la marca renovada para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador (MEDART S.S) y el segundo con la estrategia y su aplicación en redes sociales creado por el equipo investigador.

2.6.1. Manual de uso de Marca.

El manual está estructurado con las partes básicas para su comprensión y su aplicación para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, como por ejemplo: su logo, contracción de su nombre, lo permitido para realizar cambios al logo y lo que no están permitido, etc.

El manual de imagen gráfica cuenta con las dimensiones siguientes:

- Cerrado: anchura de 23.5 cms y altura 18 cms
- Abierto: anchura 47 cms y altura 36 cms.

La tipografía seleccionada fue la familia *Raleway* para sus títulos es utilizada en su versión *Bold* y para las descripciones fue utilizada la misma tipografía en su versión Regular.

- **Raleway Bold.**
- Raleway Regular.



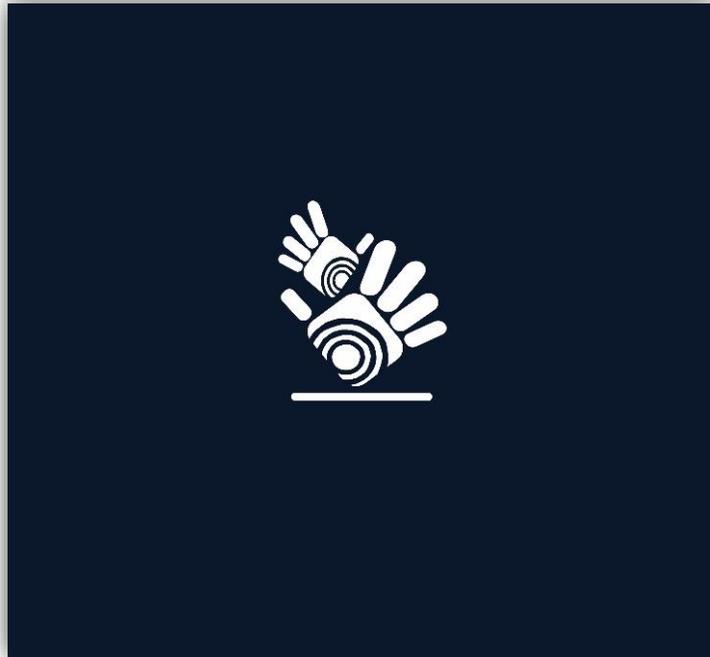
En su portada se muestra trabajo producido por el gremio acompañado con el título “*MEDART San Salvador Manual Imagen Gráfica*” y su contraportada se identifica el color principal azul negro y en su centro el isologotipo en color blanco (Ver figura N° 44 pág.130 y figura n°45 pág 131).

Figura N°44: Portada de Manual de Identidad Gráfica MEDART San Salvador.





Figura N°45 Contraportada de Manual de Identidad Gráfica MEDART San Salvador.



Fuente: Elaboración Propia

El uso de colores contará con dos aplicaciones diferentes, los separadores de contenido contarán a su izquierda con un bloque de color en diferentes tonos tomados de la paleta de colores establecidas por el MEDART ubicados en formas diferentes es el plano de trabajo a su derecha irá un bloque de texto describiendo en qué consistirá el contenido de ese apartado. (Ver figura N°46 pág. 132)



Figura N°46: Separador de contenido del Manual de Marca MEDART San Salvador.



Fuente: Elaboración Propia.

El diseño interno del manual fue seleccionado con fondo blanco, el cual brinda la versatilidad de aplicar colores tanto de la paleta utilizada en la marca MEDART, como en las ilustraciones relacionadas al desarrollo del manual en general, en la parte superior cuenta con una franja de color diferenciando cada uno de los apartados que conforman el manual (Ver figura N°47 pág.133).



Figura N°47: Diseño interno de Manual de Marca MEDART San Salvador.



Fuente: Elaboración Propia.

2.6.2. Manual de estrategias básicas para el manejo en redes sociales.

El manual de estrategias para redes sociales fué creado con el único fin de ser una guía para cualquier persona que desee iniciar en las redes sociales y es un complemento para la micro, pequeña y gran empresa, para poder tener una base inicial para sus publicaciones y el promocionar su imagen gráfica como sus productos.



Este manual lleva por título: “*Manual de estrategia básica para el manejo de identidad gráfica en redes sociales*”; este está basado en 10 estrategias aplicables sin embargo este fué aplicado a una sola red social Facebook

Estas estrategias fueron creadas y aplicadas a la página de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador en la red social Facebook como resultados del trabajo de investigación.

El Manual de Estrategias básicas para el manejo de identidad gráfica cuenta con las siguientes dimensiones:

- Cerrado: anchura de 14 cms y altura 12 cms
- Abierto: anchura 28 cms y altura 24 cms.

La tipografía utilizada para este manual fue la familia *Night Still Come* para los títulos junto a la familia *Keep Calm* y para el contenido general fue utilizada la familia *Tunga* en su versión regular

- Night Still Comes
- **Keep Calm**
- **Tunga**

Éste manual fue desarrollado con tendencias modernas en cuanto a su diseño flat (*colores planos 2D y con un diseño continuo sin saturación de color o imágenes*), utilizando la iconografía creada para el gremio y los colores atractivos a la vista con mezcla del color blanco para poder resaltar dichos colores etc.



En su portada es utilizada dos tipografías anteriormente descrita con color blanco y verde, se continuó con la línea de trabajo con fondo azul y una franja con los colores corporativos del gremio al costado izquierdo, como forma de mantener la unidad de los manuales se conservó la contraportada del manual de marca (Ver figura N°48 pág. 135).

Figura N° 48: Portada de Manual de Estrategias básicas para el manejo de Identidad Gráfica.



Fuente: Elaboración Propia

De manera interna el manual cuenta con fondos blancos acompañados en contraste con bloques de colores atractivos visualmente, en algunos casos los títulos están acompañados en la parte inferior con una franja del mismo color del



título utilizando la iconografía del gremio de manera discreta (Ver figura N°49 en la pág.136).

Figura N°49: Diseño interno de Manual de estrategia básica para el manejo de Identidad Gráfica en redes sociales.



Fuente: Elaboración Propia.

2.6.3. Costos generales de Manuales de marca y estrategias.

Los precios de la impresión y empastado de ambos manuales varían por el número de páginas a empastar y el tipo de papel seleccionado para la impresión a continuación se aprecian 3 opciones de imprentas para impresión de ambos Manuales y 2 lugares para empastados que son convenientes iniciando por la calidad de las impresiones como el del empastado (Ver Tabla N°10 y 11 pág. 137).



Se recomienda que la impresión del Manual de Marca sea efectuada con *Couche 80 gr* y la impresión del Manual de Estrategias básicas para el manejo de Identidad gráfica en redes sociales sea impreso en papel *Folcote 80 o 100*.

Tabla N°10 Costo de Impresión Manuales: Identidad Gráfica y Estrategias básicas para el manejo de Identidad Gráfica en Redes Sociales.

Papel/Imprenta	Maquila 320	Printea	Imprimelo
Couche 100 gr	\$ 0.73 USD*	\$ 0.90 USD*	\$ 1.15. *
Folcote 80 gr	\$ 0.73 USD*	\$ 0.90 USD*	\$ 1.25. *

**Referencia de costo para el mes de noviembre de 2017, se contempló para tiro y está sujeto a variación.*

Fuente: Elaboración Propia del Equipo investigador

Tabla N°11: Costo de Empastados de Manuales: Identidad Gráfica y Estrategias básicas para el manejo de Identidad Gráfica en Redes Sociales.

Lugar: Imprimelo	Precio (USD)
Manual de Marca	Entre \$15 – 20 *
Manual de Estrategias básicas para el manejo de Identidad Gráfica en Redes Sociales	Entre \$5 – 10 *

**Referencia de costo para el mes de noviembre de 2017, sujetos a variación.*

Fuente: Elaboración Propia del Equipo investigador



Capítulo III

Resultados de los procesos aplicados para establecer Identidades gráficas adaptadas a redes sociales.

Los resultados de un proceso son determinantes para poder comparar el punto de inicio y su punto de finalización a través del cumplimiento de los objetivos planteados en la investigación, en general; cabe mencionar que cada aspecto considerado en la teoría, aplicado a la práctica perdiera o adquiriera valor, este capítulo muestra los resultados del proceso investigativo sobre el manejo de identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador dentro de la red social de internet Facebook, las opiniones de estos resultados por el sujeto de estudio y expertos en áreas de comunicación, diseño y publicidad, adicionando a éste la metodología, la aplicación y la realización de la capacitación del sujeto de estudio y la creación de los manuales el primero de imagen corporativa y el segundo sobre el manejo de la estrategia básica creada por el grupo investigador para que este pueda ser tomada como base para personas, grupos, empresas u organizaciones interesadas en obtener un conocimiento básico sobre el manejo de redes sociales.



3.1. Resultados del manejo de identidades gráficas en redes sociales.

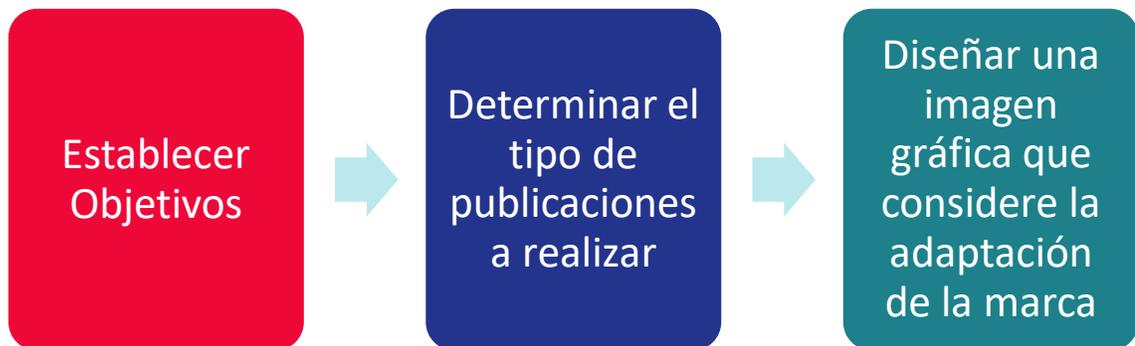
Al determinar la línea gráfica general de la marca de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, permitió reconocer cuales serían las directrices de diseño a seguir en las redes sociales, basado en los procesos se clasificó la línea estética a seguir a partir de la renovación de la marca, junto con el tipo de publicaciones a establecer en las redes sociales, se establecieron objetivos y metas a cumplir dentro de la red social Facebook.

Dada la renovación de la marca en el proceso de investigación, se estableció junto a ella la adaptabilidad que debía poseer la identidad gráfica de dicho gremio, esto con el fin de tener una línea guía de comunicación visual con el usuario de la red social seleccionada, sin embargo, no fue el único el resultado abordado por el equipo investigador, se trascendió a un manual de marca para guía de la renovación de imagen, un manual de estrategia básica para manejar la red social Facebook y una capacitación diseñada para educar sobre el manejo de esta identidad en la los sitios de internet.

El proceso metodológico para este fue, establecer objetivos en las redes sociales, considerar la adaptabilidad de la marca, establecer publicaciones, establecer un equipo de trabajo dedicado a las redes sociales y capacitar a este grupo, como se muestra en el esquema a continuación cuales fueron los pasos para un manejo de las redes sociales (Ver figura N° 50, pág.140).



Figura N°50 Proceso a seguir en red social Facebook.



Fuente: Elaboración Propia.

3.1.1. Resultado de la adaptación de identidad gráfica a redes sociales.

Durante el desarrollo de la presente investigación se encontró que la imagen actual de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador requería una renovación como ya se ha mencionado anteriormente, puesto que no contaba con una unidad que permitiera su adaptación en las redes sociales, durante el proceso de investigación se optó por una renovación de imagen que permitiera tener una adaptación significativa para diferentes entornos, esto con el fin de potenciar la marca.

El resultado de esta renovación de imagen fue: *isologotipo adecuado a la marca, paleta de colores para la marca, eslogan, papelería, promocionales y la adaptación de la marca pensada directamente para la red social Facebook*, esta debía adaptarse a ciertos criterios para ser adaptable los cuales fueron los siguientes:



- La marca debía continuar respetando su esencia
- La paleta de colores debía ser empleada en las publicaciones
- El isologotipo debía estar presente en todas las publicaciones
- Las fotos de los productos deben estar acompañadas por el isologotipo
- Las fotografías deben mostrar la identidad de los artesanos
- El eslogan debía ser utilizado para generar expectativa en las personas
- La línea de comunicación buscaría ser educativa sobre los artesanos

Aplicando estos criterios, la adaptación a la red social Facebook dio como resultados una página con el nombre de “Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador”, dentro de esta página en Facebook se utilizó el isologotipo resultado de la renovación de la marca, se utilizó de igual manera uno de los colores de la paleta diseñada para la nueva identidad gráfica esto para las imágenes de portada y perfil de la página que se presentan en la figura siguiente, reconociendo la importancia de la foto de perfil pues representa la primera imagen que se ve de la empresa en conjunto con la portada.

Figura N°51 Diseño de foto de perfil y de portada para página de Facebook.



Fuente: Elaboración Propia



Llevando la adaptación a su mayor expresión se buscó crear una iconografía que representara a la marca de igual forma por los distintos rubros artesanales que la mesa posee, es así como junto con el logo, se diseñaron 6 iconos que también representan 6 de los colores de la marca, como se observa en la continuación:

Figura N°52 Diseño de iconografía representando 6 rubros artesanales.



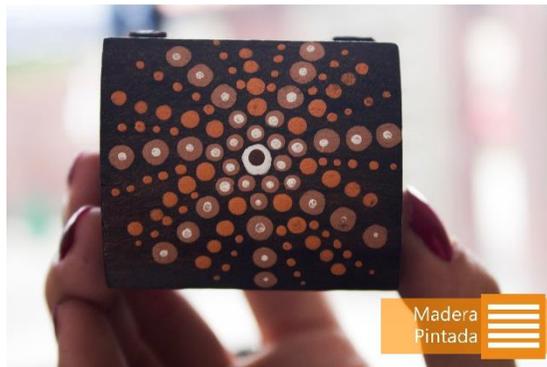
Fuente: Elaboración Propia.

Los iconos fueron diseñados para representar significativamente los rubros de una manera visual para los usuarios de las redes sociales los cuales pueden ser colocados sobre las fotos que les represente (ver figura N° 53, pág. 143) con ello el uso de las imágenes adaptadas con tipografías claras acompañadas del logo



y el cintillo de los colores de la marca diseñada para la papelería como se puede observar en la figura siguiente:

Figura N°53 Fotografías de algunos rubros artesanales.



Fuente: Elaboración Propia



Figura N°54 Ejemplos de fotografía de la marca para la red social Facebook.



Fuente: Elaboración Propia



Se estableció que las publicaciones cuales fueran serían acompañadas de una estructura básica en el texto permitido por la plataforma de Facebook, donde se utilizará la etiqueta “#MEDARTSS”, acompañado de la ubicación “San Salvador”, como se muestra en la figura siguiente:

Figura N°55 Captura de pantalla de una publicación realizada en la página.



Fuente: Elaboración propia a partir de Facebook.com

Para los videos y gif se buscó utilizar el logo de una manera completamente visible, esto con el fin de no perder la visión de la marca en todo lo realizado, las publicaciones de imágenes también debían ser acompañadas del logo según lo establecido en el manual de marca. Ver figura N°56, (pág.146).



Figura N°56 Gif animado y captura de fotograma de video para la Mesa.



Fuente: Elaboración propia

Parte de los resultados del manejo de la identidad gráfica dentro de las redes sociales, se logró establecer una imagen de organización y de mostrar los colores seleccionados para la Mesa y sus atributos, partiendo del nuevo logo, fotografías, respetando las reglas establecidas para el uso de iconografía, logo, publicada en redes sociales, etc. La adaptación de la marca en las redes sociales tiene la finalidad de establecer la marca.

A continuación, se presentan capturas de pantalla donde se aprecia la vista general de página actual del MEDART San Salvador y una captura de pantalla de la vista general de la página desde un teléfono móvil, ambas son vistas generales de un administrador de la página (Ver figura N°56, pág. 147).



Figura N°57 Vistas generales de la pagina en computadora y teléfono móvil.



Fuente: Elaboración propia

El resultado ha sido favorecedor con respecto a la adaptación de la nueva imagen, permitiendo que su atractivo visual a través de la paleta de colores y el nuevo logo que muestran una imagen atractiva delante del usuario de la red social Facebook permitiendo un *público orgánico (público logrado sin pagar ningún tipo de publicidad a Facebook)* actual de 244 me gusta y 252 seguidores directos a la página sin pagar por público.

3.1.2. Resultados de la aplicación de estrategias básicas para el manejo de una identidad en redes sociales.

Al manejar una identidad gráfica en las redes sociales, se observó la necesidad de abordarlas con un tipo de constancia y estructura, esto con el fin de desarrollar una unión de la marca a la plataforma de Facebook, por ello se



creó una estrategia básica que ayudará a tener directrices de cómo manejar eficientemente la identidad gráfica.

La estrategia resultante consta con 10 parámetros, los cuales se diseñaron para personas y equipos de trabajo que inician su manejo de identidades gráficas en redes sociales, el equipo de investigación valoró el uso de los artesanos hacia la plataforma y como resultado se determinó una estrategia básica que puede ser aplicada por el grupo que seguirá dándole continuidad a la página creada (Ver tabla N°12, págs.148-150).

Tabla N°12 Estrategias Básicas.

Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Definir Objetivos y público meta	Establecer una línea guía de trabajo y el público con el cual existirá una comunicación por las redes sociales	Organización y recurso humano	+Establecer objetivos alcanzables con metas cercanas +Definir el público meta a base del criterio a quien se quiere alcanzar.
Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Establecer Roles dentro de la página de Facebook	Crear una estructura organizacional para el manejo de la red social.	Recurso Humano y organización	Establecer un equipo encargado de las diferentes tareas a desarrollar en la red social.



Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Asignar un cronograma de publicaciones y programarlas	Organizar el modo de trabajo del equipo para mejorar rendimiento y calidad.	Organización y tiempo	Desarrollar un calendario de una semana para programar las actividades del equipo y que publicaciones se harán a la semana.
Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Establecer tipo de publicaciones a realizar en la página	Construir un esquema de tipo de publicaciones	Tiempo y organización	Establecer grupos de publicaciones con el mismo objetivo es decir, informar, promocionar, interacción etc.
Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Asignar Horarios de publicaciones y considerar fechas relevantes al año	Crear un sistema de horas y fechas para la organización del equipo por publicaciones	Tiempo y organización	Crear según la guía de Facebook, horarios y días en los que se publicara.
Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Crear un banco de imágenes, fotografías y videos para las publicaciones	Adquirir una biblioteca de información general que el equipo de trabajo pueda utilizar en sus publicaciones.	Tiempo	Guardar con nombres por carpetas todos los archivos multimedia de eventos o generales..



Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Crear alianzas con otras páginas en Facebook relacionadas para promociones mutuas	Establecer conexiones con otros coordinadores de páginas para promoción mutua.	Recurso humano	Conocer administradores de otras páginas relacionadas a la temática de la nuestra.
Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Crear un sistema de red para apoyar nuestra página (Colaboradores)	Elaborar un sistema de colaboradores entre contactos conocidos en la red social .	Recurso humano y organización	Promocionar la página de Facebook de manera gratuita con colaboraciones de contactos de nuestras redes y directamente del equipo de trabajo.
Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Crear y planificar campañas de acción y expectación	Mantener una conexión en las publicaciones	Organización	Dichas campañas ayudan a promocionar un evento, una compra etc.
Estrategia	Objetivo	Tipo	Aplicación
Crear contenidos con las 7 C (Calidad, Cantidad, Compartible, Conectar, Creatividad, Constancia, Cuantificable)	Mejorar la calidad de las publicaciones	Recurso humano, organización y tiempo	El contenido deberá ser basado en hacer un publicación que respeta la identidad gráfica, que sea corta, directa, compartible, conectiva, organizada para nuestro público.

Fuente: Elaboración propia



Dicha estrategia se manejó en 3 líneas importantes, **el objetivo, el aspecto práctico y la unidad** de trabajo para ella se destacaron 3 elementos importantes: **la organización, el tiempo y el recurso humanos**, todos vitales para un manejo efectivo de las redes sociales, sobre todo de Facebook que permite un trabajo en equipo, para ello se diseñaron 3 iconos para estas estrategias que pudieran resumir el tipo de cada línea, en la figura N°58, se muestran los íconos que representan estos 3 elementos.

Figura N°58 Íconos para identificar los elementos en las estrategias.



Fuente: Elaboración Propia.

Estas estrategias se dejaron registradas dentro de un manual para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, al cual ellos podrían consultar cada una de ellas y saber qué tipo de tarea debía desarrollarse como tal.



3.1.3. Resultado práctico manual de marca y manual de estrategias.

Como resultados prácticos de la investigación se obtuvieron dos manuales, uno de ellos consistió en el manual de marca, en donde se planteó la esencia visual el eslogan de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, el nuevo logo, papelería, paleta de colores, adaptación de la marca a redes sociales entre otros, este manual de marca fue diseñado para que los artesanos puedan encontrar una guía adecuada del aspecto visual de su marca, dicho manual se basó estrechamente con la renovación de la marca, se diseñó de forma explicativa sobre el uso correcto de la imagen, la cual los artesanos podrán manejar de forma accesible, sin embargo muestran la necesidad de un diseñador, puesto que la continuidad de la imagen en el algunos aspectos requiere de un diseñador.

El segundo manual fue diseñado para convertirse en una guía práctica de consulta sobre la estrategia a usar para el manejo de la red social Facebook, este manual busco ser más accesible en casi todos los sentidos, pues debía ser reproducible a bajos costos del original, ser claro y conciso, sobre todo por si el trabajo en redes sociales se reparte entre varias personas.

3.2. Capacitación como resultado sobre el manejo de una identidad gráfica en redes sociales

Dentro del diagnóstico realizado a la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador se dio un fenómeno constante el cual mostraba que la mayoría de los artesanos de esta mesa poseían una página en Facebook, sin embargo muchos de ellos comentaban que no sabían cómo en realidad manejarla como producir



afluencia a sus páginas, por ello durante el desarrollo de la investigación se determinó darle solución con una capacitación que pudiese exponer lo básico del manejo de la plataforma, claves del entorno y usos generales de llevar una identidad grafica dentro de la red social. Los fines de ello fueron para determinar el tipo de público meta dentro de los usuarios de Facebook.

3.2.1. Metodología de capacitación.

La capacitación en su principio buscó fomentar algunos temas de los cuales los tecnicismos son olvidados, tomando la necesidad de resolver estos temas y cómo ser una marca de impacto en las redes sociales se diseñó una capacitación con 6 temas que conformarían la temática de la capacitación que llevaría por nombre: “*Principios sobre manejo de identidad gráfica en red social Facebook*”.

Esta capacitación se contó desde un principio con 10 artesanos pertenecientes a la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador que asistirían a ella, se acordó junto con la directiva anterior y la actual que realizó su posesión en el mes de Agosto del año 2017, que se seleccionarían artesanos que deseaban ahondar sus conocimientos con respecto a las redes sociales y aquellos que quedarían encargados de la continuidad de la página creada en Facebook, de este grupo de artesanos se sumarían de 5 a 6 personas que apoyaron la investigación dentro de sus campos de trabajo, invitados que proporcionarían una visión general de esta capacitación.

De esta manera se determinaron cuatro objetivos a cumplir dentro de la capacitación, considerando que esta se desarrollaría de manera educativa,



donde el equipo investigador impartiría a raíz de los conocimientos desarrollados durante la investigación, los objetivos que se establecieron son los siguientes:

- Fomentar el manejo de una identidad gráfica de una organización u empresa, dentro de la red social Facebook.
- Conocer sobre las redes sociales y su importancia para las organizaciones u empresas.
- Descubrir las ventajas del uso de las redes sociales como medio de comunicación empresarial.
- Establecer la importancia de tener una identidad gráfica para una organización u empresa.

Los temas que conforman la capacitación son los siguientes:

1. Principios básicos sobre redes sociales e identidades gráficas entorno a Facebook.
2. Generalidades de la herramienta “Páginas” en Facebook.
3. Manejo de “Páginas” de Facebook para administradores y grupo de trabajo.
4. Estrategias básicas para el manejo de identidad gráfica en Facebook (Recursos Humanos, tiempo y organización).
5. Desarrollo de Estrategias básicas.



6. Aplicación de las Estrategias básicas

Dichos temas abordaron las necesidades más importantes que se han observado dentro de la investigación que los artesanos han enfrentado con respecto a la red social, para cada tema se desarrolló un guión de clase (Ver Anexo M, pág.205), junto con material de apoyo para cada sesión clase (Ver Anexo N, pág. 214), presentaciones de diapositivas y videos en Youtube, esto con el fin de colaborar a una mejor comprensión del tema, dentro de los materiales se diseñaron 3 presentaciones mostradas a continuación:

Figura N°59 Presentaciones por capacitación.



Fuente: Elaboración propia.



La capacitación en aspectos técnicos se repartió de una manera sistemática, con horarios de sesión, fecha de inicio y finalización, roles del grupo capacitador y reglamento de la capacitación, según como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla N°13 Detalles generales de Capacitación.

Capacitación impartida por:	Karen Sánchez
Logística por:	Beatriz Aragón
	Dilian Ortiz
Duración de capacitación:	3 Sesiones con duración de 2 horas por sesión
Horario:	9:00 am – 11:00 am
Lugar:	CEDART San Salvador
Participantes inscritos:	12 participantes por parte de MEDARTSS
Participantes consultores y extras:	De 4 a 6 participantes extras
Recursos para sesiones:	Pantalla, laptop, proyector, apuntador, material de apoyo
Material a llevar por inscritos:	Cuaderno de apuntes, bolígrafo, lápiz, borrador.

Fuente: Elaboración Propia.



Se realizó con base a esto una hoja de resumen sobre las reglas generales de la capacitación (ir a Anexo J, página 201) y se diseñó una hoja de inscripción en la cual el número de participantes incremento a 13 artesanos y una persona invitada en total (ir a Anexo k, página 203).

3.2.2. Aplicación de capacitación.

La capacitación “*Principios sobre manejo de identidad gráfica en red social Facebook*”, está destinada para personas que inician en la red social Facebook, o que tienen cierto control del manejo de la página, basado en los estudios de manejo y organización en redes sociales que se realizaron durante la investigación.

La aplicación de esta capacitación es para personas que quieran publicitarse a través de una página de Facebook y consiste especialmente en la importancia de la imagen dentro de este sitio, las edades para esta capacitación son tomadas en el rango de edad variado de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, dado a que son principios con estrategias básicas del manejo de una identidad gráfica dentro de una página de Facebook.

3.2.3. Realización de capacitación.

La capacitación dio inicio el lunes 9 de octubre de 2017 y su finalización el día 23 de octubre, en las instalaciones de Centro de Desarrollo Artesanal de San Salvador, con un grupo de 10 personas, de las cuales 9 eran los artesanos inscritos y 1 persona era invitada. La capacitación se ha desarrollado en los



horarios establecidos de 9:00 am a 11:00 am, durante el cual se realizaron ponencias de 45 minutos por dos temas tratados en cada sesión.

La capacitación tuvo un sistema de roles para el equipo capacitador que fueron un capacitador y dos personas encargadas de la logística, donde el capacitador se apoyó de recursos tales como la computadora, guiones, material de apoyo, presentaciones en power point y videos, para llevar a cabo la diversa exposición de los temas. A través del equipo de logística se desarrollaron actividades tales como la toma del listado de asistencia, dinámicas, captura fotográfica del desarrollo de la capacitación, entrega de material de apoyo, supervisión del grupo durante la exposición y notas del comportamiento del grupo.

Imagen N°4 Fotografía de una de las integrantes del equipo repartiendo el material.



Fotografía por: Dilian Ortiz.



El equipo repartió las tareas con visión de eficiencia en el trabajo, al inicio de la capacitación se repartieron los materiales de apoyo y se esperaron 15 minutos para iniciar formalmente, luego de esto se llevó la presentación del equipo y sus roles, durante la capacitación.

Imagen N°5 Presentación del equipo.



Fotografía por: Yelter Monterrosa.

La capacitación se desarrolló sin interrupciones durante la exposición, con preguntas ocasionales por parte de los capacitados, el grupo presentó interés sobre los temas desarrollados durante la capacitación, se obtuvieron retrasos por parte de los artesanos a la hora de inicio, también se tuvo participación colectiva del grupo y responsivos a las preguntas realizadas por el equipo capacitador de los temas desarrollados, la asistencia fue constante por la mayoría de los inscritos excepto por algunos que pidieron permiso en una sesión.



Imagen N°6 Grupo de artesanos durante la capacitación.



Fotografía por: Dilian Ortiz.

Imagen N°7 Capacitador durante la exposición.



Fotografía por: Dilian Ortiz

El presupuesto de la capacitación puede ser consultado en el Anexo L página 204.



La capacitación se culminó con la ceremonia y entrega de diplomas brindados a los artesanos que formaron parte de la capacitación, dicha entrega fue realizada en la Universidad de El Salvador, con apoyo de impresión de diplomas por parte de CONAMYPE, en dicho acto se hizo entrega de las herramientas de los Manuales desarrollados durante la investigación de manera física, para que los artesanos que quedasen encargados del manejo de la página en Facebook los cuales continuaran con el mantenimiento de esta.

La ceremonia tuvo como representantes a la directora de la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador la Licenciada Ligia Manzano y por parte de CONAMYPE al técnico encargado de la MEDART San Salvador la Licenciada Roxana Perlera.

Imagen N°8 Ceremonia de entrega de diplomas.



Fotografía por: Beatriz Aragón



La entrega de diploma con el respaldo de las instituciones dio como resultado a artesanos conocedores del entorno de la red social Facebook y a un grupo que aplica dichos conocimientos a sus páginas individuales.

Imagen N°9 Entrega de diplomas a artesanos de MEDART San Salvador.



Fotografía por: Beatriz Aragón

3.3. Valoraciones sobre el manejo de identidad gráfica en redes sociales aplicada a la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

El desarrollo de este proyecto constó de varios pasos, inicialmente, con la creación de la imagen gráfica ausente en la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador hasta el lograr capacitar a un pequeño grupo de este



gremio a continuación se brindarán tres valoraciones iniciando con el gremio y finalizando como grupo investigador.

3.3.1. Valoraciones de Artesanos pertenecientes a Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

En el cuestionario presentado al grupo capacitado de artesanos de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador (Ver anexo O pág. 233.) durante su último día de capacitación dio referencia que, ahora ellos se encuentran satisfechos con su nueva identidad gráfica, con la paleta de colores y con su iconografía en comparación a la que poseían al inicio de éste proyecto, pues armonizan con las artesanías y cada color posee un significado establecido además de ser más moderna y de fácil reconocimientos de manera física como en redes sociales por la cuales es difundida sin embargo, ésta actualmente puede verse aplicada en la red social Facebook.

Los artesanos hoy además de reconocer los beneficios de la imagen gráfica, comentan que hoy comprenden la importancia de sentirse identificados con su isologotipo, también comparten su interés sobre la importancia de las redes sociales por medio de las cuales la imagen gráfica es puesta delante de su público meta para que ellos sean capaces de identificarlos de manera física por medio de la ubicación geográfica, su producto o los diferentes eventos de los cuales los artesanos han sido y serán parte en un futuro. El gremio está satisfecho con la interacción de la página de MEDART en la red social Facebook, pues ella está ayudando a educar a su público meta con los diferentes rubros que el gremio posee como madera pintada, añil, alambrismo, marroquinería entre otros; además de ello se le indica a su público meta sus lugares de venta y



opciones alternas de crear negocio por medio de la mensajería dentro de la misma página en Facebook.

Los capacitados recomiendan que se lleve a cabo proyectos y capacitaciones de esta índole los cuales no sean brindados solo al gremio sino a todo aquel que desconozca la importancia de estos medios digitales o no conozcan la manera de apropiada el uso de estas herramientas económicas y rentables para la búsqueda de nuevos consumidores nacionales como internacionales.

3.1.1. Valoraciones de Expertos sobre el desarrollo del proyecto.

En el cuestionario presentado a expertos de las disciplinas relacionadas al diseño gráfico (mercadeo y comunicación) muestran los siguientes resultados (Ver anexo P pág.242).

- **Comunicación:**

En la aplicación de la Imagen Gráfica en la página MEDART en la red social Facebook fue efectuada de manera equilibrada ya que su logo como slogan son fáciles de recordar y son de fácil aprendizaje para su público meta para lograr una interacción dinámica con sus seguidores.

El tipo de publicaciones tanto educativas como de acción permiten la participación entre los seguidores de la página y las administradoras reflejada en los comentarios y el nivel de visualización en aumento de las publicaciones, sin



embargo, las publicaciones son carentes de imágenes de los artesanos y sus productos los cuales no permiten el conocimiento de ellos y su trabajo.

Sobre la capacitación sobre redes sociales es de vital importancia para poder fomentar una sana competencia y reconocimiento de los artesanos y su trabajo con su público meta tanto nacional como internacional para poder ser personas más integrales dentro de un mercado conectado cada día más por la tecnología como medio de información y búsqueda para solventar sus necesidades.

- **Mercadeo:**

La Imagen de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador es adaptable a los medios y puede ser conectada con las emociones de su público por medio de la representación simbólica de las manos como principal instrumento de creación, sin embargo, el color principal más allá de ser interpretado como un azul oscuro es tomado como negro lo cual podría poner en riesgo la percepción de la imagen o sus colores.

Las publicaciones en su mayoría son educativas y acción con su público meta con el uso correcto de ortografía, sin embargo, al carecer de imágenes se pierde el interés y el valor de lo que se está presentando pues los consumidores son atraídos con imágenes y no con letras sin embargo la educación de los consumidores es de vital importancia para lograr la diferenciación de su trabajo, localización y promoción.



Es de vital importancia el capacitar a toda la gente que desee crear una interacción más cercana con su público meta, la cual es uno de los principales objetivos dentro de las redes sociales, la interacción entre diferentes personas con intereses en común, el poseer actividades como estas promueven el uso de las redes sociales y se convierte en una de los principales puntos de conocimiento tanto para el vendedor como el consumidor.

- **Diseño Gráfico.**

La Imagen Corporativa es dinámica, de fácil reconocimiento con un solo plano lo que permite que sea fácilmente integrada en diferentes medios de comunicación e internet, como resultado se vuelve más rentable para los artesanos en la interacción de su público meta, el uso de color es sobria y al utilizar una gama de colores oscuros con colores atractivos a la vista vuelve más dinámica tanto la página como las publicaciones que este posee.

Las publicaciones en general son simples, con el uso de los colores corporativos seleccionados por el gremio lo cual permitirán a su público meta el reconocimiento como artesanos como de sus productos no existe un abuso del color o ausencia del mismo sin embargo carece de imagen lo cual brindará como consecuencia la pérdida del interés de sus seguidores, no se reconoce quienes son los artesanos que conforman el gremio o cuales son los productos que estos pueden ofrecer al mercado.

Este tipo de capacitaciones brindan a las personas las herramientas básicas para que ellas puedan utilizar recursos de bajos costos con altos resultados en un



período de tiempo, incentivan al uso de las redes sociales de manera eficiente y permiten la obtención de resultados a corto mediano y largo plazo; éste tipo de proyecto deberían de ser apoyados por empresas u organizaciones que estén interesadas en el desarrollo de sus respectivos países.

3.3.3. Valoraciones sobre el proyecto.

Como grupo investigador el desarrollar éste trabajo en general ha constado de diferentes etapas, una de ellas es la renovación de la identidad gráfica con su manual corporativo del MEDART San Salvador, esto se logró en un esfuerzo en conjunto con el gremio de artesanos, haciéndolos a ellos participes de la selección de su isologotipo, de los colores que hoy les representan y sus respectivos significados; los artesanos poseen hoy un registro sobre cuando se instituyó éste isologotipo y de su imagen gráfica en general.

Posteriormente a la selección de sus colores e isologotipo renovado debía ser establecida y adaptada a una red social, la cual, fué determinada como prueba piloto Facebook por su mayor demanda, facilidad de acceso al gremio e inversión económica casi nula.

Al poseer cocimientos de diseño gráfico, se educó a los artesanos sobre la importancia de la imagen para una organización, qué paleta de colores sería más representativa, sin embargo al crear la página en Facebook, la adaptación de la marca debía ser limpia, estética y educativa, por ello se valoró que se requería una capacitación para los artesanos, quienes si bien conocían la red social en su mayoría desconocían como manejar una imagen dentro de Facebook.



La capacitación se realizó con la idea de enseñar como posicionar una página en Facebook, la clase de contenido a publicar, sus tiempos entre otros. Esto sin embargo requiere de una constante educación al manejo de redes sociales, y se demostró que un artesano puede producir una imagen bien estructurada y agradable a la vista, tener una línea de marca y un logo que puede trabajarse de manera armoniosa, sin embargo no fué solo llevado el proceso de capacitación sino que se efectuó la graduación de la muestra de artesanos con sus respectivos diplomas como muestra de la capacitación y validación del conocimiento impartido y obtenido sobre redes sociales.

La adaptación de la marca MEDART en redes sociales fué llevada a cabo de una manera educativa, por medio de publicaciones que el público meta de MEDART fue instruida sobre los rubros que ellos poseen. Sin embargo la creación de contenido que estaba planificada se vio perjudicada al ser restringidas a la obtención de imágenes de los artesano y de los productos artesanales creados por el gremio, debido al celo y el temor a ser plagiados, ya que aún como marca se encuentran en vías de legalización para hacer valer sus derechos de autor de manera legal, según expresaron ellos en el Focus Group.

Como investigadoras se pudo crear la necesidad de un diseñador que conozca cómo manejar la adaptación de la identidad gráfica, lo importante del diagnosticar el estado de la imagen de una marca y detectar si es adaptable a diferentes medios y se recalca que ésta investigación es abierta para ser complementada por posteriores profesionales de las ramas anteriormente mencionada con el fin de hacer de ésta investigación algo más integral.



Conclusiones

En el marco de la presente investigación se buscó destacar el enfoque del diseño gráfico en la adaptación y manejo de una marca dentro de las redes sociales, teniendo como sujeto de estudio la identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador, se observó durante el desarrollo de ésta, la importancia de abordar las redes sociales sobre el enfoque del diseño gráfico y los aportes que éste puede dar a una organización o empresa que desea publicitarse dentro de las redes sociales, las cuales manejan una estructura de marketing visual para el consumidor, el enfoque permitió establecer la importancia para la Mesa de Desarrollo Artesanal de poseer una identidad gráfica representativa para el gremio, que tuviera los elementos para poder adaptar su imagen a estos sitios en internet.

El gremio de MEDART (*Mesa de Desarrollo Artesanal*) San Salvador, poseía un logo al cual se le realizó una prueba diseñada en esta investigación para conocer si era posible su adaptación en las redes sociales, en los resultados se observó la necesidad de renovar la marca, dicha renovación se llevó a cabo con el fin de manejar la identidad gráfica de una manera armónica con la ideología del gremio y la imagen de la marca en las redes sociales, la nueva imagen mostro tener una relación directa con lo que el gremio representa, junto con una paleta de colores que buscaba ser significativa para representar la diversidad de rubros artesanales y artesanos que la conforman, la nueva identidad gráfica fue realizada con versatilidad para adaptarse a diversos medios, incluyendo las redes sociales.



Para llevar la identidad gráfica del MEDART San Salvador a las redes sociales, se requería el aporte de una estrategia básica, que permitiera establecer los parámetros dentro de la red social que se seleccionara para la Mesa, Facebook fue la red social seleccionada y se diseñó una estrategia para el gremio que permitiera orientarse a las generalidades de uso de administradores de redes sociales, estas estrategias se desarrollaron durante la investigación al crear, manejar y administrar la página en Facebook de la Mesa de Desarrollo Artesanal, en la cual se consolidó la identidad gráfica, presentándola al público meta.

Al establecer el manejo de la página en Facebook del MEDART de San Salvador, se requería que los artesanos tuviesen una continuidad del manejo de la marca en la red social, por ello se diseñó una capacitación orientada a la red social Facebook para conocer el entorno de la página, como manejarla y la administración de ella, el resultado de la capacitación fue de 13 artesanos pertenecientes a la Mesa, de los cuales 2 de los capacitados serán los administradores de la página después de esta investigación, la capacitación permitirá que el gremio pueda continuar publicitándose por la red social, con los conocimientos adquiridos.



Recomendaciones

Para futuras investigaciones relacionadas a las redes sociales en donde se aplicará a un gremio de la naturaleza de una Mesa Artesanal, debe considerarse la historia de la organización como un punto clave para el desarrollo de cualquier enfoque, para esta investigación que fue realizada desde el enfoque del Diseño gráfico, dio pauta a reconocer la importancia de la imagen para este gremio.

Al abordar las redes sociales se precisa de un abanico de asesores que permitan ampliar la visión de desarrollar una marca dentro de ellas, en donde se pueda apoyar los conocimientos de estos expertos al manejo y administración de una red social.

Esta investigación puede ser adaptada a diferentes organizaciones o empresas, que requieran adaptar su imagen gráfica a una red social como Facebook, tomar como base las estrategias en el manejo de redes sociales.

Para la continuidad de actividades tales como el manejo de una red social de una empresa, es preciso capacitar a la organización o empresa para que realizan las actividades de administración de la red social sin inconvenientes.



BIBLIOGRAFÍA

Libros:

AYALA AYALA, J., VILLAFUERTE GALLARDO, C., & ALAS ALAS , J. (2011). "CREACIÓN DE LÍNEA ARTESANAL BASADA EN MADERA, . SAN SALVADOR.

Historia de El Salvador, Tomo I. ((1994)). Ministerio de Educación.

Jiménez Zarco, A. I., & Rodríguez Ardura, I. (2007). *Comunicación e Imagen corporativa*. Barcelona: UOC.

Kotler, P., & Armstrong , G. (2012). *Marketing*. México: PEARSON EDUCACIÓN

Ries, A., & Ries, L. (2006). *Las 11 leyes inmutables de la creación de marcas e Internet*. Barcelona: Ediciones Deusto.

Ryan, D., & Jones, C. (2012). *Understanding Digital Marketing*. Londres: Kogan Page Publishers.

V.M., H. (1994). *El Salvador su riqueza artesanal fomento cultural*. Banco Agrícola de El Salvador.



Vega, E. (1989). *Fundamentos de diseño gráfico*. Madrid: ANAYA MULTIMEDIA.

Revistas:

Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (2011). Las redes sociales en internet. *ontsi*, 12.

ITC International Symposium on Crafts and International Markets . (1997). En F. o. Manila. Manila, Filipinas: Definición adoptada por la UNESCO.

Informe:

Aragón, B., Ortiz, D., & Sánchez, K. (2017). *MANEJO DE IDENTIDAD GRÁFICA EN REDES SOCIALES PARA LA MESA DE DESARROLLO ARTESANAL DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR*. San Salvador.

Benitez, M. (27 de Abril de 2017). (D. Ortiz, K. Sanchez, & B. Aragón, Entrevistadores)

MIXCO BELTRÁN, E., RODRIGUEZ PINEDA, O., & CALLES PONCE, C. (2016). *REGISTRO DE LA PRODUCCIÓN ARTESANAL S.S.*



Proyecto de una empresa artesana. (2003). Biblioteca Universidad Francisco Gavidia.

Santamaría Martínez, A. S., & Hernández Hernández, K. M. (2016). *Diagnóstico de factibilidad para la implementación de gestión de estrategias de social.*

Universidad Francisco Gavidia, Tesis, "Generalidades de las artesanías en El Salvador". (s.f.).

Documento de sitio web:

Carbellido Monzó, C. (2 de Enero de 2013). *un community manager*. Obtenido de un community manager: <http://www.uncommunitymanager.es/informe-redes-sociales-2012/>

Casas, J. (12 de Enero de 2014). *Postcron*. Obtenido de Postcron: <https://postcron.com/es/blog/todas-las-tendencias-en-redes-sociales-2014-infograficos-estadisticas-y-tips/>

Forbes Staff. (14 de Mayo de 2015). *Forbes Mexico.com*. Obtenido de <https://www.forbes.com.mx/las-5-redes-sociales-con-mas-crecimiento-en-2015/>



ilifebelt. (22 de julio de 2016). *Estudio de redes sociales en Centroamerica y el Caribe 2016*. Obtenido de ilifebelt: <http://ilifebelt.com/6to-estudio-anual-ilifebelt-redes-sociales-centroamerica-caribe-2016/2016/08/>

Sierralta, M. (16 de Agosto de 2010). *Guioteca*. Obtenido de Guioteca: <https://www.guioteca.com/manualidades-y-artesania/manualidades-y-artesania-entendiendo-los-conceptos/>

Sitio web:

ISEMCO. (2 de Diciembre de 2015). *www.isemco.eu*. Obtenido de <http://isemco.eu/noticias/actualidad/comunicacion-corporativa-las-claves-para-crear-la-imagen-de-una-marca/>

Leimeister, J. M., Sidiras, P., & Krcmar, H. (2006). Exploring Success Factors of Virtual. *JOURNAL OF ORGANIZATIONAL COMPUTING*, 277-298.

Melgar, J. (7 de septiembre de 2016). *Ilifebelt*. Obtenido de Ilifebelt.com: <http://ilifebelt.com/usuarios-internet-el-salvador/2016/09/>

Nolasco Páez, C. D. (2 de Enero de 2015). *www.prezi.com*. Obtenido de <https://prezi.com/y1ppfujnnsn9/historia-de-las-marcas-e-imagen-corporativa/>



Piedra, M. (11 de Febrero de 2016). *Multiplicalia*. Obtenido de Multiplicalia.com:
<https://www.multiplicalia.com/redes-sociales-mas-usadas-en-2016/>

Ponce, I. (17 de Abril de 2012). *Observatorio Tecnológico*. Obtenido de Gobierno de España:
<http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/ca/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=3>

Rojas , A. (14 de Julio de 2014). *www.prezi.com*. Obtenido de
<https://prezi.com/ssp6d4lifhxd/caracteristicas-de-la-identidad-corporativa/>

Villanueva Rios, R. (13 de Diciembre de 2013). *Ricardo Villanueva Rios*. Obtenido de Ricardo Villanueva Rios: <http://www.rvillanuevarios.com/cifras-y-estadisticas-de-las-redes-sociales-2013/>



ANEXOS

Anexo A. Diario de campo.

Instrumento de observación no.1: Diario de campo

Primera Visita CEDART San Salvador			
Planteamiento de la Investigación			
NOMBRE:	Imelda Beatriz Aragón Herrera Karen Yamileth Sánchez González		
FECHA:	27 de marzo de 2017		
HORA INICIO:	1:30 pm	HORA FINALIZACIÓN:	2:00 pm
LUGAR:	Instalaciones Centro de Desarrollo Artesanal de San Salvador.		
CONTENIDO:	Presentación del Trabajo de Investigación a Mesa Artesanal de San Salvador		
OBJETIVO:	Dar a conocer el proyecto por medio de una presentación sobre la información más relevante acerca del tema a investigar, los aportes y conocer las expectativas de cada uno de los artesanos presentes en dicha reunión.		
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD:	<p>La actividad se realizó de manera participativa, se tomó un tiempo aproximado de 30 minutos para describir de manera general la investigación a realizar.</p> <p>Se conoció las inquietudes acerca de los temores que ellos poseen como artesanos al momento del plagio o las incertidumbres del modernismo en la actualidad</p> <p>Algunos de ellos pudieron expresar sus ideas el miedo y la satisfacción que este proyecto puede agregar de manera positiva a su grupo.</p>		
COMENTARIOS CONCLUYENTES:	La actividad concluyo estando todos de acuerdo con dicho proyecto además de estar muy agradecidos del aporte que como grupo tesarío aportaremos a su institución.		



Anexo B. Ficha Anecdótica

Instrumento de observación no. 2:

Ficha anecdótica

2ª Visita Mesa de Artesanos San Salvador			
FECHA:	7 de abril de 2017	HORA:	9:00 am
LUGAR:	Instalaciones Centro de Desarrollo Artesanal de San Salvador		
SUJETO/S A OBSERVAR:	Representantes de Mesa de Artesanos San Salvador (Comisión de comunicaciones)		
HECHOS OBSERVADOS:	Se conoció más a fondo la historia de este grupo de artesanos y las limitantes que ellos poseen además de sus interrogantes y propuestas del tema a investigar		
REGISTRO DE OBSERVACIÓN:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proporcionan mucha información cultural e histórica del porque ellos no han sido reconocidos durante todo este tiempo como un importante grupo de artesanos a nivel nacional 2. Muestran interés por el rediseño de logo 3. Están de acuerdo con la creación de página en Facebook para la Mesa de Artesanos 4. Proporcionan sugerencias de color estilos e imagen para el rediseño de logo 5. Consideran importante la capacitación para poder darle seguimiento a la página en Facebook 6. Se muestran receptivos a las sugerencias brindadas por el equipo tesario 			
COMENTARIOS:	Durante esta 2ª visita se estableció más a fondo las necesidades de tener imagen que los pueda hacer salir del anonimato en la red social Facebook		
PERSONA QUE OBSERVA:	Imelda Beatriz Aragón Herrera Karen Yamileth Sánchez González		



Anexo C. Focus Group

Instrumento de recolección de datos no. 3:

Focus group

Se realizó un Focus Group para saber la percepción que los participantes tienen acerca del tema, la opinión de ellos además de sus experiencias en el campo laboral como vendedores de artesanías y neo-artesanías.

Esta actividad tuvo lugar en las instalaciones de CEDART San Salvador con la presencia de 11 miembros de la Mesa de Artesanos, en la fecha 27 de abril de 2017, se realizó una exposición proyectada con el tema “*La importancia de la identidad gráfica*” donde se observó la falta de información que ellos poseen acerca del tema.

Teniendo como moderadora a la Bachiller Karen Yamileth Sánchez González

Y posteriormente, se realizó una entrevista con las siguientes interrogantes.

Cuestionario de Focus Group

Lugar:	Instalaciones del Centro de Desarrollo Artesanal, San Salvador.
Fecha:	Jueves, 27 de Abril de 2017
Hora de Inicio:	8:00 AM
Hora Final:	9:30 AM



PERSONAS ENTREVISTADAS	POSICIÓN	RUBRO
Mauro Benítez	Presidente	Joyería artesanal
Juan José Teban	Vicepresidente	Fibras naturales
Cesar Álvarez	Secretario	Madera decorada
Josefina Flores	Tesorera	Repujado y pintura
Cania de Benítez	Coordinadora de gestión	Joyería Artesanal
José Ramos	Vocal y coordinador de comunicaciones	Joyería Artesanal
Armando Platero	Comunicaciones	Cueros
Rene Gutiérrez	Sindico	Telar (Joyería Artesanal)
Yenci Santos	Comisión de logísticas	Alambrismo
Herbert Lemus	Comisión de logísticas	Madera

1. ¿Qué identidades gráficas conocen?

La verdad no sabemos identificar las identidades gráficas, pocos sabemos identificar ese término, entre los pocos que conocemos algunas empresas que están promocionando productos artesanales o eventos públicos como el mercadito, Marca País.

2. ¿Algunas marcas importantes que conozcan en Facebook?

Comida rápida como Wendys, Mc Donals,

Centros comerciales: Siman, La Gran Vía.



Organizaciones: Conamype, Cedart Ilobasco, Marca País, El mercadito

3. ¿Facebook como lo consideran para la promoción de productos?

Importante en muchos aspectos, aunque siempre caben las preguntas tales como: ¿qué hacer con el plagio? ¿Cómo puedo manejar una página de este tipo?

4. Facebook tiene muchas utilidades ¿Conocen la función de páginas?

No tenemos conocimientos de este tipo acerca de la publicidad en las redes sociales, poseemos algunos conocimientos solamente en el área de páginas personales.

5. ¿Producto artesanal a Facebook?

Lo consideramos necesario ya que reconocemos la importancia y el impacto que actualmente los productos bien posicionados dentro de una página general.

6. ¿Creen que deberían promocionarse productos artesanales en Facebook?

Si consideramos una necesidad, el poder crear un diseño y tomar fotografías con temática para que los usuarios se sientan atraídos por nuestros productos y puedan observar la calidad de artesanía que creamos

7. ¿Cómo les gustaría ver su producto artesanal en Facebook?

Con un buen acabado, que posea la tendencia neoclásica que nosotros como artesanos queremos mostrar a nuestros clientes, que sea una



página dinámica en el aspecto de colores, queremos colores cálidos reflejados, así como también pequeños detalles de textura dentro del desarrollo de la marca y la promoción de la página de Mesa de Desarrollo Artesanal

8. ¿Consideran que es importante que estos productos artesanales cumplan cierto estándar de calidad para ser colocados en Facebook?

Si, se creó un grupo de gestión de calidad, y de producción por mayor

9. ¿Consideran importante la identidad grafica para promocionarse en Facebook

Si es muy importante y nuevo para este gremio

10. ¿Qué ventajas consideran que son relevantes al colocar un producto artesanal en Facebook?

El acceso a muchas personas en tiempo real, que la promoción de eventos puede crearse y verse hasta fuera del país

11. ¿Cuáles son sus desventajas?

El plagio de nuestras artesanías ya que creamos muchas piezas únicas.
La falta de información que poseemos del tema



Anexo D. Entrevista

Instrumento de recolección de datos No.4

ENTREVISTA: NO ESTRUCTURADA

Dirigida a:	Danilo Vladimir Villalta
Institución:	Centro de Desarrollo Artesanal, San Salvador.
Cargo:	Jefe de Centro de Desarrollo Artesanal, San Salvador
Día:	Viernes 21 de Abril de 2017
Hora:	9:00 AM
Lugar:	Centro de Desarrollo Artesanal, San Salvador.
Entrevistadores:	Beatriz Aragón Dilian Ortiz y Karen Sánchez
Duración:	45 minutos

Indicaciones: Se comienza con la recopilación de datos históricos para luego pasar a la puesta en común del tema de investigación acerca del "MANEJO DE IDENTIDAD GRÁFICA EN REDES SOCIALES PARA LA MESA DE DESARROLLO ARTESANAL DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR", a partir de lo expuesto se comienza a desarrollar la entrevista.

1. ¿Cómo nace CONAMYPE?

La artesanía siempre ha existido, lo que cambiado es la forma de cómo se integra al proceso activo en la sociedad, en los 60 se generan las primeras inconformidades del sector artesanal.

Los sectores artesanales sufren los problemas sociales



Durante el conflicto armado, los asentamientos, ejemplo Izalco, fabricantes de trenzados para petates, eran asentamientos precolombinos luego se establece la colonia, la república, y ellos siguieron estando ahí, Nahuizalco otro ejemplo 2 iniciativas con apoyo de la unión Europea, que apoyaban el sector artesanal económica un Banco y un instituto de financiamiento BANAFI e INSAFI de aquí nace CASART (cámara de comercio de artesanos)

En el año de **1992** a través del ministerio de economía surgen los primeros CEDART Nahuizalco, La palma, Ilobasco, y Guatajiagua pero esta se cierra con el tiempo unos años más tarde a CASART le quitan la administración y finalmente dejan a CONAMYPE como encargado del proyecto

Cuando CASART estaba financiado estaba una coordinación muy completa ya que contaban con:

- Asistente administrador
- Diseñador
- Ingeniero Industrial

Luego que este paso a ser de CONAMYPE solo se tiene dentro de estas instalaciones como personal a un asistente administrativo y un conserje

2. ¿Cuáles requisitos debe cumplir un artesano para ser considerado artesano ante CONAMYPE?

- Ser un artesano inscrito
- Elaborar artesanías y no manualidades

3. ¿Cuál es la filosofía de CEDART?

Es un centro de desarrollo donde se le equipa a los artesanos, con una asistencia técnica, para brindar el conocimiento de nuevas herramientas, tecnología o tendencias de mercado, para poder incorporarlas en sus producciones.

4. ¿Quién financia CEDART?

Luxemburgo Taiwán Japón Cooperaciones Alemanas esto por medio de becas que se han generado entre otras y el gobierno tiene dos programas que apoyan el proyecto

- FANTEL (Programa de formación artesanal) desde el 2009
- Fondo producto desde este año 2017



5. ¿Cuál es la relación de CEDART con la mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Nos encargamos nada mas de brindar el espacio físico y las capacitaciones que ellos soliciten a CONAMYPE, en realidad no existe una relación estrecha ya que no todas las personas inscritas en este programa responden a los ideales que CONAMYPE posee, ya que esperamos un resultado práctico de los talleres impartidos y muchas veces no se logra ese objetivo, no promocionamos a la mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador como tal, nos encargamos de promocionar el producto terminado de todas las mesas a nivel nacional que son 21 y estas están en la tienda que este local en San Salvador posee, como resultado de la ayuda que CONAMYPE brinda a los artesanos a nivel nacional.



Anexo E. Instrumento de Cuestionario

El presente instrumento se realizó con la finalidad de determinar público meta y el conocimiento de usuarios de las redes sociales sobre las artesanías a un público de 174 personas.

1. Seleccione su Rango de Edad:

- a. De 18- 20 años
- b. De 20-30 años
- c. De 30-40 años
- d. De 40-60 años⁴³

2. Seleccione su género:

- a. Femenino
- b. Masculino

3. Actualmente radica en El Salvador, si no es si indique por favor donde radica actualmente:

- a. Sí
- b. No
- c. Otros _____

4. ¿Hace uso de las redes sociales?

- a. Sí
- b. No

5. Si su respuesta es sí, seleccione las redes sociales que más suele utilizar:

- a. Facebook
- b. Instagram
- c. Twitter



- d. Skype
- e. YouTube
- f. LinkedIn
- g. Snapchat
- h. Pinterest
- i. Flickr
- j. WhatsApp
- k. G+

6. ¿En qué dispositivos hace uso de las redes sociales?173 respuestas

- a. Computadora
- b. Tablet
- c. Teléfono Móvil

7. ¿Con que frecuencia revisa sus redes sociales?174 respuestas

- a. Todos los días de la semana
- b. De dos a tres veces por semana
- c. Una vez a la semana
- d. Cada dos semana
- e. Una vez al mes

8. ¿En qué red social invierte más tiempo?

- a. Facebook



- b. Whatsapp
- c. Instagram
- d. Twitter
- e. YouTube

9. ¿En cuál de las siguientes redes sociales, suele buscar a las empresas?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Whatsapp
- Tumblr
- YouTube
- LinkedIn
- Skype

10. ¿Le interesaría ver empresas de Artesanías Salvadoreñas en las redes sociales?

- a. Sí
- b. No
- c. Tal vez

11. ¿Cuáles son las regiones más conocidas por usted que producen artesanías en El Salvador?

- a. Occidental (Santa Ana, Ahuachapán y Sonsonate)



- b. Oriental (San Miguel, Usulután, Morazán y La Unión)
- c. Central(San Salvador, La Libertad, Chalatenango y Cuscatlán)
- d. ParaCentral (Cabañas, San Vicente y La Paz)

12. ¿Conoce sobre Artesanías elaboradas en la región de San Salvador?

- a. Sí
- b. No
- c. Tal vez

13. ¿Qué tipo de artesanías de El Salvador conoce?

- a. Fibras naturales
- b. Madera Decorativa...
- c. Joyería
- d. Mimbre
- e. Repujado
- f. Marroquinería...
- g. Alambrismo
- h. Añil
- i. Cerámica

14. ¿Conoce sobre la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

- a. Sí
- b. No
- c. Tal vez

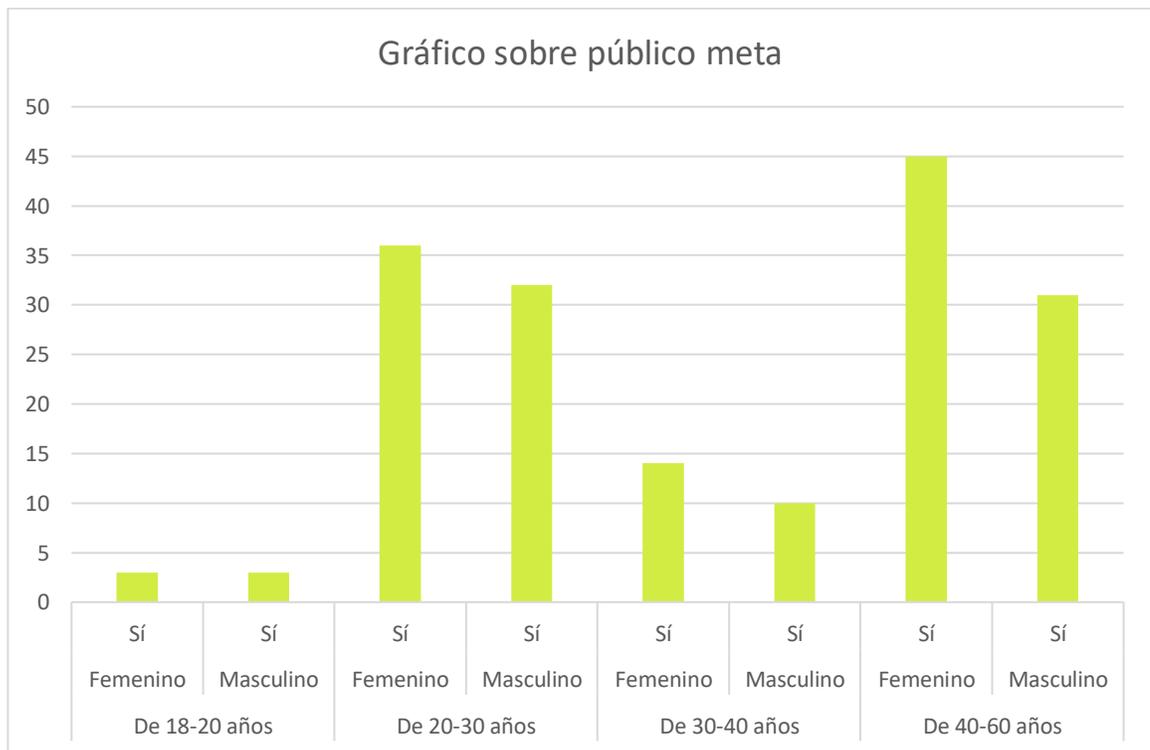
15. ¿Le gustaría conocer sobre la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador en redes sociales?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez



Anexo F Gráficos sobre público meta para red social Facebook

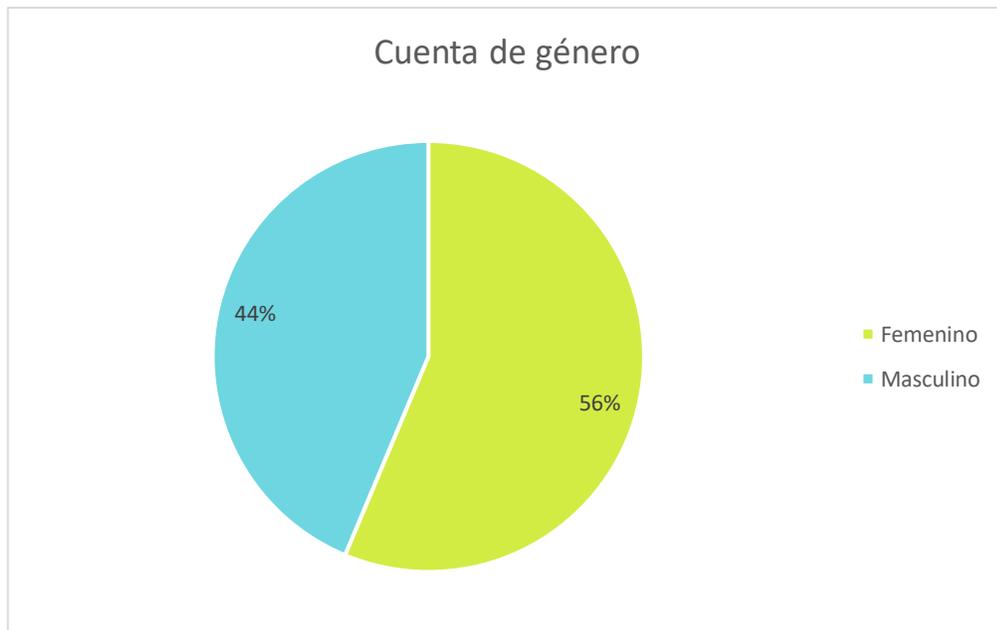
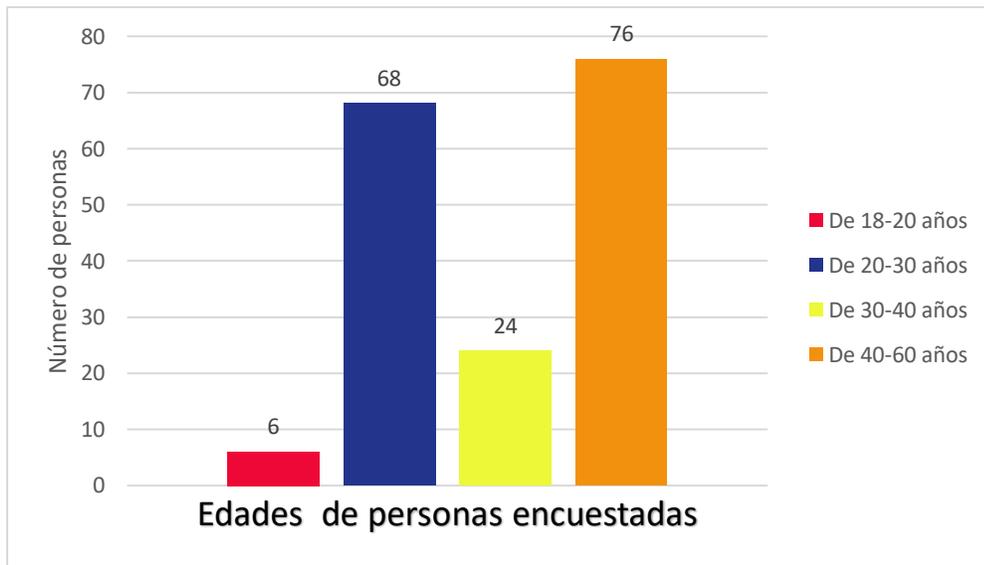
Dada la naturaleza de la red social Facebook, se requiere conocer el público a quien se dirigirá la página, esto con el fin de conocer qué tipo de diseño, se adaptara al público interesado, para ello a continuación se muestra un gráfico donde se muestra los resultados de un cuestionario realizado a 174 personas entre las edades de 18 años hasta 60 años, donde se busca encontrar al público interesado en ver una Mesa Artesanal de San Salvador en la red social y el género que se encuentra más interesado en ello:



Fuente: Elaboración propia.



El gráfico muestra las edades más interesadas que serían dentro del rango de 20 a 60 años como los públicos más interesados y el género femenino como el más interesado, como se puede observar en los siguientes gráficos:



Fuente: Elaboración propia



Anexo G. Entrevista estructurada



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Entrevista para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador”

Nombre de

Entrevistado:

Emily Arely Argueta Chavarría

Nombre de

Entrevistador:

Karen Yamileth Sánchez González

Dilian Mercedes Ortiz Ferrufino

Imelda Beatriz Aragón

Hora de inicio de entrevista: 2:00 pm

Hora de finalización de
entrevista: 4:00 pm

Fecha: 22/julio/2017

1. ¿Cuáles son sus estudios superiores?

Licenciatura en Ciencias de la comunicación.



2. ¿Dónde realizo sus estudios académicos superiores?

Universidad Don Bosco

3. ¿Cómo se desempeña profesionalmente por el momento?

Social Media y Marketing digital para Sanchos Barberia y Boton rojo

4. ¿Conoce el término identidad gráfica, podría dar su concepto de él?

Es el aspecto visual de la marca, lo que el cliente percibe

5. ¿Que conforma una identidad gráfica para usted?

En sustancia todo aquello relacionado a lo visual de la marca

6. ¿Cuán importante es para usted como profesional, que una empresa, organización etc. posea una identidad gráfica?

Es la base de la identidad física que un cliente tendrá de una marca

7. ¿En su profesión que tan importante se han vuelto las redes sociales para desempeñarse profesionalmente?

Es un aspecto global, internacional, estar en las redes sociales es estar conectado, pero sin privacidad, para las redes sociales no existe tal término como tal, sin embargo, su utilidad es enorme con respecto a las diferentes plataformas que hay.

8. ¿Considera las redes sociales como una oportunidad para establecer una marca?



Si, sin embargo, deben considerarse aspectos relevantes de una marca, el marketing debe ser diseñado en base a estrategias que permitan desarrollarse en las redes sociales, cada red social se aborda de diferente manera.

9. ¿Qué tan relevante considera que son las redes sociales para una organización, empresa etc. en la actualidad?

Actualmente son muy utilizadas, sus bajos costos, el mantenimiento es un poco complejo debe medirse a 24/7, pero en definitiva ayuda mucho a la promoción de una marca a bajos costos, si se tiene una buena estrategia.

10. ¿Cree que es relevante que una organización, empresa etc. tenga una identidad gráfica para posicionarse en las redes? ¿Si o no y por qué?

Se requiere de una imagen para establecerse en cualquier red social, algo rentable, dependerá de cual red social se escoja por ejemplo Facebook está diseñada para crear enlaces con referencia a la vida

11. ¿Cree usted según su profesión que las artesanías tienen una oportunidad de crear una marca y establecerse en las redes sociales como tal? ¿Por qué?

Estamos viendo en las redes sociales la incursión de mucho trabajo local, las redes sociales se rigen por modas, por tanto, es muy probable que con una buena línea de lo que se trabajara si puedan posicionarse, también la selección de la red social para iniciar es crucial, sugeriría Facebook e Instagram para ellos.

12. ¿Conoce usted sobre las Mesas de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Tenía una vaga idea, nada más

13. ¿Cree que se podría posicionar una Mesa Artesanal a través de una buena imagen gráfica en las redes sociales?

Las estrategias son fundamentales, un FODA de la Mesa puede dar luz a lo que realmente se pretende lograr dentro de una red social

14. ¿Que considera más importante en su área de profesión que debería poseer una organización artesanal para estar en las redes sociales como marca?



Imagen propia, temática de publicaciones, contenido visual, contenido de publicación, estar al tanto de las tendencias, de la competencia, campañas sociales y culturales, contenido puntual y real, alianzas con otras marcas afines.

15. Comentaba sobre la privacidad en redes sociales, ¿Por qué menciona que no existe?

En estos medios no existe la privacidad porque hay empresas que pagan por conocer los gustos de los usuarios, según los atributos que este mismo selecciona dentro de las redes sociales, por ello cada que vemos un anuncio muy a fin a nosotros, es simplemente porque los servidores de las redes sociales, como la web en general tienen todos estos datos ingresados gratuitamente por nosotros.



Anexo H. Entrevista estructurada



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Entrevista para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador”

Nombre de

Entrevistado:

Francisco Rafael Cotto Amaya

Nombre de

Entrevistador:

Karen Yamileth Sánchez González

Dilian Mercedes Ortiz Ferrufino

Hora de inicio de entrevista:

3:22 pm

Hora de finalización de
entrevista:

4:30 pm

Fecha:

29/julio/2017

1. ¿Cuáles son sus estudios superiores?

Licenciatura en Artes Plásticas opción Diseño Gráfico, Maestría en Investigación educativa sociales, curso de formación pedagógico para profesionales y actualmente estudiante de ingeniería en sistemas.



2. ¿Dónde realizo sus estudios académicos superiores?

Universidad de El Salvador

3. ¿Cómo se desempeña profesionalmente por el momento?

Catedrático en diversas materias de diseño para la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador

4. ¿Conoce el término identidad gráfica, podría dar su concepto de él?

Es la idea que toda empresa tiene sobre su imagen gráfica, todo lo que respecta al arte visual, entrar a la mente del cliente o el consumidor

5. ¿Que conforma una identidad gráfica para usted?

El manejo de la marca, colores institucionales, manejo de eslogan, tipografía, logotipo como base de marca, la relación de ello, hojas membretadas, promocionales, firmas de correo y redes sociales deben considerarse, incluso mascotas

6. ¿Cuán importante es para usted como profesional, que una empresa, organización etc. posea una identidad gráfica?

“Una empresa no puede existir si no tiene identidad”, la empresa es el concepto que se le quiere dar al cliente.

7. Dentro de una organización que desea crear una identidad gráfica, que características son las que considera más relevante debe poseer dicha organización

- Componentes materiales
- Componentes subjetivos
- Organización estructural
- Grupo de Artes
- Grupo Jurídico
- Profesionales en áreas administrativas
- Capital económico



8. ¿Hablando de un logo que tan importante considera usted que es para una marca?

Si no hay logo, no hay identidad gráfica, no hay una representación física de la marca, para ello debe considerarse el cliente y cuál es el mercado a vender.

9. Que características considera usted que debería tener un logo representativo

Las características que representen a la empresa, procesos, que la hacen única y diferente, el cliente debe poder identificarse con ella, simplificación de la idea, debes ser sencillo, simple y bonito, con una fundamentación sólida para el mercado

10. ¿En su profesión que tan importante se han vuelto las redes sociales para desempeñarse profesionalmente?

Si no tienes redes sociales no existes, sirve mucho para apropiarse de la marca.

11. Considera las redes sociales como una oportunidad para establecer una marca?

Si, micro y pequeñas empresas es idóneo para ellas, por el alcance, en lo económico y en las estrategias de mercado

12. ¿Qué tan relevante considera que son las redes sociales para una organización, empresa etc. en la actualidad?

Cliente es relativo

13. ¿Cree que es relevante que una organización, empresa etc tenga una identidad gráfica para posicionarse en las redes? Si o no y porque?

Si, esto debe considerar se en la estrategia para llegar a la mente del cliente

14. ¿Cree usted según su profesión que las artesanías tienen una oportunidad de crear una marca y establecerse en las redes sociales como tal? Por qué?

Los salvadoreños poseen aberración a lo nacional, los productos artesanales considero que es mejor internacionalizarlos.



15. ¿Conoce usted sobre las Mesas de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Si, que habían Mesas de artesanos, pero nunca me imaginé que había una en San Salvador, ni que llevase tiempo de estar formada.

16. ¿Cree que se podría posicionar una Mesa Artesanal a través de una buena imagen gráfica en las redes sociales?

Si ellos permitieran apertura a los medio, diversificarse no solo a las redes sociales.

17. ¿Que considera más importante en su área de profesión que debería poseer una organización artesanal para estar en las redes sociales como marca?

Equipos especializados al espectro gráfico, sociólogos, estadistas, abogados etc.



Anexo I. Listado de Artesanos para selección del logo oficial

Fecha: 11 de agosto de 2017// Lugar: CEDART de San Salvador

N°	Nombre	Tipo de Artesanía	Nombre de empresa
1	Leiby Cerrato	Joyería	LEYKA
2	Julia Valle	Manta y Jote	Exclusividades para ti
3	Francisca Venavides	Tejidos	Minitejidos
4	Carlos Ramos	Morro y coco	Artesanías Ramos
5	Silvia Lorena Jaimes	Manta y yute	Teokal creaciones en tel
6	Alba Calderón	Joyería, cuero	Arte en papel
7	Jaime Gutierrez	Eclectico	Ecoy nativo
8	Isaac Corea	Joyería	Arnair
9	Karen Sánchez	Artesanías en resina	Fusiones
10	Manuel Pineda	Textil	Nawat pipil
11	Tomasa Zepeda	Madera	Cosas de madera
12	Isis Beatriz Lemus	Joyería	El rincón artesanal
13	Jose Baires Ponce	Luminaria	Luminaria artesanal
14	Jose Ramos	Joyería	Vesarte
15	Mario Ulises Ayala	Velas	Sencity
16	Rene Gutierrez	Madera, cuerno	Artesoy
17	Mauro Benitez	Joyería	Manos libres
18	Carlos Soriano	Joyería	Tuunich Ki'ichpam
19	Delmy de Najarro	Vitro mosaico	Decorative
20	Salvador Alas	N/A	Artesanía Rustica
21	Ana Maria Castillo	N/A	El taller de la nanny
22	Maria Teodora Castillo	Textiles, tusa	Dorita's
23	Luis Alonso Ramirez	Artesanía pintada	Eco Artes Contreras
24	Carolina Quintanilla	N/A	N/A
25	Herminia Montez	Joyería	Joyería Art Hemy
26	Samuel Bolaños	N/A	Kyory's Bambu
27	Marisol Medrano	Joyería	Artesanía Exotik's



Anexo J Hoja presentada a Artesanos sobre Generalidades de Capacitación



Capacitación Principios sobre manejo de identidad gráfica en red social Facebook

Generalidades:

Capacitación impartida por:	Karen Sánchez
Logística por:	Beatriz Aragón
	Dilian Ortiz
Duración de capacitación:	3 Sesiones con duración de 2 horas por sesión
Horario:	9:00 am – 11:00 am
Participantes inscritos:	12 participantes por parte de MEDARTSS
Participantes consultores y extras:	De 4 a 6 participantes extras
Recursos para sesiones:	Pantalla, laptop, proyector, apuntador, material de apoyo
Material a llevar por inscritos:	Cuaderno de apuntes, bolígrafo, lápiz, borrador.

Objetivos:

- Fomentar el manejo de una identidad gráfica de una organización u empresa, dentro de la red social Facebook.



- Conocer sobre las redes sociales y su importancia para las organizaciones u empresas.
- Descubrir las ventajas del uso de las redes sociales como medio de comunicación empresarial.
- Establecer la importancia de tener una identidad gráfica para una organización u empresa

Especificaciones:

Temario a desarrollar:	1. Principios básicos sobre redes sociales e identidades gráficas entorno a Facebook.
	2.Generalidades de la herramienta “Páginas” en Facebook
	3.Manejo de “Páginas” de Facebook para administradores y grupo de trabajo
	4. Estrategias básicas para el manejo de identidad gráfica en Facebook(Recursos Humanos, tiempo y organización)
	5. Desarrollo de Estrategias básicas
	6. Aplicación de las Estrategias básicas

Reglas:

1. Inscritos deberán presentarse a las 8 am, ya que se iniciara de manera puntual para cumplimiento de contenido.
2. Se brindara al inscrito un periodo de gracia de 15 minutos para ingresar a clase.
3. Los inscritos deberán llevar su propio cuaderno de apuntes.
4. Se asignara un receso de 15 minutos valorado por el capacitador.
5. El recurso de material impreso con temas se brindara al inicio de cada impartición de temas.
6. No se admitirá la presencia de menores de edad a excepción de casos especiales.



Anexo K Hoja de Inscripción para Capacitación



Listado de Inscripción a capacitación sobre el manejo de identidad gráfica en red social Facebook

N°	Nombre	Apellido	Edad	Rubro Artesanal	Teléfono
1	Salomé	Berrios		Ceramica (Artitud)	6204-9477
2	Rosalidia Elizabeth	Gómez		Yute y manta (Yutesa)	6117-7901
3	Morena G.	Chavez		Varios	7950-0386
4	Mario Alexis	Ayala P		Velas	7326-3725
5	Ana Roxana	Montalvo		Piedras pintadas, cuadros,barro	2260-2350 7723-7351
6	Leiby Domenica	Cerrato		Joyería y cuero	7014-9658
7	José	Ramos		Joyeria (Ves Arte)	7738-3704
8	Kevin René	Gutierrez		Joyeria con cacho (Arte Soy)	7991-8552
9	Luis E	Argueta		Añil (Oro Azul)	2534-0180 7105-2070
10	Jose Manuel	Pineda		Serigrafía	7021-8093
11	Herbert			Madera (Arte Salvadoreño)	7183-1392
12	Octavia Beatríz	Ortiz		Cuero	6101-5404
13	Karen	Gutierrez		Bordados en manta y yute	7149-6519
14	Karen	Guandique		UES (participante extra)	75863518



Anexo L. Costos Generales de la capacitación

Producir una capacitación suele tener ciertos costos específicos, estos relacionados con los recursos necesarios para ser impartidas, la capacitación desarrollada en esta investigación constituyo ciertos costos, algunos de ellos solo serán calculados como el lugar, el costo de proyector y pantalla.

Presupuesto De Capacitación			
Descripción	Cantidad	Costo	Precio Total
Fotocopias	252	\$0.02	\$5.04
Proyector*	1	\$7 por hora	\$42
Puntero	1	\$12	\$12
Salón*	1		
Mesas*	5	\$4	\$20
Sillas*	25	\$0.75	\$18.75
Honorario capacitador	1	\$225	\$225
Honorario colaborador	2	\$112.50	\$225
		Total	\$547.79

*Los costos de estos elementos en particular son una estimación, dado que en esta capacitación han sido brindados cordialmente por el CEDART de San Salvador.



Anexo M. Guiones de clase para capacitación

Guiones de desarrollo para capacitación: Principios sobre manejo de identidades gráficas en red social Facebook.

La presente capacitación consistirá en desarrollar los principios de cómo manejar una identidad gráfica dentro de la red social Facebook, en respuesta a la necesidad de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador sobre cómo manejar una página de Facebook de manera adecuada, utilizando como herramienta potenciadora la identidad gráfica que fue renovada el presente año 2017 a través de la investigación desarrollada por el presente equipo investigador.

Los objetivos que se persiguen con esta capacitación son:

- Fomentar el manejo de una identidad gráfica de una organización u empresa, dentro de la red social Facebook.
- Conocer sobre las redes sociales y su importancia para las organizaciones u empresas.
- Descubrir las ventajas del uso de las redes sociales como medio de comunicación empresarial.
- Establecer la importancia de tener una identidad gráfica para una organización u empresa.

Los temas a tratar en la capacitación son:

1. Principios básicos sobre redes sociales e identidades gráficas entorno a Facebook
2. Generalidades de la herramienta “Páginas” en Facebook.
3. Manejo de “Páginas” de Facebook para administradores y grupo de trabajo.
4. Estrategias básicas para el manejo de identidad gráfica en Facebook (Recursos Humanos, tiempo y organización).



5. Desarrollo de Estrategias básicas.
6. Aplicación de las Estrategias básicas

A continuación, se muestra cada tema con el respectivo desarrollo de cada uno y el guion a utilizar por parte del capacitador, el material de apoyo brindado al grupo capacitado consultar Anexo página

Tema 1: Principios básicos sobre redes sociales e identidades gráficas entorno a Facebook.

Objetivos:

- Comprender los términos redes sociales, identidades gráficas y su aplicación dentro de las redes sociales.
- Establecer el entorno de trabajo en la red social Facebook

Materiales:

- Proyector, computadora, apuntes y puntero
- Apoyo didáctico para el grupo
- Notas, apuntes y bolígrafo.

Técnica: Exposición de 45 minutos aproximados.

Guion:

- ↓ Presentación del tema y cuáles serán los objetivos de dicho tema para el grupo ha ser capacitado.
- Iniciar con una introducción sobre los dos términos destacados: Red social e Identidad gráfica, el expositor deberá plantear este punto como una interrogante para el grupo.



- Exponer el término red social y sus atributos, características que le delimitan y establecer el camino previo a la construcción del término, que se manejará durante el resto de la capacitación.
- Establecer el funcionamiento de una red social, los elementos que permiten esto.
- Establecer la diferencia y la relación del término red social en internet, hablar de sus componentes. Mostrar y explicar el término de red social que se aplicará durante toda la capacitación y el por qué.
- Construir los parámetros para formular el concepto identidad gráfica junto al grupo, llevar un proceso de contenido sobre que es identidad, identidad empresarial y luego abordar el concepto a manejar durante toda la capacitación de identidad gráfica.
- Desarrollar la relación existente entre red social Facebook como entorno de trabajo y la importancia de la identidad gráfica dentro de ella.

Tema 2: Generalidades de la herramienta “Páginas” en Facebook

Objetivos:

- Exponer la aplicación interna Páginas de Facebook como un medio de comunicación para las empresas y organizaciones.
- Mostrar los diferentes elementos que conforman una página de Facebook y la importancia de conocerlos.

Materiales:

- Proyector, computadora, apuntes y puntero
- Apoyo didáctico para el grupo
- Notas, apuntes y bolígrafo.



Técnica: Exposición de 45 minutos aproximados

Guión:

- ↓ Describir en que consiste la aplicación páginas de Facebook y cuáles son sus usos y significados, junto a en cuales plataformas puede encontrarse.
- Establecer la relación de empresa aplicación de red social y las razones por cual utilizarla
- Mostrar el entorno de paginas, sus componentes, herramientas y funciones.
- Presentar video sobre cómo crear una pagina en Facebook
- Mostrar la importancia de conocer el entorno de trabajo de red social sus virtudes y sus no cualidades para una empresa, ventajas y desventajas.

3. Manejo de “Páginas” de Facebook para administradores y grupo de trabajo

Objetivos:

- Proporcionar claves que permitan conocer las ventajas y desventajas del trabajo en equipo dentro de la red social Facebook para páginas
- Explicar la importancia del trabajo en equipo en el manejo de una red social como Facebook para promocionar y establecer una marca dentro de la red social.

Materiales:

- Proyector, computadora, apuntes y puntero



- Apoyo didáctico para el grupo
- Notas, apuntes y bolígrafo.

Técnica: Exposición de 45 minutos aproximados

Guión:

- ↓ Exponer la importancia del trabajo en equipo, los pros y los contras que se enfrentan dentro de las redes sociales.
- Establecer los 3 elementos que nos permiten manejar una red social: organización, tiempo y recurso humano.
- Presentar el elemento recurso humano y los roles, que existen en las redes sociales y en Facebook.
- Presentar video sobre cómo crear una página en Facebook
- Mostrar la importancia de conocer el entorno de trabajo de red social sus virtudes y sus no cualidades para una empresa, ventajas y desventajas.

Definiciones:

Rol: Es la función que una persona desempeña en un lugar o en una situación.

Comunity Manager:

- Sirve de unión entre la marca y los consumidores
- Crea contenido y lo difunde
- Vigila la reputación online de la marca
- Escucha, responde y comenta a la comunidad de usuarios de la marca. La crea y la fomenta



- Dinamiza las redes sociales
- Ejecuta la planificación del social Media

Social Media Manager:

- Coordina y supervisa las tareas del Community Manager
- Diseña un plan de comunicación a corto plazo
- Diseña campañas digitales
- Define el calendario editorial y las publicaciones
- Redacta los protocolos de crisis, comunicación y gestión
- Reporta resultados al Social Media Analyst

Social Media Strategist

- Diseña estrategias de la marca a largo plazo
- Define los objetivos
- Define el tono de la marca en cada red social
- Relaciona los resultados
- Mantiene actualizada la estrategia de la marca Social Media

Social Media Analyst

- Recopila todos los datos que afectan a la marca en el ámbito digital
- Hace informes con recomendaciones estratégicas

Content Manager

- Escribe post para la marca
- Audita todos los contenidos que se publican
- Optimiza los contenidos de su equipo para que se cumplan los propósitos de la marca
- Redacta los planes de contenido y los calendariza

Content Curator

- Re-publica post ya creados por otros
- Re-interpreta contenidos ya publicados y añade información adicional



- Otorga un valor añadido a lo publicado con anterioridad

Copywriter

- Escribe textos publicitarios para la marca
- Capta a la audiencia por medio de contenidos
- Crea una historia alrededor de la marca
- Da valor añadido a las estrategias de los contenidos
- Emocionara a futuros clientes

4. Estrategias básicas para el manejo de identidad gráfica en Facebook.

Objetivos:

- Establecer líneas guías de trabajo para manejar una página en Facebook.

Materiales:

- Proyector, computadora, apuntes y puntero
- Apoyo didáctico para el grupo
- Notas, apuntes y bolígrafo.
- Presentación

Técnica: Exposición de 45 minutos aproximados

Guión:

- ↓ Exponer sobre el término estrategias y dialogarlo con el grupo
- Establecer la importancia de la estrategia para manejar una página en Facebook



- Establecer los parámetros importantes para la desarrollar y crear una estrategia.
- Dialogar sobre las herramientas para crear una estrategia
- Pasos para desarrollar una estrategia

5. Desarrollo de Estrategias básicas y 6. Aplicación de las Estrategias básicas.

Objetivos:

- Desarrollar estrategias básicas para la planeación del trabajo en una página de Facebook
- Aplicar los conocimientos sobre estrategias básicas para el manejo general de una página en Facebook

Materiales:

- Proyector, computadora, apuntes y puntero
- Apoyo didáctico para el grupo
- Notas, apuntes y bolígrafo.
- Diapositiva

Técnica: Exposición de 90 minutos aproximados

Guión:

- ↓ Establecer los elementos para desarrollar una estrategia básica.
- Establecer los elementos para aplicar una estrategia básica.



- Establecer los elementos prácticos a utilizar
- Desarrollar cada estrategia con su debido contenido práctico y videos como apoyo practico de cada una de ellas



Anexo N. Materiales de Apoyo para capacitación



MATERIAL DE APOYO

Capacitación Principios sobre manejo de identidad gráfica en red social Facebook

Diseñada e impartida por: Karen Y. Sánchez

Objetivos:

- Fomentar el manejo de una identidad gráfica de una organización u empresa, dentro de la red social Facebook.
- Conocer sobre las redes sociales y su importancia para las organizaciones u empresas.
- Descubrir las ventajas del uso de las redes sociales como medio de comunicación empresarial.
- Establecer la importancia de tener una identidad gráfica para una organización u empresa

Tema 1: Principios básicos sobre redes sociales e identidades gráficas entorno a Facebook.

A. Términos:



Red Social: Es una estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio.



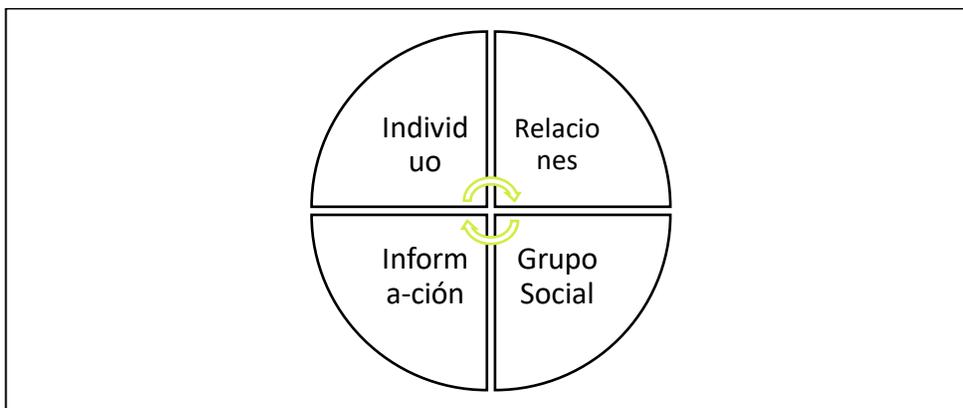
Red social en la internet: Son sitios en la internet que estan formados por comunidades de individuos que comparten intereses o actividades, pueden ser: amistad, parentesco, trabajo, hobbies, y que permiten intercambio de información.



Identidad gráfica: Es la manifestación física de la marca. Hace referencia a los aspectos visuales de la identidad de una organización, que la diferencian de las demás y que puede representar las características más representativas de la marca.

B. Redes sociales.

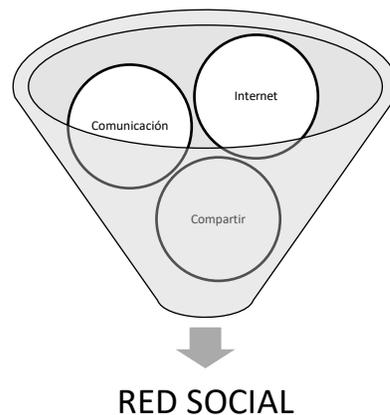
Las redes sociales precisan de algunos elementos importantes para su funcionamiento básico estos son:



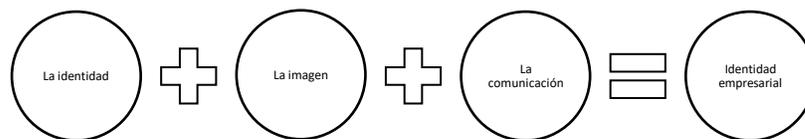


Donde el individuo es el usuario, las relaciones son aquellas que el individuo establezca con otros individuos fuera o dentro de las redes sociales, el grupo social es el ámbito donde se maneja el individuo con otros individuos y la información es la que es la compartida por el individuo dentro de una red social.

Las redes sociales engloban tres principios que las hacen funcionar como tal estas son: la *comunicación* que todo humano por principio de los tiempos desea comunicar, *Internet* el cual es el servicio global donde se ubican las redes sociales y la acción de *compartir* experiencias, videos, imágenes etc.



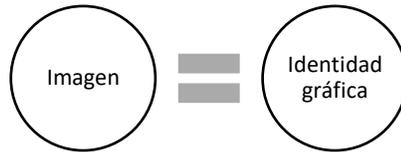
C. Identidad gráfica.



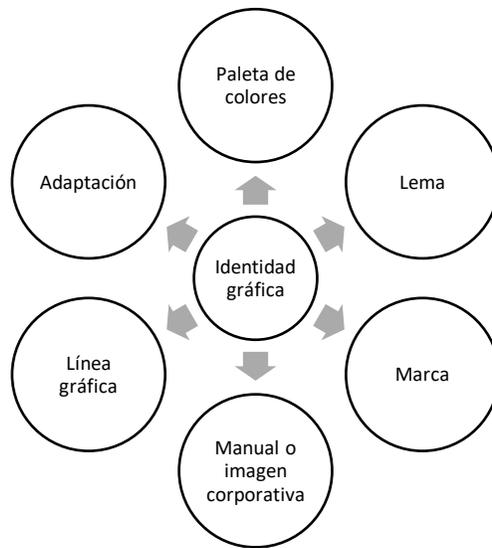
La identidad gráfica parte de la construcción de la identidad empresarial la cual está compuesta por elementos tales como la identidad, la imagen y la comunicación.



Uno de los elementos fundamentales que constituyen la identidad gráfica partiendo de la identidad empresarial es la imagen de la empresa, la cual es el aspecto físico de esta:



Este aspecto físico que es la identidad gráfica contiene varios elementos que la conforman los cuales son:



+Paleta de colores: Colores que componen la imagen de la marca un ejemplo de ello los colores de la marca de bebidas gaseosas Coca Cola, rojo y blanco.

+Lema: corporativo o eslogan que transmite el mensaje básico, un ejemplo de ello es el lema de la marca de zapatos Nike “Just do it” “hazlo”

+Marca: Creación gráfica de la marca de empresa, evento o producto.

+Manual o imagen corporativa: Normalización de las aplicaciones de la marca a diferentes soportes, así como las normas de uso y estilo propias de la empresa.

+Línea gráfica: Desarrollo de la identidad gráfica de una empresa, evento o producto.



+Adaptación: de marca a diferentes soportes, como las redes sociales, aplicaciones y web sites.

D. Facebook



La red social Facebook Es una red social gratuita creada por Mark Zuckerberg, en sus principios fue creada para los estudiantes de la Universidad de Harvard, actualmente está abierta a cualquier persona, su registro es gratuito y solo pide para ello un correo electrónico, algunos datos personales para la creación del perfil del usuario, sus características principales son el contener un perfil que permite ser modificado, permite el manejo de páginas empresariales si se desea.

La ventaja de utilizar Facebook como la red social para iniciar a comunicarse como organización u empresa o algún producto en particular es lo amigable que puede ser el entorno de Facebook y la identidad gráfica a través de la adaptación de esta permitirá que la comunicación empresa-cliente sea más competitiva.

2. Generalidades de la herramienta “Páginas” en Facebook

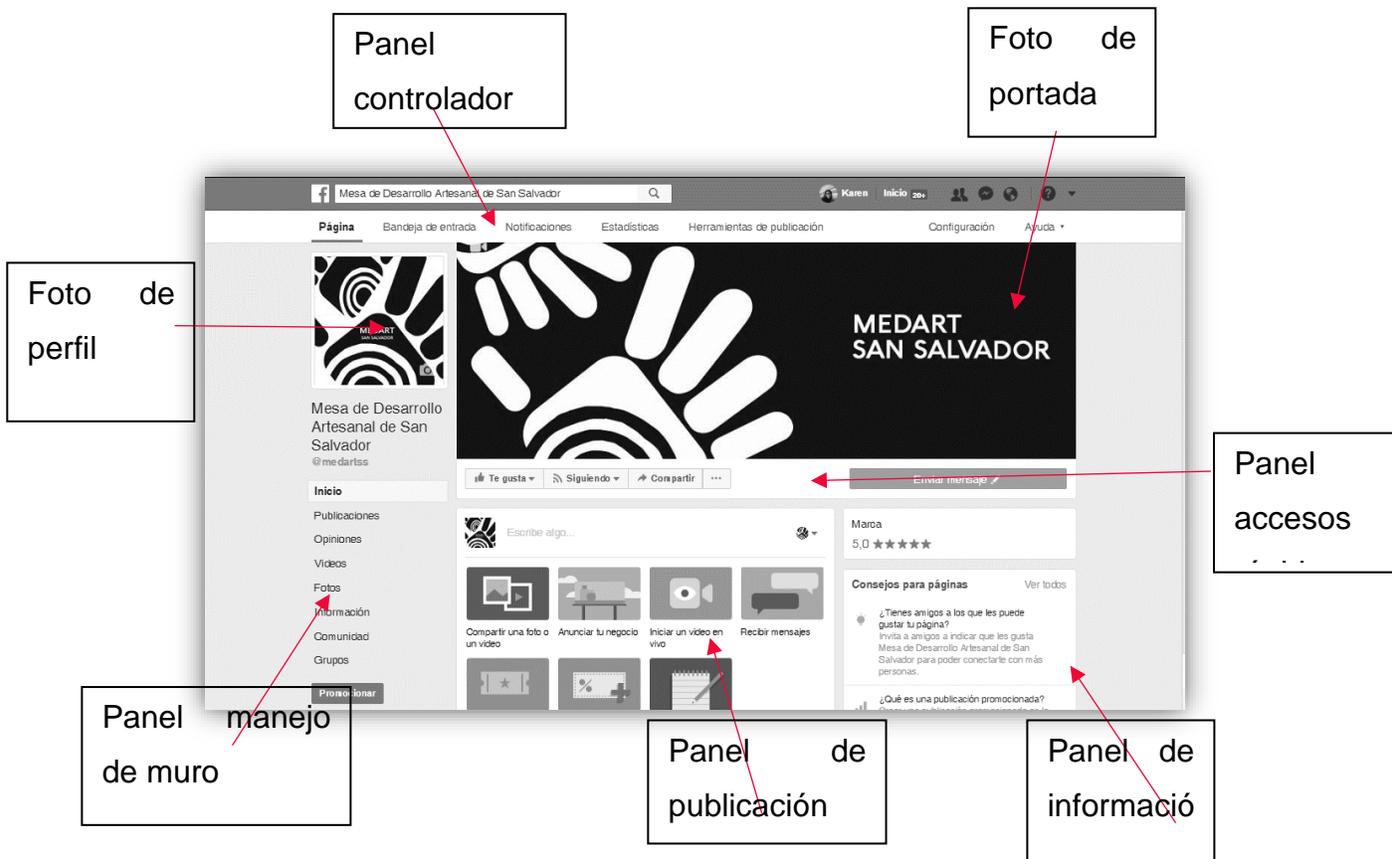
A. Páginas de Facebook

- Un espacio donde una empresa, producto, marca o persona puede tener un perfil empresarial en Facebook.
- Un espacio donde la empresa puede comunicarse con sus clientes que son usuarios de Facebook
- Un espacio donde publicitarse de bajos costos y de amplias posibilidades.

B. Guía rápida del entorno de Página de Facebook.



Las Páginas de Facebook cuentan con un sinfín de posibilidades para el usuario desde seleccionar que tipo de página será, el tipo de plantilla predeterminada a escoger, opciones de manejo de programación de publicaciones etc, a continuación se presenta una vista general de la página de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador en Facebook.





MATERIAL DE APOYO 2

Capacitación Principios sobre manejo de identidad gráfica en red social Facebook

Tema 3: Manejo de páginas de Facebook para administradores y grupo de trabajo

A. Términos



Rol: Es la función que una persona desempeña en un lugar o en una situación.



Recurso Humano: Personas con las que una organización cuenta para desarrollar y ejecutar de manera correcta las acciones actividades, labores y tareas que deben realizarse y que han sido solicitadas a dichas personas.



Organización: Acción de organizar u organizarse, grupo de personas y medios organizados con un fin determinado.

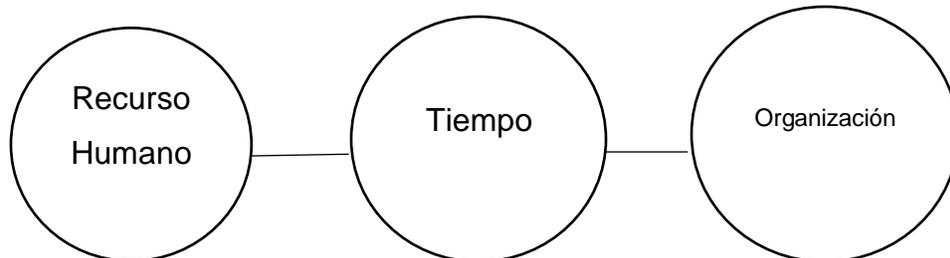


Tiempo: Período determinado durante el que se realiza una acción o se desarrolla un acontecimiento

B. 3 elementos para manejar una página de Facebook



Existen 3 recursos en los cuales cualquier administrador de una página de Facebook debería apoyarse y son:



Estos 3 elementos permiten que el administrador pueda desarrollar estrategias de cómo manejar la página que administra, si bien debe conocer el entorno al cual aplicara estas estrategias.

C. Perfiles y roles.

Existen 7 perfiles dentro de las redes sociales estos son:

Community Manager:

- Sirve de unión entre la marca y los consumidores
- Crea contenido y lo difunde

Social Media Manager:

- Coordina y supervisa las tareas del Community Manager
- Diseña un plan de comunicación a corto plazo

Social Media Strategist

- Diseña estrategias de la marca a largo plazo
- Define los objetivos



Social Media Analyst

- Recopila todos los datos que afectan a la marca en el ámbito digital
- Hace informes con recomendaciones estratégicas

Content Manager

- Escribe post para la marca
- Audita todos los contenidos que se publican

Content Curator

- Re-publica post ya creados por otros

Copywriter

- Escribe textos publicitarios para la marca
- Capta a la audiencia por medio de contenidos

Dentro de Facebook existen los siguientes 6 roles:

	Administrador	Editor	Moderador	Anunciante	Analista	Colaborador en vivo
Administrar roles y la configuración de la página	✓					



Editar la página y agregar aplicaciones	✓	✓				
Crear y eliminar publicaciones en nombre de la página	✓	✓				
Puede transmitir en vivo en nombre de la página desde un dispositivo móvil	✓	✓				✓
Enviar mensajes en nombre de la página	✓	✓	✓			
Responder y eliminar comentarios y publicaciones de la página	✓	✓	✓			
Eliminar personas y prohibir su acceso a la página	✓	✓	✓			

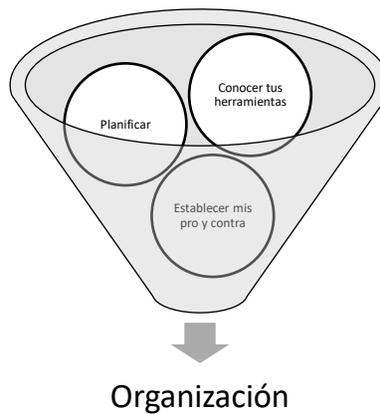


Crear anuncios, promociones o publicaciones promocionadas	✓	✓	✓	✓		
Ver estadísticas	✓	✓	✓	✓	✓	
Ver quién publicó en nombre de la página	✓	✓	✓	✓	✓	

Fuente: Facebook Ayuda

D. Organización

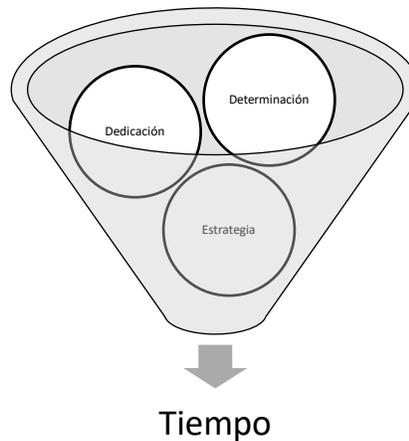
La organización tiene algunos componentes que son:





E. Tiempo

El tiempo tiene también algunos componentes que son:



Tema 4: Estrategias Básicas para el manejo de identidad gráfica en Facebook

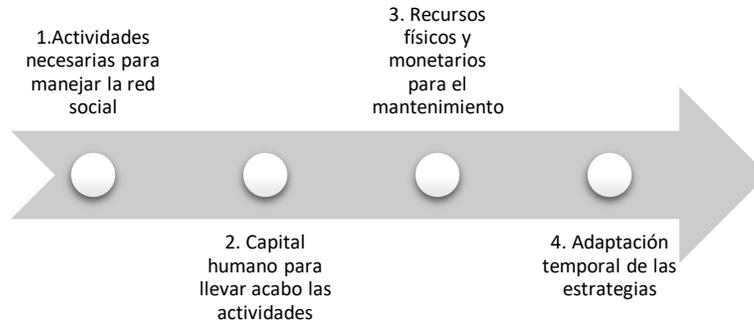
A. Términos



Estrategia: Consiste en desarrollar acciones generales que permitan realizar metas que en conjunto formaran un plan de acción.

B. Estrategia para redes sociales

Las estrategias nos permiten conocernos, conocer nuestro público meta y conocer nuestro entorno a trabajar en este caso las redes sociales, si bien las estrategias deben ser pensadas con algunos criterios como:



La estrategia básica para este grupo es:

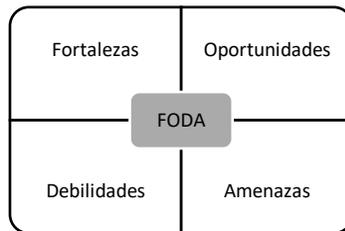
- Definir objetivos y público meta
- Establecer Roles dentro de la página de Facebook para tener mejor control de las publicaciones
- Asignar un cronograma de publicaciones y programarlas
- Establecer tipo de publicaciones a realizar en la página
- Asignar Horarios de publicaciones y considerar fechas relevantes al año
- Crear un banco de imágenes, fotografías y videos para las publicaciones
- Crear alianzas con otras páginas en Facebook relacionadas para promociones mutuas
- Crear un sistema de red para apoyar nuestra página (Colaboradores)
- Crear contenidos con las 7 C (Calidad, Cantidad, Compartible, Conectar, Creatividad, Constancia, Cuantificable)
- Crear y planificar campañas de acción y expectativa
- Descubriendo quien soy

Primero: Debes conocer quiénes somos por ello debemos establecer nuestros pros y contras, que define a nuestra marca a otras, para ello uno de los mejores métodos a usar es el FODA. El análisis FODA es una herramienta de planificación estratégica, diseñada



para realizar una análisis interno (Fortalezas y Debilidades) y externo (Oportunidades y Amenazas) en la empresa.

Para este análisis debe hacerse un listado por cada área de lo que nuestra empresa tiene de características en cada categoría:



Luego de este análisis debemos pensar en la caja negra, que es el método de la caja negra es cualquier proceso o mecanismo cuya forma de actuar no es comprendida, ni accesible al usuario, en el cual se hace un listado de como estoy y a donde quiero llegar, en donde el proceso es desconocido, pero se resuelve creando lineamientos.



MATERIAL DE APOYO 3

Capacitación Principios sobre manejo de identidad gráfica en red social Facebook

Tema 5: Desarrollo de Estrategia Básica

A. Términos



Desarrollar: Llevar a cabo una idea, un proyecto, etc., que necesita cierto tiempo.



Estrategia: Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

F. Como Desarrollar una estrategia



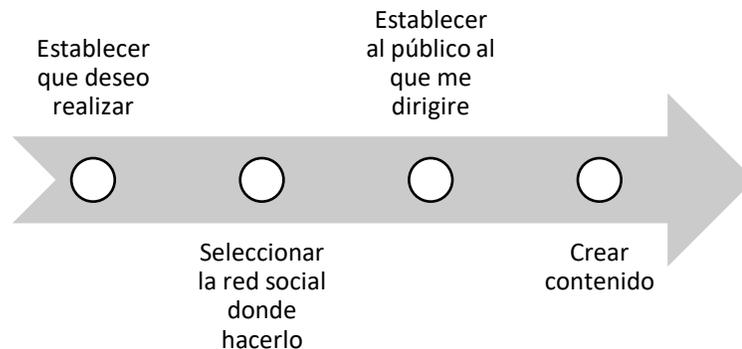
Tema 6: Aplicación de estrategia básica





G. Estrategias Básicas

- Definir objetivos y publico meta



- Establecer Roles dentro de la página de Facebook

Actividades para manejar Facebook



- Encuentra al menos 5 paginas de Facebook interesantes y dale a Me Gusta durante la semana
- Comparte al menos 2 publicaciones diarias interesantes, relacionadas con tu sector
- Actualiza el estado de tu empresa diariamente
- Revisa los dias de publicación en la herramienta de Facebook: Estadísticas

- Crear contenidos con las 7 C (Calidad, Cantidad, Compartible, Conectar, Creatividad, Constancia, Cuantificable)
 - Calidad: Informar e instruir, entretener o hacer soñar, deja una huella positiva, adaptable a móviles
 - Cantidad: ara Facebook con 3 o 5 publicaciones al día basta
 - Compartible: Crea contenidos que enamoren, el contenido visual es el más compartido, encuentra tu formula correcta y crea contenidos virales.
 - Conectar: Publica contenidos de utilidad, que tu comunidad se sienta identificada, genera conversación, ayuda a tu comunidad y ella te ayudara



- Creatividad: Ejercita tu creatividad, utiliza diferentes tipos de contenidos, atrévete a sorprender, elige contenidos de terceros de calidad y da los créditos
- Constancia: Prepara un calendario de publicaciones, mantén un horario regular, la comunidad esperara tus contenidos.
- Cuantificable: Vigila las estadísticas de tu Fan page.

- Organizar el tiempo dedicado a las redes sociales

Nuestras actividades deben considerarse dependiendo de nuestra agenda general,

Mes	Semana	Día
•Actividades más relevantes en el mes	•Definir los días de publicación dentro de las actividades	•Definir horarios de publicaciones

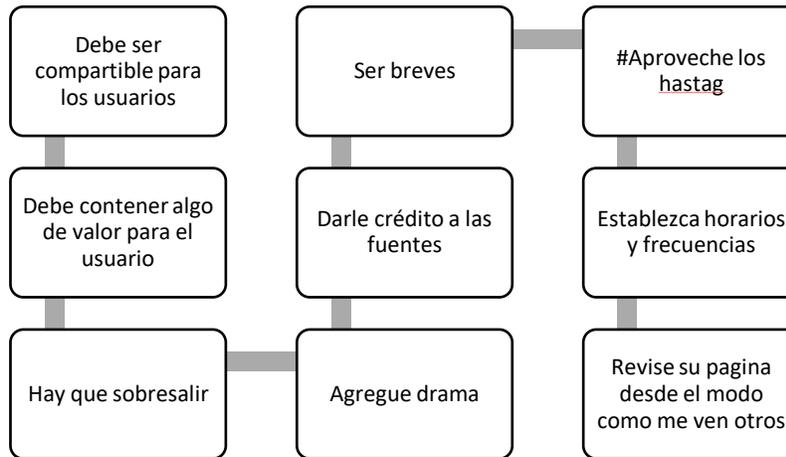
algunas herramientas podrían ser el “Journal Bullet”, que va desde las actividades generales a lo más específico

Algunas apps para organizarse son: wrike, kezmo y hibox.

- Establecer tipo de publicaciones a realizar en la página



Estas pueden determinarse por el administrador sin embargo debe poseer ciertas cualidades como:



- Asignar Horarios de publicaciones y considerar fechas relevantes al año

Para ello se requiere una tabla que nos ayude a organizar, frecuencia, tipo de publicación, semana, hora y días.

En donde la semana nos dará la pauta de la semana al mes que puede ser distribuida en números del 1 al 4 u 5 esto dependerá de las semanas dentro del mes, el día para establecer nuestra frecuencia de los días más relevantes, el horario para la constancia, el tipo de publicación para tener en claro que queremos lograr ese día, la frecuencia en que se publicará para establecer si usaremos de nuevo esa publicación.

Semana	Día	Hora	Tipo de Publicación	Frecuencia	Contenido visual
1	Miércoles	7:30 am	Interacción	2	Imagen con pregunta



- Crear un banco de imágenes, fotografías y videos para las publicaciones
 - Tomar Fotografías de mis productos (herramienta: celular o cámara)
 - Descargar imágenes gratuitas que puedan ayudarme a mejorar y guardarlas (herramienta: freepick.com/pixabay.com/freeimages.com/imagebase.net)
 - Crear o usar gif's para dinamizar mi página (herramienta: gifty.com)
 - Organizar mi banco de imágenes en mi computadora para poder reutilizarla
 - Editar mis fotografías y colocarles mi logo (Herramienta: Canva.com)
- Crear un sistema de red para apoyar nuestra página (Colaboradores) y alianzas con otras páginas de Facebook
 - Proponer a mis amigos con muchos amigos en sus cuentas de perfil que te ayuden a difundir la pagina
 - Apóyate en familiares que tienen cuenta para que te ayuden a difundir tus publicaciones más atractivas para ellos
 - Si conoces administradores de otras páginas, ayúdales publicando sus post y ellos te ayudaran con tu post
 - Crea una comunidad para tener un acceso más rápido a tu audiencia



Anexo O Instrumento de cuestionario para artesano de MEDART San Salvador.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto "Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Me gusta la idea de hacer saber a los que nos visitan que somos personas de San Salvador y que todo es hecho a mano.

2. ¿Cuál es la importancia de saber potenciar una Imagen Gráfica dentro de las redes sociales?

Porque te puedes dar a conocer a través de ella y llegar muy lejos.

3. ¿Se siente identificado con la nueva imagen gráfica (imago tipo, paleta de colores, nombre de marca)? Justifique su respuesta.

Si, me encanta la idea de las manos.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.

Si, debemos movernos con la tecnología y nos quedamos atrás, la información es poder.

5. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

Me identifico con ella porque te da la idea de artesanías hechas a mano.

6. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.

No hubo respuesta.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Muy buena.

2. ¿Cuál es la importancia de saber potenciar una Imagen Gráfica dentro de las redes sociales?

Dar a conocer nuestros productos.
Crear un vínculo entre nuestros compradores y potenciales clientes y nosotros.

3. ¿Se siente identificado con la nueva imagen gráfica (imago tipo, paleta de colores, nombre de marca)? Justifique su respuesta.

Sí, me parece bien más con la nueva incorporación de colores.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.

5. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

Me gusta es muy interactiva y tiene mucho color.

6. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.

Los que tienen más color porque tienen más interacción.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Le falta color.

2. ¿Cuál es la importancia de saber potenciar una Imagen Gráfica dentro de las redes sociales?

Lo importante la publicidad y la identidad de todo artesano.

3. ¿Se siente identificado con la nueva imagen gráfica (imago tipo, paleta de colores, nombre de marca)? Justifique su respuesta.

Sí, por el nombre.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.

Sí, porque yo desconocía del conocimiento de las redes sociales

5. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

Muy excelente.

6. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.

No hubo respuesta.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Bastante mejor y se identifica con lo relacionado con la artesanía.

2. ¿Cuál es la importancia de saber potenciar una Imagen Gráfica dentro de las redes sociales?

Excelente porque es el método para exponer nuestro producto a los demás

3. ¿Se siente identificado con la nueva imagen gráfica (imago tipo, paleta de colores, nombre de marca)? Justifique su respuesta.

Sí, por ser parte de MEDART.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta,

Sí, por no ser ignorantes de las redes sociales y conocer de sus beneficios.

5. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

Muy buena porque ya se puede identificar como miembro de la Mesa de Artesanos de San Salvador de CONAMYPE.

6. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.

Las publicaciones de la tienda que se está dando por parte de las jóvenes capacitadoras de la UES.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Los colores armonizan con los productos artesanales y tienen su significado bien establecido.

2. ¿Cuál es la importancia de saber potenciar una Imagen Gráfica dentro de las redes sociales?

Para que el público nos pueda identificar ya sea por el logo o los colores.

3. ¿Se siente identificado con la nueva imagen gráfica (imago tipo, paleta de colores, nombre de marca)? Justifique su respuesta.

Sí, ya que los colores matizan con el producto y e nombre es breve fácil de recordar y nos identifica.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.

Sí, ya que las herramientas para poder impulsarnos desde as redes sociales y nos actualizan.

5. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

Es bastante interactiva esta bien establecida la imagen gráfica y es fácil de recordar y a la vez agradable.

6. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.

La publicación de las preguntas (interactiva), ya que impulsa al público comentar.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Muy buena por lo artesanal.

2. ¿Cuál es la importancia de saber potenciar una Imagen Gráfica dentro de las redes sociales?

Para dar a entender o conocer ciertos tipos de productos.

3. ¿Se siente identificado con la nueva imagen gráfica (imago tipo, paleta de colores, nombre de marca)? Justifique su respuesta.

Sí, por la manera en la que se apoyan la artesanía y los artesanos.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.

Sí, para abrimos más las puertas de comercialización de artesanías.

5. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

Me gusta por el apoyo que le dan a los artesanos.

6. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.

Las preguntas sobre las técnicas o materiales de las artesanías porque dan conocimiento a las personas.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Me parece muy moderna y que abarca el concepto de lo que es la Mesa.

2. ¿Cuál es la importancia de saber potenciar una Imagen Gráfica dentro de las redes sociales?

Ser reconocidos y más importante que sea consumido.

3. ¿Se siente identificado con la nueva imagen gráfica (imago tipo, paleta de colores, nombre de marca)? Justifique su respuesta.

Sí, toma todo el concepto y lo transforma en algo llamativo e interesante para el público al que va dirigido.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.

Sí, porque es una parte importante que debemos saber para ayudarnos a darnos a conocer.

5. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

Me parece muy bien hecha, me gusta mucho el hecho de educar sobre todo lo que abarca la artesanía y culturizar más a la población.

6. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.

Me gusta mucho las que hacen interactuar al público y que tienen información cultural.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Sí, me gusta mucho el logo porque identifica inmediatamente que lo que hacemos es manual, es artesanal.

2. ¿Cuál es la importancia de saber potenciar una Imagen Gráfica dentro de las redes sociales?

Para atraer al cliente ya que por los ojos entra todo. Los colores son importantísimos, elegir imagen, foto.

3. ¿Se siente identificado con la nueva imagen gráfica (imago tipo, paleta de colores, nombre de marca)? Justifique su respuesta.

Me gusta muchísimo, las manos, los colores s muy representativas, con ella la gente identifica que es una página relacionada con lo artesanal.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.

Sí es muy importante que nos capaciten en este tema ya que generalmente es por estos medios que nosotros necesitamos dar a conocer al público en general nuestros productos y es muy necesario aprender a manejarlos.

5. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

Me encanta saber que la Mesa tiene ya su propia página, porque las personas pueden conocer los diferentes rubros que existen dentro de la misma.

6. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.



Los conceptos de los diferentes rubros en los que trabajamos, Es necesario que las personas conozcan que significa cada uno.



Anexo P Instrumento de cuestionario para Expertos.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

Es una imagen limpia a lo que me refiero es que es dinámica, innovadora e informativa partiendo de su slogan que brinda la ubicación de los artesanos y es atractiva a la vista de sus seguidores por sus colores y formas geométricas.

2. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?
Posee publicaciones interesante sin embargo carecen de imágenes que den a conocer sus artesanos, sus productos y lo que pueden ofrecer a sus seguidores, es una página llena de letras que fácilmente perderá el interés de su público.

3. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.

El único video que poseen pues posee imágenes aunque no exactamente de los artesanos pero brinda información sobre su ubicación, y una de sus salas de ventas.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.

Es de vital importancia para poder fomentar una sana competencia y reconocimiento de los artesanos y su trabajo con su público meta tanto nacional como internacional para poder ser personas más integrales dentro de un mercado conectado cada día más por la tecnología como medio de información y búsqueda para solventar sus necesidades.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

La imagen renovada es adaptable a las redes sociales y como un ejemplo puede crear emociones ligadas a juegos de la niñez de su público meta o simplemente porque su logo es ligado con los trabajos manuales que realizan los artesanos es decir que no es un trabajo creado en masa sino en algunos casos cuentan con la producción única de muchos de sus trabajos lo cual le dan originalidad a su producto.

2. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

Poseen una excelente ortografía que es uno de los aspectos más importantes a recalcar dentro de un medio masivo como lo es Facebook, sin embargo es falta de imágenes por lo cual no pueden crear el mismo impacto que el resto de las paginas en Facebook.

Sin embargo hay un uso de color interesante no es un uso excesivo pero tampoco es ausente sin embargo el color azul negro es percibido como negro y no como azul.

3. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.

El video y la única fotografía de la artesana haciendo la pulsera ya que es lo más atractivo a la vista, es importante recalcar que los consumidores compran lo que ven no lo que leen por ende las publicaciones son aburridas a pesar que ha tenido muchas visualizaciones.

4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.

Es de vital importancia el capacitar a toda la gente que desee crear una interacción más cercana con su público meta, la cual es uno de los principales objetivos dentro de las redes sociales, la interacción entre diferentes personas con intereses en común, el poseer actividades como estas promueven el uso de



las redes sociales y se convierte en una de los principales puntos de conocimiento tanto para el vendedor como el consumidor.



Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes plásticas

Cuestionario para proyecto “Manejo de identidades gráficas en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de El Salvador.

1. ¿Cuáles es su opinión de la renovada Imagen Gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador?

La Imagen Corporativa es dinámica, de fácil reconocimiento con un solo plano lo que permite que sea fácilmente integrada en diferentes medios de comunicación e internet, como resultado se vuelve más rentable para los artesanos en la interacción de su público meta, el uso de color es sobria y al utilizar una gama de colores oscuros con colores atractivos a la vista vuelve más dinámica tanto la página como las publicaciones que este posee.

2. ¿Cuál es su opinión de la Página MEDART San Salvador en Facebook?

La página es buena en cuanto a la limpieza de sus publicaciones poseen una línea gráfica que les permite el uso de colores llamativos en combinaciones de colores base sin embargo se observa mucha letra, no hay promociones u ofertas por seguirlos no publican con regularidad y tiende ser cansada a la vista.

3. ¿Qué tipo de publicaciones llamo su atención? Justifique su respuesta.
Las educativas el saber o no saber que arte es el que ellos realizan o en que consiste su trabajo manual, sin embargo la página es poco atractiva pues no posee muchas imágenes lo cual asegura el tener a nuestros seguidores o público meta interesados sobre las cosas que se están realizando dentro de los artesanos
4. ¿Considera usted importante el desarrollo de proyectos que capaciten sobre el uso de redes sociales? Justifique su respuesta.



Este tipo de capacitaciones brindan a las persona las herramientas básicas para que ellas puedan utilizar recursos de bajos costos con altos resultados en un período de tiempo, incentivan al uso de las redes sociales de manera eficiente y permiten las obtención de resultados a corto mediano y largo plazo; éste tipo de proyecto deberían de ser apoyados por empresas u organizaciones que estén interesadas en el desarrollo de sus respectivos países



Anexo Q. Perfil de investigación

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES ESCUELA DE ARTES



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

MANEJO DE IDENTIDAD GRÁFICA EN REDES SOCIALES PARA LA MESA
DE DESARROLLO ARTESANAL DEL MUNICIPIO DE SAN SALVADOR,
DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, 2017.

PRESENTADO POR

ARAGÓN HERRERA, IMELDA BEATRIZ	AH09013
ORTIZ FERRUFINO, DILIAN MERCEDES	OF09006
SÁNCHEZ GONZÁLEZ, KAREN YAMILETH	SG08035

PERFIL DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ARTES PLÁSTICAS, OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO

LICDA. MARIA DE LOURDES CALERO SANTOS
DOCENTE ASESOR

MSC. CARLOS ALBERTO QUIJADA
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

ABRIL 2017
CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR.

ÍNDICE

Contenido	Página
INTRODUCCIÓN	246
1. PROPUESTA DE TEMA	
1.1 Título de la Investigación.....	248
1.2 Descripción del tema.....	248
1.3 Delimitación espacio temporal	250
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
2.1 Situación Problemática	250
2.2 Enunciado del problema	253
2.3 Contexto de la investigación	253
2.4 Justificación	259
3. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	
3.1 Objetivo General	261
3.2 Objetivos Específicos.....	261
3.3 Preguntas de Investigación	262
4. MARCO DE REFERENCIA	
4.1 Antecedentes del Problema	263

4.2 Bases Teórico-Científica	266
4.3 Diagnóstico	268
4.4 Definición de Términos Básicos	270
5. DISEÑO METODOLÓGICO	
5.1 Enfoque y Tipo de Investigación	273
5.2 Sujetos y Objeto de Estudio	277
5.3 Categorías de análisis.....	278
5.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	280
5.5 Proceso Analítico/Interpretativo.....	281
6. CAPITULADO TENTATIVO Y COMPONENTES TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS	283
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	283
8. ACTIVIDADES Y RECURSOS	
8.1 Cronograma de Actividades	291
8.2 Presupuesto.....	293

INTRODUCCIÓN

El perfil de investigación correspondiente al seminario de Graduación 2017 de la Escuela de Artes de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad de El Salvador denominado “Manejo de identidad gráfica en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador, 2017” corresponde al estudio de estrategia aplicada desde el enfoque del diseño gráfico para la correcta identificación gráfica de dicho gremio.

Tema que va vinculado a la actualidad llena de avances tecnológicos, en donde las redes sociales se han vuelto la forma diaria de comunicación visual, tales avances conllevan a las empresas a querer colocar su marca en dichos medios, sin embargo, la falta de conocimiento de estas herramientas; el no poseer una identidad gráfica y de cómo el diseño gráfico es fundamental en el desarrollo del aspecto visual, limita a estas empresas a promocionarse en dichas redes.

Las empresas en general presentan a sus áreas de promoción el nuevo reto en redes sociales, sin embargo el desarrollo de una marca en ellas debe ir de la mano de un comunicador visual, en este caso el diseño gráfico es el que aportaría las estrategias a la identidad gráfica las cualidades que requiere en este entorno comunicacional aplicado en las Redes Sociales con la importancia de generar mejor aceptación y permanencia de cualquier producto en general, como muestra será tomada la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador en el año 2017.

Las empresas no son las únicas en afrontar los inconvenientes visuales de no poseer una identidad gráfica o el manejo adecuado de estas en dichas vías de comunicación, los gremios también las poseen, tal es el caso que se retoma en esta investigación con la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, buscando su promoción en redes sociales por lo cual es conveniente aplicar dicha estrategia para la adecuada promoción de su identidad gráfica como se sus productos con el fin de fortalecer sus formas de comunicación visual.

Actualmente las artesanías han mostrado su gran potencial económico, esto conjunto a su enorme evolución de técnicas y materiales, a su reinserción al mercado como cualquier otra actividad productiva, particularmente el gremio de Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador se destaca por una amplia característica sobre la evolución artesanal en San Salvador, sin embargo cabe destacar que dicha Mesa no cuenta con una identidad gráfica a través de la cual pueda ser conocida o desarrollada en redes sociales.

A continuación se presenta la propuesta del tema a investigar, sus características básicas, la descripción del tema a desarrollar, en conjunto con la delimitación de espacio temporal, el planteamiento del problema, los objetivos que se perseguirán durante el desarrollo del estudio, los antecedentes, el diseño metodológico de esta investigación que se aportará desde la visión cualitativa, el capitulado tentativo, las actividades, los recursos y sus costos de manera aproximada, se busca mostrar la relevancia de un estudio con tal magnitud en el campo del diseño gráfico.



1. PROPUESTA DE TEMA

1.1 Título de la Investigación

Manejo de identidad gráfica en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador, 2017.

1.2 Descripción del tema

En la actualidad se vive un incremento enorme en cuanto a la tecnología, a pesar que en Centroamérica hay naciones que tienen avances tecnológicos realmente grandes, El Salvador sigue siendo uno de los que se consideran en desarrollo y no ya desarrollado, pero sin lugar a dudas ha avanzado ya en muchas cuestiones realmente importantes, que trazan las líneas base para saber que llegará muy lejos en lo que se refiere a las vanguardias tecnológicas, la cual ha diversificado sus campos a diferentes áreas cotidianas, permitiendo grandes avances en la comunicación y con ello las nuevas formas de comunicación las “redes sociales”(elsv.info, 2016), que son sitios de internet formados por una red de individuos con intereses o actividades en común, estas redes se han posicionado como el medio de comunicación más influyente por el momento, con facilidades de uso, puesto que solo se requiere tener conexión a internet para acceder a ellas, marcando el entorno social y la manera de comunicarse eficientemente, su consumo es visual, lo cual las convierte en un campo de uso amplio para el aspecto de promocionar productos y servicios, esto provoca que las empresas consideren a diario colocarse en este medio, sin embargo, muchas



carecen del conocimiento para hacerlo, sobre todo en la producción de recursos visuales para estas redes, la identidad gráfica de una empresa juega un rol importante en esto, aun así no hay muchos estudios desde el punto del diseño gráfico sobre esto.

Basado en lo anterior, la investigación consistirá en un estudio desde la perspectiva del diseño gráfico, de ¿Como una identidad gráfica puede mejorar el empleo de una marca en una red social? Y como puede ser aplicada en cualquier organización, empresa, compañía, sector o rubro, la presente investigación toma como sujeto de estudio a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, quienes actualmente solo han tenido una pequeña intervención en Facebook sin resultados favorables, con este estudio se buscará identificar la dinámica que las redes sociales establecen actualmente sobre el manejo visual de las marcas.

“Muchas empresas se preguntan cómo pueden tener presencia en redes sociales y cómo se traduce esta presencia en ventas. La respuesta no es sencilla pues primero hay que entender su funcionamiento, y al decir esto, no estamos hablando de que sea un complejo sistema, sino de algo aún más difícil: sostener diálogos con nuestros clientes y audiencias” (BlueMarketing, 2016). Las pautas gráficas para desarrollar una buena imagen es necesaria para ello, no solo en lo artesanal si no en una visión empresarial general del manejo visual de un producto desde el punto del diseño gráfico, la Mesa de Desarrollo Artesanal cuenta con una trayectoria corta en el Municipio de San Salvador funcionando desde el año 2012 destacándose por la producción de artesanías ricas en diversidad de técnicas y que ellos autodenominan “Artesanías neoclásicas” sin embargo, carecen de una identidad gráfica y conocimiento sobre el manejo de una red social desde el aspecto gráfico, por ello, se desarrollara la investigación denominada Manejo de Identidad Gráfica en Redes Sociales y así contar con un



resultado visual óptimo para el desarrollo de una marca en el ámbito de comunicación.

1.3 Delimitación espacio temporal

Tabla No. 1 Delimitación de la investigación.

ESPACIAL		TEMPORAL		SOCIAL	
Lugar:	Instalaciones de CEDART	Mes de inicio:	Marzo	Beneficiarios:	Grupo de artesanos activos en Mesa de Artesanos de San Salvador
Municipio:	San Salvador	Mes de Finalización:	Octubre		
Departamento:	San Salvador	Año:	2017		

Fuente: Elaboración propia

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1 Situación Problemática

El Internet, se ha posicionado durante los últimos años como uno de los recursos más utilizados mundialmente, permitiendo a sus usuarios acceder a infinitas fuentes de información en diferentes sitios dentro de él, entre estos sitios se encuentran las redes sociales, las cuales “son sistemas vía Internet diseñados para permitir la interacción social a partir del intercambio y de la creación, en colaboración, de información en los formatos más diversos” (Secretaría de la Comunicación Social Gobierno de Brazil, 2013), estos sitios permiten el acceso



a ellos con un registro del usuario que suele ser gratuito, algunas de ellas poseen restricciones de edad, una de las principales características de estos sitios, es la interacción entre usuarios sin que se influya directamente en esta interacción, es decir, que esto permite que los usuarios sean creadores de sus propios contenidos dentro de ellas, esto según la estructura de cada red social como tal, desde colocar fotografías, videos o cualquier información; Youtube, Facebook, Instagram, Pinterest, Twitter entre otras, son parte de las más conocidas, estas herramientas suelen tener un gran peso en el aspecto visual, generando la atracción de los usuarios; Las empresas, instituciones y gremios, han notado la importancia de interactuar directamente con sus clientes se han vuelto “conscientes de que sus clientes son parte activa de las redes sociales” (Uribe Saavedra, Rialp Criado, & Llonch Andreu, 2013), lo que conlleva a que deseen ser parte estos sitios, despertando su interés sobre la importancia de manejar un peso visual significativa para dichos sitios.

Las redes sociales “debido al bajo costo de uso y su popularidad, están siendo utilizadas para la construcción de marca” (Harrison & Rae, 2009) de distintas organizaciones, de igual manera “una organización social, cultural o mercantil tiene también una identidad que deberá ser potenciada por medio del cuidado de su imagen” (Wong, 2002), es decir, que ésta identidad se enfrenta al reto de establecer su imagen por estos medios, sin embargo, cubrir este aspecto requiere de tener una identidad gráfica, ésta debe ser adaptable y representativa, no obstante la mayoría desconoce cómo producir y manejar la imagen en estos sitios, las redes sociales son entornos aún en estudio, en cuanto al manejo gráfico sustancial de la imagen de empresas desde la perspectiva del diseño, aun se carece de información puntual, que permita establecer la importancia de no descuidar el aspecto del diseño de imagen para la participación de dicha identidad en estos medios; el sector artesanal es uno de los afectados, el gremio



de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, quienes buscan participar de estos sitios en internet, para poder mostrar sus productos artesanales y neo- artesanales en su región, dicho gremio, es conformado por un grupo de artesanos que radican en el Municipio de San Salvador y que actualmente es independiente, sin embargo varios de sus artesanos están inscritos en algunas capacitaciones que brinda el organismo del Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART), programas que están dentro de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) de El Salvador, en la cual dicha Mesa se encuentra en procesos de legalizarse con ellos.

Esta Mesa en particular desconoce del manejo sustancial de una red social, no obstante han incursionado en la red social Facebook, con una página dentro de este sitio nombrada “Caravana Artesanal”, la cual surgió para promocionar un evento que lleva el mismo nombre y coordinado por los artesanos que conforman la mesa, por el momento carecen de una identidad gráfica propia, que pueda adaptarse y manejarse con facilidad en estos sitios, muestran inconformidad con el diseño de logo que tienen actualmente, dicha organización requiere de una estructura en su identidad, esto muestra la necesidad de un estudio que permita establecer la importancia de desarrollar estrategias básicas sobre el manejo de identidades gráficas las cuales son quienes representan una marca, institución, empresa, etcétera, esto daría paso a conocer que son los aspectos que se requieren para destacar una identidad gráfica en las redes sociales, como esto puede destacar a un gremio artesanal en estos sitios a través de su identidad gráfica y como esta investigación puede ser aplicable a otro rubros empresariales, que busquen destacar su imagen en las redes, conocer lo indispensable del manejo de ellas y cuál sitio es aplicable a sus necesidades de promoción.



2.2 Enunciado del problema

¿Cuál es la importancia de establecer una orientación a nivel de diseño gráfico para el manejo de identidades gráficas en redes sociales aplicado a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador?

2.3 Contexto de la investigación

Para lograr un manejo adecuado de identidades gráficas a nivel de redes sociales, es importante determinar estrategias de índole gráfica, es decir, generar un conjunto de acciones que se llevan a cabo para lograr un determinado fin, mediante esto se puede plantear y formular lineamientos que permitan realizar un objetivo, esto implica que la creación de estrategias en el amplio aspecto cotidiano son requeridas, cuando se quiere lograr llegar a un lugar de manera exitosa y esquematizada, el manejo de identidades gráficas conlleva a la acción de múltiples acciones previamente estudiadas para el entorno en el que se desenvolverán, tal es el caso de los muchos estudios estratégicos que ha realizado el mercadeo, comunicaciones o publicidad, disciplinas que se han dedicado a muchos estudios sobre el tema y las redes sociales, sin embargo estas aún carecen de disciplinas que las estudien a fondo como lo es el caso del diseño gráfico, el cual tiene amplias oportunidades de utilizarse en estos sitios, por el aspecto de que la gran mayoría de ellos están diseñados para impactar a través de imágenes o videos, crear diseños adaptables e impactantes son necesarios sobre todo cuando son medios tan amplios a lo visual.



Por la carga visual de estos sitios, las organizaciones que no conozcan o tengan una identidad gráfica, suelen confundirse en cuanto a que imágenes colocar en las redes sociales, lo cual genera desconciertos a todo aquel que se encarga del manejo de ellas, esto dado a que las empresas olvidan utilizar correctamente su identidad gráfica, la cual está comprendida por muchos elementos que la constituyen como: *el logo, manual de imagen corporativa, papelería*, entre otras, debe considerarse la adaptación de la marca, puesto que la identidad debe tener la capacidad visual de adaptarse a cualquier plataforma, en esto hay que considerar que las estrategias son fundamentales para un manejo estable y provechoso de la identidad, uno de los sectores afectados por este fenómeno, son los pequeños empresarios, quienes ven estos sitios como una opción de crecimiento y exponer sus productos, uno de estos sectores son el gremio de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, quienes han procurado incluirse en las redes sociales.

La Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, fundada en el año 2011, iniciando su función oficialmente a mediados del 2012, conformada por una Junta Directiva y comisiones como: *Comisión de Comunicaciones, Comisión de Logística, entre otros*; siendo los mismos artesanos en repartirse las responsabilidades dentro de estas comisiones, dicha Mesa, desde su fundación hasta su desarrollo actual ha tenido muchos cambios, esto producto de que las artesanías como tal son marcadas por su entorno cultural, social y económico, esto produce que la artesanía como tal evolucione constantemente con los artesanos que las crean, por esta razón la Mesa no tiene una identidad gráfica como tal, puesto que han buscado actualizar su logo, el cual frente a un estudio de un Focus Group (ir a Anexo C, Pág.46) realizado previamente, mostraron insatisfacción con el logo que les representaba, debido a la falta de vínculo a la historia de Mesa y a sus artesanías caracterizadas por su diversidad, en donde



ellos las han autodenominado como neo-artesanías, siendo estas últimas llamadas así por ser una disciplina que produce objetos útiles y estéticos, en cuyos procesos se ven en vueltos principios técnicos y formales de diseño.

Actualmente debido a la naturaleza independiente de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador han tenido un apoyo de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) a través del programa Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART) de San Salvador, este Centro es reciente iniciando su función en San Salvador oficialmente en marzo del 2017, el Centro de Desarrollo Artesanal de San Salvador le brinda a la Mesa un recinto físico para sus reuniones generales, este espacio físico también cuenta con una tienda que reúne las artesanías de artesanos de todo El Salvador.

A nivel del territorio de El Salvador, existen cuatro de estos Centros de Desarrollo Artesanal (ver figura No. 2, Pág. 13), estos lugares son centros de promoción en el cual se imparten consultorías, talleres, capacitaciones y se brindan espacios físicos para trabajar, todo con la finalidad de apoyar a los artesanos por regiones.

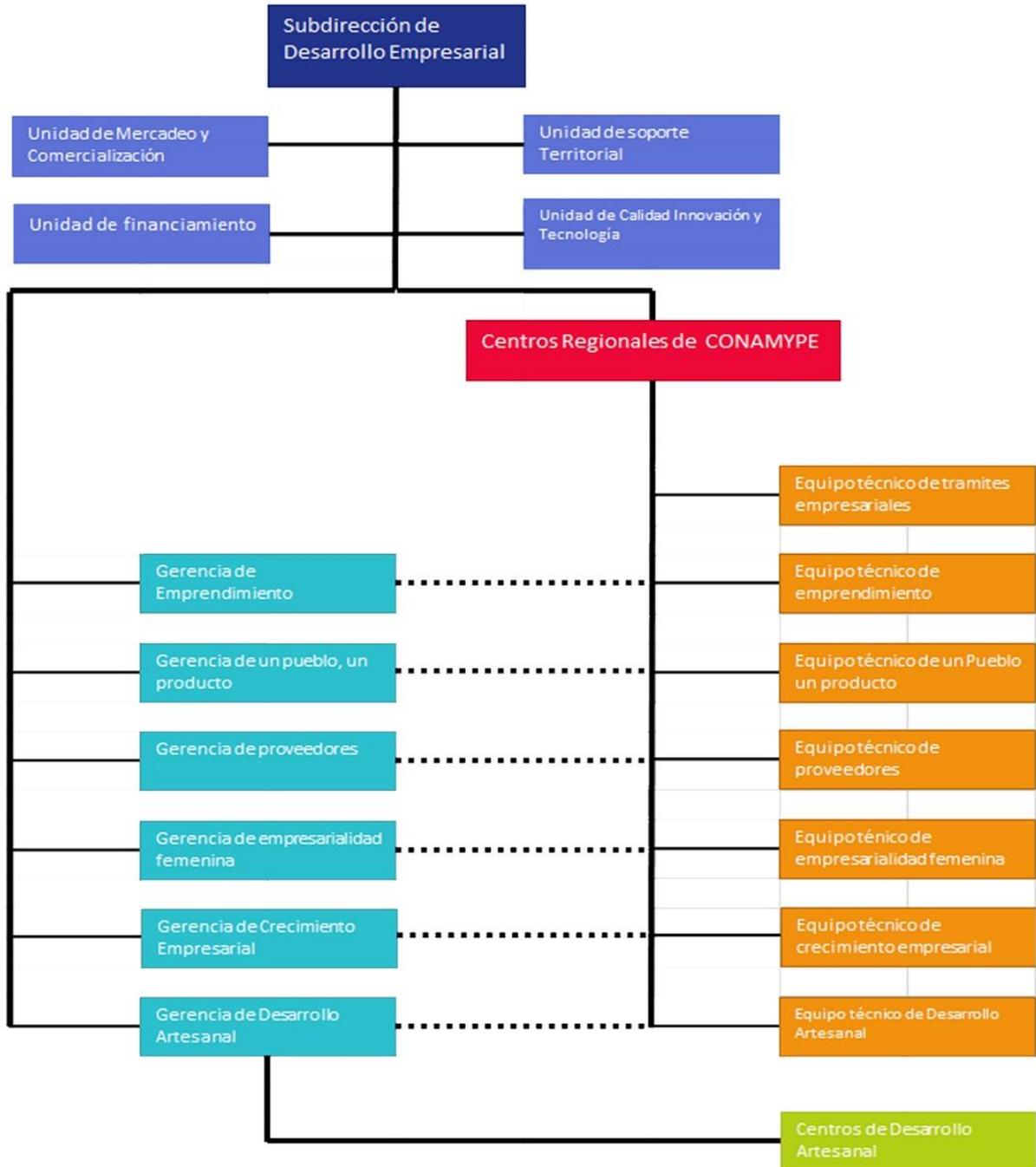
Estos Centros se han desarrollado dentro de la Sub-dirección de Desarrollo Empresarial de CONAMYPE, esta subdirección es quien se encarga de velar por el cumplimiento de las actividades en los territorios, dentro del siguiente organigrama (ver figura No.1, Pág. 12), se puede observar las Gerencias técnicas y los Centros Regionales de CONAMYPE que conforman la estructura matricial del organigrama, esto se debe a que en los Centros Regionales se transversalizan las diferentes estrategias y programas de las Gerencias Técnicas, conformando un fuerte vínculo entre ellos, esto muestra las dependencias directas de los Centros de Desarrollo Artesanal, a las cuales parte de los artesanos de la Mesa de Desarrollo Artesanal se han inscrito, pasando



cada artesano por la evaluación de la matriz dan, para poder ser reconocido como artesano delante de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE).



Figura No. 1 “Estructura Organizativa de Subdirección de Desarrollo Empresarial de Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)”

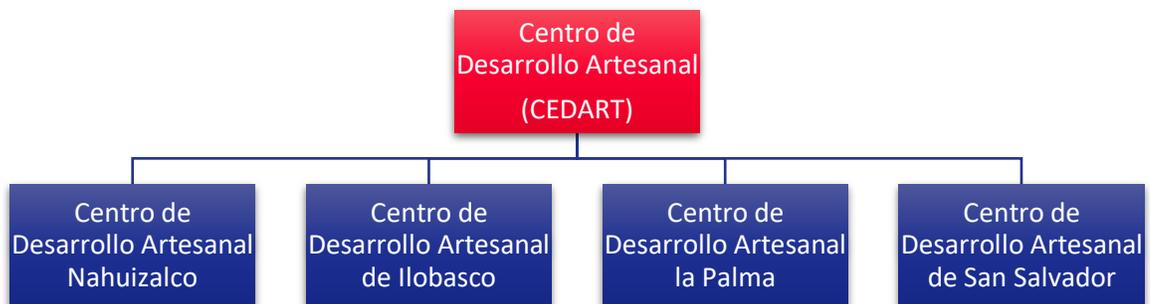


Fuente: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)



En la Figura No.2 se presenta la distribución por regiones del programa Centro de Desarrollo Artesanal de CONAMYPE al que está ligado la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

Figura No.2 Centros de Desarrollo Artesanal por regiones.



Fuente: Elaboración Propia, basado en documentación de CONAMYPE servicios CEDART.

Esta mesa Artesanal ha tenido varios inconvenientes con el reconocimiento de sus productos artesanales, sobre todo por su ubicación geográfica en San Salvador que es la capital de El Salvador, esto en parte por la falta de información sobre la producción artesanal en la capital salvadoreña hasta la fecha, esto transcurre por la creencia que quienes producen artesanías son únicamente algunos pueblos salvadoreños repartidos en otras regiones, esto ha repercutido a la falta de una identidad gráfica representativa del gremio.

Sin embargo, el mencionado gremio cuenta con un logo, de tipo *isologotipo* (tipo de logo que combina imagen con texto), el cual por el momento se está utilizando solamente en los papeles membretados de la Mesa, por el momento es la única



imagen con la que cuentan, carecen de un manual de marca de este logo, según datos de la Mesa el logo se desconoce la fecha en la que fue establecido, para poder establecer su imagen dentro de las redes sociales, el gremio decidió crear una página en Facebook, nombrada como “Caravana Artesanal”, esto con fines comerciales, de promocionar al gremio, esto dejando de lado una vez más el logo establecido por falta de uso y razones previamente mencionadas.

Figura No.3 Isologo Actual de Mesa de Desarrollo Artesanal de Municipio de San Salvador.



Fuente: Comisión de Comunicaciones de Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

2.4 Justificación

El conocer cómo aplicar estrategias básicas en el manejo de identidades gráficas, se ha vuelto una necesidad que muchas empresas, instituciones, organizaciones y gremios desean conocer para poderlas utilizar particularmente en las redes sociales, cabe destacar la importancia que una identidad aporta, pues se forman por aquellas características que definen a las cosas y los seres en singulares, es decir las peculiaridades que les distingue de otras, no obstante



se requiere del conocimiento adecuado sobre como diseñar y perfilar una Identidad gráfica.

Basado en lo anterior, crear estrategias básicas desde una perspectiva de diseño gráfico, mostrará las cualidades que una identidad gráfica debe poseer para manejarse en una red social y el impacto visual que puede alcanzar, por tanto es un tema de actualidad puesto que las empresas y en este particular caso basado en el gremio de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, están enormemente interesadas en formar parte activa con su imagen dentro de estos sitios virtuales y establecer una comunicación visual directa con sus clientes.

La realización de la futura investigación muestra factibilidad, puesto que el tema contribuye al interés sobre la importancia de una identidad gráfica y la relación que se puede establecer en un medio relevante de la actualidad como lo son las redes sociales, esto aportaría beneficios al crear estrategias básicas que permitan un manejo estable de los aspectos visuales de una marca.

La poca inversión o interés en construir una identidad gráfica o establecer estrategias con énfasis sobre la imagen por parte de las empresas, instituciones, organizaciones y gremios, repercuten drásticamente en destacar en las redes sociales, de igual forma la poca realización de investigaciones desde enfoques de diseño sobre esta situación, ha afectado a no conocer la importancia del diseño y las facilidades que este puede aportar, por tanto, una investigación que de estos aportes ayudara a dar beneficios tanto a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador como aquella empresa, institución, etc.,



que desee participar en las redes sociales con una identidad gráfica adecuada, aplicando estrategias para el manejo de estas.

3. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

3.1 Objetivo General

Desarrollar una investigación desde el enfoque del diseño gráfico que refleje la aplicación y creación de una estrategia básica para la identidad gráfica en cualquier contexto institucional aplicado a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador.

3.2 Objetivos Específicos

1. Realizar una investigación sobre el manejo de la identidad gráfica desde la perspectiva del diseño gráfico tomando como base el diagnóstico del objeto de estudio: redes sociales y su sujeto de estudio: Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador.
2. Diseñar la identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador que represente de manera estratégica desde el enfoque del diseño gráfico dicha organización.



3. Desarrollar una estrategia básica para el manejo de identidades gráficas en redes sociales desde la perspectiva del diseño gráfico para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador.
4. Capacitar sobre el manejo de identidades graficas en redes sociales desde el enfoque del diseño gráfico a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador

3.3 Preguntas de Investigación

1. ¿Por qué es importante elaborar un perfil de investigación para la aplicación de la estrategia para el manejo de la identidad gráfica en Redes Sociales: Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador?
2. ¿Cuál es la necesidad de diseñar la identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador que represente de manera estratégica desde el enfoque del diseño gráfico dicha organización?
3. ¿Para qué desarrollar una estrategia básica para el manejo de identidades graficas en redes sociales, desde la perspectiva del diseño gráfico para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador?
4. ¿Por qué realizar una capacitación sobre el manejo de identidades graficas en redes sociales desde el enfoque del diseño gráfico para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador?



4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 Antecedentes del Problema

Según (Calvos Muñoz & Rojas Llamas, 2009) una red social es una comunidad de individuos que están conectados de alguna forma ya sea por el trabajo, valores o ideas. Sin embargo, hoy en día se retoma como una plataforma web en la cual los individuos se conectan entre sí para compartir sus experiencias y opiniones con respecto a un punto señalado o compartido por ella misma u otra persona a la cual se encuentra relacionada. El objetivo final de las redes sociales es conectar a la gente y no solamente eso sino mantener a los integrantes activos en la red social no importando donde se encuentren, a donde van si están juntos o al otro lado del mundo. Muchas de las empresas más importantes nacionales como extranjeras utilizan las redes sociales como una herramienta económica y de amplio alcance para la promoción, reconocimiento y prolongación de su identidad gráfica las cuales garantizan un lugar prospero para la promoción y reconocimiento de cualquier marca en general.

La Imagen Corporativa comprende proyectos basados en la realización de la imagen de marca (Identidad Visual). Todos los elementos que concurren en la creación de la fisonomía gráfica de una empresa son: *tipografía, eslogan, marca, manual de imagen corporativa, adaptación a los diferentes soportes (redes sociales) línea gráfica.*



El “Manejo de Identidad Gráfica en Redes Sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal” comprende una nueva plataforma y las herramientas a utilizar para tener un contacto directo con los usuarios de forma inmediata. De este modo los ciudadanos sienten la presencia en todo momento y pueden aprovechar las posibilidades de participación y expresión, sin embargo es necesario establecer las estrategias o líneas fundamentales de actuación para guiar a los gestores de cuentas (redes sociales) en el manejo de la identidad grafica desde la creación de marca hasta el uso y manejo de la misma, comprendiendo la importancia que un buen diseño logra generar mayores ganancias, usuarios, posicionamiento, así como también reconocimiento de la página y como la calidad de la imagen impacta en las personas para comprender y ejecutar estas estrategias es preciso enfatizar en el término social media; es un término muy empleado pero que puede resultar difícil de definir. La mejor forma de hacerlo es analizarlo por partes: si Media es un instrumento de comunicación, entonces Social Media es un instrumento social de comunicación, donde la información y, en general, el contenido son creados por los propios usuarios mediante el uso de las nuevas tecnologías para ser, posteriormente, compartido con otros usuarios. Se puede entender el Social Media como un grupo de medios de comunicación online que comparten las siguientes características: *son participativos, son abiertos, permiten conversaciones, crean comunidad, desarrollan conectividad*

Esta estrategia de diseño considera pertinentemente importante crear una imagen gráfica para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador por medio de la cual logren continuidad, permanencia y se logre como tal la identificación de su imagen gráfica y se reconozca la importancia de la calidad de la imagen como gestor de productividad.



Según la definición de La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (en inglés United Nations Educational, Scientist and Cultural Organization (UNESCO) las artesanías tienen como base los objetos que son producidos por Artesanos con la ayuda de herramientas manuales o mecánicas que tengan como mínimo la intervención de la mano artesana de manera directa y como el elemento más importante, se debe importante recalcar que la artesanía según el objetivo de su creación puede clasificarse como utilitarias y decorativas y según la época en la que fue creada puede colocarse como Artesanía Tradicional y Artesanía Neo clásica. La artesanía Neoclásica es la producción de objetos útiles y estéticos en cuyo proceso se utilizan elementos técnicos y formales, procedentes de diferentes contextos socioculturales y niveles tecno-económicos. Se caracteriza por **realizar una transición hacia la tecnología moderna o por la aplicación de principios estéticos** de tendencia universal o académicos, y destaca la creatividad individual expresada por la calidad y originalidad del estilo.

Definido esto y según lo expresado por los miembros de la directiva de la Mesa de Artesanos de San Salvador a través de un Focus Group buscan a través de sus artesanías de carácter neoclásicas (término con el cual se autodenominan) de tipo utilitarias (cuencos, Platos, botellas, jarras, tazas, tazones, cazuelas, vestidos, chales, zapatos, pulseras, aritos, etc.) y decorativas (pinturas, talla directa, cofres, objetos decorativos) mostrar que San Salvador posee artesanos con las capacidades de innovación las cuales pueden estar al alcance de cualquier tipo de mercado, sin embargo es importante mencionar que ellos no poseen las herramientas necesarias para uso de redes sociales de manera concreta ya que no han recibido ninguna información acerca del manejo de estas además de carecer de una imagen



llamativa (logo) que los identifique a ellos como artesanos neoclásicos, la falta de concientización de social media a cada uno de los participantes y la ausencia de estrategias de manejo para una red social que generen las dinámicas de diseño para su página, que va desde la toma de fotografías, el orden de los productos dentro de la página por rubros y las actividades que se necesitan para mantener al usuario en constante movimiento y visualización de la marca.

4.2 Bases Teórico-Científica

Tabla No. 2 Bases Teórico-Científica

Tipo de Fuente	Fuente	Descripción	Contexto
Artículo de Revista	Social Network: the future of marketing for small bussines. (Harrison & Rae, 2009)	Las empresas, viendo el crecimiento de la actividad de las redes sociales, están comenzando a utilizarlas en su estrategia de marketing debido al bajo costo de uso y su popularidad, siendo utilizadas para la construcción de marca	El uso de redes en esta era se vuelve lo más factible, dinámico y necesario para posicionarse en el mercado, la Mesa de Desarrollo artesanal, necesita alcanzar estos niveles y eso a medida de creación de estrategias básicas de diseño.



Libro	El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. (Uribe Saavedra, Rialp Criado, & Llonch Andreu, 2013)	Social media es una tendencia social donde la gente usa tecnologías para obtener las cosas que necesitan de otros y no de las instituciones tradicionales	No se requiere ir a una institución tangible , esta puede ser virtual y pueden variar desde empresas grandes o pequeñas
Libro	Fundamentos del diseño (Wong, 2002)	La idea de identidad está formada por aquellas características que definen a las cosas y los seres y las hacen singulares. Una organización social, cultural o mercantil tiene también una identidad que deberá ser potenciada por medio del cuidado de su imagen.	El cuidado en la imagen, el correcto uso de color, tipografía, forma, concepto se verán reflejado en el correcto uso de la identidad grafica en la red social
Libro	<i>Historia del Diseño Gráfico</i> (MEGGS & PURVIS, 2009)	El diseño gráfico se ha visto afectado de forma irrevocable por el hardware y el software de la informática digital y el crecimiento explosivo de Internet.	El desarrollo ha desacreditado hasta cierto sentido las imprentas. Es más rentable un documento virtual que uno impreso.

Fuente: Elaboración Propia



4.3 Diagnóstico

Datos Históricos.

La Mesa de Desarrollo Artesanal funciona en las instalaciones del Centro de Desarrollo Artesanal (CEDART) San Salvador desde el año 2011 quien cuenta con alrededor de 100 artesanos inscritos dentro, los cuales 35 artesanos se encuentran activos por el momento.

Cada una de los artesanos que tienen acceso a este gremio debe de pasar una inscripción previa y dentro de los requisitos podemos encontrar ser habitante nacido en San Salvador y que sus creaciones sean en un 100% producidos y elaborados por ellos además de que se consideren sus creaciones como artesanías y no manualidades, existe una diferenciación sutil entre estos dos conceptos y es bueno mencionarlas ; las **manualidades** son trabajos efectuados con las manos, con o sin ayuda de herramientas a partir de una materia prima procesada o prefabricada. Tanto las técnicas como la actividad, no tienen una identidad de tradición cultural comunitaria y pueden ser una labor temporal marcada por las modas y practicada a nivel individual o familiar (Sierralta, 2010).

La relación que existe entre esta organización y CONAMYPE es muy distante ya que no buscan involucrarse en su totalidad por motivos políticos, no brindan un apoyo personalizado en cuanto a capacitaciones, desarrollo de técnicas, apoyo económico para la compra de sus materiales, talleres de creación de artesanías etc; esto genera descontento en los involucrados.



Actualmente a nivel nacional esta organización no cuenta con apoyo además de estar excluida de los sectores artesanales relevantes del país por su localización geográfica, podemos encontrar en este punto de la investigación la importancia de impactar con un diseño de marca y manejo de redes sociales (Facebook) ya que poseen una riqueza de arte en sus manos.

Dicho gremio actualmente se conoce con el nombre de Caravana Artesanal ya que se realizó un evento con este nombre en el año 2016, se creó una página en Facebook donde se promocionaron para dicha actividad, cabe mencionar que el logo para el evento se elaboró sin fundamentos críticos de diseño, debido a la falta de conciencia que la mesa posee acerca de la importancia de un manejo de redes sociales y el interés por capacitar a una persona idónea en el área de diseño y publicidad.

Existe un encargado de postear fotos, publicaciones e imágenes informativas, pero con bajas resoluciones y con fotos en un pixelaje equivocado, esta situación no genera un alcance de seguidores y así mismo el desinterés de los pocos que se encuentran agregados a la red social.

MISIÓN:

Desarrollar y promover la mesa de artesanos de San Salvador en sus diversas manifestaciones artísticas, generando una identidad propia y apoyándoles con técnicas de producción, exposición, mercadeo y calidad de sus productos; con el fin de tener un crecimiento sostenible y sustentable para todos.



VISIÓN:

Posicionar a la mesa de artesanos de San Salvador como uno de los mejores productores artesanales; para ser un referente de nuestra cultura a nivel regional con estándares internacionales de calidad.

Figura No.4 Captura de Pantalla de página de Facebook actual de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador.



Fuente: Página de Facebook para evento La Caravana Artesanal 2016

4.4 Definición de Términos Básicos

- **Artesanía:** Según la UNESCO son objetos que son producidos por Artesanos con la ayuda de herramientas manuales o mecánicas que tengan como mínimo la intervención de la mano artesana de manera directa y como



el elemento más importante. (United Nations Educational Scientist and Cultural Organization(UNESCO), 1997)

- **Artesanía Decorativa:** Destinada a un uso decorativo como por ejemplo azulejos, mosaicos entre otros.
- **Artesanía Neoclásica:** Producto creado por un artesano que se caracteriza por realizar una transición hacia la tecnología moderna
- **Artesanía Utilitaria:** Es la que está destinada a la producción de objetos utilitarios como vasijas, cantaros. Comales entre otros.
- **Artesano:** Es una persona que realiza, hace o modela con sus propias manos y con los materiales de su entorno objetos de uso utilitario y cotidiano, repitiendo moldes o tipos de obras, históricamente puede hacerla según su herencia ancestral.
- **Diseño de marca:** La marca de su empresa o producto es la carta de presentación de su empresa con los potenciales clientes. El diseño de marca es mucho más que el crear un logotipo – imagotipo para su empresa o producto. Es definir la comunicación de los valores y ventajas. El diseño de marca está relacionado estrechamente con la identidad corporativa.
- **Identidad gráfica:** La identidad gráfica es el primer contacto que tiene una organización con su público y con sus consumidores potenciales, es la primera parte de una larga historia de construcción de marca. Los valores, el discurso, el estilo, el tono y la personalidad de una marca deben ser perceptible en un vistazo. Un buen diseño –atractivo, preciso, relevante– es vital, pues debe generar una conexión funcional o emocional en un



instante; esta sensación perdurará, incluso de manera inconsciente, por mucho tiempo en la mente del consumidor.

- **Logotipo:** El logotipo se define como *un símbolo formado por imágenes o letras que sirve para identificar una empresa, marca, institución o sociedad y las cosas que tienen relación con ellas.*
- **Marca:** Es una de las variables estratégicas más importantes de una empresa ya que día a día adquiere un mayor protagonismo. No hay que olvidar que vivimos actualmente una etapa bajo el prisma del marketing de percepciones y por tanto resalta la marca frente al producto. Para estar bien posicionados en la mente del consumidor y en los líderes de opinión, la marca de nuestra compañía debe disfrutar del mayor y mejor reconocimiento y posicionamiento en su mercado y sector.
Según la Asociación Americana de Marketing, marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y la diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero nombre y un símbolo, ya que, como comentaba anteriormente, se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual. Esto se debe, en gran medida, a que se ha pasado de comercializar productos a vender sensaciones y soluciones, lo que pasa inevitablemente por vender no solo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo.
- **Píxel:** termino informático que se refiere a la más pequeña de las unidades homogéneas en color que componen una imagen de tipo digital.



- **Promoción:** La Promoción es un elemento o herramienta del marketing que tiene como objetivos específicos: informar, persuadir y recordar al público objetivo acerca de los productos que la empresa u organización les ofrece, pretendiendo de esa manera, influir en sus actitudes y comportamientos, para lo cual, incluye un conjunto de herramientas como la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing directo y venta personal.
- **Redes sociales:** Las redes sociales son sitios de internet formados por comunidades de individuos con intereses o actividades en común (como amistad, parentesco, trabajo) y que permiten el contacto entre estos, de manera que se puedan comunicar e intercambiar información.

Los individuos no necesariamente se tienen que conocer previo a tomar contacto a través de una red social, sino que pueden hacerlo a través de ella, y ese es uno de los mayores beneficios de las comunidades virtuales.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Enfoque y Tipo de Investigación

Para llevar a cabo la futura investigación, es necesario estudiar la situación y el proceso de como la identidad gráfica del gremio de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador y como puede dicha identidad adaptarse a un sitio como las redes sociales mediante la aplicación de estrategias que le permitan su manejo en estos sitios, considerando la perspectiva desde el diseño

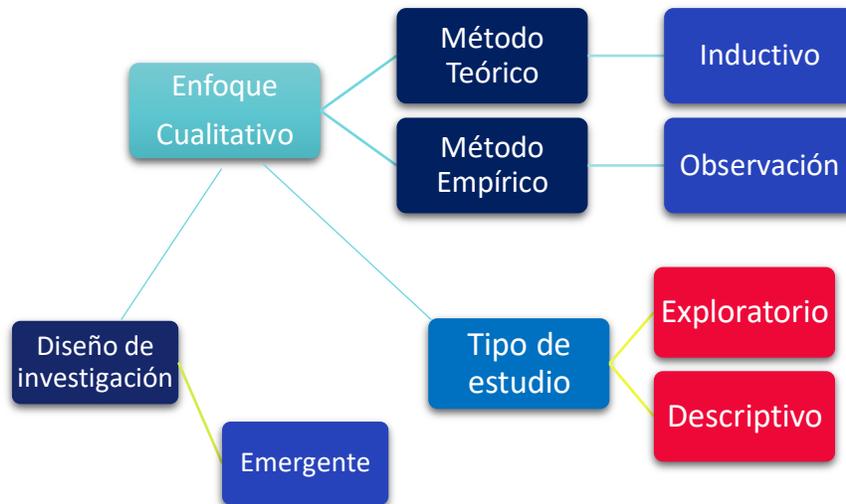


gráfico, tomando en cuenta lo antes planteado el enfoque ideal para las necesidades de la futura investigación es el de tipo cualitativo, dado que estudia la calidad de las actividades, relaciones, asuntos, medios, materiales o instrumentos en una determinada situación o problema, este enfoque se interesa más en saber cómo se da la dinámica, o como ocurre el proceso, en que se da el asunto o problema.

Para determinar los procedimientos del ordenamiento de las actividades de la investigación, se utilizara el **Método Teórico**, de la manera inductiva, pues permite la planificación de todas y cada una de las actividades, para la evolución de la investigación que iría desde lo más particular como la creación de la Identidad gráfica para la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador a lo general como lo es la aplicación de estrategias básicas para el manejo de identidades gráficas, desde la perspectiva del diseño gráfico. Junto al Método Teórico se utilizara el **Método Empírico**, para la obtención de información a través de la observación de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, se describirá y analizara cual es el comportamiento que estos sujetos tienen al momento de ser expuestos al impacto de una identidad gráfica representativa y adaptable a una red social, para el tipo de estudio se utilizaran dos, el exploratorio y el descriptivo, el tipo exploratorio permitirá obtener información previa y definir la situación problemática sobre la aplicación de estrategias básicas para identidades gráficas en redes sociales, esto permitirá formular el esquema de investigación, el estudio descriptivo permitirá tener una información detallada sobre la problemática en estudio, permitirá que se tenga un panorama más amplio sobre la importancia de que las identidades gráficas se adapten a las redes sociales.



Figura No. 5 Diseño Metodológico



Fuente: Elaboración propia.

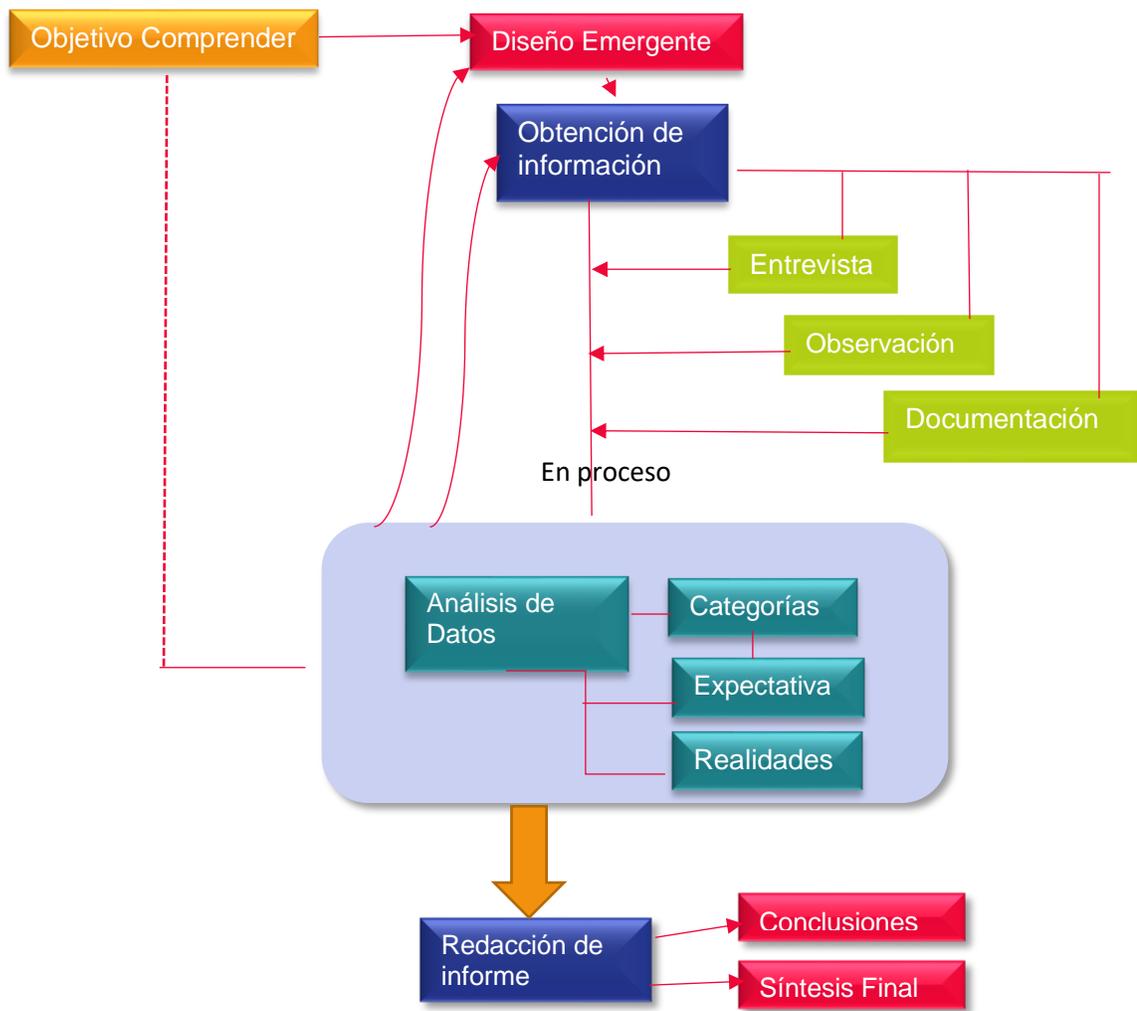
El diseño de la investigación será basado en el tipo de teoría fundamentada de diseño emergente, puesto que se requiere un diseño que aporte flexibilidad y permita ir construyendo mediante el conocimiento que se adquiriera, mientras se recopila información en el desarrollo de la investigación, permitiendo una código abierto al momento de las interacciones entre el objeto de estudio y el sujeto de estudio, sus características permiten abordar la visión del diseño gráfico sobre una investigación con sus características creativas, este Diseño permitirá que la información sea recolectada de una manera adecuada, adaptada a la problemática en estudio, orientada a los objetivos y a las actividades a desarrollar durante la investigación.

A continuación se presenta la estructura a del diseño emergente considerado para esta investigación, en donde se muestra en la figura No. 5 el funcionamiento de este diseño, la recopilación de la información, a través de entrevistas, observación del sujeto de estudio y documentación, se generara el proceso, que



permitirá el análisis de datos, los cuales serán divididos en categorías, donde se contrastara la realidad de la expectativa, dando como resultado la creación del informe de la investigación, con las conclusiones y la síntesis final, con el objetivo del proceso de comprender, todo el proceso, la documentación y generar resultados teóricos y objetivos para la investigación.

Figura No.6 Estructura de diseño Emergente en un enfoque cualitativo para esta investigación.



Fuente: Universidad de Málaga.



5.2 Sujetos y Objeto de Estudio

Sujeto de Estudio.

La creación de una identidad gráfica que represente de manera visual la esencia de una institución, junto con el deseo de participar dentro de las redes sociales activamente son características fundamentales que el sujeto de estudio debía poseer para esta investigación, otras características era crear productos artesanales y que dicho sujeto de estudio tuviese acceso a una región geográfica de El Salvador con amplio acceso a internet, estas características permitieron seleccionar como sujeto de estudio, el método de selección ha sido por sus características tales como poseer un taller propio, entrar dentro de los rubros de artesanías utilitarias tales como: mueblería, ropa, bisutería, talabartería, etc. y decoración: *cuadros, vasijas etc.* Además de ser habitantes del Departamento de San Salvador, El Salvador.

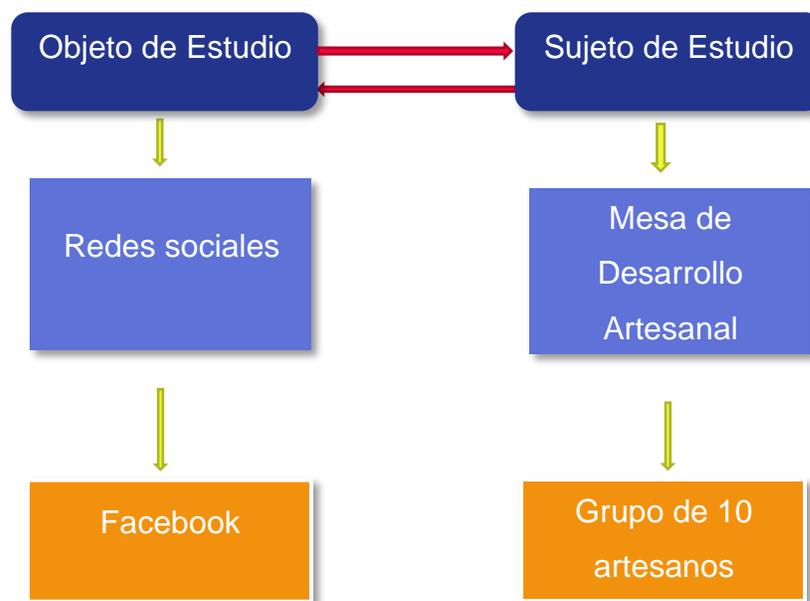
Objeto de Estudio.

Considerando las necesidades de la investigación que se plantea sobre conocer la adaptación de las identidades gráficas y la importancia de estas como elemento visual, se consideró como objeto de estudio las redes sociales dentro del cual se tomara tipo de información y como estas inciden en la relación de un buen manejo de identidad gráfica dentro de ellas y las estrategias para fomentar un diseño destacado de marca.



Para la comprensión de la relación sujeto y objeto de estudio en la investigación planteada la figura que se muestra a continuación hace la referencia.

Figura No.7 Organigrama de Sujeto y Objeto de Estudio



Fuente: Elaboración Propia.

5.3 Categorías de análisis

La investigación basada en el Manejo de identidad gráfica en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, comprende las siguientes categorías de análisis:



A. Mesa de Desarrollo Artesanal:

- Historia de Mesa de Desarrollo Artesanal
- Imagen de Mesa de Desarrollo Artesanal
- Desarrollo de Imagen de Mesa de Desarrollo Artesanal
- Creación de una Identidad Gráfica

B. Identidad gráfica:

- Teoría de la Identidad gráfica de una organización.
- Desarrollo de una Identidad gráfica de una organización
- Fundamentos de la creación de una Identidad gráfica
- Perspectiva del diseño gráfico sobre una Identidad gráfica
- Manejo de identidad gráfica en redes sociales.

C. Redes Sociales:

- Historia de las Redes Sociales
- Influencia de las redes sociales sobre la imagen de una organización
- Utilidades de las redes sociales para la identidad gráfica de una organización
- Manejo de identidad gráfica en redes sociales

D. Estrategia:

- Como se hacen las Estrategias



- Perspectiva del diseño sobre la creación de estrategias
- Creación de estrategia para el manejo de identidades gráficas, desde la perspectiva del diseño gráfico
- Aplicaciones de estrategias en el manejo de identidades gráficas en redes sociales

5.4 Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Tabla No. 3 Técnicas e Instrumentos de recolección de información

No.	Técnica de Recolección	Tipo de Instrumento	Dirigido a:	Resultado Esperado
1	Observación	Diario de Campo	Mesa de Artesanos San Salvador	Primera información sobre sujeto de estudio
2	Observación	Ficha anecdótica	Mesa de Artesanos San Salvador	Información sobre el estado del sujeto de estudio en contraste con el objeto de estudio
3	Recolección de Datos	Focus Group	Mesa de Artesanos San Salvador	Recopilación de información sobre funcionalidad de la investigación con el sujeto de estudio
4	Entrevista	Cuestionario de Entrevista	Representantes ligados a la temática en estudio.	Recopilación de datos externos sobre



sujeto de estudio y
objeto de estudio.

Fuente: *Elaboración Propia*

5.5 Proceso Analítico/Interpretativo

A continuación, se presenta una matriz sobre el proceso analítico interpretativo de la investigación, que permitirá ver el desarrollo de los objetivos planteados y como se buscaran ser desarrollados.

Tabla No. 4 Proceso Analítico/Interpretativo

Tema:	Manejo de identidad grafica en redes sociales para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador, 2017.			
Enunciado del Problema:	¿Cuál es la importancia de establecer una orientación a nivel de diseño gráfico para el manejo de identidades gráficas en redes sociales aplicado a la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador, Departamento de San Salvador?			
Objetivo General	Crear una estrategia básica para el manejo de Redes Sociales desde el enfoque del diseño gráfico en diferentes entidades, y su aplicación en la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador para el reconocimiento de su Identidad Gráfica en el año 2017.			
Objetivo Específico:	Unidades de Análisis:	Dimensiones:	Técnicas a utilizar:	Tipos de instrumentos a utilizar
Realizar una investigación sobre el manejo de la identidad gráfica desde la perspectiva del diseño gráfico tomando como base el diagnóstico del	-Documentación -Sitios Específicos	Dimensión cultural	Observación	-Diagnostico -Diario de Campo -ficha anecdótica



objeto de estudio: redes sociales y su sujeto de estudio: Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador.				
Diseñar la identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador que represente de manera estratégica desde el enfoque del diseño gráfico dicha organización.	-Documentación -Procesos -Participantes	Dimensión social	Entrevistas Encuestas	Cuestionario Focus group
Desarrollar una estrategia básica para el manejo de identidades gráficas en redes sociales desde la perspectiva del diseño gráfico para la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador.	-Artefactos y objetos -Sitios Específicos -Grupo -Participantes	Dimensión social Dimensión Cultural	Observación	Registro específico
Capacitar sobre el manejo de identidades graficas en redes sociales desde el enfoque del diseño gráfico a la Mesa de Desarrollo Artesanal del	-Participantes -Grupo -Sitio específico	Dimensión social Dimensión Cultural Dimensión Económica	Observación	-Registro específico



Municipio de San Salvador				
---------------------------	--	--	--	--

Fuente: Lineamientos del Perfil de Investigación. Enfoque cualitativo

6. CAPITULADO TENTATIVO Y COMPONENTES TÉCNICOS Y ARTÍSTICOS

Presentación de Capitulado tentativo, se considera que estos pueden ser modificados durante el proceso y desarrollo de la investigación.

CAPITULOS:

PRIMER CAPITULO: LA IMPORTANCIA DE LA IDENTIDAD GRÁFICA EN UNA ORGANIZACIÓN COMO LA MESA DE DESARROLLO ARTESANAL DE SAN SALVADOR.

1.1. Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador

1.1.1. Historia de la Artesanía en El Salvador

1.1.2. Antecedentes Históricos de la Mesa de Desarrollo Artesanal del Municipio de San Salvador

1.1.2.1 Relación de Mesa de Desarrollo Artesanal con CONAMYPE (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa)

1.1.3. Selección y Clasificación de la muestra de los artesanos de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador

1.1.4. Apreciación del manejo de imagen de la Mesa de Desarrollo Artesanal como marca



1.1.4.1 Diagnóstico sobre el Manejo de las redes sociales por parte de la Mesa de Desarrollo Artesanal

1.1.4.2 Neo-Artesanía o Artesanía Contemporánea

1.2. Identidad Gráfica

1.2.1. Concepto, características y aplicación

1.2.2. Identidad gráfica desde sus varios enfoques

1.2.3. Antecedentes Históricos de la Identidad gráfica

1.2.4 La Identidad gráfica dentro de una Organización.

1.2.4.1 La Importancia de la Identidad gráfica para una Organización

1.2.5 Identidad gráfica dentro de las redes sociales

1.2.6 Identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

1.3. Redes Sociales

1.3.1. Concepto y características

1.3.2. Antecedentes Históricos de las redes sociales

1.3.3. Cartera de Redes Sociales

1.3.4. Clasificaciones de las Redes Sociales

1.3.5. Redes Sociales y su aplicación en una organización.

1.3.6. Redes sociales para la Mesa de desarrollo Artesanal de San Salvador

SEGUNDO CAPITULO: PROCESOS Y DESARROLLO DE IDENTIDADES GRÁFICAS ADAPTADAS PARA REDES SOCIALES.



2.1 Metodología

2.2. Construcción de Identidad Gráfica de una organización

2.2.1 Estado actual de la identidad gráfica de la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

2.3. Proceso de renovación de Identidad gráfica para una organización

2.3.1. Realización de Brief

2.3.2 Proceso de renovación de imagen

2.3.3 Colores de marca

2.3.4 Tipografía para marca

2.3.5 Creación de eslogan

2.3.6 Diseño de Papelería

2.2.7 Promocionales para marca

2.4 Adaptabilidad de Identidad gráfica de una organización a redes sociales

2.4.1 Selección de redes sociales para una organización

2.4.2 Adaptación de Identidad gráfica a las redes sociales

2.4.3 Creación de espacio en redes sociales para una organización

2.4.4 Costos generales de creación de contenido para redes sociales

2.5 Manejo de Identidad gráfica de una organización en redes sociales



2.5.1 Estrategia básica para el manejo de redes sociales

2.5.2 Reglas sobre la identidad gráfica en las redes sociales

2.5.3 Costos generales de manejo de redes sociales

2.6 Creación de Manuales para manejos de Identidades gráficas

2.6.1 Manual de uso de Marca

2.6.2 Manual de estrategias básicas para el manejo en redes sociales

2.6.3 Costos generales de manuales de marca y estrategias

TERCER CAPÍTULO: RESULTADO DE LOS PROCESOS APLICADOS PARA ESTABLECER IDENTIDADES GRÁFICAS ADAPTADAS A REDES SOCIALES

3.1 Resultados del manejo de identidades gráficas en redes sociales.

3.1.1 Resultado de la adaptación de identidad gráfica a redes sociales

3.1.2 Resultados de la aplicación de estrategias básicas para el manejo de una identidad en redes sociales

3.1.3 Resultados prácticos (Manuales y capacitación)

3.2 Capacitación como resultado para el manejo de una identidad gráfica en redes sociales

3.2.1 Metodología de la capacitación



3.2.2 Aplicación de capacitación

3. 2.3 Realización de capacitación

3.3 Valoraciones sobre el manejo de identidad gráfica en redes sociales aplicada a la Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

3.3.1 Valoraciones de Artesanos pertenecientes a Mesa de Desarrollo Artesanal de San Salvador.

3.3. 2 Valoraciones de Expertos sobre el desarrollo del proyecto.

3.3.3 Valoraciones del grupo investigador sobre el proyecto.

4. Conclusiones

5. Recomendaciones

Bibliografía

Anexos



7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Álvaro Gómez Vieites y Carlos Otero Barros. (2011). *Redes Sociales en la Empresa. La Revolución e Impacto a nivel Empresarial y Profesional*. Madrid: RA-MA Editorial y Publicaciones, S. A.

Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE). (2014). *Diccionario de la Lengua Española*. España: ESPASA.

Calvos Muñoz, M., & Rojas Llamas, C. (2009). *“NETWORKING, Uso práctico de las redes sociales”*. España: ESIC.

Chinchilla Flamenco, D. A. (2006). *Guía didáctica II para seminarios de investigación social*. San Salvador: Talleres Gráficos UCA.

MEGGS, P., & PURVIS, A. (2009). *Historia del Diseño Gráfico*. España: RM VERLAG.

Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico: Ed. Mc Graw Hill. .

Uribe Saavedra, F., Rialp Criado, J., & Llonch Andreu, J. (2013). El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial. *Cuadernos de Administración*, 205-231.



Wong, W. (2002). *Fundamentos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.

Revistas:

Harrison, L., & Rae, A. (2009). Social networks: the future of marketing for small business. *Journal of Business Strategy*, 24-31.

Informes:

Secretaria de la Comunicación Social Gobierno de Brazil. (2013). *Manual de Orientación para participar en redes sociales*. Brazil: Banco Interamericano de Desarrollo

United Nations Educational Scientist and Cultural Organization(UNESCO). (1997). *La Artesanía y el mercado internacional: comercio y codificación aduanera*. Manila: Simposio UNESCO/CCI.

Sitios web:

BlueMarketing. (8 de Mayo de 2016). *BlueMarketing*. Obtenido de BlueMarketing Web site: http://www.bluemarketing.com.mx/10-tips-para-su-manejo-de-marca/#after_full_slider_0

ilifebelt. (22 de julio de 2016). *Estudio de redes sociales en Centroamerica y el Caribe 2016*. Obtenido de ilifebelt: <http://ilifebelt.com/6to-estudio-anual-ilifebelt-redes-sociales-centroamerica-caribe-2016/2016/08/>



Seleniastic. (13 de Noviembre de 2012). *Selenitas TIC*. Obtenido de Selenitas TIC: <https://selenitastic.com/2012/11/13/por-que-es-tan-importante-tener-una-identidad-corporativa-2/>



8. ACTIVIDADES Y RECURSOS

8.1 Cronograma de Actividades

Tabla No.5 Cronograma de Actividades

Actividades	1° Mes Marzo				2° Mes Abril				3° Mes Mayo				4° Mes Junio				5° Mes Julio				6° Mes Agosto				7° Mes Septiembre				8° Mes Octubre							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Visitas de Campo al gremio																																				
Avances de perfil																																				
Entrega de Perfil																																				
Defensa de perfil																																				
Marco de Teórico																																				
Entrega de Avance 1																																				
Capítulo 2																																				



8.2 Presupuesto

Tabla No.6. Presupuesto Tentativo.

PRESUPUESTO				
N°	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Papelería resmas papel bond	2	\$ 5	\$10
2	Fotocopias	50	\$0.02	\$1
3	Anillados	10	\$ 2	\$20
4	Empastado de lujo	4	\$30	\$120
5	Tinta para impresiones (cartuchos)	16	\$ 10	\$160
6	Impresiones	40	S.G	\$50
7	Bibliografía de contenido y especialidad	S.G	S.G	\$50
8	Boquitas	S.G	S.G	\$ 15
9	Arreglos florales	2	S.G	\$ 40
10	Capital Humano	3	-	-
11	Computadoras	3	-	-
12	Imprevistos*	S.G	S.G	\$ 300
13	Viáticos*	S.G	S.G	\$200
14	Capacitación	S.G	S.G	\$50
			<i>Total</i>	\$966
<p>* Los precios de lo cotizado en el presupuesto están considerados según los precios a la fecha 15 de Mayo 2017, los viáticos e imprevisto se estiman a consideración de los costos de alimentación, transporte, comunicación siempre en base a la fecha mencionada.</p> <p>** S.G. corresponde a Suma Global.</p>				

Fuente Elaboración Propia