

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



TÍTULO:

CAPACITACIÓN EN DESARROLLO DE IMAGEN VISUAL PARA PROMOCIÓN DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DIRIGIDA A NUEVOS EMPRENDEDORES DE LA ZONA METROPOLITANA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR 2022.

PRESENTADO POR:

CARNÉ

PAOLA STHEFANY BLANCO CRUZ

(BC15039)

KEVIN AXEL MONCHEZ MONTOYA

(MM15148)

ANDREA MARCELA RAMOS HERNÁNDEZ

(RH15009)

INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL” PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ARTES PLÁSTICAS OPCIÓN DISEÑO GRAFICO

MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA
DOCENTE ASESOR/A

MAESTRA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACION

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLLO FIGUEROA,
SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, SEPTIEMBRE DEL 2022

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

RECTOR:

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

VICERRECTOR ACADÉMICO:

DOCTOR RAÚL ERNESTO AZCÚNAGA LÓPEZ

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO:

INGENIERO JUAN ROSA QUINTANILLA

SECRETARIO GENERAL:

INGENIERO FRANCISCO ALARCÓN

**AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y
HUMANIDADES**

DECANO:

MAESTRO OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICE DECANO:

MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO:

MAESTRO JUAN CARLOS CRUZ CUBÍAS

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

**DIRECTOR ESCUELA DE ARTES:
LICENCIADO RICARDO ALFREDO SORTO ÁLVAREZ**

**COORDINADORA DE PROCESOS DE GRADUACIÓN:
MAESTRA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ**

**DOCENTE DIRECTORA:
MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA**

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer antes que nada a Dios, por guiarme en el sendero y fortalecerme espiritualmente para comenzar un camino lleno de triunfo, de igual manera agradezco a mis padres por el infinito apoyo que me han brindado para culminar mis estudios y quienes me han enseñado a seguir adelante a pesar de las dificultades, sus consejos han sido el motor de arranque para formar la persona que actualmente soy, deseo agradecer a mis amigos-compañeros de trabajo de grado por toda la paciencia y dedicación para culminar este hermoso proyecto, Agradezco también a nuestros tutores por la paciencia, orientación y sabiduría para terminar con éxito nuestro trabajo de investigación. ¡Gracias!

Paola Blanco

Dedico este proyecto de manera muy especial a mis padres Francisco Monchez y Silvia Montoya, y les agradezco por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad, por siempre motivarme para luchar por mis sueños, pues esto también es fruto de todo su esfuerzo; de igual manera agradezco a todos mis seres queridos y amigos que me apoyaron y motivaron durante este largo camino, Steve, Tefy, Erick, Frank, Karen, Andreita, y Andrea Girón así como también a mis compañeras de trabajo y amigas Andrea Ramos y Paola Blanco quienes han sido un pilar fundamental para culminar este sueño.

Kevin Monchez

Agradezco a Dios por permitirme llegar al culmen de mi carrera, dedico este logro a mis padres por todo el amor, la confianza y el apoyo brindado, cada sacrificio ha valido la pena, agradezco a mis hermanos, familia y amigos que formaron parte de este proceso, a mis compañeros y amigos de la universidad con los cuales comparto este proceso de grado, y a cada uno de los docentes que formaron parte de etapa, agradecerles por todo el conocimiento brindado para poder tener un resultado exitoso.

Andrea Ramos

ÍNDICE

| CONTENIDO | No. de PÁGINA |
|---|---------------|
| RESUMEN | 9 |
| ABSTRACT | 10 |
| INTRODUCCIÓN | 11 |
| I. CONTEXTO GENERAL | 13 |
| 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO..... | 13 |
| 1.2 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN..... | 14 |
| II. OBJETIVOS..... | 18 |
| 2.1 GENERAL..... | 18 |
| 2.2 ESPECÍFICOS..... | 18 |
| III. DESARROLLO DEL PROYECTO..... | 18 |
| 3.1 FUNDAMENTACIÓN..... | 18 |
| 3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA -CULTURAL | 23 |
| IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO..... | 25 |
| 4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS..... | 25 |
| 4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS..... | 28 |
| V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO..... | 35 |
| VI. RECOMENDACIONES..... | 37 |
| BIBLIOGRAFÍA | 39 |
| ANEXOS..... | 41 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Gráfica 1: Años de existencia de emprendimientos. | 29 |
| Gráfica 2: Conocimiento de imagen visual..... | 29 |
| Gráfico 3: Redes Sociales..... | 30 |
| Gráfico 4: Importancia de la imagen visual..... | 33 |
| Gráfico 5: Cambios de la imagen visual..... | 34 |
| Gráfica 6: Programas de diseño. | 45 |
| Gráfica 7: Aplicaciones de diseño..... | 45 |
| Gráfico 8: Estrategias de marketing digital..... | 46 |
| Gráfico 9: Línea grafica..... | 46 |
| Gráfico 10: Logo identidad..... | 46 |
| Gráfica 11: Importancia de los talleres. | 52 |
| Gráfica 12: Herramientas..... | 52 |
| Gráfico 13: Practica de conocimientos..... | 53 |
| Gráfico 14: Estrategias..... | 53 |
| Gráfico 15: Nuevas redes sociales..... | 54 |
| Gráfica 16: Beneficios. | 54 |
| Gráfica 17: Asesorías..... | 55 |
| Gráfico 18: Importancia de capacitaciones..... | 55 |
| Gráfico 19: Calificación | 56 |
| Imagen 1: Mejora Imagen Visual Nektzin..... | 32 |
| Imagen 2: Mejora Imagen Visual Kokelovers..... | 32 |
| Imagen 3: Convocatoria en redes sociales..... | 47 |
| Imagen 4: Grupo de WhatsApp..... | 47 |
| Imagen 5: Taller 1 Imagen Visual 04/06/22..... | 47 |
| Imagen 6: Taller 1 Imagen Visual 04/06/22..... | 48 |
| Imagen 7: Taller 1 Imagen Visual 04/06/22..... | 48 |
| Imagen 8: Taller 2 Imagen Visual 18/06/22..... | 48 |
| Imagen 9: Taller 2 Imagen Visual 18/06/22..... | 49 |

| | |
|--|----|
| Imagen 10: Taller 3 Imagen Visual 25/06/22..... | 49 |
| Imagen 11: Taller 3 Imagen Visual 25/06/22..... | 49 |
| Imagen 12: Mejora Imagen Visual Your Outfit..... | 57 |
| Imagen 13: Mejora Imagen Visual Moto Cars..... | 58 |
| Imagen 14: Mejora Imagen Visual Vitheo Nails..... | 59 |
| Imagen 15: Mejora Imagen Visual Mond..... | 60 |
| Cuadro 1: Sugerencias..... | 56 |

RESUMEN

La imagen visual es fundamental para los nuevos emprendedores, particularmente en aquellos negocios que pretenden un crecimiento en el número de clientes. El proyecto Capacitación en desarrollo de imagen visual para promoción de productos dirigida a nuevos emprendedores de la zona metropolitana, San Salvador, estuvo dirigido a las personas que se vieron en la necesidad de crear un emprendimiento a causa de la pandemia del Covid-19, por lo cual el grupo vio fundamental compartir los conocimientos para la creación de talleres de emprendimiento donde se mostraron temas relacionados a la mejora de la imagen visual de sus negocios. Para dar Inicio con el proyecto se realizó una convocatoria a través de redes sociales; luego, se realizó una encuesta para conocer el interés y la expectativa de los participantes, de igual manera se redactó el material didáctico y se compartió durante los talleres. El desarrollo de los talleres se dividió en tres sesiones, las cuales se realizaron de manera virtual. Estos talleres incluyeron actividades teóricas y prácticas aplicadas a sus negocios; también se planificaron asesorías de sus emprendimientos. Con los talleres, se logró que los participantes no solo mejoraran su imagen visual, sino también manejaran correctamente todas sus redes sociales, crearan estrategias de marketing, tomaran fotos de una forma profesional. Como punto final se motiva a seguir analizando el tema, para la continuidad del proyecto se harán réplicas y serán enviadas a diferentes ONGs, así como se hará difusión en redes sociales especializadas donde se puede comunicar los resultados del proyecto.

Palabras clave: Emprendimiento; Imagen visual; Proyecto; Marketing; Continuidad.

ABSTRACT

The visual image is essential for new entrepreneurs, particularly in those businesses that seek growth in the number of customers. The project Training in visual image development for product promotion aimed at new entrepreneurs in the metropolitan area, San Salvador, was aimed at people who found themselves in need of creating a business due to the Covid-19 pandemic, due to which the group saw as essential to share knowledge for the creation of entrepreneurship workshops where topics related to improving the visual image of their businesses were shown. To start the project, a call was made through social networks; then, a survey was carried out to find out the interest and expectations of the participants, in the same way the didactic material was written and shared during the workshops. The development of the workshops was divided into three sessions, which were held virtually. These workshops included theoretical and practical activities applied to their businesses; consultancies of their enterprises were also planned. With the workshops, it was possible for the participants not only to improve their visual image, but also to correctly manage all their social networks, create marketing strategies, and take photos in a professional way. As a final point, it is motivated to continue analyzing the subject, for the continuity of the project, replicas will be made and sent to different NGOs, as well as how to disseminate in specialized social networks where the results of the project can be communicated.

Keywords: Entrepreneurship; Visual image; Project; Marketing; Continuity.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto titulado “Capacitación en el desarrollo de imagen visual para promoción de servicios y productos dirigida a nuevos emprendedores de la zona metropolitana, San Salvador, El Salvador 2022, está motivado por la urgente necesidad que se muestra en los nuevos emprendedores de la zona metropolitana de San Salvador, ya que la mayoría que no poseen ninguna competencia en cuanto al diseño gráfico, por ello, el equipo de gestión cultural, consideró a bien en capacitarlos para generar una imagen visual adecuada a sus emprendimientos y así brindarles un apoyo a sus micro negocios. Cabe destacar que el público al que va dirigido este proyecto son emprendimientos de personas que luego de la pandemia COVID se vieron obligados a generar esfuerzos de negocios como medio de vida, por lo que el proyecto posee un beneficio social y humano.

Las características principales de estos emprendedores es la falta de afluencia de visitantes en las redes sociales de sus negocios debido a la carencia visual y de contenido que muestran al posible comprador. Para analizar esta problemática es necesario mencionar sus causas, siendo la principal de todas, no tener presupuesto para contratar un diseñador gráfico, por ende no conocen el uso adecuado de la paleta de colores; por otra parte, muestran su inexperiencia al tomar fotos que den un aspecto profesional, también se puede mencionar su desconocimiento de cómo realizar adecuadamente un logo, así como qué estrategias tomar según la clase de emprendimiento que manejen o cual es el uso adecuado de las redes sociales más importantes, entre muchos aspectos importantes para dar a conocer sus emprendimientos.

Con esto nació el interés de ayudar a este sector en el área académica y poder realizar talleres que cubran las deficiencias antes mencionadas; de igual manera proporcionar facilitadores ya existentes como aplicaciones móviles que facilitan el trabajo de diseñar, estas aplicaciones pueden mejorar muchos aspectos visuales de sus emprendimientos desde la creación de diferentes formatos para las publicaciones en redes sociales hasta la edición profesional, de esta manera se

mejorará el ámbito profesional de cada emprendedor con la menor inversión económica posible.

La estrategia empleada para llevar todo esto a cabo fue hacer una convocatoria a través de redes sociales donde se proporcionaba un link que los remitía a un grupo de WhatsApp, el grupo fue fundamental ya que a través de él se tuvo comunicación directa con cada participante, de esta forma se les facilitó diferentes encuestas así como información didáctica necesaria, se impartieron tres talleres, cada uno mostraba temas diferentes de alto interés siendo el primero: “Introducción y teoría de marketing”, el segundo taller fue: “La Fotografía”, por último el tercer taller: “Estrategias y aplicaciones móviles”, de igual manera se proporcionaron asesorías voluntarias donde se ayudó a los emprendedores a mejorar visualmente su negocio de una manera práctica y profesional. El instrumento que se utilizó para tener evidencia del proyecto fueron capturas de pantalla y material diseñado en la plataforma digital, ya que los talleres fueron de modalidad virtual. Para finalizar el proyecto, se les proporcionaron asesorías personalizadas.

Este documento, es el informe final de la ejecución del proyecto y presenta los principales resultados obtenidos. Para ello, se aborda inicialmente un contexto general del proyecto, para luego detallar antecedentes, justificación y objetivos; estos últimos permitieron definir una línea de trabajo a seguir.

Luego, se describen las actividades desarrolladas, enfatizando los desafíos y las estrategias creativas implementadas para alcanzar los objetivos.

Seguidamente, se explican los resultados obtenidos, conclusiones y recomendaciones que permiten proyectar la posible continuidad del proyecto.

Para terminar, se completa el informe con las fuentes consultadas y los documentos de respaldo incluidos en anexos.

I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO.

1.1 BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

El proyecto estuvo dirigido a aquellas personas del área metropolitana de San Salvador que se vieron en la necesidad de incursionar en el mundo del emprendimiento a causa de la pandemia del Covid-19, este fenómeno trajo consigo una crisis económica mundial nunca antes vista y el empleo en general fue uno de los sectores más afectados durante la pandemia, pues muchas empresas se vieron en la obligación de hacer recorte de personal o reducción de sueldos entre otros factores más, sin embargo todo esto no solo se podría considerar como negativo, pues se afirma que en periodos de crisis también surgen nuevas oportunidades que se pueden aprovechar para generar un nuevo negocio, transformar el modelo, emprender y generar tendencias de cambio que permitan nuevos ecosistemas para emprender y generar ingresos.

Sin embargo, muchas de estas personas que se adentraron en el nuevo mundo del emprendimiento para crear un negocio, lo hicieron con poco o nulo conocimiento sobre la importancia del área gráfica que esto conlleva, pues, está demostrado que a través de una imagen o video es mucho más fácil atraer la atención del consumidor y si esto no se realiza de manera correcta es posible que no se tenga el alcance o impacto deseado.

Es por ello, que los estudiantes egresados de Artes Plásticas opción Diseño Gráfico de la Universidad de El Salvador, llevaron a cabo una serie de talleres y capacitaciones de manera online, dirigidos a aquellos nuevos emprendedores con el fin de expandir o mejorar la imagen visual de sus negocios, para generar un mayor impacto en las redes sociales y obtener un mayor alcance en la venta de sus productos o servicios.

El objetivo principal de estas capacitaciones fue dotar de herramientas a todos aquellos nuevos emprendedores con el fin de mejorar la imagen visual de sus

productos o servicios, para que ellos tengan la capacidad de crear y desarrollar contenido de calidad y a su vez, obtener un mayor impacto en las redes sociales, así como también hacer un uso adecuado de estas y adentrarse de manera creativa e innovadora en el diverso mundo del emprendimiento.

El impacto del proyecto fue evaluado gracias a los resultados obtenidos con los emprendedores, los cuales se evidencian en los siguientes apartados.

1.2 ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.

1.2.1 ANTECEDENTES

Los beneficiarios de este proyecto fueron un máximo de 20 emprendedores teniendo como característica principal querer emprender un negocio o comenzarlo sin tener alguna experiencia en la imagen visual, algunos de los de diversos rubros que se cubrieron fueron: panaderos, artesanos, bisutereros, jardineros, artistas, venta de accesorios y ropa, entre otros

La edad que se tomó en cuenta para la participación del proyecto fue de 18 años en adelante, en cuanto al género no se definió ninguno, uno de los requisitos principales es que los micro-emprendedores pertenecieran al área Metropolitana de San Salvador, El Salvador, ya que es uno de los lugares más concurrido por comerciantes informales en el país. El último requisito fue tener educación básica, puesto que se enseñó sobre aplicaciones que requieren saber leer y escribir, incluso redactar párrafos y hacer uso de herramientas tecnológicas.

El proyecto fue impartido para un grupo de emprendedores de una determinada zona de San Salvador, El Salvador, siendo esta la zona metropolitana, no se especifica colonia, barrio o comunidad, solo se delimita a la zona más céntrica del centro de San Salvador.

Para comprender mejor sobre el emprendimiento en El Salvador, de acuerdo con el marco metodológico del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), los

emprendedores son clasificados en cuatro categorías excluyentes, según el ciclo de vida del negocio: nacientes, nuevos negocios, establecidos y negocios en abandono. A su vez se clasifican en varias categorías no excluyentes, según su motivación para emprender: Por necesidad, por oportunidad, por búsqueda de mejora, innovador, con orientación internacional y ambición de crecimiento.

De cada 10 emprendedores, 6 son mujeres y 4 son hombres, por lo que existe una preeminencia del género femenino en la actualidad. De cada 10 proyectos empresariales, 4 son por oportunidad y 6 por necesidad. El nivel educativo promedio del emprendedor es Bachillerato. Más del 60% de los proyectos que se desarrollan en El Salvador son del tipo por necesidad.

Y en nuestro país el 32.2% de los salvadoreños son emprendedores; o sea, uno de cada tres adultos en edad laboral es emprendedor, lo que equivale al 72% de personas en edad productiva en nuestro país.

Ya que muchas de las personas que han ido emprendiendo desde el 2021 hasta la fecha es por necesidad se debe mayormente a la crisis provocada por el Covid-19 y el aumento de desempleos que esto ha generado en el país.

La situación cultural del área metropolitana de El Salvador es muy reconocida por su desarrollo artístico en general, así como la cultura popular y el turismo cultural que da como resultado a las diferentes actividades artísticas realizadas durante todos los años, que generalmente generan una gran cantidad de ingresos a emprendedores, ventas informales, etc. Como, por ejemplo:

Las actividades culturales y de ocio: Estas actividades predominan mayormente en lugares turísticos de la capital metropolitana como el centro Histórico con el teatro nacional, donde se presentan obras teatrales, ballet, conciertos, entre otros. También existen los shows callejeros en los diferentes parques como música en vivo, estatuas vivientes, malabares, exposiciones de cuadros hasta Feria de artesanías, muchas personas salen con la esperanza de ganar dinero mostrando su arte.

Actividades religiosas y espirituales: Estas actividades se ven mayormente durante la semana santa con la realización de alfombras en las calles, procesiones del Vía Crucis y el Santo Entierro, donde se muestran esculturas históricas talladas en madera con sus vestiduras confeccionadas especialmente para ellas, el domingo de resurrección las calles se llenan de ramos de diferentes diseños, estos son realizados por comerciantes y feligreses con palma de cera como símbolo de la bendición de Dios, de su protección y ayuda, otras actividades religiosas son Las Fiestas patronales de San Salvador o fiestas agostinas estas se celebran en honor al Divino Salvador del Mundo en la ciudad capital con conciertos, parques de atracciones, etc. Los comerciantes ambulantes aprovechan para ofrecer sus productos y generar ganancias, la actividad comercial se ve más en las actividades de diciembre con la navidad donde las calles de la capital metropolitana se llenan de artistas, ventas de árboles navideños y luces, aparte de las celebraciones especiales que se ejecutan en la iglesia.

Festividades y celebraciones: Estas actividades son todos los días festivos que se efectúan durante el año, comenzando con el recibimiento del Año Nuevo donde se festeja con pirotecnia, también tenemos el día de la madre donde las floristerías aprovechan para vender sus ramos de rosas, chocolates, etc. los emprendimientos locales tratan de ofrecer sus productos y dar una opción más económica y diferentes, entre otros. Una de las festividades que generan más afluencia de personas y que es esperada por muchos estudiantes son las fiestas patronales, donde los colegios e instituciones se preparan con antelación para realizar un show increíble, ese día las ventas informales y emprendedores aprovechan para tratar de suplir las necesidades de las personas y generar ingresos para sus familias.

1.2.1 JUSTIFICACIÓN

Los emprendedores que formaron parte del proyecto, es porque iniciaron sus modelos de negocios recientemente y no contaban con la experiencia suficiente en el tema del diseño gráfico, pues carecían de una imagen visual poco atractiva y

comercial, el proyecto benefició mayormente a las personas que no contaban con la solvencia económica de poder contratar a un diseñador gráfico o una agencia publicitaria que les generará una identidad visual mucho más atractiva y profesional.

El proyecto cubrió las necesidades que poseen los emprendimientos en cuanto al área gráfica y mercantil de sus negocios, el principal objetivo fue dotar de herramientas y conocimientos necesarios a la máxima cantidad de emprendedores que respondieron positivamente a la convocatoria a través de talleres en línea que explicaron múltiples temas relacionados a la importancia de la imagen visual.

El hecho que los emprendedores posean una buena imagen visual definida y bien estructurada es un elemento clave que los diferencia de sus competidores, generando expectativas y asociaciones en los posibles consumidores de sus productos o servicios, pues una imagen es entendida y absorbida en las mentes de las personas de manera más rápida.

Cuanto más desarrollada esté la identidad visual de cada modelo de negocio de los emprendedores, más reconocible será; todos los símbolos, valores, ideas y proyectos vinculados que cada emprendedor implementó durante las capacitaciones brindadas, hicieron que sus negocios progresen significativamente dentro del mercado, pues con cada taller se generó autenticidad, pertinencia y confiabilidad de cada uno de sus productos y servicios ante la necesidad de un nuevo modelo de vida a causa de una crisis global. Un diseño visual efectivo de sus emprendimientos permitió responder rápidamente y de forma correcta ante los cambios inesperados generados por la Covid-19, con el fin de buscar permanencia dentro del mercado y poder generar mayores ingresos en momentos de incertidumbre.

II. OBJETIVOS.

2.1 GENERAL.

Desarrollar habilidades en el uso de la imagen visual para promoción de productos y servicios para nuevos emprendedores en el área metropolitana de San Salvador por medio de una capacitación.

2.2 ESPECÍFICOS.

2.2.1 Contextualizar las bases teóricas de la problemática de interés del proyecto.

2.2.2 Definición de contenidos y áreas temáticas a desarrollar en la capacitación.

2.2.3 Ejecutar la capacitación con los nuevos emprendedores en formato a distancia por medio de la plataforma Google Meet.

2.2.4 Evaluar los resultados de la capacitación a fin de promover su continuidad.

III. DESARROLLO DEL PROYECTO.

III.1 FUNDAMENTACIÓN

La fundamentación teórica de una investigación o proyecto es una explicación basada en ideas que están relacionadas con un tema en particular. Es una revisión crítica de los elementos teóricos que sirven de marco de referencia en una investigación.

Esta revisión crítica permite determinar cuáles son las variables que se deben medir y cuál es la relación existente entre ellas, al mismo tiempo que se determina la respuesta a la interrogante de investigación.

Es de vital importancia que el fundamento teórico sea lógico y claro, ya que guiará al investigador desde el inicio de su investigación hasta su conclusión. (Cajal,2019)

La fundamentación elaborándose de la manera correcta desde el inicio de la investigación dará un soporte al trabajo y favorecerá un mejor resultado, ya que requiere mucho esfuerzo en la búsqueda de información en el tema, enriqueciendo más la investigación, siempre buscando resultados o investigaciones confiables de temas investigados previamente por diversos autores.

Debido a la creciente crisis enfrentada en el mundo por el Covid-19, el auge de emprendedores se vio de manera creciente debido a la cuarentena y falta de empleo tradicional, y ante la necesidad de generar un ingreso muchas personas optaron por ofrecer sus productos y servicios a través de las redes sociales a pesar de que muchas de ellas tenían un conocimiento nulo sobre estrategias de comercio en línea e identidad visual, y se vieron opacadas por las grandes empresas que ya se encontraban posicionadas dentro del mercado en línea y que contaban con un material visual de calidad, innovador y atractivo.

3.1.1 Importancia de una buena identidad visual.

La identidad visual de una marca es un sistema de elementos o características que posee la marca, haciéndola única y diferenciada del resto. Dichos elementos trabajan en conjunto para proporcionarle unidad, consistencia y flexibilidad en los diversos medios en los que se presenta, bajo una serie de lineamientos y normativas de uso, que luego se materializan y resumen en lo que se conoce como manual de marca o manual de identidad corporativa, en definitiva, la identidad visual es plasmar visualmente el concepto y cualidades de la marca.

Si bien vender un servicio o producto es importante, comunicar eficazmente el mensaje y los valores de una empresa o emprendimiento todavía lo es más, la experiencia de compra debe incluir tanto factores emocionales como racionales. Así pues, los gráficos y elementos visuales juegan un papel vital en conectar el público

con el concepto de marca, y es que las personas, al decantarse por un producto o servicio en concreto, se identifican indirectamente con una imagen, con unos valores, o con una filosofía específica.

3.1.2 Componentes gráficos de una buena identidad visual.

Estos se diseñan en base a componentes gráficos explícitos que influyen en el estilo visual de la marca, como el nombre de la marca, el logo, la paleta de colores, fotografías, tipografía o tipos de fuente, formas, símbolos, entre otros. Estos elementos deben tener coherencia con el mensaje que deseamos transmitir y lo que queremos representar en el mercado.

Pero no solo la identidad visual de una marca es importante para poder potenciar los productos o servicios que una empresa o un emprendedor pueden ofrecer, sino también se deben conocer elementos como el marketing digital, estrategias de difusión y diseño de contenido para redes sociales, para así obtener un mayor alcance con nuestro público meta.

3.1.3 Qué es marketing digital.

El marketing digital es realizar la comunicación de una marca o fomentar el comercio de un producto o servicio utilizando los medios digitales con una estrategia dedicada y estudiada especialmente para potenciar los resultados e impacto de nuestras acciones comerciales en Internet o redes sociales, se emplean diversas tácticas y canales digitales para conectar con el público meta.

En el marketing intervienen cuatro elementos clave que son el producto, el precio, la promoción y distribución, a fin de crear intercambios que cumplan tanto con los objetivos individuales como los de la organización, en otras palabras el marketing digital viene siendo un intercambio en el proceso de planificar y ejecutar el desarrollo de un producto y/o servicio en el que intervienen elementos como; el mercado, las necesidades, los deseos y demandas del cliente, el valor de los productos y servicios, la calidad, la satisfacción además del intercambio de transacciones y relaciones comerciales.

- a) Canales digitales que permitirán llevar a cabo una estrategia de marketing digital:
- b) Se puede utilizar Twitter para proporcionar un servicio al cliente rápido y fácil.
- c) Un blog para difundir contenido de calidad y captar los datos de los clientes.
- d) Facebook para interactuar con tu audiencia.
- e) Instagram para mostrar mediante fotografías creativas tus productos o servicios.
- f) TikTok para poder presentar el proceso de tus productos o servicios e interactuar con los clientes.

3.1.4 La importancia de la formación para los emprendedores

En principio, ser emprendedor es un estilo de vida, y más allá de su definición, es cuestión de actitud y aptitud. Los emprendedores son quienes han sabido observar bien su entorno para encontrar oportunidades y soluciones innovadoras a problemas que otros no ven o no han sabido abordar. Emprendedor es quien, a partir de una idea innovadora, saca adelante por sus propios medios un proyecto en el que cree apasionadamente, busca la manera de materializarlo y asume los riesgos y consecuencias que esto significa. (BBVA)

Los emprendimientos en El Salvador: de acuerdo con el marco metodológico del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), los emprendedores son clasificados en cuatro categorías excluyentes, según el ciclo de vida del negocio: nacientes, nuevos negocios, establecidos y negocios en abandono. A su vez se clasifican en varias categorías no excluyentes, según su motivación para emprender: Por necesidad, por oportunidad, por búsqueda de mejora, innovador, con orientación internacional y ambición de crecimiento.

De cada 10 proyectos empresariales, 4 son por oportunidad y 6 por necesidad. Más del 60% de los proyectos que se desarrollan en El Salvador son del tipo por necesidad. De cada 10 emprendedores, 6 son mujeres y 4 son hombres, por lo que

existe una preeminencia del género femenino en la actualidad Y el nivel educativo promedio del emprendedor es Bachillerato. EL 32.2% de los salvadoreños son emprendedores; o sea, uno de cada tres adultos en edad laboral es emprendedor, lo que equivale al 72% de personas en edad productiva en nuestro país. (Cantón. C)

El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica. Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores. Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. (Valencia, 2007)

Pero, cuando un emprendedor comienza su negocio se encuentra con numerosos obstáculos. ¿Quién puede pagar sueldos de gestores, diseñadores gráficos, una empresa de marketing digital o crear una estrategia para obtener un mayor alcance? Los emprendedores se ven con las manos atadas frente a un presupuesto limitado. Por eso, la formación mediante una capacitación base para desarrollar un conocimiento previo sobre la importancia de estrategias, marketing e identidad visual, se posiciona como la mejor solución a la mayoría de estos problemas, de esta manera los emprendedores podrán crear contenido con mejor calidad e innovar sobre cómo presentar mediante imágenes los productos o servicios de su marca.

3.1.5 Beneficios que aporta el emprendimiento.

- a) Mejora el salario, permitiendo el crecimiento económico: El emprendimiento hace que el mercado evolucione y crezca, creando demanda laboral; los empresarios buscarán personas que trabajen en sus negocios y esto hará que el salario reciba un aumento. Además, al llegar al mercado el nuevo producto, impulsa el crecimiento de la economía misma.

- b)** Mejora la calidad de vida: La competencia en el mercado producirá que los emprendedores busquen nuevas alternativas para sus clientes; mejoras en el producto o servicio ofrecido, dando como resultado productos novedosos. La tecnología es un claro ejemplo de esto. No podemos negar que la llegada de nueva tecnología hace más práctico y llevadero nuestro día a día, sin importar el rol familiar que tengamos.
- c)** Amplía el conocimiento y las posibilidades: El emprendimiento es una herramienta que nos permite ampliar nuestro conocimiento sobre algo; y es que, mientras más conozcamos, más capaces somos de dominar y sacar el mayor provecho a todo lo que hagamos. (Impulsa)

El emprendimiento ha generado un cambio de mentalidad en la actualidad resulta ser una de las fórmulas adoptadas para enfrentar las épocas de crisis, de cambio y de incertidumbre a las que se someten las distintas sociedades. (Torres, 2010). Una sociedad con conocimiento crea conocimiento no está pensando que otras personas lo generen y cuando las personas se dan cuenta de esto empiezan a mezclarlo con otras áreas y se forman ideas de emprendimiento magníficas, es en ese momento en el que se da un cambio en la manera de pensar de las personas y como fruto la evolución de las mismas, cuando las personas tienen deseo de emprender necesitan cualidades como la creatividad y la innovación, el deseo de emprender conlleva que las personas quieran innovar y para innovar necesitan ser creativas. (Jolonch, 2013).

3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL

La gestión utilizada fue directa ya que se usaron los medios y recursos del equipo viabilizar la ejecución del gestor para proyecto.

Los puntos positivos o facilidades presentadas en el proyecto fueron muchas, entre las que se destacan:

La respuesta efectiva de muchos emprendedores a las convocatorias que se realizaron a través de publicidad en diferentes redes sociales como Facebook e Instagram. Las publicaciones se hicieron periódicamente por lo cual emprendedores tuvieron la oportunidad de unirse al grupo de WhatsApp destinado a brindar información de los talleres, material y el link donde se proporcionaban los talleres.

Otro aspecto a destacar, es la planificación de contenidos, la información que se requería para cada taller fue encontrada fácilmente y sin contratiempos en fuentes confiables. Los emprendedores mostraron motivación al conocer los temas elegidos en los cuales se destacaban: Teoría general de diseño (¿Que es imagen visual?, ¿qué es innovación?, ¿qué es marketing digital? ¿cuáles son las principales redes sociales y sus funciones?), Fotografía (Encuadre, iluminación, edición, escenografía, triángulo de exposición), y por último Estrategias y aplicaciones móviles (Estrategias de marketing, Aplicaciones gratuitas para emprendedores).

Otro aspecto a favor, fue la participación de los emprendedores en las plataformas proporcionadas como WhatsApp donde hacían comentarios acerca de lo hablado en los talleres, de igual manera, mantenían una participación activa en los talleres online.

Además de lo anterior, otro punto positivo, fue el interés de algunos emprendedores en las asesorías personalizadas que se brindaron de manera voluntaria al finalizar los talleres. Muchos emprendedores respondieron positivamente a la ayuda ofrecida por parte del grupo de trabajo donde se proporcionó el conocimiento y práctica profesional para mejorar aspectos importantes de la imagen visual de sus emprendimientos como logo, paleta de colores, tarjeta de presentación, etc. Por último, es prudente mencionar que al ser los talleres online los costos suelen ser más bajos debido a los insumos, además de la comodidad y la flexibilidad de horarios.

Los desafíos presentados fueron pocos, pero al ser los talleres virtuales, se tuvo algunos problemas técnicos de conexión, el internet estaba inestable por causa de las fuertes lluvias localizadas en todo el país que creaban una barrera densa que

interfirió con la libre circulación de las ondas y no permitió que tanto como emprendedores y ponentes entraran al link del taller atrasando lo planificado, de igual manera algunos emprendedores no tuvieron la oportunidad de conectarse a ciertos talleres debido a razones personales.

La estrategia utilizada para superar el desafío por conexión fue la realización de una reunión de emergencia, donde se llegó al acuerdo de posponer el taller un fin de semana, ya que las lluvias eran demasiado fuertes. Durante esta semana se proporcionó material didáctico extra para fortalecer lo ya aprendido y no perder la dinámica planificada, de igual manera días antes del taller se realizó un recordatorio para que los emprendedores no olvidaran fecha y hora que se iba a realizar la reposición de ese taller. En cuanto a la las faltas de emprendedores a ciertos talleres, se decidió enviar el material didáctico visto en cada taller para no tener atrasos en los contenidos.

IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.

4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.

Al interior del equipo gestor, se platicó y se seleccionó un tema acorde a la especialidad de cada uno en el área del Diseño Gráfico. En el módulo I se realizó la propuesta del proyecto, “Capacitación en desarrollo de imagen visual para promoción de servicios y productos dirigida a nuevos emprendedores de la zona metropolitana, San Salvador, El Salvador 2022”, de igual manera se anexó la justificación de la elección del tema en desarrollo. En el módulo 2 se realizó la descripción de los siguientes apartados:

- Elementos contextuales
- Diagnóstico
- Objetivo general y específicos
- Fundamentación

En esta etapa se profundizó más la descripción del proyecto con una propuesta general de la ejecución, resaltando todos los temas a compartir, las fechas exactas de los talleres, la forma de impartir cada taller, la elaboración de cartas didácticas, así como la información que se brindó durante las capacitaciones, y el material didáctico que se les proporcionó a cada emprendedor. Por diversos problemas de coordinación en los tiempos establecidos no se dio inicio a los talleres en la fecha estipulada, por lo que se decidió dar una semana más para dar inicio a los talleres, durante esa semana se realizó la publicidad en las redes sociales de cada integrante del grupo, para llegar a más personas y así tener una mayor muestra en los talleres, para finalizar la semana se llevó a cabo el primer contacto con los emprendedores que se interesaron en las capacitaciones, se tuvo comunicación mediante un grupo creado en la red social de WhatsApp dándoles la bienvenida y proporcionándoles un formulario digital como primera prueba diagnóstica.

Las capacitaciones se desglosaron en tres talleres impartidos durante los meses de junio y julio del 2022 con una duración de 2 horas aproximadamente por taller, en cada uno de ellos se abarcaron diversos temas sobre publicidad, fotografía, diseño, y la importancia de crear una imagen visual más atractiva para sus emprendimientos, para generar un mayor impacto en los consumidores.

Se inició dando un taller teórico, abordando temas sobre:

- La imagen visual.
- Cualidades de sus productos o servicios.
- Innovación.
- Marketing Digital.
- Redes Sociales.

Lo anterior, con el fin de ampliar los conceptos básicos que se deben tomar en cuenta para crear un contenido de calidad.

En el segundo taller se brindó una explicación sobre lo que es la fotografía publicitaria, llevando a cabo ejercicios prácticos con los productos de los emprendedores, en dicho taller no fue necesario el uso de una cámara profesional,

pues el objetivo era demostrar que con una buena base se pueden obtener grandes resultados, en dicho taller se dieron a conocer temas como:

- El encuadre.
- La iluminación.
- La edición.
- Escenografía.
- Caja de luz.
- Triángulo de exposición.

En el tercer y último taller del proyecto, se proporcionaron estrategias que los emprendedores podrían utilizar en sus redes sociales, para crear una publicidad más atractiva, para ello se les dio a conocer aplicaciones móviles de fácil uso y manejo, que bien pueden cumplir el funcionamiento básico de grandes programas de edición de diseño gráfico, en este taller se plantearon temas de:

- Cómo editar una fotografía publicitaria.
- Cómo crear y editar un video para redes sociales.
- Los formatos que se deben conocer para crear diferentes contenidos en las redes sociales.
- Cómo diseñar post atractivos para las redes sociales.

El día sábado 4 de junio se impartió el primer taller en línea sobre qué es la Imagen Visual, el sábado siguiente 11 de junio se presentaron algunas dificultades debido al mal clima del momento, por lo que se decidió posponer el taller para la siguiente semana, el sábado 18 de junio se impartió el segundo taller en línea sobre lo que es la Fotografía y los diversos conceptos que esta conlleva, el sábado 25 de junio se finalizó el ciclo de talleres en línea abordando temas sobre estrategias de marketing y aplicaciones móviles.

Como una última actividad se realizó el contacto personal con cada uno de los emprendedores con el fin de proporcionar una asesoría más personal de acuerdo a

sus necesidades y ver de qué manera se podría mejorar la imagen visual de sus emprendimientos, tomando en cuenta sus valores, ideas y conceptos, partiendo de la información obtenida durante las capacitaciones.

Al finalizar todas las actividades se les pidió llenar un formulario con el fin de obtener una evaluación final y conocer el nivel adquirido de información posteriormente a los talleres brindados, de igual manera, esto permitió crear una comparativa de resultados prácticos entre un antes y un después que se pudo evidenciar en el apartado visual de sus redes sociales.

4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

Este proyecto, busco resolver las deficiencias que muchos emprendedores tenían con respecto a la imagen visual de sus negocios, la forma en que se publicitan y el tipo de contenido que estos generan.

Después de proporcionar un instrumento de diagnóstico inicial (Anexo 2) la muestra de respuestas de emprendedores que se obtuvo fue de 18 personas, entre las edades de 17 a 43 años, entre los rubros que se obtuvieron fue venta de ropa y accesorios para mujeres, preparación artesanal de mermeladas, panadería y repostería, bisutería y joyería, impresión 3D, estilistas, uñas acrílicas, elaboración de regalos a mano y jardinería en kokedamas.

Los emprendimientos fueron creados de entre 1 a 3 años, siendo la mayoría nacidos durante y post - confinamiento por Covid-19.

¿Hace cuanto iniciaste tu emprendimiento?

18 respuestas

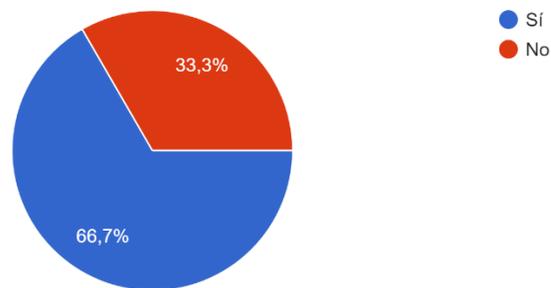


Gráfica 1. Tomado de formularios de Google, Años de existencia de emprendimientos.

Al colocar el término “Imagen Visual”, consultando si los encuestados tenían conocimiento del término, más de la mitad de la muestra no sabía de su significado o no conocían el término a profundidad. Obtenido como resultado que del 100% de respuestas un 66,7% no conocían el termino, y un 33,3% si estaban familiarizados con el tema.

¿Conoces el término "IMAGEN VISUAL"?

18 respuestas



Gráfica 2. Tomado de formularios de Google, Conocimiento de imagen visual.

Continuando con la indagación y al colocar el tema de aplicaciones y programas de diseño, aproximadamente la mitad, es decir, 8 personas siendo el 44,4% no sabe

utilizar o no ha utilizado aplicaciones relacionadas al diseño gráfico, y el 55,6% utiliza o ha utilizado alguna o algunos programas entre Photoshop o ilustrador.

En cuanto a aplicaciones para diseño en teléfonos la más utilizada por los encuestados es Canva por ser una aplicación amigable con el usuario de fácil uso. (Anexo 3)

Sobre los medios en que los emprendedores hacen publicidad de sus productos, el 100% de la muestra utiliza una o varias formas siendo las más utilizadas Instagram, Facebook y WhatsApp dejando Tik tok como la plataforma más reciente y menos utilizada.

¿Qué redes sociales utilizas para publicitar tú emprendimiento?

18 respuestas

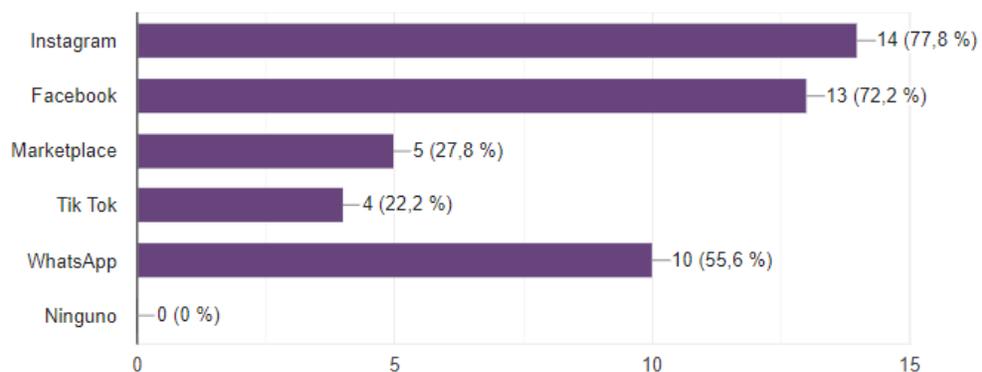


Gráfico 3. Tomado de formularios de Google, Redes Sociales

Sobre las estrategias de marketing digital el 66,7% de la muestra no tienen conocimiento de estrategias que hagan mejorar sus emprendimientos.

El tema de imagen visual siguió siendo deficiente ya que 72,2% no contaba con línea gráfica para sus emprendimientos, siendo únicamente el 27,8% el único que si contaba con línea gráfica o algo que se le asemejara, pero si se tuvo el resultado de que a pesar de no tener una línea gráfica como tal, 13 de los 18 encuestados siendo el 72,2% si contaban con un logo que los identificara y solo 5 personas no tenían un logo para sus emprendimientos.

Como ultima pregunta, se les solicito un comentario con temas que más les interesara para mejora de sus negocios y entre los comentarios se destacan:

- “El manejo de redes sociales y contenidos visuales para dichas redes” - Jessica del Carmen Hernández Molina
- “La línea gráfica” - Karla Marcela Rivera Acosta
- “Imagen visual, publicidad, edición” - Jemima Saraí Argueta Cornejo
- “Me gustaría tener una imagen única en la cual pueda mostrar e identificar a mis clientes talvez solamente con un color, un logro” - Sofia Alejandra Flores Cortez

Analizando los resultados del instrumento de prueba diagnóstica, muchos emprendedores que iniciaron sus negocios por necesidad carecían de conocimiento básico o era nulo sobre que es imagen visual y el impacto que esta genera o el alcance que estos pueden tener en sus negocios. A pesar de saber de algunas aplicaciones que les pueden favorecer a la producción de contenido para publicidad.

Después de impartir los tres talleres y brindar las asesorías individuales; se solicitó que cada emprendedor completara el instrumento de evaluación final (Anexo 4). Con los talleres, se obtuvieron respuestas favorables por parte de los emprendedores al mostrar interés de mejorar algún detalle de sus negocios, siendo este mas evidente en las asesorías individuales. Entre algunos emprendimientos que fueron parte de los talleres y se tomaron como ejemplo con su cambio de imagen se pueden mencionar: “Nektzin” de Jessica del Carmen Hernández, elaboración de mermeladas artesanales, que decidió modificar su logo y la presentación de sus productos (Figura 1), así como Kokelovers (Figura2).



Imagen 1. Autoría Axel Montoya, Mejora imagen Nektzin



Imagen 2. Autoría Axel Montoya, Mejora imagen Kokelovers sv

Los resultados obtenidos a partir del instrumento de evaluación, le dan respuesta al primer objetivo de investigación “Desarrollar habilidades en el uso de la imagen visual para promoción de productos y servicios para nuevos emprendedores en el área metropolitana de San Salvador por medio de una capacitación” siendo este el principal logro alcanzado y viéndose reflejado en la imagen los emprendedores.

A pesar de que la muestra inicial fue de 18 emprendedores en la finalización se obtuvo la muestra de 14 emprendedores, siendo 4 personas las que se mostraron inestables a la hora de seguir con los talleres, sin embargo, se les proporciono el material didáctico de cada taller para continuar con el aprendizaje.

Como primer resultado, se obtuvo una respuesta positiva a los talleres impartidos, muchos emprendedores no tomaban en cuenta el impacto que tiene una imagen, la importancia que esta tiene dentro del mercado, el poder vender con solo mostrar una buena imagen de sus productos o su identidad visual, sin alterar el aspecto real de los productos que ofrecen.

Según tu experiencia durante los talleres ¿cuan importante consideras que es mantener una buena imagen visual en tu emprendimiento?

14 respuestas

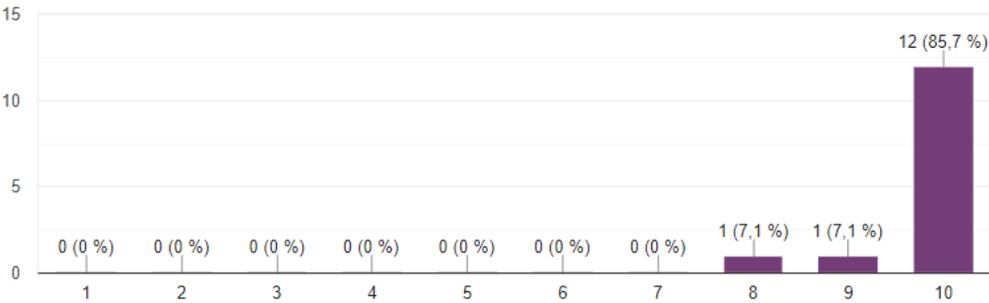


Gráfico 4. Tomado de formularios de Google, importancia de la imagen visual.

Los resultados de algunos emprendedores serán a largo plazo ya que no estaban muy familiarizados con ciertas aplicaciones y plataformas que se mostraron en los talleres, se espera que con práctica y con el material didáctico brindado será un proceso más rápido, mientras que algunos emprendedores tuvieron resultados inmediatos debido a la explicación brindada en los talleres y asesorías personalizadas, por ello, se obtuvo un desenvolvimiento más notorio a la hora de publicar contenido en sus redes sociales, ya que se notaba profesionalismo, así mismo, la forma de tomar fotografías de sus productos mejoro considerablemente y dio un aspecto positivo a la hora de promocionarlos.

De la muestra de 14 emprendedores de los cuales se obtuvo resultados positivos (Anexo 6), consideraron importante el impartir esta clase de capacitaciones, ya que muchos de ellos no poseen la solvencia económica para poder pagar una agencia o diseñador gráfico que produzca sus artes para publicitar.

Luego de los contenidos adquiridos en los talleres, ¿has realizado o tienes pensado hacer cambios significativos en la imagen visual de tu emprendimiento con el fin de obtener un mayor impacto en las redes sociales?

14 respuestas

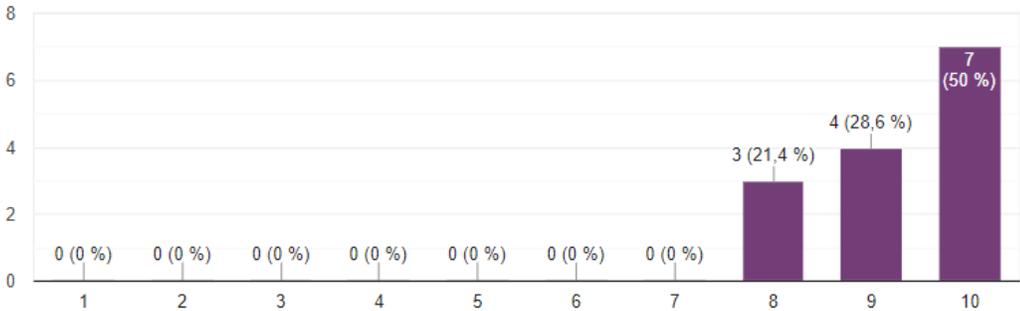


Gráfico 5. Tomado de formularios de Google, cambios de la imagen visual.

Resultado beneficioso el brindar asesorías individuales al finalizar los talleres ya que algunos de los emprendedores por pena no participaban mucho en los talleres consultando sus dudas, sintiendo más confianza de expresar sus inquietudes de forma individual. En las asesorías individuales se logró dar un panorama profesional en cuanto a la imagen visual de sus emprendimientos, mejorar significativamente los logos, en algunos casos crearlos desde cero ya que no tenían idea de la importancia hasta que asistieron a los talleres, también buscamos solventar aspectos importantes que quisieran desarrollar los emprendedores como la creación de tarjetas de presentación y papelería de sus negocios, fue un trabajo en conjunto que ayudo a reforzar los conocimientos ya adquiridos en los talleres.

El proyecto tuvo inconvenientes con respecto a los tiempos y al poco interés de una pequeña cantidad de personas, pero el resultado final indica que la presentación de los emprendimientos es importante para sus propietarios, existen deficiencias en cuanto a la creatividad o la forma de expresar una idea de forma visual, pero el

interés por mejorar existió y seguirá estando, todo va cambiando y adaptarse a los cambios es lo más importante.

V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.

Tras el análisis, se puede deducir que la necesidad de los emprendedores de adquirir una identidad visual es muy alta ya que la mayoría no poseen posibilidades económicas para contratar a un diseñador gráfico, por lo cual tienen que recurrir a talleres gratuitos como el que se proporcionó para adquirir el conocimiento de cómo manejar sus redes sociales por si solos, hasta que sus ganancias crezcan y puedan delegarlo a algún experto.

El proceso para llegar a la realización del proyecto ha sido complicado, comenzando con las reuniones de planificación donde se decidió hacer los talleres virtuales, la realización de artes para la promoción de los talleres en las principales redes sociales, se buscó estrategias para la propagación de materiales y links de los talleres a emprendedores. De igual manera, se planificaron diferentes clases con material didáctico encontrado en fuentes confiables; cada clase fue revisada e ilustrada en presentaciones creativas para la mayor comprensión de los emprendedores. En la serie de talleres proporcionados adquirieron el conocimiento para poder manejar sus redes sociales, se les enseñó temas relacionados al diseño gráfico, imagen visual, estrategias de mercadeo, la creación de publicaciones a partir de aplicaciones especializadas, toma y edición de fotografías. Los talleres fueron muy completos acorde a las necesidades de los emprendedores. Los resultados obtenidos fueron muy valiosos, ya que se trabajaron en conjunto con los emprendedores a través de diferentes asesorías voluntarias donde comentaban lo que querían mejorar de su imagen visual y se les proporcionaba una ayuda profesional acorde a sus necesidades.

Una de las debilidades que más impacto tuvo sobre el proyecto son los problemas de conexión ya que los talleres eran online y por las lluvias, el internet era inestable,

tras esto, se pospuso una de las sesiones. Por otro lado, también se vió la ausencia de una pequeña cantidad de emprendedores en algunos talleres, para solucionar este problema se decidió proporcionar el material didáctico complementario después de cada clase, de esa forma, los participantes no perdieron la secuencia de los temas abordados en los talleres.

Al ser gestores de este Proyecto, el equipo aprendió aspectos importantes de cómo ser planificadores, además de ordenados, sistemáticos y rigurosos; también a desarrollar habilidades comunicativas y sociales, muy importantes a la hora de dar a conocer ideas específicas del proyecto. Se aprendió sobre aspectos técnicos de cómo o qué se incluye en el plan de proyecto, cómo se desarrolla y refina un programa y cómo se mide el rendimiento. Esta experiencia ha sido muy retadora y se mostró el poder de un proyecto bien ejecutado.

Algunas recomendaciones para las personas que darán continuidad al proyecto son: tener una planificación del alcance antes de la actividad, la definición del alcance ayuda a evitar que los equipos del proyecto pierdan tiempo y recursos al resolver problemas que quedan fuera de su competencia. No descuidar el presupuesto, se debe determinar el valor que deberá asignarse a cada etapa del proyecto y, por último, organizar reuniones periódicas con el equipo de trabajo durante la ejecución del proyecto, de preferencia, reservar un día en la semana para discutir el progreso del trabajo, aclarar dudas, alinear puntos y hacer los ajustes necesarios. Esto evita la baja productividad y promueve la integración entre todos los involucrados en el proyecto.

Para la continuidad de este proyecto se pretende hacer copias del proyecto y enviarlas a diferentes ONG para la posible réplica en diferentes partes del país, así como hacer una difusión en redes sociales especializadas, en las que se puede difundir estos resultados. En estas, además, se pueden compartir y encontrar a otros gestores que trabajen temas similares y crear una red especializada en Project Managers, dedicada única y exclusivamente a la Gestión de Proyectos.

VI. RECOMENDACIONES.

Para finalizar el informe, se sugieren algunas recomendaciones en base a los resultados y las conclusiones que se llegaron, luego del análisis del presente proyecto, estos son vitales para la mejora de futuros talleres de emprendimiento.

Entre ellas, cabe citar las siguientes:

- Incluir en la planificación el profundizar el emprendimiento en cuanto a su producto y su mercado.
- Analizar las posibilidades de promocionar el producto del emprendedor en una escala mayor.
- Establecer grupos específicos que sean interinstitucionales y multidisciplinarios para que le den continuidad al proyecto.
- Se invita a incorporar temas relevantes y que estén a la vanguardia del diseño gráfico.
- Al ser los talleres online es necesario hacer un estudio del interés de los participantes para que el proyecto tenga éxito.
- Se recomienda tener reuniones semanales con el equipo encargado del proyecto para discutir el progreso del trabajo, aclarar dudas, alinear puntos y hacer los ajustes necesarios, esto evitará la baja productividad y promoverá la integración entre todos los involucrados en el proyecto.
- Incluir asesoramientos más completos para los emprendedores en cuanto a la mejora de la imagen visual de sus negocios.

En cuanto la gestión cultural, se sugiere la promoción de equipos multidisciplinarios que orienten y apoyen iniciativas de formación similares a las de este proyecto en las mismas áreas u otras de interés para los emprendedores.

Asimismo, buscar mecanismos y estrategias que faciliten la planificación, la ejecución y evaluación de resultados de proyectos, con apertura, flexibilidad y

sobretudo objetividad, estos elementos garantizaran el éxito de cualquier iniciativa.

Es importante destacar, la relevancia de ser profesionales en el campo del diseño gráfico y de la relevancia de aportar con este conocimiento a la sociedad salvadoreña, por lo que se cree fundamental continuar con este esfuerzo de gestión cultural en el Curso de especialización, de la Escuela de Artes.

BIBLIOGRAFIA

- Allende (2021, 28 de mayo) Diferencias entre creatividad e innovación. Creatividad.Cloud URL: <https://www.creatividad.cloud/diferencias-entre-creatividad-e-innovacion/>
- Cantón., Cerna, C., Guerra, G., Gutierrez, N. Análisis de los ecosistemas de emprendimiento en El Salvador, México, Chile y España. 1-3 pp.
- Funde (s.f) Manual de marketing digital para emprendedores (PDF) Repositorio Institucional FUNDE. URL: <http://www.repo.funde.org/id/eprint/1822/1/MMD-empr.pdf>
- Jolonch, X. (2013 octubre). La importancia del emprendimiento para el desarrollo de una sociedad. En Otero (Presidencia), Políticas públicas para el desarrollo local y regional. Simposio llevado a cabo en el I Congreso internacional de políticas públicas para el desarrollo local y nacional, Bucaramanga, Colombia.
- Monkeystudi0 (2021, 8 de Febrero) El poder de la fotografía en el marketing: “Una imagen dice más que mil palabras”. Monkey Studio. URL: <https://www.monkeystudi0.com/2021/02/08/fotografia-en-el-mkt/>
- Navarro, C (2020, 9 de octubre). Mejores fondos fotográficos para profesionales. Cristina Navarro. URL: <https://soycristinanaavarro.es/fondos-para-fotografos>

- Oirdobro. A (2016, 11 de Julio). Importancia de las Redes Sociales en el Emprendimiento. Innotica. URL: <https://innotica.net/blog/articulo/importancia-de-las-redes-sociales-en-el-emprendimiento>
- Pérez. L. (2020, 20 de febrero). Guía para construir la identidad visual de tu empresa con las mejores prácticas. Rockcontent. URL: <https://rockcontent.com/es/blog/identidad-visual/#:~:text=La%20identidad%20visual%20es%20la,empaque%20del%20producto%20y%20m%C3%A1s.>
- Pérez. M (s.f). Iluminación en fotografía: La mega-guía más completa. Blog del fotógrafo URL: <https://www.blogdelfotografo.com/iluminacion-en-fotografia/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20iluminaci%C3%B3n%20en,que%20el%20fot%C3%B3grafo%20desea%20transmitir>
- Valencia, Robinson (2007). Importancia del emprendimiento. Emprendimiento y empresarismo, 15(1) ,26-33 pp.

Para comenzar en nuestro primer taller se impartirá la introducción a lo que se hará, un poco de teoría, en el segundo se proporcionará herramientas y estrategias a implementar en redes sociales y por último se mostrará la forma correcta de publicitar el contenido que se sube a través de fotografías, la preparación del material se hará con 2 semanas de antelación de cada taller, recopilaremos información de diferentes sitios web, también haremos uso de la plataforma de YouTube para informarnos de ciertos usos de aplicaciones así como pondremos en práctica las diferentes habilidades adquiridas en nuestros estudios universitarios.

La forma de evaluar lo impartido será a través de actividades, las cuales se analizarán en las asesorías después de cada taller, para tener la oportunidad de aportar mejoras en los diferentes diseños, al finalizar los talleres presentaremos un antes y un después de cada perfil de emprendimientos para corroborar que los conocimientos dados se pusieron en práctica.

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

- a. Capacitación distribuida en 3 talleres sobre imagen visual, fotografía, estrategias y aplicaciones.
- b. Emprendedores artesanos capacitados para implementar una imagen visual.
- c. Manual en el que se abordaran diversos temas impartidos en los talleres y se anexaran temas de apoyo para un futuro seguimiento por parte de los emprendedores en sus negocios.
- d. Documento de informe final.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

La ejecución del proyecto se llevará en un máximo de 5 semanas, en las que se buscare información previa sobre los temas a impartir, la organización y planificación de material didáctico que se ocupara en las 3 sesiones que se llevarán a cabo con los emprendedores con clases teóricas y prácticas, también se realizara un manual con información de los temas que se impartirán y temas extras de apoyo para los negocios.

ANEXO 2. INSTRUMENTO DIAGNOSTICO INICIAL



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
"EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL"
INSRTRUMENTO DIAGNOSTICO INICIAL



Nombre: _____

Edad: _____

Cuéntenos de que se trata tu emprendimiento:

1. ¿Hace cuánto iniciaste tu emprendimiento?

2. ¿Conoces el término "IMAGEN VISUAL"?

Si No

3. ¿Qué programas de diseño ha utilizado?

Photoshop Ilustrador Ninguno

Otro: _____

4. ¿Qué aplicaciones de diseño has utilizado?

Canva Catcup Ninguno

Otro: _____

5. ¿Qué redes sociales utilizas para publicitar tú emprendimiento?

Instagram Facebook Marketplace Tik Tok

Whatsapp Ninguno

Otro: _____

6. ¿Conoces alguna estrategia de marketing digital?

Si No



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
"EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL"
INSRTRUMENTO DIAGNOSTICO INICIAL



7. ¿Para la imagen de tu emprendimiento utilizas una línea gráfica?

Si No No se qué es una línea grafica

8. ¿Tú emprendimiento posee un logo que lo identifique?

Si No

9. ¿Qué es lo que más te gustaría mejorar de la imagen de tu emprendimiento?

ANEXO 3. RESULTADO INSTRUMENTO DIAGNOSTICO INICIAL

¿Qué programas de diseño ha utilizado?

18 respuestas

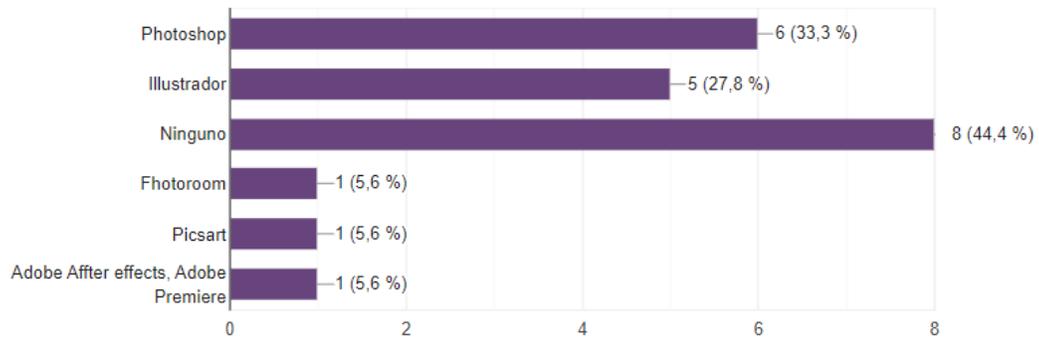
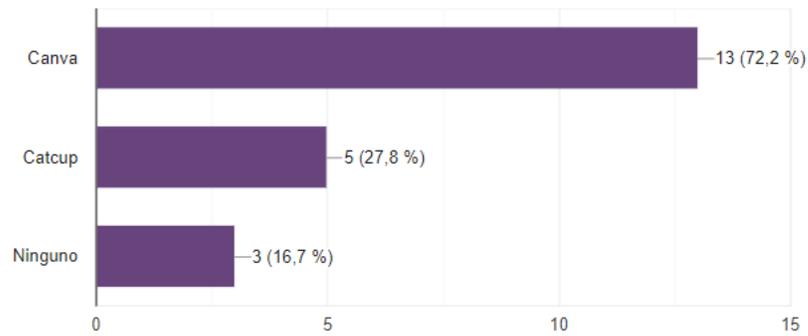


Gráfico 6. Tomado de formularios de Google, Programas de diseño

¿Qué aplicaciones de diseño has utilizado?

18 respuestas



Gráfica 7. Tomado de formularios de Google, Aplicaciones de diseño.

¿Conoces alguna estrategia de marketing digital?

18 respuestas

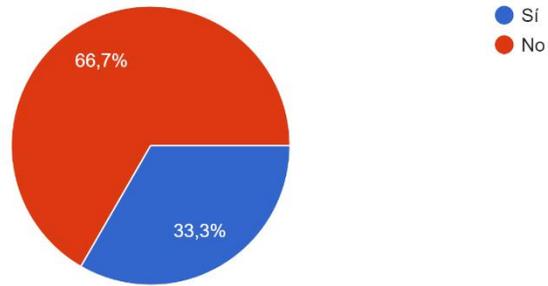


Gráfico 8. Tomado de formularios de Google, Estrategias de marketing digital

¿Para la imagen de tu emprendimiento utilizas una línea gráfica?

18 respuestas

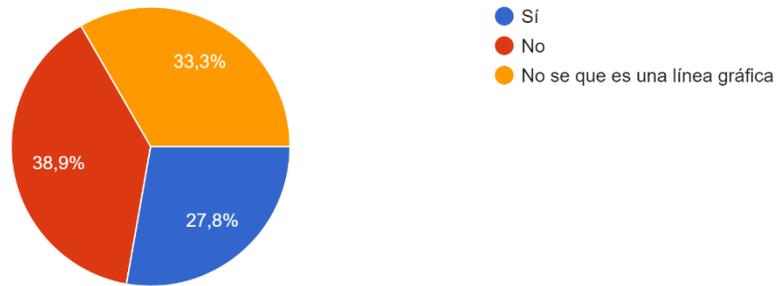


Gráfico 9. Tomado de formularios de Google, Línea grafica

¿Tú emprendimiento posee un logo que lo identifique?

18 respuestas

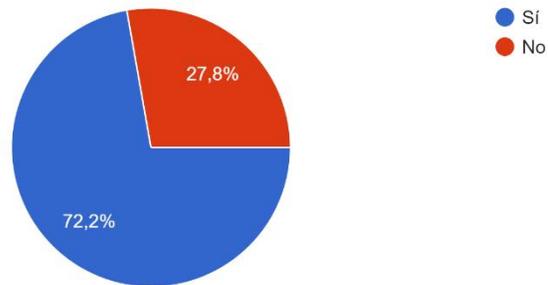


Gráfico 10. Tomado de formularios de Google, Logo identidad

ANEXO 4. EVIDENCIA VISUAL



Imagen 3. Tomado de autoría Andrea Ramos
Convocatoria en redes sociales



Imagen 4. Tomado de autoría Paola Blanco
Grupo de Whatsapp



Imagen 5. Autoría Andrea Ramos, Taller 1 Imagen Visual 04/06/22

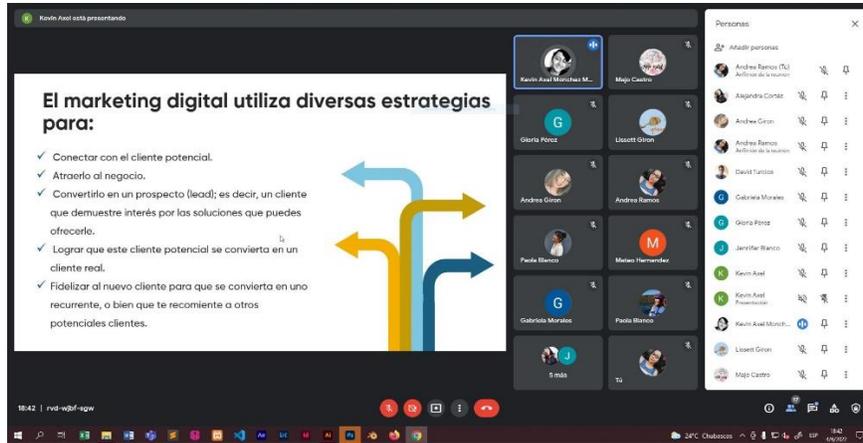


Imagen 6. Autoría Andrea Ramos, Taller 1 Imagen Visual 04/06/22



Imagen 7. Autoría Andrea Ramos, Taller 1 Imagen Visual 04/06/22

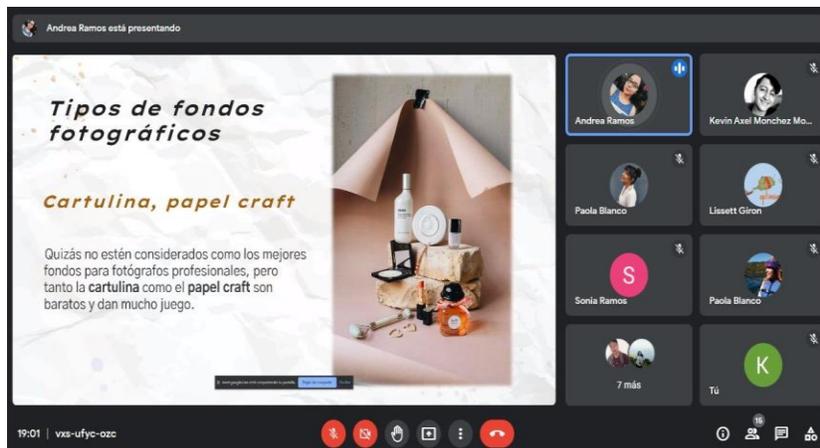


Imagen 8. Autoría Axel Montoya, Taller 2 Fotografía 18/06/22



Imagen 9. Autoría Axel Montoya, Taller 2 Fotografía 18/06/22

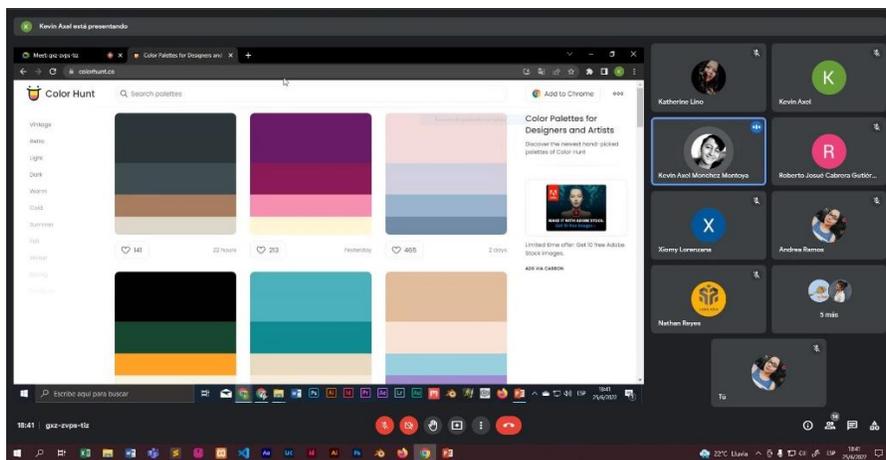


Imagen 10. Autoría Andrea Ramos, Taller 3 Estrategias 25/06/22



Imagen 11. Autoría Andrea Ramos, Taller 3 Estrategias 25/06/22

ANEXO 5. INSTRUMENTO EVALUACION FINAL



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
"EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL"
INSRTRUMENTO DE EVALUACION FINAL



Nombre: _____

Nombre de tu emprendimiento en redes sociales: _____

INDICACIONES:

En una escala del 1 a 10 (siendo 1 lo más bajo y 10 lo más alto), dinos tu respuesta a las siguientes preguntas, según lo que más se acople a tu experiencia en los talleres.

1. ¿En qué medidas consideras que los talleres impartidos te ayudaron a mejorar la parte visual de tu emprendimiento?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Según tu experiencia durante los talleres ¿cuán importante consideras que es mantener una buena imagen visual en tu emprendimiento?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

3. ¿Qué tan útiles consideras que fueron las herramientas brindadas durante los talleres para mejorar la imagen visual de tu emprendimiento?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. ¿Qué tanto has puesto en práctica los conocimientos adquiridos en los talleres?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. ¿Después del contenido brindado en los talleres pones en práctica alguna estrategia de marketing?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES
ESCUELA DE ARTES
CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
"EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL"
INSRTRUMENTO DE EVALUACION FINAL



6. Luego de los contenidos adquiridos en los talleres, ¿has realizado o tienes pensado hacer cambios significativos en la imagen visual de tu emprendimiento con el fin de obtener un mayor impacto en las redes sociales?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Con las plataformas explicadas en los talleres, ¿empezaste a utilizar una red social o aplicación que beneficia más tu emprendimiento?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. ¿Cuál tema consideras que te beneficio más?

9. ¿Según tu perspectiva que tan efectivas fueron las asesorías individuales para tu emprendimiento?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

10. ¿Consideras importante el impartir capacitaciones para emprendedores, para fortalecer su imagen visual y mejorar las estrategias de publicidad en sus redes sociales?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

11. ¿Cómo calificarías a los facilitadores de los talleres?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

12. Sugerencias o comentarios para futuros talleres

ANEXO 6. RESULTADO INSTRUMENTO DE EVALUACION FINAL

¿En que medidas consideras que los talleres impartidos te ayudaron a mejorar la parte visual de tu emprendimiento?

14 respuestas

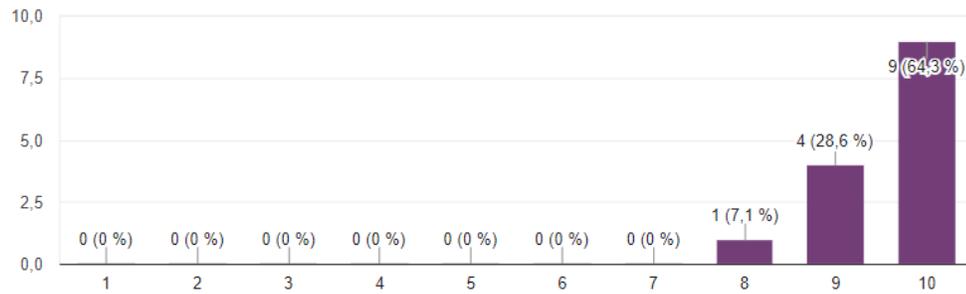


Gráfico 11. Tomado de formularios de Google, Importancia de los talleres.

¿Qué tan útiles consideras que fueron las herramientas brindadas durante los talleres para mejorar la imagen visual de tu emprendimiento?

14 respuestas

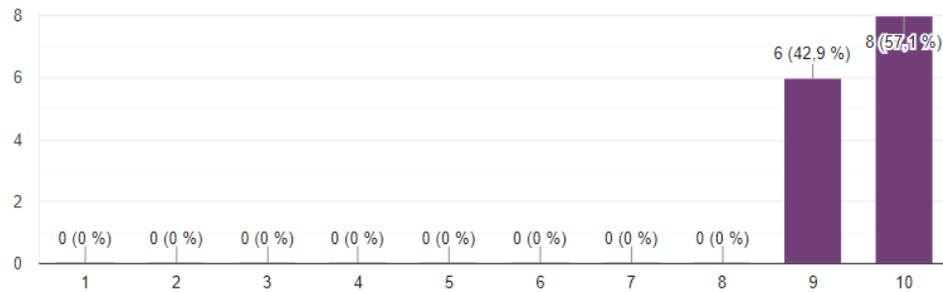


Gráfico 12. Tomado de formularios de Google, Herramientas

¿Qué tanto has puesto en práctica los conocimientos adquiridos en los talleres?

14 respuestas

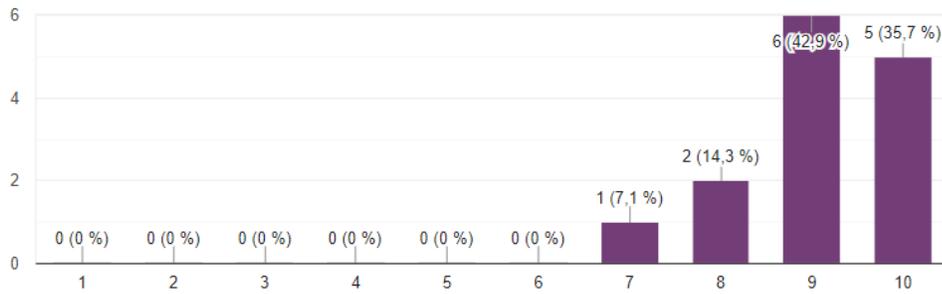


Gráfico 13. Tomado de formularios de Google, Practica de conocimientos.

¿Después del contenido brindado en los talleres pones en practica alguna estrategia de marketing?

14 respuestas

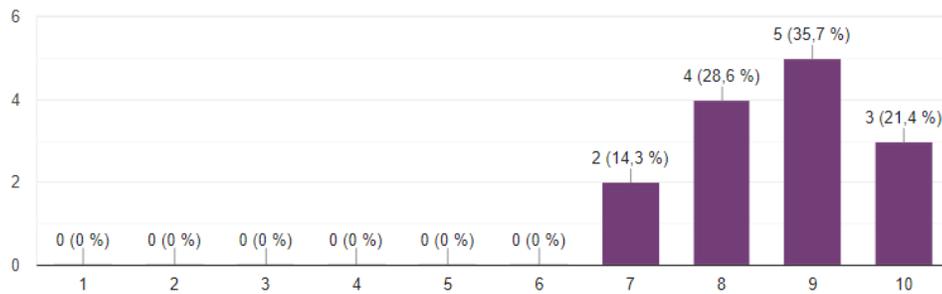


Gráfico 14. Tomado de formularios de Google, Estrategias.

Con las plataformas explicadas en los talleres, ¿empezaste a utilizar una red social o aplicación que beneficia más tu emprendimiento?

14 respuestas

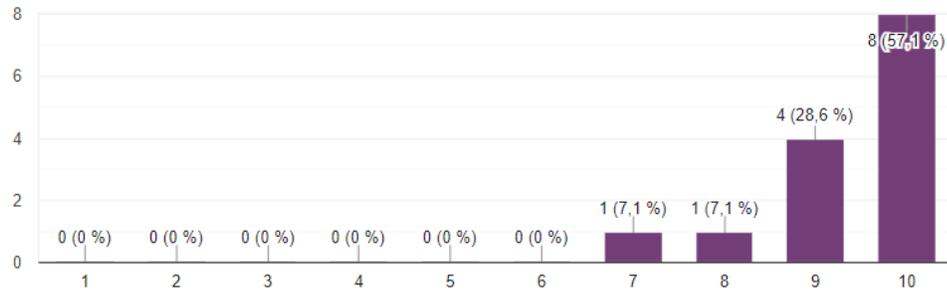


Gráfico 15. Tomado de formularios de Google, Nuevas redes sociales.

¿Cuál tema consideras que te beneficio mas?

14 respuestas

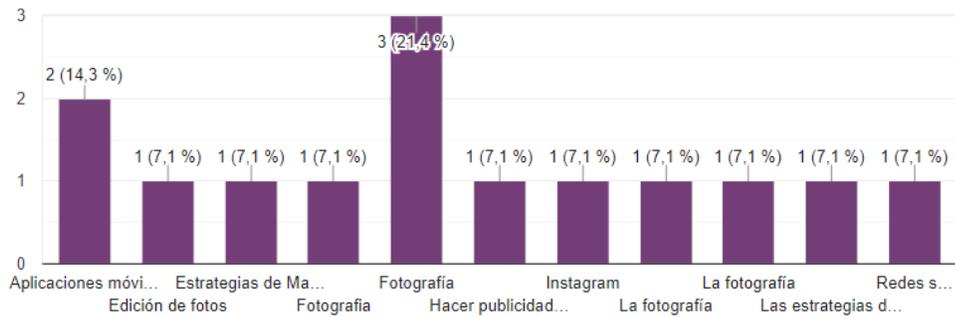


Gráfico 16. Tomado de formularios de Google, Beneficios

Según tu perspectiva que tan efectivas fueron las asesorías individuales para tu emprendimiento?

14 respuestas

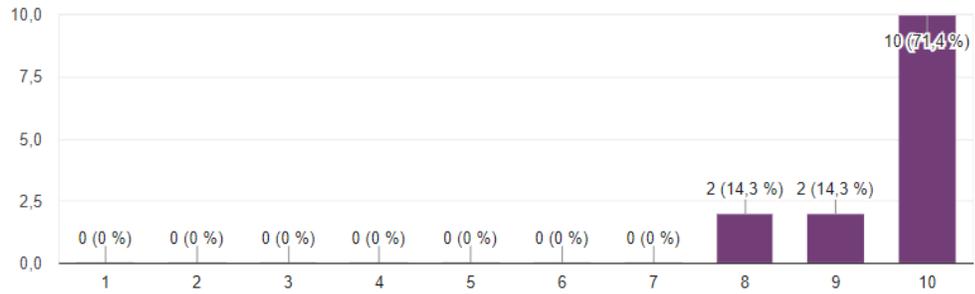


Gráfico 17. Tomado de formularios de Google, Asesorías.

¿Consideras importante el impartir capacitaciones para emprendedores, para fortalecer su imagen visual y mejorar las estrategias de publicidad en sus redes sociales?

14 respuestas

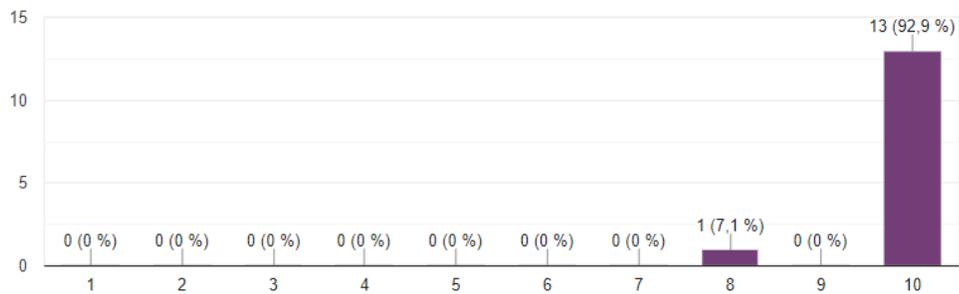


Gráfico 18. Tomado de formularios de Google, Importancia de capacitaciones.

¿Cómo calificarías a los facilitadores de los talleres?

14 respuestas

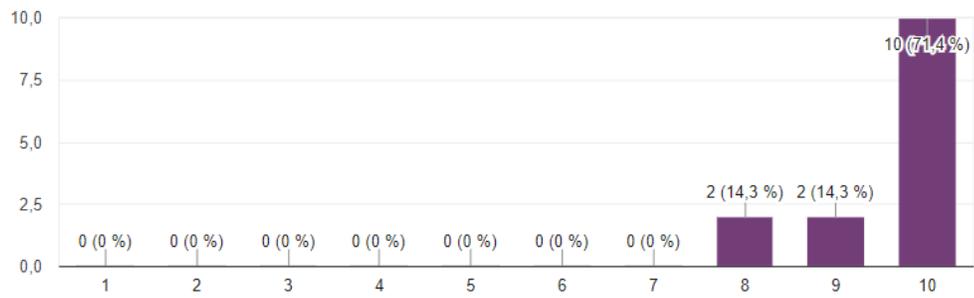


Gráfico 19. Tomado de formularios de Google, calificación

Sugerencias o comentarios para futuros talleres

5 respuestas

- Que se genere mayor participación activa
- Sería bueno que fueran más sesiones
- Mas contenido a otras plataformas sociales
- Hacer más cortos los tiempos de cada taller, para que haya mejor enfoque en el espectador
- Más talleres y alguno presencial

Cuadro 1. Tomado de formularios de Google, Sugerencias.

ANEXO 7. IMAGEN VISUAL MEJORADA DE EMPRENDIMIENTOS

YOUR OUTFIT

Es un emprendimiento venta de ropa dirigido por Jennifer Cruz, este emprendimiento solo contaba con logo y cuenta de Instagram, tras el asesoramiento se le realizó la imagen visual completa.

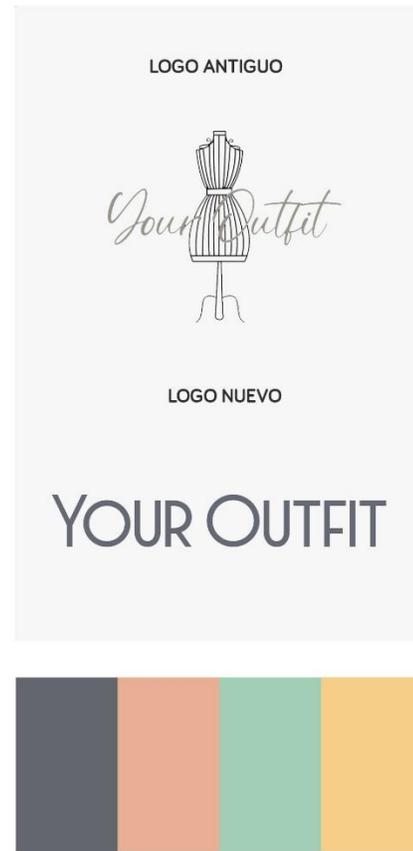
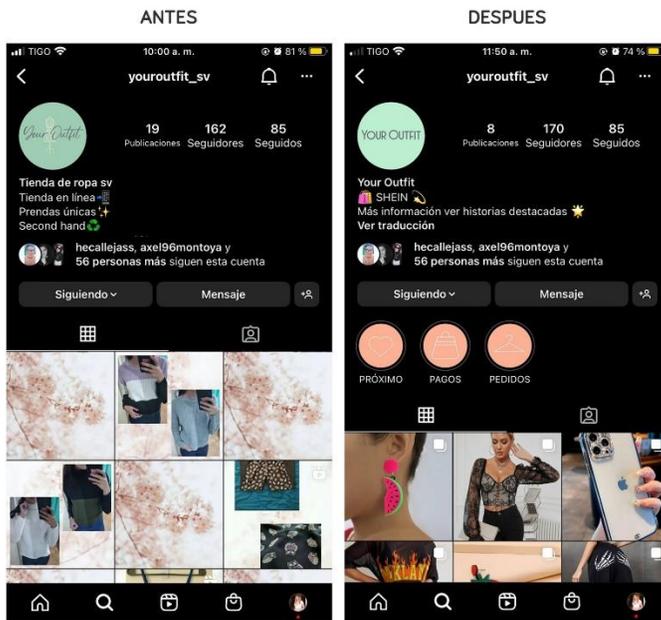


Imagen 12. Autoría Paola Blanco, Mejora Imagen Visual Your Outfit

MOTOR CARS

Es un emprendimiento de mecánica dirigido por Héctor Callejas, tras el asesoramiento se cambió logo, se creó tarjeta de presentación y publicación.



Imagen 13. Autoría Paola Blanco, Mejora Imagen Visual Motor Cars

VITHEO NAILS

Es un emprendimiento manicura y pedicura dirigido por Rebeca Magarin, este emprendimiento solo contaba con logo y cuenta de Instagram, tras el asesoramiento se le realizó la imagen visual completa.

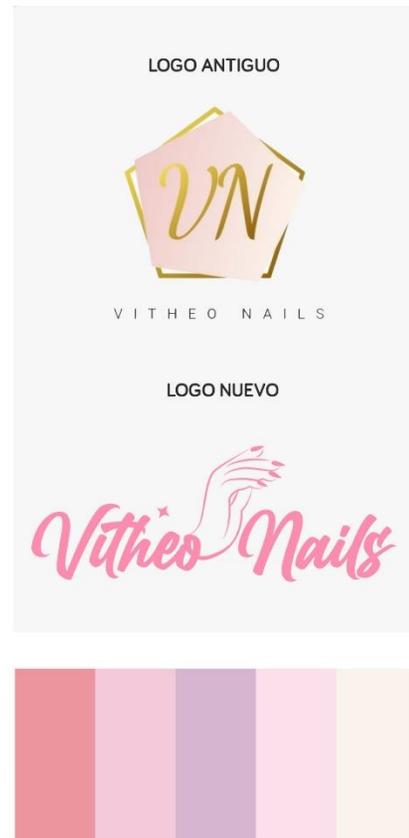
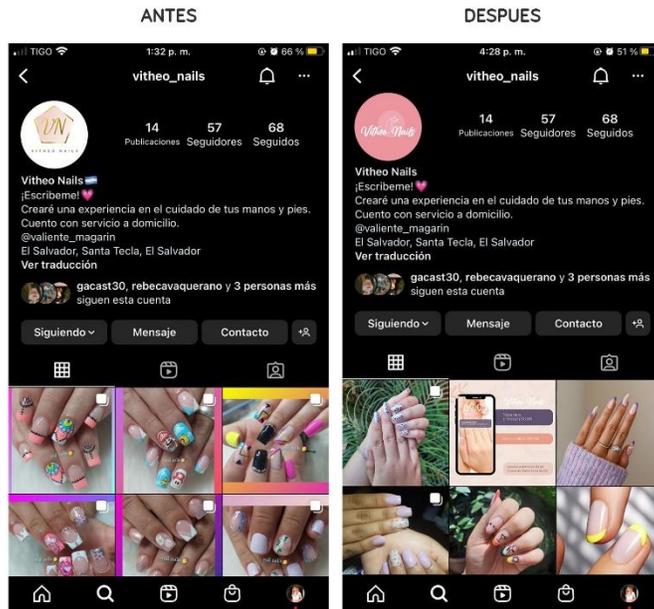


Imagen 14. Autoría Paola Blanco, Mejora Imagen Visual Vitheo Nails

MOND

Es un emprendimiento venta de zapatos dirigido por Bryan Portillo este emprendimiento solo contaba con un catálogo en WhatsApp, tras el asesoramiento se le realizó la imagen visual completa, logo y cuenta de Instagram.

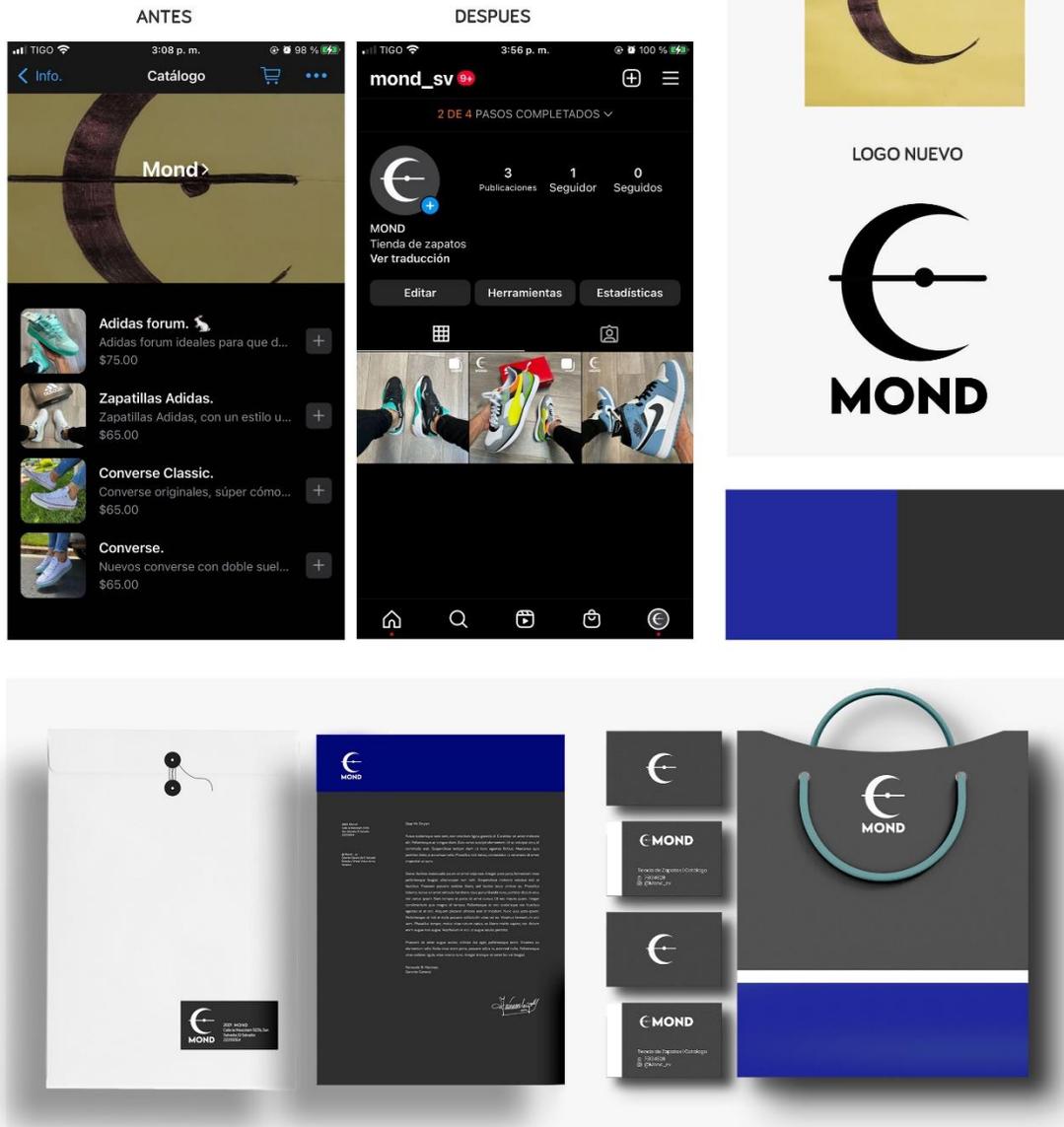


Imagen 15. Autoría Paola Blanco, Mejora Imagen Visual Mond