

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



**TITULO:
ESTRATEGIAS DE BRANDING Y HERRAMIENTAS GRÁFICAS, PARA
EMPRENDEDORES ARTESANOS E INDUMENTARIA EN EL PARQUE
CENTRAL DEL MUNICIPIO DE ANTIGUO CUSCATLÁN, LA LIBERTAD, EL
SALVADOR 2022**

PRESENTADO POR:

ANDREA MARÍA BAUTISTA CRUZ
KARLA MARÍA HERNÁNDEZ AGUILLÓN
MARIELOS ELIZABETH PÉREZ LÓPEZ

CARNÉ:

(BC11021)
(HA16016)
(PL15024)

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN
CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “EL ARTE EN LA GESTION CULTURAL”
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADAS EN ARTES PLÁSTICAS
OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO**

**DOCENTE ASESORA DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA**

**COORDINADORA GENERAL DEL PROCESO DE GRADO
MAESTRA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO 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 ANTONIO ALARCÓN
SANDOVAL

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y
HUMANIDADES

DECANO
MAESTRO OSCAR WUILMAN HERRERA RAMOS

VICE DECANO
MAESTRA SANDRA LORENA BENAVIDES DE SERRANO

SECRETARIO
MAESTRO YUPILTSINCA ROSALES CASTRO

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 a Dios primeramente por dejarme avanzar hasta este momento de mi carrera, a mi familia que siempre me ha apoyado aun con dificultades, a mis amigos y compañeros que han estado a mi lado apoyándome y sobre todo a mi esposo quien ha estado ahí en todo momento y en cada decisión apoyándome a pesar de todos los retos que siempre hemos superado juntos

Andrea Bautista

A lo largo de este proceso académico hay personas a las que agradezco mucho por brindarme su apoyo y enseñarme a que nunca debo rendirme para conseguir mis objetivos, principalmente entre esas personas están mis padres, quiero agradecer a mi madre María Olimpia Aguillón y Carlos Antonio Murillo, quienes han sido mis pilares desde que inicie este proceso académico, pese a las dificultades siempre han apoyado mis sueños y convicciones.

Karla Hernández

Agradezco primeramente a Dios por permitirme llegar hasta esta etapa de mi vida y darme fuerza para culminar este largo proceso académico, también doy gracias a mi padre Pedro Pérez Reyes, a mi abuela Margarita Reyes Martínez, a mi tía María Cristina Pérez Reyes (Q.E.D.P), a mi primo Samuel Pérez y a mi toda mi familia que me apoyo en todo este recorrido pese a las dificultades, así mismo doy gracias a mis amigos y personas cercanas que han estado conmigo como apoyo en muchos aspectos a lo largo de los años, gracias por ser un pilar en mi vida y gracias por no dejar de creer en mí, así como yo no dejo de creer en ustedes, les deseo lo mejor.

Marielos Pérez

INDICE GENERAL

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
I. CONTEXTO GENERAL	13
1.1 DESCRIPCIÓN	13
1.2 ANTECEDENTES	15
1.3 JUSTIFICACIÓN	21
II. OBJETIVOS	23
2.1 GENERAL.....	23
2.2 ESPECÍFICOS	23
III. CONTENIDO GENERAL	24
3.1 FUNDAMENTACIÓN	24
3.2 DESAFÍOS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA CULTURAL	33
3.3 ESTRATEGIAS CREATIVAS IMPLEMENTADAS.....	34
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO	36
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS	36
4.2 RESULTADOS OBTENIDOS	43
4.3 ANALISIS Y EVALUACION DE RESULTADOS.....	45
V. CONCLUSIONES	53
VI. ESTRATEGIAS DE CONTINUIDAD DEL PROYECTO	55
VII. RECOMENDACIONES	57
BIBLIOGRAFÍA	59
ANEXOS	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación Geográfica de Antiguo Cuscatlán.....	17
Figura 2. Parque central Antiguo Cuscatlán.....	19
Gráfica 1: Pregunta 1: ¿Cómo evalúa la calidad de la capacitación?.....	47
Gráfica 2: Pregunta 2: Nivel en el que evalúa el conocimiento de las personas que impartieron la capacitación.....	47
Gráfica 3: Pregunta 3: ¿Considera que la información impartida es de utilidad para el crecimiento de su negocio?.....	48
Gráfica 4: Pregunta 4: ¿Cómo calificaría el contenido de las presentaciones?....	48
Gráfica 5: Pregunta 5: ¿Considera que sus dudas e interrogantes fueron resueltas de forma clara en cada oportunidad?.....	49
Gráfica 6: Pregunta 6: ¿Le gustaría contar con el material impartido de forma permanente para consultas a futuro?.....	49
Gráfica 7: Pregunta 7: En la siguiente escala, en qué nivel evalúa la mejora de su marca a partir de los conocimientos aplicados.....	50
Gráfica 8: Pregunta 8: ¿Recomendaría la capacitación a otros emprendedores?.....	50
Gráfica 9: Pregunta 9: ¿Que modificaciones considera necesarias hacer para mejorar el proceso de capacitación?.....	51
Gráfica 10: Pregunta 10: ¿Considera importante generar futuras capacitaciones para dar continuidad a los temas impartidos? ¿Por qué?.....	52

RESUMEN

En el presente informe de proyecto se muestran los resultados de las estrategias aplicadas al diseño de una capacitación, enfocada a brindar los recursos necesarios sobre herramientas de diseño para que emprendedores del área de Antiguo Cuscatlán, departamento de San Salvador, El Salvador; puedan crear contenido publicitario para redes sociales relacionado a sus negocios o emprendimientos artesanales e indumentaria, con la finalidad de incrementar la interacción y exposición con sus clientes, además de la posibilidad de lograr nuevos alcances con la mejora y armonización de sus líneas gráficas. En el desarrollo de dicha capacitación, se abordaron los conceptos básicos relacionados al diseño gráfico, fotografía y marketing para que los emprendedores que poseían conocimientos nulos sobre el tema pudiesen comprender rápidamente las formas básicas de crear contenido de forma eficiente que aporten crecimiento dentro de sus comunidades en redes sociales. Este proyecto, permitió conocer las fortalezas y las áreas en que las personas necesitaban reforzar conocimiento para generar el contenido de valor a ser impartido en la capacitación. Esta se convirtió en un recurso disponible para ser consultada por cualquier persona con un emprendimiento desarrollado o con intenciones de iniciar uno en el ámbito artesanal y de la indumentaria, ya que está enfocada en brindar herramientas y tips para mejorar el contenido comercial aplicable a redes sociales para la comercialización de sus productos artesanales sin perder de vista su valor fundamental.

Palabras clave: Diseño gráfico; fotografía; capacitación; herramientas; redes sociales; artesanales.

ABSTRACT

This project report shows the results of the strategies applied to the design of a training focused on providing the necessary resources on design tools for entrepreneurs in the area of Antiguo Cuscatlán, department of San Salvador, El Salvador, to create advertising content for social networks related to their businesses or craft and clothing enterprises, in order to increase interaction and exposure with their customers, in addition to the possibility of achieving new achievements with the improvement and harmonization of their graphic lines. In the development of this training, the basic concepts related to graphic design, photography and marketing were addressed so that entrepreneurs who had no knowledge on the subject could quickly understand the basic ways to create content efficiently to provide growth within their communities in social networks. This project allowed to know the strengths and areas in which people needed to reinforce knowledge to generate valuable content to be taught in the training. This became a resource available to be consulted by anyone with a developed enterprise or with intentions of starting one in the field of crafts and clothing, as it is focused on providing tools and tips to improve the commercial content applicable to social networks for the marketing of their handicraft products, without losing sight of its fundamental value.

Keywords: Graphic design; photography; training; tools; social networks; handicrafts.

INTRODUCCIÓN

El presente informe final de proyecto lleva como título “Estrategias de branding y herramientas gráficas, para emprendedores artesanos e indumentaria en el parque central del municipio de Antiguo Cuscatlán, La libertad, El Salvador 2022”; abarca la problemática que surge a partir de la utilización de herramientas en la era digital.

Tomando en cuenta que el desarrollo del internet ha ido en un creciente nivel de impacto en la cotidianidad debido a las diferentes plataformas que se van añadiendo poco a poco. Después del periodo pandemia que afectó al mundo en el 2020, muchas personas decidieron emprender un negocio de forma digital, a lo que se sumó una buena causa ya que las personas compraban en línea y esto facilitaba la vida de los usuarios. Sin embargo, la contraparte es que para aquellas personas que tienen sus negocios en locales ya establecidos y no estaban familiarizados con esta modalidad se les complicaba el poder comercializar sus productos, de acuerdo a esta necesidad es que se optó por enfocar la investigación en estos comerciantes y facilitarles sus necesidades.

De esta manera, el proyecto tiene su enfoque en el desarrollo de los negocios del sector de Antiguo Cuscatlán y el manejo de las herramientas digitales actuales que benefician al crecimiento de sus emprendimientos no solo en el sector, si no también optando por la creación de proyectos nuevos adentrándose en el mundo digital y utilizando plataformas como Facebook, Instagram, entre otras. La idea y principal beneficio es crear páginas digitales en la que los clientes puedan tener a tan solo un clic toda la información necesaria del producto, así como la descripción y el acuerdo directo para conseguir dicho artículo.

En el primer apartado se ubica el planteamiento del problema, este comprende la descripción de la problemática de la realidad también las interrogantes y la importancia de la ejecución de esta investigación. Con la información recopilada en este apartado se delimita el espacio sectorial para entender con exactitud donde

se llevó a cabo este proyecto, con ello se define la cantidad de beneficiarios y la descripción de los negocios de los mismos.

Posteriormente se señalan los antecedentes del proyecto, en donde se observan los sucesos más importantes que orientaron a la investigación y el enfoque preciso para llevarlo a cabo conociendo un poco más la historia del lugar el comercio y su manejo en totalidad; recabando información puntual para guiarse en el correcto manejo de la información obtenida. A esto también se suman, los proyectos que el municipio implementa para los comerciantes y cuanto es el beneficio que ellos obtienen mediante estas dinámicas que se desarrollan por parte de la municipalidad. El proyecto, abarco un proceso de limitantes para evaluar los diferentes tipos de conocimientos, problemas y limitantes que se podían encontrar en el transcurso del mismo.

Los temas ejecutados en la capacitación directamente fueron planteados de acuerdo a la necesidad que se conocía, para esto, se tuvo que hacer un sondeo para identificar el nivel académico, de intereses comunes y lo que los beneficiados esperaban según la investigación y esos resultados se obtuvieron mediante el proceso de reconocimiento con cada uno de ellos. De acuerdo a esto, el tema abordado se complementaba con la práctica. Por lo que se tornó más adecuado el manejo de la información para los temas técnicos y se realizaron de manera básica.

De acuerdo a lo anterior, se muestra en uno de los apartados de las actividades, los temas abordados, que como se mencionó, todos debían ser comprensibles y asociados a la necesidad que se conoció; por ejemplo: manejar temas de marketing digital. Estos, fueron fundamentales para el buen manejo de la creación de páginas en las plataformas de Instagram y Facebook. La finalidad con el tema introductorio era que los comerciantes supieran lo básico de cómo utilizarlo y que es lo que se necesita para impulsar este tipo de negocios en redes sociales. Otros temas que también fueron importantes desarrollar por ejemplo era el manejo de una buena escena para las fotografías de los productos. Básicamente lo relaciona crear desde

cero una página era el propósito principal de esta parte; recopilando información acerca de ver un antes y después para analizar el trabajo obtenido de la práctica.

Principalmente el enfoque de la investigación se centró en buscar y señalar los elementos adecuados a través de temas que permiten solventar las necesidades de los beneficiarios y que estos puedan seguir implementándose a futuro; ya que actualmente con el crecimiento económico y el manejo del internet o de herramientas digitales; recordando que para la funcionalidad de estas páginas, debe apoyarse en la creación de una identidad de marca para ello, era necesario el manejo de herramientas gráficas y el uso de programas de edición digital, retoque digital, paleta cromática, entre otras.

La investigación desarrollada en el proyecto está apoyada en el método cualitativo y cuantitativo ya que por medio de encuestas, entrevistas y medición sectorial es como se ha ido desarrollando esta actividad. Los resultados obtenidos se han ido efectuando en el periodo de 2 meses que tuvo la duración del proyecto, la finalidad del mismo se basa en mostrar lo efectivo y necesario que es apoyarse de estas plataformas para un mayor grado de comercialización digital. No se pierde de vista el hecho que debido a que es muy necesario este nuevo concepto de comercio, es importante destacar este tipo de iniciativas e implementarlas en el crecimiento de los pequeños negocios, así tienen la ventaja de acoplarse a una nueva era y a las necesidades de los usuarios y consumidores, generando empleos e ingresos.

I. CONTEXTO GENERAL

1.1 DESCRIPCIÓN

Estrategias de branding y herramientas gráficas, para emprendedores artesanos e indumentaria en el parque central del municipio de antiguo cuscatlán, la libertad fue dirigido a las personas emprendedoras pertenecientes al municipio de Antigua Cuscatlán, en el departamento de la Libertad, personas que rondan las edades entre 25 a 50 años cuyos comercios se ubican en el Parque Central de dicho municipio y sus alrededores, el proyecto tuvo la duración de 3 meses 2022 (mayo-julio), para la ejecución del mismo participaron los beneficiarios, el Palacio Municipal de las Artes de Antigua Cuscatlán, quienes proporcionaron un espacio para la realización de las capacitaciones prácticas, ya que dicho proyecto se dividió en capacitaciones de forma virtual y presencial, el propósito de estas fue instruir e informar correctamente a los beneficiarios a que desarrollen estrategias de branding y manejen herramientas gráficas para el diseño de identidad visual de la marca, utilizando las redes sociales para la promoción de los productos ofrecidos para atraer clientes.

1.1.1 el proyecto se desarrolló en las siguientes etapas:

El desarrollo del proyecto consistió en el seguimiento de aspectos esenciales para la correcta ejecución de las actividades, con lo cual se garantizó un mejor cumplimiento de la capacitación.

a. Diagnostico comunitario, necesidades, dificultades y fortaleza graficas:

1. Recopilación de la información del problema, conocer la realidad y situación del sector emprendedor afectado, esto se realizó de la mano con el grupo selecto de beneficiarios del Parque Central de Antigua Cuscatlán y sus alrededores.
2. En esta etapa se logró obtener la información que serviría para comprender la percepción de los beneficiarios en cuanto a los temas que se abordaron en las capacitaciones.

- b. Propuesta del proyecto:** una vez identificada la problemática de los emprendedores se planteó la elaboración de contenidos y actividades adecuadas a realizarse dentro de las capacitaciones, las cuales se centraron en el desarrollo de estrategias para la creación y renovación de marcas y la utilización de instrumentos de producción gráfica.
- c. Programación de proyecto y definición del contenido de la capacitación:**
1. En esta etapa se definieron y centralizaron los tiempos, los contenidos y actividades necesarias para lograr los objetivos planteados durante el periodo de las capacitaciones.
 2. Se tomó en cuenta los recursos y capacidades actuales de los beneficiarios para la elaboración de las estrategias a ejecutar.
- d. Ejecución e intervención del proyecto:** La realización del proyecto se llevó a cabo en dos modalidades: presencial y virtual, con la primera se tuvo la concesión del uso de un espacio dentro de las instalaciones del palacio de Las Artes de Antigua Cuscatlán donde se realizaron las actividades cuando la calendarización lo indicaba, con la modalidad virtual se requirió el manejo de dispositivos móviles o computadoras para recibir la capacitación contando con la instalación previa de las herramientas precisadas.
- e. Finalización y evaluación de resultados del proyecto:** Teniendo el conocimiento y las habilidades para desarrollar contenido gráfico y plantear estrategias de branding con criterio propio se procedió a la evaluación los resultados de la gestión del periodo de capacitación donde los emprendedores fueron la fuente principal de testimonio para dictar que el producto final fue beneficioso para el crecimiento de sus negocios.

Como finalización del proyecto y resultados favorecedores se destaca el haber abordado contenidos que los emprendedores pusieron en práctica, se han mejorado considerablemente sus negocios gracias a la disposición de los emprendedores en adaptarse a los medios digitales, así como a los contenidos, el grupo seleccionado de emprendedores puede defender por si solos en el ámbito comercial; esto es posible debido a la buena aceptación del proyecto y su contenido. Lo anterior permite su continuidad para viejos y nuevos emprendedores que aún no han crecido en el medio comercial y publicitario.

1.2 ANTECEDENTES

El emprendimiento en El Salvador, al igual que en la mayoría de economías en el mundo, es una actividad fundamental de la economía nacional, que genera un aporte importante en el producto interno bruto (PIB) y en la creación de empleos; pero también es importante reconocer que existe una dimensión humana detrás de esos números, esa es el emprendedor; particularmente si su producción entra en el campo artesanal y cultural.

Por lo cual el proyecto inicio identificando el empleo de estrategias de Marketing utilizadas por pequeños emprendedores de Antigua Cuscatlán para promover sus productos artesanales” y realizar un análisis de la forma en que los emprendedores desarrollan dicha práctica. La planificación de estas prácticas es un elemento estratégico fundamental para la proyección y comunicación efectiva de los productos y servicios de cualquier empresa o negocio. Al igual que la planificación mercadológica requiere de un conocimiento del mercado partiendo de una clara segmentación y de la identificación de aquellos factores que permiten crear una propuesta de valor innovadora y atractiva para los diferentes segmentos. Un factor fundamental analizado es el vacío y la necesidad de fortalecer las capacidades de los emprendedores en el área de Marketing, con el objetivo e volver más efectivo el esfuerzo e inversión que se realiza para dar a conocer sus productos; sobre todo si la producción representa la riqueza cultural de una comunidad.

1.2.1 Destinatarios/usuarios/beneficiarios/público.

Este Proyecto está dirigido a los habitantes del municipio de Antigua Cuscatlán que es el lugar donde se genera la problemática, con el propósito de llevar a cabo capacitaciones para la utilización de herramientas graficas en los emprendimientos de dicho sector.

Los beneficiados serán un sector determinado de emprendedores de Antigua Cuscatlán quienes rondan las edades de 25 años a 50 años, su nivel académico son estudios de bachillerato, estos poseen sus negocios en el área de artesanías e indumentaria, sus negocios surgen a partir de la necesidad económica que vive el país actualmente.

1.2.2 Dinámica territorial.

Antigua Cuscatlán es un municipio de El Salvador, perteneciente al departamento de La Libertad y al área metropolitana de San Salvador. Está ubicado al sureste del mencionado departamento, haciendo frontera entre este y el departamento de San Salvador. Colinda al sur con Nuevo Cuscatlán, Huizúcar y San Marcos, al este y norte con San Salvador y al oeste con Santa Tecla. Tiene una población de 37 399 habitantes según las proyecciones de la Dirección General de Estadísticas y Censos para el año 2021. Cuscatlán en lenguaje náhuatl significa "Lugar de joyas y preseas". El nombre fue deformado a Cuzcatlán por indígenas mexicanos que acompañaban a los conquistadores y que décadas después se cambió aún más a Cuscatlán, ya no usando la "z" sino la letra "s". Investigaciones arqueológicas han demostrado que el lugar fue asiento de comunidades indígenas, revelado por restos encontrados en las proximidades de zonas residenciales de Madreselva y Santa Elena (muy cerca de donde está ubicada la Embajada de los Estados Unidos) (John, 2022).

Al sur de la ciudad está ubicada la Zona Industrial Plan de La Laguna, en la cual se albergan muchas empresas industriales. Entre estas se encuentran Dulcerías (Central Dulcera), Industria plástica (Salvaplastic), Maquila (Industria Merlet),

fábricas de Harinas para consumo humano (Harissa), Concentrados para Animales (Alianza), entre muchas otras, estas últimas dos (Harissa y Alianza) fundadas por el terrateniente y empresario alemán Walter Thilo Deininger. Las empresas están unidas a través de la Asociación de Empresarios y Vecinos de la Zona Industrial La Laguna (Asevilla) (Anonimo, Antigua Cuscatlán, 2016).

También al sur de la ciudad de Antigua Cuscatlán y con una extensión de 30 manzanas, se encuentra el Jardín Botánico del Plan de la Laguna. De esa extensión, 19.32 manzanas constituyen un bosque primario bajo condiciones de estricta reserva; 4.6 manzanas son de uso público, distribuidas en 32 zonas que albergan a más de 3500 especies de plantas de todas partes del mundo; un área de interpretación, cafetería y juegos infantiles; y 19 manzanas que forman el bosque La Laguna, el cual se está reforestando y conservando para rehabilitarlo y que a futuro pueda ser visitado con fines científicos, educativos y recreativos (John, 2022).

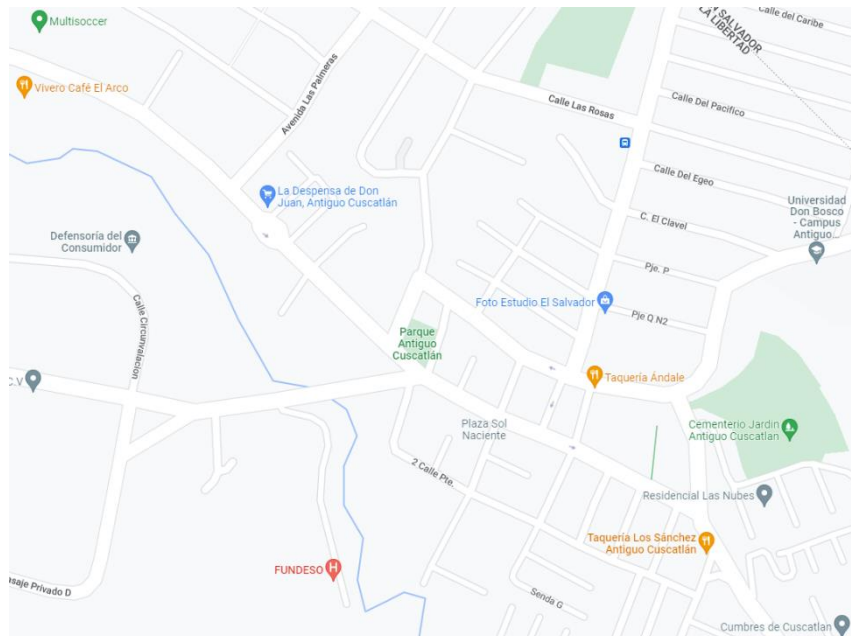


Figura 1. Ubicación Geográfica de Antigua Cuscatlán

El municipio comparte también la localización del Parque Bicentenario con San Salvador.

Dicho municipio aloja en su economía lo que son muchos negocios que se centran en el Parque de Antigua Cuscatlán, ya que sirve como punto turístico de extranjeros

y turistas locales, en estos negocios se encuentran puestos gastronómicos, artesanías, cafés, tiendas de indumentaria, entre otros.

La alcaldesa desde 1988 es Milagro Navas. Militante del partido Alianza Republicana Nacionalista desde ese año, cuando la buscó como candidata uno de los fundadores de dicho partido, Roberto d'Aubuisson. Ha ganado once elecciones consecutivas, convirtiéndose en el concejo municipal con mayor continuidad en el país, con 33 años continuos en el poder en total (Anonimo, Antigua Cuscatlán, 2014).

Actualmente el comercio es una fuente viable para el municipio ya que muchos de ellos han sido implementados para el buen desarrollo del lugar, también en algunos casos ha sido la alcaldía del municipio quienes han financiado estos emprendimientos, esto con la finalidad que se generen más empleos a largo plazo. Un ejemplo es el proyecto que se enfoca en apoyar a mujeres y sus emprendimientos dicho proyecto se llama **“Mujeres Que Inspiran”**, estos emprendimientos tienen enfoques diferentes, existe uno en el comercio de calzado para damas, el otro está orientado en lo gourmet en postres para personas con alergias específicas, etc. De esta manera se busca dar un crecimiento al comercio de la municipalidad para un mejor desarrollo económico.

Los factores sociales del municipio son el desarrollo y crecimiento del lugar, el apoyo a jóvenes de diferentes cantones y caseríos de su municipio, con proyectos actuales de artes, como lo es la construcción del Palacio Municipal de Las Artes, ubicado en el parque central de Antigua Cuscatlán (donde anteriormente era la alcaldía) dicho lugar cuenta con talleres de dibujo, cerámica, pintura básica y avanzada, teñido de añil, entre otros talleres que destacan al conocimiento de los jóvenes del lugar.

Por lo que es muy fácil de saber que el municipio es muy limpio y ordenado y cuenta con sistemas de video vigilancia para la protección de los habitantes, cuenta con un sistema de “botón de pánico” para emergencias, estos se encuentran ubicados en puntos estratégicos del lugar (calles principalmente). Así como también cuenta con vigilancia de parte del CAM. En dicho lugar donde se generan los comercios que es el parque se cuenta con todas las medidas de seguridad hacia los turistas, así como las medidas de bioseguridad del lugar (John, 2022).



Figura 2. *Parque central Antigua Cuscatlán. Lugar turístico en Antigua Cuscatlán, El Salvador [Imagen].* Turismo.com.sv. <https://www.turismo.com.sv/destinos/antigua-cuscatlan.php>

1.2.3 Dinámica sectorial.

El municipio de Antigua Cuscatlán se considera uno de los lugares más turísticos de los salvadoreños y extranjeros, ya que posee lugares muy llamativos con flora y fauna silvestre y lugares con muy buenos comercios.

Justamente en el Parque Central de Antigua Cuscatlán es donde se encuentran comercios que se dividen en formales e informales, algunos de estos comercios se dedican a lo que son venta de comida (gastronomía), ropa, calzado, artesanías, bebidas, decoraciones para el hogar, entre otros (Anonimo, 2016).

Este lugar precisamente genera su comercio los fines de semana en donde se concentra más la afluencia de personas, por lo que se les hace más factible comercializar sus productos en estos 3 días (viernes, sábado y domingo).

El proyecto precisa optar por generar más afluencia del público por la demanda que exista en los diferentes negocios del sector. Estos negocios como se menciona antes, solo se encuentran 3 días de la semana (viernes, sábado y domingo), ya que es una feria de emprendedores la que se realiza en estos días ya establecidos. El enfoque principal de la investigación es proporcionarle a un grupo determinado de emprendedores las herramientas necesarias para la ejecución con éxito de sus negocios, esto con la finalidad de que estos mismos se expandan más y generen mayores ingresos a sus negocios.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La población salvadoreña por lo general, decide emprender a causa de la precaria situación económica presente en la mayoría de los hogares, situación que depende de la educación, el acceso a la tecnología, los salarios, la oferta laboral y otros factores que orillan a las personas a tomar riesgos económicos iniciando sus propios negocios. El Salvador, básicamente vive del comercio y los grandes y pequeños emprendimientos, por tanto, al existir una necesidad debe existir una solución. Un elemento relevante a señalar es que la producción artesanal y de indumentarias es uno de los sectores de mayor interés de los emprendedores.

El objetivo de este proyecto es capacitar a los vendedores artesanales de la zona del Parque central de Antiguo Cuscatlán, La Libertad, con las herramientas básicas necesarias para que cada uno pueda entender la personalidad de su marca, desarrollándose al punto conocer las oportunidades de crecimiento e identificar las áreas a fortalecer para lograr la consolidación y estabilización de la marca.

El desarrollo comercial, turístico, cultural y social son factores por importantes que se deben de tomar en cuenta porque esto ayuda al crecimiento económico de un lugar, los emprendedores que se ubican en el Parque Central de Antiguo Cuscatlán y sus alrededores conocen como funciona el ambiente y que pueden vender, pero no conocen muy bien cómo pueden desarrollarse e ir más allá apoyándose de herramientas gráficas y es por esta razón que se busca implementar el conocimiento en ellos para que puedan hacer crecer sus negocios y llegar a expandirlos

Al momento de iniciar un emprendimiento se deben tomar en cuenta factores que abonan a la consolidación de una marca como: logo, segmentación de público meta, claridad del producto que se va a ofertar al mercado, línea gráfica entre otros elementos relevantes, estos conocimientos son adquiridos de manera empírica por los emprendedores a través de los medios que cada persona tiene a su alcance, propiciando la creación de marcas con errores de segmentación, uso de logos genéricos o líneas gráficas confusas o sin diferenciador, lo que no permite explotar el 100% del potencial de cada marca o producto.

Como etapa inicial el enfoque del proyecto fue solventar la necesidad de cada uno de los beneficiarios entre estos son 12 personas con las que se tuvo a bien trabajar. El objetivo consiste en capacitar a un grupo de emprendedores del área de Antigua Cuscatlán, La Libertad, con las herramientas básicas necesarias para que cada uno pueda entender la personalidad de su marca, desarrollarla al punto conocer las oportunidades de crecimiento e identificar las áreas a fortalecer para lograr la consolidación y estabilización de la marca. Dentro de las herramientas a proporcionar se han tomado en cuenta capacitaciones sobre Branding, embalaje (packaging), herramientas digitales accesibles para creación de contenido para redes sociales.

II. OBJETIVOS

2.1 GENERAL

- Desarrollar habilidades en el uso de estrategias de branding y herramientas gráficas de los emprendedores del Parque Central del municipio de Antigua Cuscatlán a fin de potenciar la comercialización de sus productos por medio de una capacitación específica.

2.2 ESPECÍFICOS

- Contextualizar la problemática de interés del proyecto con la teoría necesaria, sobre principios y percepciones del Branding para emprendimientos.
- Definición de contenidos y áreas temáticas a desarrollar en la capacitación.
- Ejecutar la capacitación a una población o muestra definida previamente.
- Evaluar los resultados de la capacitación a fin de garantizar su continuidad

III. CONTENIDO GENERAL

3.1 FUNDAMENTACIÓN

La fundamentación en la investigación es aquella que nos explica de donde viene el problema a estudiar y hacia donde se perfila, también nos muestra las fechas en torno al fenómeno, las diversas posiciones y contradicciones que lo fundamentan. Tomándolo en cuenta podemos decir que es la explicación que está basada a las ideas que se relacionan con el tema.

Por lo tanto, teniendo en cuenta los datos recolectados hasta el momento para la investigación se muestra las necesidades que presentan los emprendedores del sector del Parque Central de Antigua Cuscatlán, identificando las carencias que algunos de los emprendedores de dicho sector presentan a nivel gráfico y el manejo comercial de sus productos en redes sociales (Anónimo, 2021).

Se sabe que, un emprendedor de artesanías e indumentaria puede carecer de los conocimientos básicos sobre manejo de social media y herramientas gráficas, por lo que se vuelve necesario el desarrollo e implementación de capacitaciones sobre el manejo de diferentes plataformas a fines de un crecimiento en sus negocios.

a. ¿Por qué es necesario realizar este proyecto?

La población salvadoreña por lo general decide emprender a causa de la precaria situación económica presente en la mayoría de los hogares, situación que depende de la educación, el acceso a la tecnología, los salarios, la oferta laboral y otros factores que orillan a las personas a tomar riesgos económicos iniciando sus propios negocios. Según datos estadísticos sabemos que un 60,8% de la población salvadoreña decide emprender por la necesidad económica que persiste en sus hogares, y el otro 37,6% lo hacen por aprovechar una nueva oportunidad, siendo ellos sus propios jefes (González, 2018)

De acuerdo a estas estadísticas actuales nos damos cuenta que nuestro país básicamente vive del comercio y los grandes y pequeños emprendimientos, por tanto, al existir una necesidad debe existir una solución.

El objetivo de este proyecto es capacitar a los vendedores de la zona del Parque central de Antigua Cuscatlán, La Libertad, con las herramientas básicas necesarias para que cada uno pueda entender la personalidad de su marca, desarrollándola al punto conocer las oportunidades de crecimiento e identificar las áreas a fortalecer para lograr la consolidación y estabilización de la marca.

Para conocer un poco más del lugar donde el proyecto se desarrollará iniciamos conociendo que este municipio básicamente está posicionado en el 2do más subdesarrollado a nivel económico, social y cultural. Ya que el desarrollo de grandes industrias y fábricas le otorgan diversificación en la producción de materiales de índole textil, plástico y metales. La Zona Industrial Santa Elena, el Plan de La Laguna y Merliot son los grupos empresariales más representativos. Dicho municipio está ubicado al sureste del mencionado departamento, haciendo frontera entre este y el departamento de San Salvador. Colinda al sur con Nuevo Cuscatlán, Huizúcar y San Marcos, al este y norte con San Salvador y al oeste con Santa Tecla (John, 2022)

La ruta turística que se recomienda seguir al visitar Antigua Cuscatlán, debe comenzar por los parajes naturales de gran belleza y variedad. Existe un lugar privilegiado con fines educativos y recreativos, es el Jardín Botánico “La Laguna”.

Después de empaparse de los conocimientos y esplendor de miles de especies vegetales se recomienda visitar los centros comerciales existentes en la ciudad. Allí se encuentran reunidos los principales restaurantes, discotecas, boutiques y demás formas de distracción.

Otras opciones turísticas las representan los mercados, entre ellos, el Mercado Municipal Merliot, llamado también “Mercadillo Saludable”. También se encuentran diversidad de festivales -como el del maíz, las ferias industriales y de artesanías-

muy recomendables de visitar a su paso por la ciudad. El desarrollo comercial, turístico y social son factores por importantes que se deben de tomar en cuenta porque esto ayuda al crecimiento económico de un lugar, los emprendedores que se ubican en el Parque Central de Antigua Cuscatlán y sus alrededores conocen como funciona el ambiente y que pueden vender, pero no conocen muy bien cómo pueden desarrollarse e ir más allá apoyándose de herramientas gráficas y es por esta razón que se busca implementar el conocimiento en ellos para que puedan hacer crecer sus negocios y llegar a expandirlos (Anónimo, 2021).

Al momento de iniciar un emprendimiento se deben tomar en cuenta factores que abonan a la consolidación de una marca como: logo, segmentación de público meta, claridad del producto que se va a ofertar al mercado, línea gráfica entre otros elementos relevantes.

Estos conocimientos son adquiridos de manera empírica por los emprendedores a través de los medios que cada persona tiene a su alcance, propiciando la creación de marcas con errores de segmentación, uso de logos genéricos o líneas gráficas confusas o sin diferenciador, lo que no permite explotar el 100% del potencial de cada marca o producto.

Como etapa inicial el enfoque de la investigación es solventar la necesidad de cada uno de los beneficiarios entre estos son 12 personas con las que se tiene previsto trabajar.

El objetivo consiste en capacitar a un grupo de emprendedores del área de Antigua Cuscatlán, La Libertad, con las herramientas básicas necesarias para que cada uno pueda entender la personalidad de su marca, desarrollarla al punto conocer las oportunidades de crecimiento e identificar las áreas a fortalecer para lograr la consolidación y estabilización de la marca.

Dentro de las herramientas a proporcionar se han tomado en cuenta capacitaciones sobre Branding, embalaje (packaging), herramientas digitales accesibles para creación de contenido para redes sociales entre estos como realizar promociones

en redes sociales para tener más visitas en sus páginas o perfiles de social media y tips de fotografía básicos para mejorar la presentación de los productos o servicios en redes sociales como medio principal de comercialización de los emprendimientos (Diccionario de Marketing Digital, 2022).

Para entender un poco más en que se basa la investigación y la forma adecuada de su ejecución se debe tomar en cuenta los temas que ayudaran en el proyecto, en términos generales son los siguientes:

b. Temas a resolver en las capacitaciones, características y funciones.

Los temas que se tomaran en cuenta para el desarrollo del proyecto son debidamente elegidos para una buena ejecución y ser específicos para un buen manejo de información que va sujeto a las necesidades observadas en los afectados.

Branding.

Es el proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo. Es la gestión global de todos los elementos tangibles e intangibles que rodean a la marca con el fin de construir y transmitir una promesa que será clave (¿Que es el Branding?, 2022).

Característica del branding.

- Consiste en construir un nombre y prestigio de marca para gestionar las ventas.
- Es el símbolo o diseño que identifica y diferencia un producto de otros.
- El Branding se vale de todos los recursos BTL para comunicar su marca: sitios web, artículos promocionales, activaciones.
- A través del Branding se logra un valor de marca, como si se tratara de un plus valor: pensar en una soda, remite a Coca Cola. (¿Que es el Branding?, 2022)

Funciones del branding. (Anónimo, 2022).

1. Gestión estratégica de la marca.
2. Conocimiento del consumidor y del mercado.
3. Comunicaciones.
4. Diseño

Identidad de marca.

Es la colección de todos los elementos de la marca que la empresa crea para retratar la imagen correcta de sí mismo para el consumidor (Experto, 2002).

Características de la identidad de marca.

- Brevedad.
- De fácil lectura y pronunciación.
- Que resulte agradable al oído (eufonía).
- Fácil de recordar (memorización).
- Que la marca se asocie al producto o servicio (asociación).
- La marca debe ser registrable, garantizando su protección legal (Mier, 2014).

Funciones de la identidad de marca

1. Identificar: Los signos de identidad están para identificar no para explicar. Lo que los signos de identidad significan es más importante de cómo lo hacen.
2. Estimular: Establecer una comunicación. Generando una imagen mental que nos conecte con el otro.
3. Re-presentar: Ocupar el puesto de otro evocándola a título de sustituto. Representa algo que ya fue presentado.

4. Informar: Transcribir fielmente el mensaje a la audiencia. Consumidores, clientes, influenciadores, empleados, proveedores, prensa, accionistas.
5. Persuadir: Inducir de manera empática y seductora con el propósito de ser la mejor elección.
6. Recordar: Ser factible de lograr una alta fijación en el tiempo.
7. Perdurar: Lograr permanencia y actualidad al margen de las modas (González, 2018).

Marketing digital.

También llamado marketing en línea, es la promoción de las marcas para conectar con posibles clientes usando internet y otras formas de comunicación digital. Esto incluye no solo el correo electrónico, las redes sociales y la publicidad basada en la web, sino también mensajes de texto y multimedia como canal de marketing (Marketing Digital, 2021).

Características del marketing digital.

- Costos significativamente menores: En el marketing digital estos costos son menores, al existir una gran variedad de formatos y canales publicitarios.
- Segmentación más exhaustiva: En internet es mucho más sencillo poder segmentar la audiencia exactamente como se desee, utilizando tantos parámetros como se considere necesario: edad, ubicación geográfica, palabras claves, sexo, forma en la que accede a internet, intereses, redes sociales utilizadas y otros muchos más (Anonimo, Marketing Digital, 2021).
- Integración con el consumidor y sus necesidades: En el marketing digital se trata de establecer una conexión con los clientes y conversar con ellos. La opinión del consumidor se convierte en un objeto invaluable, por lo que es importante ofrecer, más que un producto, una nueva experiencia a través de un mensaje importante y enriquecedor.
- Resultados inmediatos: Gracias al marketing digital, es posible medir de manera inmediata las reacciones de los usuarios ante cualquier campaña publicitaria digital, pudiendo, además, obtenerse una gran cantidad de datos

estadísticos que servirán para mejorar y modificar dichas campañas de ser necesario.

Funciones del marketing digital.

1. Optimización del sitio web: diseño, SEO, datos de visitantes, respuestas en tiempo real. Recursos y blogs: estrategia de contenidos, generación de contenidos relativos al “buyer’s journey”, conexión con redes sociales (Anonimo,
2. Optimización de datos: auditoría, depuración y mejora de la base de datos, minería de datos, almacenamiento.
3. Automatización: diseño, instalación, optimización y ejecución de tareas automáticas como email, redes sociales o chat con el cliente.
4. Análisis de datos: campañas analíticas, modelos predictivos, algoritmos, segmentación de prospectos.
5. Inteligencia social: Recolección de señales sociales, noticias y detección de ecosistemas. También el análisis de realimentación y automatización de marketing (Marketing digital, 2018).

Packaging.

El packaging debe tener como principal objetivo llamar la atención de potenciales clientes. Es por eso que se considera que este punto es básico a la hora de conseguir el éxito, o no, para un producto determinado. Pues, en muchas ocasiones, un cliente decide qué bien comprar estando en presencia de este. Así como, dicho sea de paso, guiándose por su apariencia o la información que ofrezca por medio de una etiqueta, un envase o un diseño atractivo u original (seggiaro, 2018).

Funciones del packaging.

- Ayuda comúnmente a hacer más duradera y efectiva la imagen de marca de un producto. Ya que este le otorga un cierto valor añadido que el público es

capaz de percibir y recordar como elemento identificativo de la marca. Por ello, suele considerarse una herramienta de comunicación directa y determinante con el cliente en el momento crucial de la decisión de este (seggiaro, 2018).

Fotografía publicitaria.

Es una modalidad de fotografía cuyo objetivo es la promoción, publicidad y venta de un producto o servicio a través de imágenes que despierten en el espectador una emoción.

Características de la fotografía publicitaria.

La fotografía publicitaria te ayuda a posicionar tu negocio, ya que está formada por dos tipos de mensajes.

- Denotativo: Este tipo de mensaje hace referencia al propio significado que tiene una imagen. Representa las cosas tal y como son con un mensaje sencillo y entendible.
- Connotativo: En este tipo de mensajes, el significado de la imagen es expresivo y subjetivo que los receptores añadimos a la fotografía. En este caso, la imagen representa un mensaje en sentido figurado, apoyándose en las emociones en lugar de la racionalidad (Anónimo, 2017).

Funciones de la fotografía publicitaria.

1. Informativa: en este tipo de imagen publicitaria, se transmite un mensaje de manera clara, objetiva y directa.
2. Expresiva: en este caso, el objetivo es despertar una emoción sobre el receptor.
3. Exhortativa: a través de la fotografía, se pretende convencer al receptor de un cambio de comportamiento (comprar, pensar o dejar de hacer algo). Son imágenes llamativas muy utilizadas en publicidad.

4. Estética: su objetivo es transmitir belleza para producir placer y armonía en el receptor (media, 2014).

5. Por consiguiente, esta investigación, solventara las necesidades de comunicación visual y difusión digital que presentan los vendedores en sus negocios, ya que se les brindaran los conocimientos necesarios para su formación en los temas impartidos y que ellos mismos sean capaces de desarrollar su propio contenido ya que las enseñanzas adquiridas les será de utilidad a largo plazo en su ambiente de lucro , para saber un poco más de a quienes está enfocada la investigación como términos generales se sabe que un emprendedor es aquella persona que diseña, lanza y pone en funcionamiento un negocio, partiendo de una innovación. Pero que sucede cuando esta persona no tiene los conocimientos necesarios para el buen desarrollo de su proyecto. Cae en la interrogante del ¿Por qué no tengo clientes? Y a este problema es el enfoque de esta investigación busca ayudar a este sector. Por lo tanto, la solución propuesta a la problemática expuesta anteriormente pretende brindar herramientas fáciles de utilizar y aplicar a los emprendedores para mejorar el desarrollo y crecimiento económico de las marcas (Anonimo,2019).

3.2 DESAFÍOS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA CULTURAL

A continuación, se desglosan los principales desafíos encontrados en el desarrollo del proyecto:

Los participantes tomados como muestra para el desarrollo del proyecto, manifestaron tener la disponibilidad del tiempo para mantener reuniones periódicas dos días por semana en donde se desarrollarían temas teóricos y luego se iba a determinar las fechas para las capacitaciones prácticas, se utilizaron medios digitales de conferencias como Google meet.

Al llegar al acuerdo mutuo se les comunico que por medio de la plataforma Whatsapp se les estarían brindando los enlaces para las reuniones en Google meet.

Para la organización de las capacitaciones presenciales se tuvo que plantear el cronograma donde se establecieron las fechas en las que ellos podían recibirlas y no les generara algún tipo de problema, ya que se debía acoplar al horario de los beneficiarios debido a que algunos de ellos veían imposible poder asistir por inconvenientes externos o relacionados a sus negocios y no poder atenderlos en un horario que tuviera afluencia de clientes.

Otro punto que se tuvo en contra, fue el espacio físico, ya que al principio se había planteado tener un salón donde se tuviera el espacio suficiente para las practicas, pero de acuerdo a algunos inconvenientes que se presentaron al inicio de las jornadas presenciales se tuvo que cambiar a un salón más pequeño; lo que generó un poco de disgusto en los beneficiados por el espacio cerrado. Pero el problema tuvo solución con el horario rotativo para las capacitaciones, ya que se tornaba un poco extensa la práctica y se debía de dar en dos sesiones.

Principalmente al ejecutar las capacitaciones, el desafío más destacable que se tuvo, fue al inicio con el manejo del lenguaje técnico que se usaba para la explicación de temas, debido a que algunos términos no podían modificarse, pero se logró utilizar palabras claves que facilitarían el aprendizaje de los participantes.

Por otro lado, se tuvieron algunas dificultades con temas de manejo de programas como lo son (Adobe Photoshop, Adobe Ilustrador, Canva) ya que estos programas eran los que se utilizarían para el desarrollo explicativo de algunos de los temas asignados en las jornadas. De acuerdo a la problemática presentada, básicamente era debido a la poca familiaridad que se tenía con estos programas por parte de los beneficiarios, pues muchos de ellos desconocían el manejo de estos programas, haciendo un poco lenta la continuidad del programa.

Los anteriores desafíos, se conectan a ciertas problemáticas en concreto, que se convirtieron en limitantes:

1. Debido al nivel educativo básico de algunos emprendedores se les dificultaba el desarrollo continuo de algunos temas, por lo que fue necesario extenderlos apoyándose en material didáctico, como videos explicativos, términos generales básicos para el conocimiento previo de la problemática.
2. Espacios pequeños por el incumplimiento del inmueble solicitado que dificultó el desarrollo cómodo de las jornadas prácticas de la capacitación.
3. El impacto negativo que tuvo la poca familiarización con los temas que se manejarían en dicha capacitación, lo que desaceleró el ritmo de las jornadas por que debía hacerse un previo repaso los primeros días para ir adaptando a los beneficiados.

3.3 ESTRATEGIAS CREATIVAS IMPLEMENTADAS

1. Muestra poblacional:

En el transcurso del proyecto solo se tuvieron dos sustituciones de personas que no pudieron darle continuidad al proyecto y en su lugar se integraron dos personas más, esto, con el fin de no afectar el desarrollo de las capacitaciones debido a que debía realizarse una toma de datos desde el inicio, pero en este caso, no se tuvo ese inconveniente ya que de esas

dos personas ya se tenían los datos para hacer más rápido el proceso de continuidad de la capacitación ya que con los datos obtenidos se podían determinar los faltantes que sobresalían para poder reforzar esos temas e ir creando las páginas en redes sociales.

2. Fotografía de productos:

En términos generales, se realizaron los escenarios adecuados para la toma de fotografías ejemplificativas de los productos que los emprendedores querían publicitar en sus páginas de redes sociales.

Se utilizaron ejemplos ilustrativos y se aplicó en la práctica para hacer un buen uso de la dinámica y un mejor trabajo al momento de implementarlo. Se hizo uso de un equipo adecuado para los escenarios que se montaron dependiendo del producto al que se le tomaría la foto.

3. Creación de logos y utilización de paleta de colores.

Para la creación de logos se debió realizar el proceso de bocetaje y evaluar cuál era el más adecuado dependiendo a la marca que estaban presentando y luego, hacer una evaluación previa con la paleta de colores que se elegía. Es importante destacar que algunos ya tenían sus logos y únicamente se realizaron unos refresh (refrescando la imagen de la marca o en este caso la página).

4. Evaluación de la correcta utilización de la información.

El manejo adecuado de la información brindada durante la capacitación es importante ver de qué manera se aplicó en el transcurso de los dos meses que se desarrollaron las mismas, de acuerdo con esto no quedaría ningún vacío en la explicación de los temas y se comprendería la buena difusión de la información. Esto daría como resultado el crear una buena relación entre el receptor y emisor con un buen trabajo.

5. El correcto uso de la información permitirá a los capacitados hacer uso de las herramientas brindadas de una manera en que puedan aplicarla en todos los aspectos de su producción artesanal, desde la creación del producto hasta la realización de la compra. La principal función de la capacitación se centró en que los emprendedores manejen sus negocios y producciones de una manera articulada para mejorar la rentabilidad de los mismos haciendo uso de los conocimientos recibidos.
6. La información compartida aporta principalmente un valor cultural que fomenta el crecimiento de los emprendimientos nacionales de forma integral y al mismo tiempo contribuye al crecimiento económico del país.

IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

Reunión de planteamiento para ejecución del proyecto.

Esta actividad se dividió en tres sesiones, la primera reunión como grupo, se habló sobre la problemática con la que se estaría trabajando, presentando los pro y contras que traía consigo el tema, también se trabajó en la definición del mismo. Esta reunión fue expositiva y consultativa, pues se realizó con los participantes de la muestra poblacional y los miembros del grupo de investigación. La reunión se llevó a cabo de manera presencial, donde se explicó la finalidad de la investigación y como esta ayudaría a los beneficiados y sus emprendimientos.

Con este proceso se debían determinar los horarios con los que se estaría trabajando de manera virtual y presencial, observando que cada beneficiario no tuviera la dificultad al momento de tomar las asesorías.

La segunda reunión se realizó, para determinar detalles y presentar la propuesta con las autoridades del Palacio Municipal, explicar el proyecto y solicitar el espacio para las prácticas que estarían divididas en 4 sesiones. Se comentó sobre los temas

a realizarse para dicha capacitación y se brindó un cronograma que iba sujeto a cambios de fechas por definir.

De esta manera, se tomó en cuenta para el desarrollo, cómo se impartiría la capacitación determinando temas, materiales a utilizar, así como los pros y contra que podrían surgir en determinado momento, todo ello, antes de iniciar con el proyecto.

Selección final de temas a desarrollar.

Con esta actividad, se tuvo inicialmente la dificultad de seleccionar correctamente los temas a utilizarse, ya que es muy amplia la variedad al hablar de marketing, diseño digital y herramientas gráficas, por lo que se realizó una delimitación de temas para poder seleccionar los temas más acordes a la implementación de la capacitación, entre esos temas, se tomaron en cuenta la accesibilidad a la información que tendrían los beneficiarios como los encargados del proyecto, de igual manera se consideró que los aspectos tratados no fuesen tan difíciles para la comprensión de los interesados. Los temas que se consideraron en la selección por ser más relevantes:

- Branding
- Marketing digital
- Packaging
- Fotografía publicitaria

Una vez teniendo listos los temas principales para la capacitación, se procedió a establecer los subtemas tomando en cuenta la fácil comprensión para el desarrollo de los mismos y no se tuviera dificultades. De igual manera, se evaluó que no existieran inconvenientes con respecto al aprendizaje, evitando utilizar lenguaje técnico rebuscado; para ello, se evaluó la capacidad que cada uno tenía y se trabajó acoplado una metodología que resultara ser beneficiosa en todos los aspectos.

Con los temas elegidos, ya se pudo tener la pauta para organizar el cronograma y verificar la línea correcta en la que los temas se desarrollarían. En este punto, ya se poseía una clara visualización de lo que se pretendía presentar a los emprendedores y de cuáles serían las posibles inquietudes que ellos estarían mostrando al momento de aplicar estos temas o poner en práctica la funcionalidad de los procedimientos a seguir en redes sociales como Instagram y Facebook.

Acercamiento con los beneficiarios y sus emprendimientos

Esta actividad, tenía como finalidad el poder dar un ejemplo más acertado de la funcionalidad que cada emprendimiento tenía y cuál era el área en el que estaba fallando su desempeño en el área de publicidad para atraer más clientes. Conociendo la problemática de cerca, se pudo determinar cómo se iniciaría el trabajo y en qué temas se podía reforzar más el aprendizaje.

Se determinó que en su mayoría los emprendedores utilizaban las redes sociales para comercializar sus productos, pero no sabían cómo implementar ciertos procedimientos de publicidad y marketing a sus páginas. Como resultado se obtuvo que las páginas tenían una mala sincronización de publicaciones; ya que no existía un orden lógico en donde estuviera la información de la página, método con el que trabajaba y las fotografías de los productos de una forma adecuada.

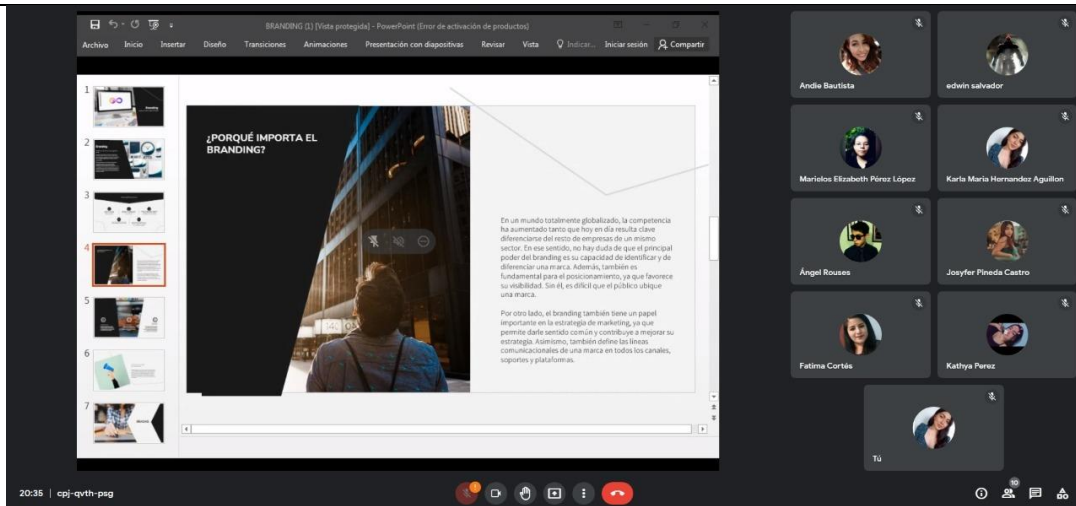
Reunión grupal para finalizar detalles con medición de datos

En esta reunión se abordaron los temas con los que se estarían abordando, ya con la información que se había recolectado en las reuniones anteriores. Se trabajó en la calendarización correcta de cada asesoría y que no se viera afectado alguno de los participantes al momento de la ejecución.

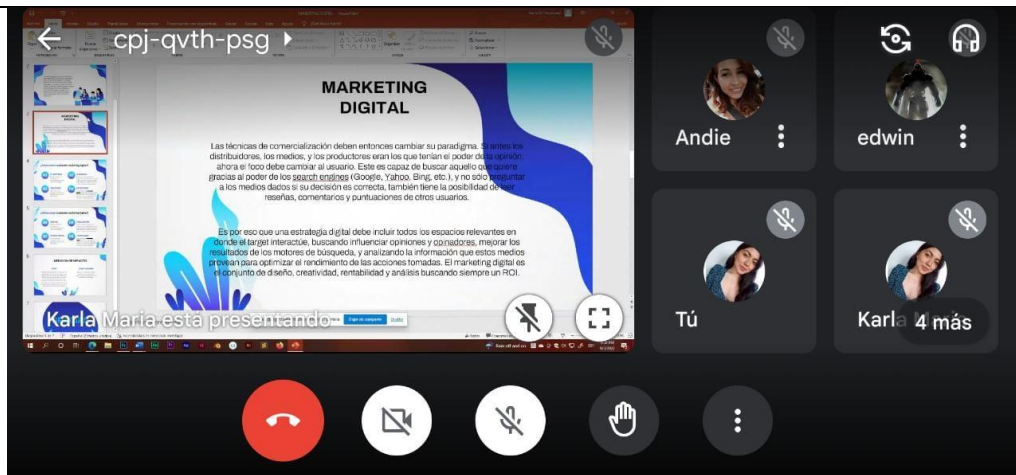
Se determinó por el estudio previo realizado cuales eran las áreas en las que existía más déficit en las páginas de los beneficiarios para implementar una buena metodología de análisis y retención de información para ser correctamente aplicable, con el apoyo del material didáctico y los temas elegidos o con los subtemas.

Con esta información ya en ejecución, únicamente se debía determinar los detalles de recolección de información y creación de material de apoyo para ejecutar la capacitación, apoyándose de videos tutoriales, información complementaria, etc.

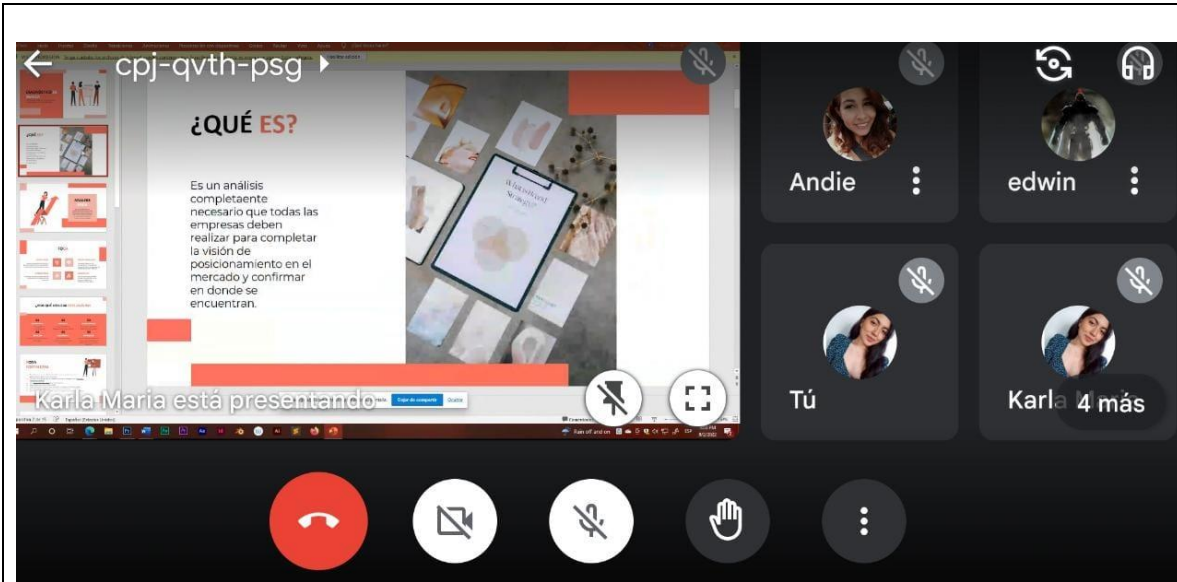
DESARROLLO DE SESIONES CAPACITACION



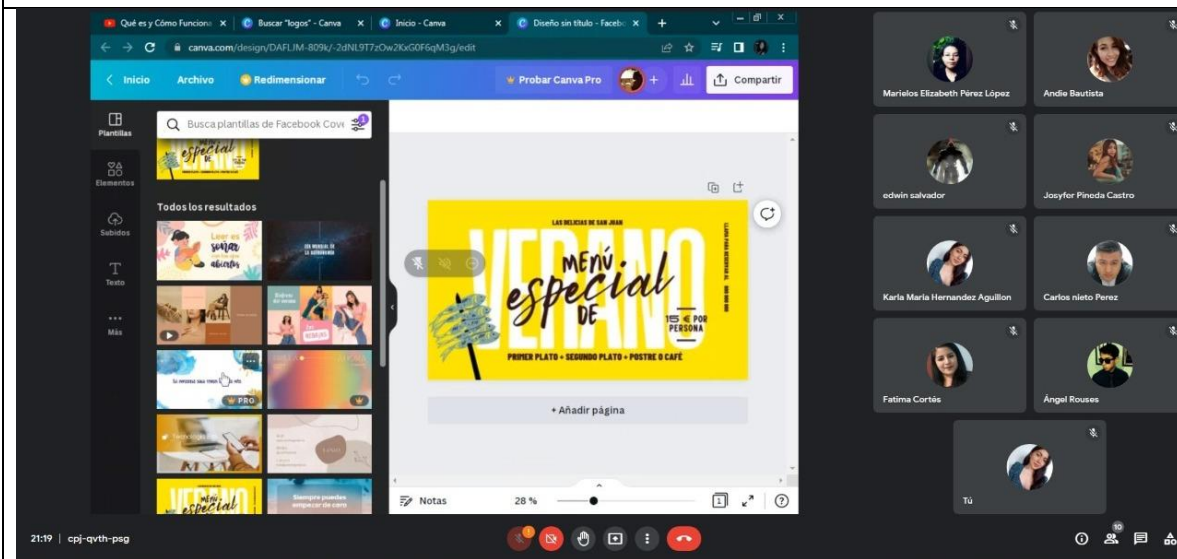
Sesión virtual: Branding, 2022



Sesión virtual: Marketing digital, 2022

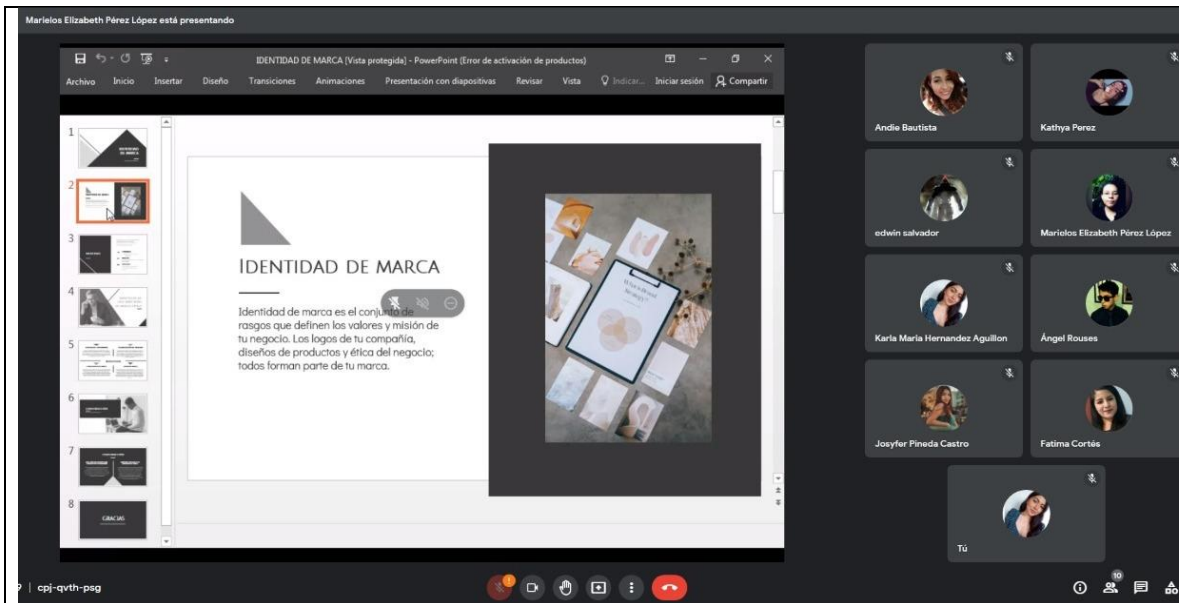


Sesión virtual: Diagnostico de marca, 2022

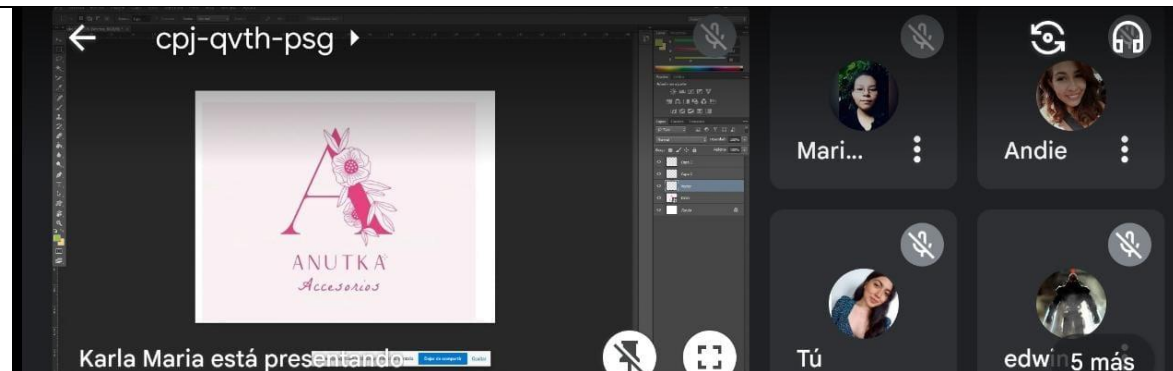


Sesión virtual: Canva, 2022

ESTRATEGIAS DE BRANDING Y HERRAMIENTAS GRÁFICAS, PARA EMPRENDEDORES ARTESANOS E INDUMENTARIA EN EL PARQUE CENTRAL DEL MUNICIPIO DE ANTIGUO CUSCATLÁN, LA LIBERTAD, EL SALVADOR 2022



Sesión virtual: Identidad de marca, 2022



Sesión virtual: Photoshop, 2022



Sesión presencia: packaging, 2022

Emprendedoras realizando una prueba de embalaje creativo para la presentación y entrega de sus productos

4.2 RESULTADOS OBTENIDOS

A lo largo de este proyecto, los resultados obtenidos se pueden destacar en diferentes etapas, ya que en cada una de ellas fue un resultado diferente obtenido y con esto un conocimiento, es decir, se tenía una idea de cuál sería el posible resultado final. Los diferentes puntos de vista que se obtuvieron por parte de los participantes son realmente interesantes ya que se veía lo interesados que se encontraban en aprender y en práctica las estrategias y herramientas.

A continuación se detallan los resultados obtenidos por cada tema desarrollado:

- **Branding**

Este tema fue con el que se inició la capacitación. De acuerdo a los participantes, al iniciar se mostraban un poco confundidos por los conceptos que se manejaban, ya que los conceptos de marca y que tienen que ver con la explicación de estos y sus resultados eran complejos; por ello, como grupo, se decidió cambiar algunos aspectos para generalizar algunos términos, de esta forma, los términos usados serían más comprensibles para los beneficiarios.

Algunos desconocían que era necesario el tener un conocimiento básico para el branding y que este fuera sujeto a la imagen de una marca, ya que no sabían la relación que tenía uno con el otro.

- **Conceptos básicos de branding**

La facilidad con la que los beneficiarios adquirieron el conocimiento con este tema, demostró la buena ejecución del material didáctico, pues esto permitió un manejo de estos conceptos más apropiada con la relación a su uso cotidiano. De esta forma la información fue mejor focalizada.

- **Marketing digital**

Con este tema fue bastante productiva la implementación de la información, ya que los beneficiarios conocían la finalidad del concepto como tal, conocían el desarrollo

que este tiene y como funciona al ejecutarse, que tipo de áreas son las que se enfoca y cómo van desarrollándose ciertos puntos. Se comentó que ellos sabían a que se llamaba marketing digital y que conocían de este mismo porque sabían que aplicaban algunas de las normas y procedimientos en sus negocios y paginas virtuales.

Es importante destacar que esto ayudó mucho ya que no se tuvo retrasos al momento de implementar las capacitaciones, pues se iba al mismo ritmo receptivo por parte de ellos. Es muy interesante saber que con el conocimiento básico que ellos tenían, lo aplicaron de manera empírica.

- **Packaging**

Sin duda este tema fue uno de los favoritos para los participantes ya que se encontraban muy motivados a la hora de explicarles que era un packaging o embalaje de algún producto y que ellos mismos tenían la libertad de poder crear su propio empaque de manera creativa; reflejando la esencia de sus productos. De acuerdo con esto, se tuvo el apoyo de video tutoriales para la buena construcción de los mismos debido a la complejidad que en algunos productos podían llegar a presentar.

La experiencia con este tema fue muy gratificante ya que los participantes mostraban gran interés al enfocarse en realizar prototipos de embalaje para sus productos.

- **Fotografía publicitaria**

En este tema la recepción del mensaje fue bastante positivo, ya que gracias a ello surgieron muchas dudas que se fueron solventando con el propósito de hacer que todo fuese correcto. Al inicio se explicó sobre las escenas que se pueden crear para la toma de una buena fotografía, lo que es necesario para una buena toma y que el producto sea lo que se vea en primer plano.

Con el manejo de la cámara, se tuvo un poco de complejidad ya que algunos de ellos nunca habían manipulado una, pero al indicar el proceso de cómo utilizarla fueron adaptándose. También con su dispositivo Android se realizaron algunas pruebas, esto con el fin de no limitar los procesos de aprendizaje por parte de los beneficiarios.

Este tema fue extenso, ya que debía brindarse teoría y práctica, así como ejemplos, con el tema de iluminación correcta para la escena, de como apoyarse en materiales de diferentes características basándose en la fotografía que se deseaba obtener.

- **Familiarización con las redes sociales**

Es importante mencionar que este tema ellos si lo conocían, ya que algunos ya contaban con sus páginas en redes sociales, pero no conocían aspectos como permisos, temas de seguridad y verificaciones de cuenta, ya que, con ello, va sujeto el uso general de las mismas. Pero en los demás temas todo estaba correcto, según el conocimiento que adquirirían de manera empírica. De esta manera no se volvió tedioso al momento de explicar las normas y la funcionalidad correcta de estos temas.

4.3 ANALISIS Y EVALUACION DE RESULTADOS

La capacitación fue de gran beneficio por que no solo se adquirió un conocimiento nuevo por medio de la información y de las consultas que se realizaron a profesionales; también se aprendió sobre los diferentes puntos de vista que tienen los beneficiarios con respecto a los temas vistos, a la vida actual de como todo esto se puede realizar desde casa y apoyándose en herramientas que están al alcance de sus dispositivos móviles.

Es importante reconocer el esfuerzo con el que muchos de ellos trabajan y realizan su propia publicidad; por ello, con los conocimientos brindados se pretendió determinar un manejo correcto a mediano y largo plazo para la buena ejecución de sus negocios y el crecimiento de sus páginas en redes sociales. Esto demuestra la

capacidad de desarrollo que tienen las personas de acoplarse a su entorno y poner en práctica ciertas dinámicas que ayudaran a solucionar las problemáticas que ellos visualizaron.

Según lo manifestado por los beneficiarios, se conoció sobre las necesidades que ellos tenían y como esto les ayudaría a proyectarse en sus negocios; pues, se mostraron muy interesados en cada tema que se desarrollaba. Esto demuestra que es importante llevar a cabo este tipo de capacitaciones ya que en la actualidad todo funciona en el internet y los recursos que la red ofrece, van de la mano con el día a día de sus negocios. Además, debido a la pandemia muchos perdieron sus trabajos y optaron por emprender de diferentes maneras y ya que en estas redes se puede encontrar todo tipo de objetos para casa, indumentaria, automóviles etc., no es extraño que un emprendimiento haga uso de estas herramientas virtuales.

Las redes sociales o las páginas web, en las que se puede adquirir un producto básico o importante para su uso cotidiano, se genera la necesidad de potenciar las capacidades correctas de comercio. Este proyecto, se unió a este esfuerzo.

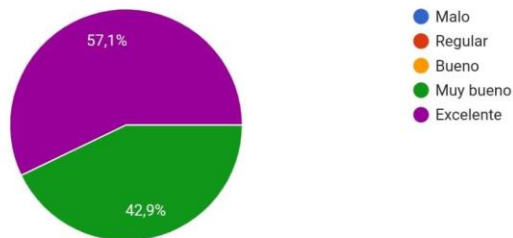
A continuación, se detallan graficas en que se reflejan los resultados obtenidos al finalizar la ejecución del proyecto:

Encuesta para evaluar el desarrollo de la capacitación y el beneficio de la aplicación de los contenidos impartidos para los negocios de los emprendedores del parque central de antiguo Cuscatlán. Se presenta un análisis de las preguntas redactadas en un cuestionario contestado por cada miembro del grupo capacitado para evaluar el proyecto.

Pregunta 1:

¿Cómo evalúa la calidad de la capacitación?

7 respuestas

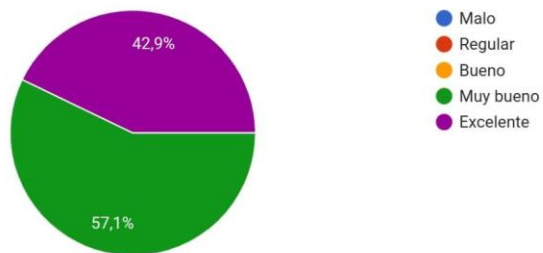


Análisis: El 42,9% de los emprendedores manifestó que la calidad de la capacitación fue muy buena, mientras el 57,1% restante opinó que la calidad de la capacitación fue excelente. Con esto se puede entender que la capacitación tuvo una buena aceptación por parte de los beneficiarios.

Pregunta 2:

Nivel en el que evalúa el conocimiento de las personas que impartieron la capacitación

7 respuestas

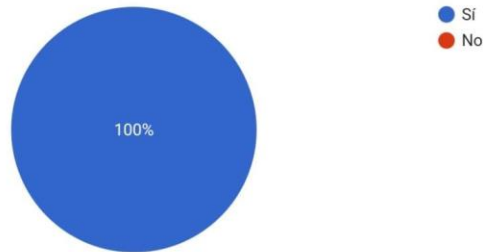


Análisis: El 42,9% de los emprendedores manifestó ser muy bueno el dominio que las facilitadoras poseían para impartir el contenido y el resto de los emprendedores con un 57,1% piensan que fue un excelente manejo de los temas; con ello, se puede establecer que los emprendedores estaban complacidos con la forma de exponer el material de la capacitación.

Pregunta 3:

¿Considera que la información impartida es de utilidad para el crecimiento de su negocio?

7 respuestas

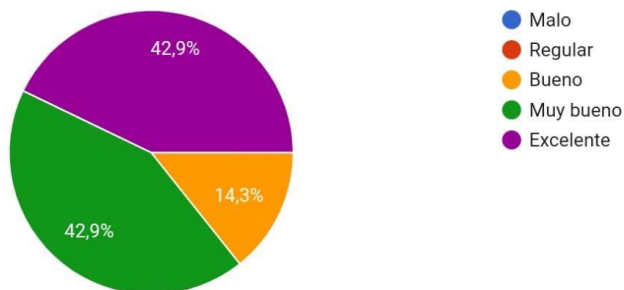


Analisis: El 100% de los participantes opinó que los temas y contenidos impartidos son de utilidad para sus negocios, esto es fundamental ya que se ha llegado a comprender la magnitud de esta informacion y como influye en el ambiente emprendedor sabiendo aplicar estas estrategias. Esto para los emprendedores es un paso importante para crecer y marcar la diferencia en el mercado ante otros negocios ya que ellos cuentan una ventaja considerable para posicionarse en el mercado.

Pregunta 4:

¿Como calificaría el contenido de las presentaciones?

7 respuestas



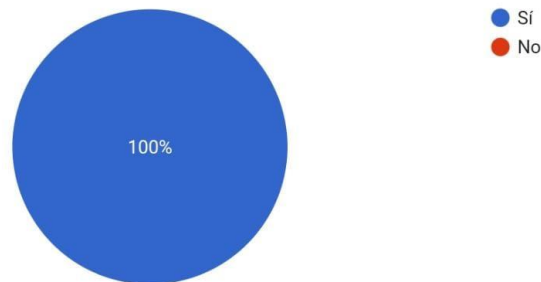
Análisis: El 14,3% de los participantes opinan que la información vista en las presentaciones fue buena, el 42,9% que el contenido fue muy bueno, y el resto con 42,9% que fue excelente, se puede decir, que el contenido visto en las sesiones tuvo buena aceptación, ya que se trató de manejar la cantidad adecuada de

información para no saturar las presentaciones y no abrumar a los presentes con exceso de información.

Pregunta 5:

¿Considera que sus dudas e interrogantes fueron resueltas de forma clara en cada oportunidad?

7 respuestas



Análisis: El 100% de los votos afirman que las dudas e interrogantes que surgían fueron contestadas en el momento que estas aparecían, eso indica una buena comunicación y dedicación con el grupo de emprendedores y las facilitadoras, ya que se tuvo el cuidado de no dejar ningún vacío y duda entre contenidos que pudieran afectar negativamente la comprensión de los temas.

Pregunta 6:

¿Le gustaría contar con el material impartido de forma permanente para consultas a futuro?

7 respuestas



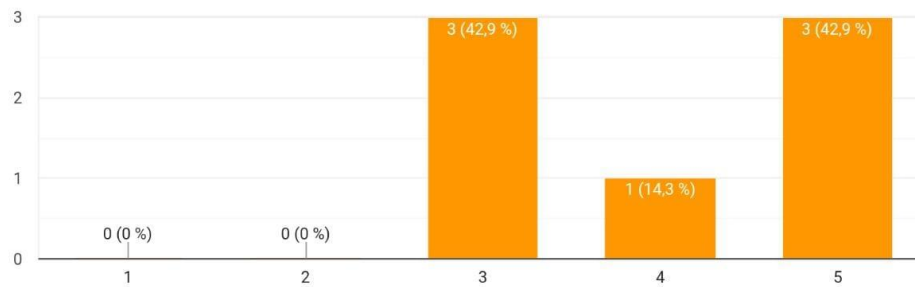
Análisis: El 100% de los emprendedores está de acuerdo con tener a su alcance el material expuesto en las sesiones, comprendiendo que fueron herramientas de fácil comprensión y análisis, contando además con información de fuentes confiables. Los beneficiarios dejaron claro que esta información podría servir de

retroalimentación del contenido cuando necesiten recordar algún punto de interés para sus marcas

Pregunta 7:

En la siguiente escala, en que nivel evalúa la mejora de su marca a partir de los conocimientos aplicados

7 respuestas



Análisis: En esta escala se evaluó como los emprendedores perciben la mejora de sus ventas, visibilidad y apariencia de su marca a partir de empezar a aplicar las estrategias y herramientas ofrecidas, donde 1 es: No mejoro y 5 es: Mejoro Mucho. La escala muestra que los resultados van desde un punto intermedio en ascenso, es decir, que consideran un cambio significativo o muy marcado en la mejora de sus marcas. El 42,9% se mantiene en la escala 3 donde es un cambio no tan alto, pero se nota mejoría, el 14,3% en la escala 4 asegura ver un cambio más notable en su negocio y el resto con 42,9% percibe un tipo de cambio muy favorable asegurando que su marca mejoro mucho con las estrategias bien aplicadas. En resumen, de alguna u otra forma la capacitación logró una mejorar y no hubo algún tipo de estancamiento o negativa con esta información, resultando ser toda de beneficio para los negocios.

Pregunta 8:

¿Recomendaría la capacitación a otros emprendedores?

7 respuestas



Analisis: El 100% de los participantes manifesto que la capacitacion es totalmente de su agrado, ya que optarian por recomendarla para ayudar a otros emprendedores a que aprendan a administrar sus emprendimientos con las estrategias compartidas en el periodo de instrucción. La información que se manejó en la capacitación, fue muy fluida; se trabajó para que las jornadas fueran más dinámicas y que los beneficiarios recibieran de buena manera la percepción del trabajo realizado

Pregunta 9:

¿Que modificaciones considera necesarias hacer para mejorar el proceso de capacitación?

7 respuestas

- para la parte virtual tal vez contar con mejor Internet para no tener interferencias en la señal
- Que se busque un horario más accesible para todos los que recibimos la capacitación
- Se puede incluir más contenidos
- Que se amplíe el temario
- No ir tan rapido
- en algunos temas abarcar mas contenidos y apoyarlos con mas imágenes
- extender mas fechas de la capacitacion para que se abarque mas contenido

Análisis: Esta pregunta es de suma importancia para la realización de futuras capacitaciones, ya que saber lo que los usuarios perciben que se debe mejorar es de beneficio para considerar ajustar la metodología de enseñanza y situaciones de logística que podrían afectar en algún punto la comodidad de aprender o interesarse en los temas vistos. Un usuario asegura que contar con un mejor paquete de internet podría resolver los problemas de recepción de audio y video, así como también estudiar al grupo de beneficiarios al que se quiera llegar para coordinar un horario que les funcione a todos o buscar otra alternativa para hacer llegar la información. Otros aseguran que los contenidos deberían ser más extensos para expandir más el conocimiento y saber más sobre temas de beneficio para su marca, así como también dar a conocer factores que pueden afinarse, como el tiempo de las sesiones o temas, no abarcar contenido muy rápido, entre otros. Todos estos puntos de vista serán tomados en cuenta para futuros proyectos de capacitaciones o proyectos afines.

Pregunta 10:

¿Considera importante generar futuras capacitaciones para dar continuidad a los temas impartidos? ¿Por que?

7 respuestas

si, seria de gran ayuda a nivel nacional seguir con estas capacitaciones y ayudar a los demás emprendedores a mejorar en su negocio

Considero que seria bueno seguir impartiendo esta clase de contenido ya que me a ayudado muchísimo en mi negocio podría ayudar a otras personas con negocios más pequeños para que crezcan

Si porque el mercado cambia y es necesario estar siempre actualizado

Sí, siempre es importante mantenerse actualizado

Si por que la verdad la información es muy útil y necesaria

si mas que importante considero que es una necesidad conocer sobre estos temas sobre todo a aquellas personas que empizan su negocio

deberian hacer otras capacitaciones con contenido mas extenso para seguir aprendiendo a mejorar nuestro negocios muy bonito contenido

Análisis: con respecto a la interrogante sobre si estos temas son de importancia para realizar otras capacitaciones a futuro, como se muestra en el formulario; todos los participantes aseguran que, si son de importancia, ya que no solamente son temas a conocer por interés, es porque los beneficiarios comprenden la magnitud de saber utilizar muy bien estos recursos para generar tanto ganancias como clientes y elevar la marca al mercado dejando atrás la incógnita de permanecer como un negocio más de muchos. Sabiendo aplicar las estrategias de marketing, hasta los negocios más recientes pueden crecer en poco tiempo, por eso es necesario este tipo de proyectos; pues, se da a conocer el trabajo de los artesanos y emprendedores salvadoreños llevando un poco de su cultura a cualquier rincón posible con ayuda de la tecnología y buenas estrategias.

V. CONCLUSIONES

Este proyecto estuvo destinado a brindar conocimientos básicos sobre diseño gráfico a emprendedores de la zona de Antigua Cuscatlán, departamento de La Libertad, con la finalidad de garantizar el aprendizaje de los emprendedores artesanales sobre temas básicos de diseño gráfico, fotografía y principios de marketing, conocimientos de los que carecían, lo que causaba impedimentos en la mejora del desempeño y desarrollo de las marcas.

Los resultados obtenidos, exponen que el grupo de emprendedores seleccionado, ha conseguido obtener los conocimientos necesarios para comprender mejor las necesidades de sus marcas individuales, lo que permite la fácil identificación de las carencias básicas de los emprendimientos y simplifica abordar las problemáticas en busca de las mejores soluciones a través de las herramientas de diseño brindadas en la capacitación, particularmente en temas diseño aplicado a redes sociales.

Se concluye que las herramientas brindadas, han sido vitales para el ordenamiento y crecimiento de la comercialización de cada uno de los emprendedores. La capacitación ha permitido desarrollar conocimientos nuevos que enriquecen la calidad del contenido planificado para redes sociales de cada emprendedor, lo que desencadena en la facilidad de producción de contenido, además de la amplitud de herramientas que abren paso a nuevas posibilidades visuales.

Este proyecto permitió conocer la situación que atraviesan el mayor porcentaje de emprendedores al carecer de conocimientos básicos para la creación de contenido en redes sociales además de ser un primer paso y puede ser utilizado como guía para el futuro desarrollo de capacitaciones más especializadas en la creación de contenido de redes sociales específicas para cada rubro de comercialización lo que permite una aceleración en el crecimiento de las microempresas a través de los diferentes portales digitales.

El proyecto va fundamentado en brindar soluciones a las dificultades de los beneficiarios con relación al manejo herramientas y estrategias relacionadas al marketing, branding y el diseño gráfico; de igual manera se enfoca en el correcto uso de las redes sociales; ya que la falta de iniciativas por entidades gubernamentales son factores de retrasan y entorpecen un mejor desempeño empresarial por parte de los emprendedores artesanos al momento de introducirse al mundo de la comercialización y publicidad digital de sus productos de artesanías. Por estas razones de negligencia hacia los pequeños empresarios, surgen estos programas de capacitaciones que ayuda a comunidades emprendedoras en busca de resolver sus problemas de comunicación por medios tecnológicos, este tipo de prácticas facilita la organización para la toma de decisiones para sus proyectos.

Se reconoce la importancia como gestores culturales, el tener la responsabilidad de comunicar este tipo de proyectos con las comunidades, la idea es acercarse a las personas trabajadoras, compartir con ellos un poco del conocimiento que se ha adquirido en los años de formación académica; que estos contribuyan a generar cambios positivos para los emprendedores y sus negocios. Es gratificante el aportar a la sociedad, en particular a emprendedores, ya que de ellos depende mucho el comercio del país y sobre todo la carga cultural que aún se transmite a través de su trabajo, todo esto, hace que valga la pena gestionar proyectos de apoyo.

VI. ESTRATEGIAS DE CONTINUIDAD DEL PROYECTO

Para una buena implementación de este proyecto es necesario saber que existen pros y contras que van sujetos a diferentes perspectivas, pero es necesario conocer a cerca de los procesos en los cuales ayudaran a largo a plazo a definir estrategias de comercialización y crecimiento de empleos, ya que se puede mencionar que muchos emprendimientos que nacen de la visión de una persona visionaria se van creando poco a poco.

Es importante tener a un experto del tema, ya que es la persona en la que toda la atención se centra debido al manejo de herramientas y conceptos gráficos que se tienen. Debe plantearse un plan de trabajo, con los temas sujetos según la necesidad y el tiempo estimado en el que se ejecutarán las clases. Se debe determinar si las clases serán en modalidad presencial u online, debido a que a algunos de los participantes se les complica la interpretación del tema, además de ser precisos y puntuales con la información por la misma razón de la comprensión que deben tener los participantes.

Basado en la experiencia obtenida durante el desarrollo del presente proyecto, se sugieren los siguientes aspectos a tomar en cuenta para la continuidad del proyecto o la ejecución de nuevos a mediano o a largo plazo:

- Información introductoria de lo que se impartirá y de cómo funcionara para que los participantes vayan haciéndose una idea de cómo se realizarán los talleres.
- Manejo de diversa metodología, de temas y dinámicas funcionales para obtener una buena recepción del público.
- Temas actualizados de creación de marca y de pasos a seguir para una excelente implementación de información.

- Asesorías individuales para refuerzo de estrategias o puntos que se consideren aún están quedando con dudas al momento de implementarse.
- Informar sobre las políticas que tienen las redes sociales, como algunas de ellas funcionan con el pago de publicidades, o el nivel de alcance en compradores, y como evitar este tipo de irregularidades.
- Generar ese compromiso entre la población beneficiada con la capacitación, ya que son conocimientos que irán poniendo en práctica en su negocio y facilitara la práctica que ira sujeta a la misma.
- Si se desea realizar temas que tengan que ver con fotografía de producto, para utilizarla como publicidad, debe informase sobre cómo crear espacios adecuados y composición, elegir paletas de colores que favorezcan la escena y objeto a fotografiar; ya que llevan un proceso más completo a desarrollar.
- Por otro lado, se destaca que el espacio en donde se imparten de manera física esas asesorías es de gran importancia, el hecho de ser un lugar que brinde comodidad y espacio adecuado para asegurar el aprendizaje de los participantes.

VII. RECOMENDACIONES

Como un inicio el planteamiento de las actividades y reuniones se realizaron de forma regular para el primer contacto con los emprendedores, pero conforme se fue avanzando, se dieron ciertas dificultades lo que rebajo el número de personas con las que se inició el proyecto, estos factores dependían de aspectos personales lo que es muy común y por lo cual no se pudo prever en ciertos casos

Por lo anterior, se considera tomar en cuenta los siguientes criterios para el desarrollo de una buena intervención de las capacitaciones y proyectos a fines:

- Se debe realizar una evaluación individual del emprendimiento de cada artesano con el objetivo de establecer metas bien estructuradas para alcanzarlas.
- Centrarse en un cronograma o temario bien estructurado con las actividades a desarrollar, fijando fechas límites para cumplir dichas metas y objetivos.
- Es especial siempre optar con sesiones presenciales ya que el usuario siente un nivel más alto de compromiso, además que se estable una comunicación más directa.

Con respecto al desarrollo de los contenidos se recomienda lo siguiente:

- Primeramente, establecer una comunicación que genere confianza y seguridad en los participantes sobre todo si las sesiones son en línea ya que tiende a cohibirse.
- Prepararse correctamente para exponer los temas ya que podría darse el caso de no cubrir con la programación, extenderse demasiado o dejar muchos espacios vacíos durante la presentación.

- Asegurarse que todos los emprendedores cuenten por lo menos de algún dispositivo para la difusión de contenido y manejo de herramientas de diseño.
- Si es un grupo de participantes regular o fijo sería recomendable impartir estos contenidos en un lapso no menor de 6 meses, ya que así se puede programar o reprogramar el contenido cubriendo temas de sumo interés sin dejar interrogantes o espacios entre temas

Sugerencias para futuros proyectos de gestión cultural

- Se recomienda que desde un inicio se cuente con una buena estructura del cronograma que se aplique tanto para los facilitadores como para los beneficiarios; ya que, de no existir, puede darse el caso que los beneficiarios no adquieran responsabilidad e interés por completar bien la capacitación.
- Basarse en muestras poblacionales bien marcadas para no tener dificultad a la hora de ejecutar cierta actividad organizativa del proyecto.
- Si los beneficiarios no cuentan con una herramienta digital porque hay factores que lo limitan, es esencial no desmotivar al emprendedor; al contrario, es factible buscar una solución que ellos puedan manejar con los recursos disponibles

Recomendación para los encargados de curso de especialización de la Escuela de Artes:

- Poner más participación de expertos en el área de gestión cultural que resuelvan todas aquellas dudas y compartan su experiencia en el área cultural.
- Tener más variedad en los cursos de especialización como tal, se entiende que se quiera resolver problemáticas culturales como tal pero sería de beneficio que los estudiantes pudieran elegir otros contenidos aplicando el conocimiento a las propias aspiraciones laborales para las que se ha preparado profesionalmente.

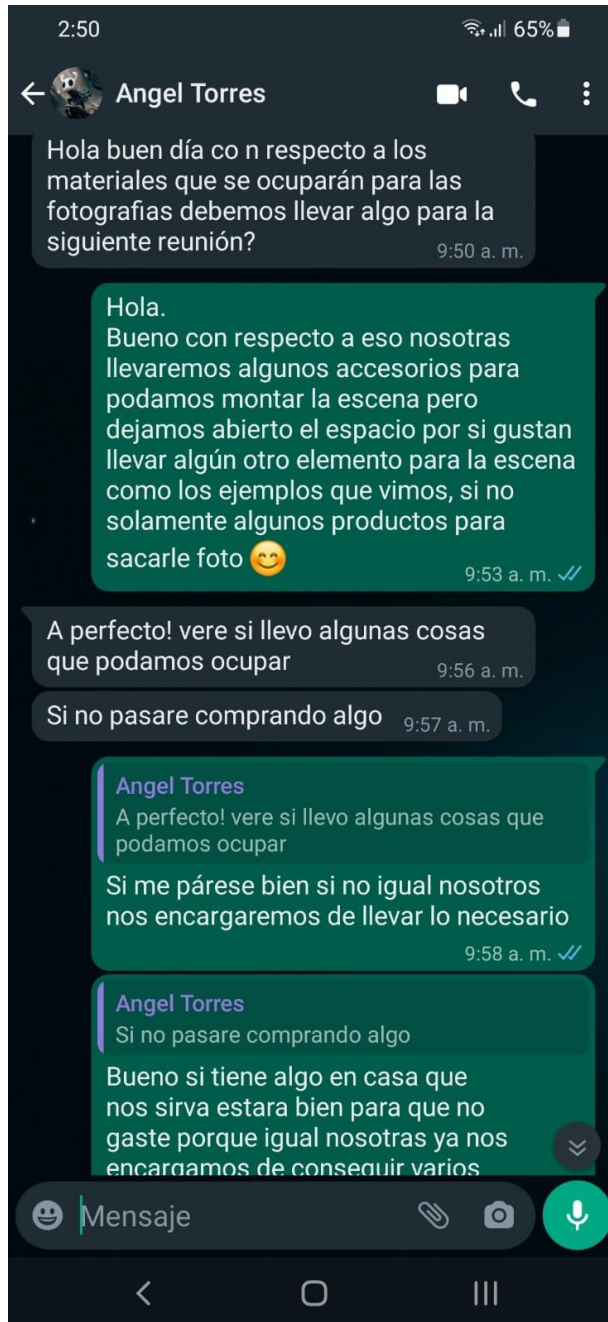
BIBLIOGRAFÍA

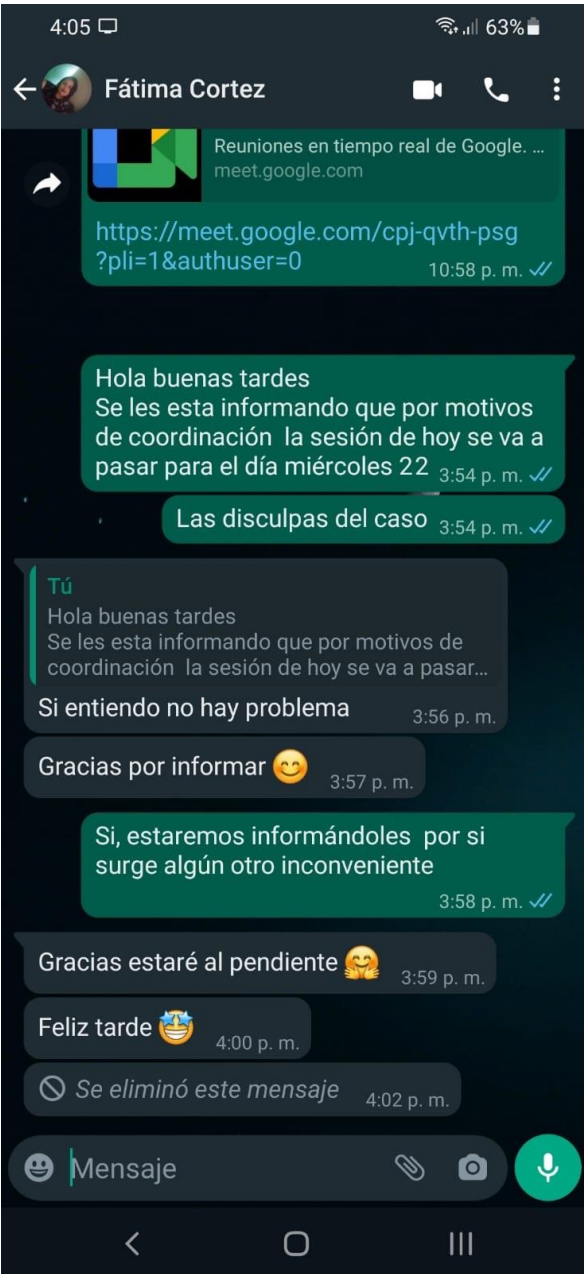
- Anonimo. (22 de agosto de 2014). *Antiguo Cuscatlán*. Obtenido de Wikidat: <https://es.wikidat.com/info/antiguo-cuscatlan>
- Anonimo. (16 de febrero de 2016). *Antiguo Cuscatlán*. Obtenido de turismo.com [Imagen]: <https://www.turismo.com.sv/destinos/antiguo-cuscatlan.php>
- Anonimo. (24 de noviembre de 2018). *Marketing digital*. Obtenido de Espacios.media: <https://www.espacios.media/>
- Anonimo. (25 de Enero de 2022). *¿Que es el Branding?* Obtenido de CitySem: <https://citysem.es/que-es-branding/#:~:text=El%20Branding%20es%20el%20proceso,que%20se%20llevan%20a%20cabo.>
- Experto. (10 de Abril de 2002). *¿Qué es una marca?* Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/que-es-una-marca/>
- González, N. (02 de Mayo de 2018). *¿Que es la identidad de marca?* Obtenido de Magenta: <https://magentaig.com/que-es-la-identidad-de-marca/>
- John, M. (19 de Abril de 2022). *Antiguo Cuscatlán*. Obtenido de Cultura Azul: <https://culturaazul.com/el-salvador/la-libertad/antiguo-cuscatlan/>
- Media, E. (23 de diciembre de 2014). *5 características de la fotografía publicitaria*. Obtenido de espacios.media: <https://www.espacios.media/5-caracteristicas-de-la-fotografia-publicitaria/>
- Mier, B. Á. (06 de Abril de 2014). *Características de una buena marca*. Obtenido de Prcomunicacion: <https://prcomunicacion.com/prnoticias/caracteristicas-de-una-buena-marca/>
- Seggiaro, M. (01 de Noviembre de 2018). *Marcela Seggiaro*. Obtenido de El packaging: ¡principal vendedor de nuestro producto!: <https://www.marcelaseggiaro.com/funcion-objetivo-tendencias-packaging/>
- Parque central Antiguo Cuscatlán. Lugar turístico en Antiguo Cuscatlán, El Salvador [Imagen]*. Turismo.com.sv. <https://www.turismo.com.sv/destinos/antiguo-cuscatlan.php>

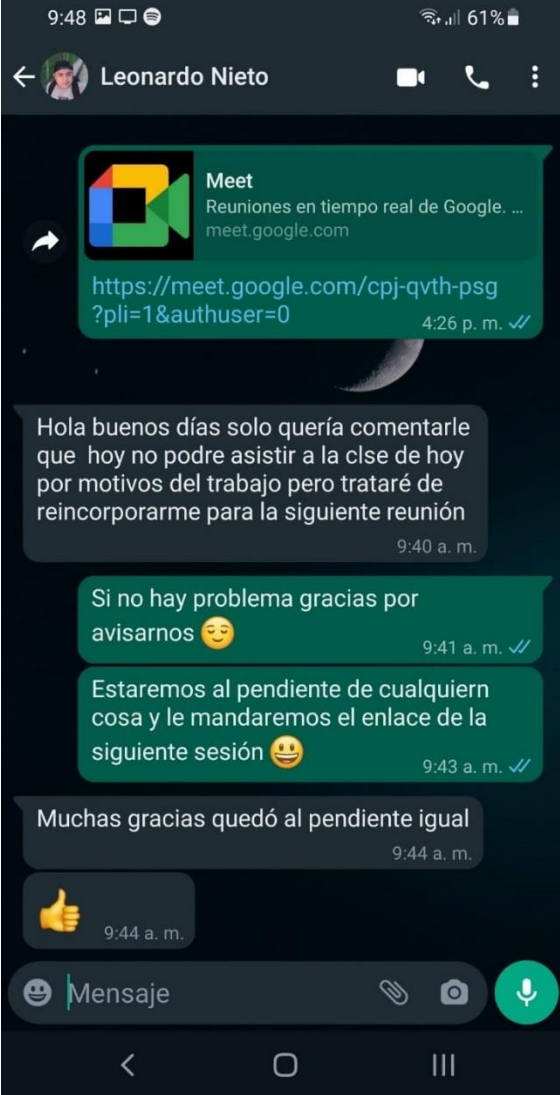
ANEXOS

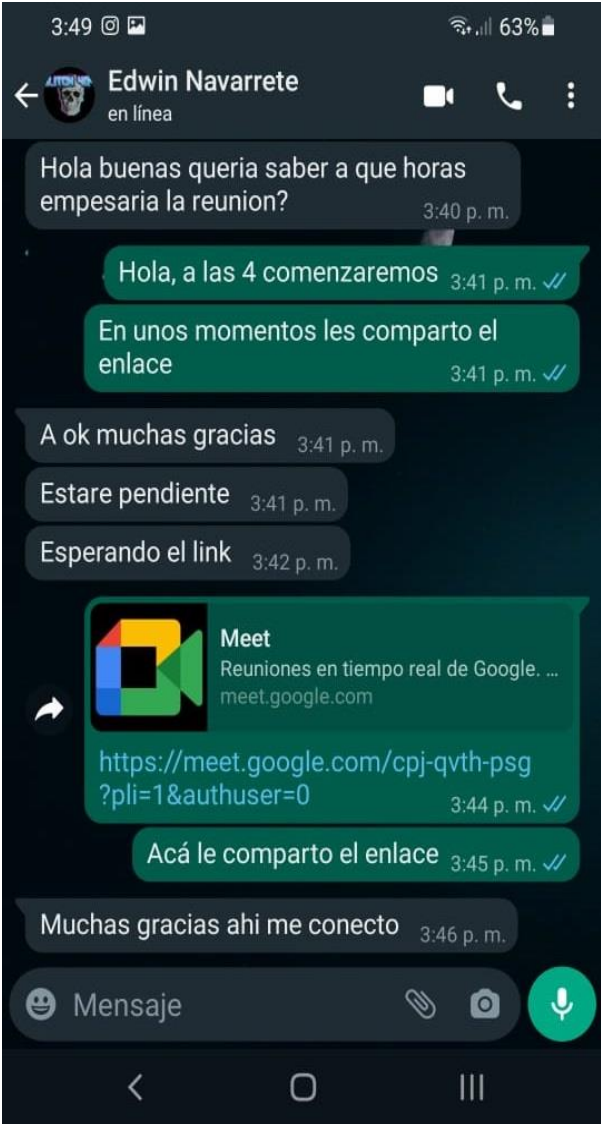

Ubicación Antigua Cuscatlán	Emprendimiento propio	Ficha Nº 2
		
Emprendedora artesana, junto a sus productos en los alrededores del parque central de antiguo Cuscatlán		

Conversación para aclarar la puesta de materiales a utilizar en las sesiones presenciales	Conversación por medio de WhatsApp con los emprendedores.	Ficha Nº 1
---	---	------------



Conversación para reprogramar la fecha de la sesión	Conversación por medio de WhatsApp con los emprendedores.	Ficha Nº 2
 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat with Fátima Cortez. The messages are as follows:</p> <ul style="list-style-type: none">System message: Reuniones en tiempo real de Google. ... meet.google.comSystem message: https://meet.google.com/cpj-qvth-psg?pli=1&authuser=0 10:58 p. m. ✓✓Sender: Hola buenas tardes Se les esta informando que por motivos de coordinación la sesión de hoy se va a pasar para el día miércoles 22 3:54 p. m. ✓✓Sender: Las disculpas del caso 3:54 p. m. ✓✓Receiver (Tú): Hola buenas tardes Se les esta informando que por motivos de coordinación la sesión de hoy se va a pasar... Si entiendo no hay problema 3:56 p. m.Sender: Gracias por informar 😊 3:57 p. m.Sender: Si, estaremos informándoles por si surge algún otro inconveniente 3:58 p. m. ✓✓Receiver: Gracias estaré al pendiente 🙏 3:59 p. m.Sender: Feliz tarde 😁 4:00 p. m.System message: Se eliminó este mensaje 4:02 p. m.		

Conversación para notificar de ausencia a la sesión	Conversación por medio de WhatsApp con los emprendedores.	Ficha N° 3
 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat interface with a contact named 'Leonardo Nieto'. The chat history includes:</p> <ul style="list-style-type: none">A system message for a Google Meet link: https://meet.google.com/cpj-qvth-psg?pli=1&authuser=0 (4:26 p. m. ✓)An outgoing message: 'Hola buenos días solo quería comentarle que hoy no podre asistir a la clse de hoy por motivos del trabajo pero trataré de reincorporarme para la siguiente reunión' (9:40 a. m.)An incoming message: 'Si no hay problema gracias por avisarnos 😊' (9:41 a. m. ✓)An incoming message: 'Estaremos al pendiente de cualquier cosa y le mandaremos el enlace de la siguiente sesión 😊' (9:43 a. m. ✓)An outgoing message: 'Muchas gracias quedó al pendiente igual' (9:44 a. m.)A thumbs up reaction (9:44 a. m.) <p>The bottom of the screen shows the 'Mensaje' input field and various icons for emojis, attachments, photos, and voice recording.</p>		

Conversación para inicio de la sesión programada por medio de la plataforma Google Meet	Conversación por medio de WhatsApp con los emprendedores.	Ficha N° 4
 <p>The screenshot shows a WhatsApp chat with Edwin Navarrete. The messages are as follows:</p> <ul style="list-style-type: none">Edwin Navarrete (3:40 p. m.): Hola buenas queria saber a que horas empesaria la reunion?Sender (3:41 p. m.): Hola, a las 4 comenzaremosSender (3:41 p. m.): En unos momentos les comparto el enlaceEdwin Navarrete (3:41 p. m.): A ok muchas graciasEdwin Navarrete (3:41 p. m.): Estare pendienteEdwin Navarrete (3:42 p. m.): Esperando el linkSender (3:44 p. m.):  Meet Reuniones en tiempo real de Google. ... meet.google.com https://meet.google.com/cpj-qvth-psg?pli=1&authuser=0Sender (3:45 p. m.): Acá le comparto el enlaceEdwin Navarrete (3:46 p. m.): Muchas gracias ahi me conecto		

OFERTA TECNICA

Nombre de la Asistencia Técnica o Capacitación (Proyecto):

“ESTRATEGIAS DE BRANDING Y HERRAMIENTAS GRÁFICAS, PARA EMPRENDEDORES ARTESANOS E INDUMENTARIA EN EL PARQUE CENTRAL DEL MUNICIPIO DE ANTIGUO CUSCATLÁN, LA LIBERTAD, EL SALVADOR 2022”.

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre de Ofertantes: Número de carnet:

Bautista Cruz Andrea María	BC11021
Hernández Aguillón Karla María	HA16016
Pérez López Marielos Elizabeth	PL15024

II. OFERTA TÉCNICA

1. NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DE LA(S) INSTITUCIONES(S):

Nombre:

Emprendedores de Antigua Cuscatlán

Descripción:

Grupo de emprendedores independientes ubicados en el Parque Central de Antigua Cuscatlán y sus alrededores cuyos negocios se orientan a la creación y venta de artesanías, compra y reventa de productos indumentarios en el sector. Los días viernes, sábados y domingos es cuando ellos comercializan sus productos, ya que hay otros negocios en el sector generando una fuerte afluencia de visitantes locales y extranjeros, esto también a distintas actividades que se generan en el municipio como lo son (fiestas patronales, exposiciones, ferias de comercio, etc). Los vendedores que se han seleccionado para dicha investigación, es debido a que muchos de ellos tienen poco tiempo en el rubro y necesitan generar más ingresos a partir de la venta de sus productos, otros tienen más tiempo en el mercado, pero desconocen la viabilidad que existe para promocionar sus productos en diferentes espacios de social media.

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo general de la asistencia técnica/capacitación:

Desarrollar habilidades en el uso de estrategias de branding y herramientas gráficas de los emprendedores del Parque Central del municipio de Antigua Cuscatlán a fin de potenciar la comercialización de sus productos por medio de una capacitación específica.

2.2 Objetivos específicos:

- Contextualizar la problemática de interés del proyecto con la teoría necesaria, principios y percepciones del Branding para emprendimientos.
- Definición de contenidos y áreas temáticas a desarrollar en la capacitación.
- Ejecutar la capacitación a una población o muestra.
- Evaluar los resultados de la capacitación a fin de garantizar su continuidad

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

El proyecto de capacitación de branding y herramientas gráficas pretende crear y ejecutar un plan estratégico con el cual se busca conocer y solventar las necesidades que presentan los emprendedores del parque central de Antigua cuscatlan, donde se prioriza informar y adiestrar a los beneficiarios en el buen desarrollo de estrategias de gestión de marca y manejo de herramientas gráficas para gestión publicitaria aprovechando el uso de redes sociales, esto favorecerá en su negocio a largo plazo ya que al contar con una buen sistema de difusión y presentación de su marca y sus productos generan más posicionamiento en el mercado y su negocio crecerá satisfactoriamente.

- **Detalles paso a paso:** en este método se detallan con claridad los procesos que se ejecutarán para desarrollar los diferentes contenidos impartidos en las capacitaciones, que se debe de hacer y cómo hacerlo.
- **Información complementaria:** En este paso se reforzará el contenido impartido con material audiovisual para dar claridad a los temas vistos en las secciones.

CUADRO DE ACTIVIDADES

Actividades	Fechas de las sesiones	Contenidos	Duración de sesiones
Sesión 1 (virtual): Introducción al Branding, con una explicación audiovisual.	Miércoles 18 de mayo 2022	-Branding (concepto, ejemplos) Tipos de branding Diferencias entre marca, branding e identidad	4:00 pm a 6:00pm
Sesión 2 (virtual): Identidad de marca	Lunes 23 de mayo 2022	-¿Qué es la identidad de marca? -Componentes de la identidad de marca	4:00 pm a 6:00pm

Sesión 3 (virtual): Identificar factores gráficos positivos y negativos de los negocios actuales de los emprendedores.	Miércoles 25 de mayo 2022	-Diagnóstico de marca -Identifica las fortalezas y debilidades de la marca	4:00 pm a 6:00pm
Sesión 4 (virtual): Definir la esencia de la marca con cualidades artísticas	Viernes 27 de mayo 2022	-Tipos de logos -Diseño de logos (concepto, ejemplificación y construcción) -Tipografía	4:00 pm a 6:00pm
Sesión 5 (virtual): Inicio de diseño y rediseño de identidad gráfica (logo)	Miércoles 1 de Junio 2022	-Análisis de logos de los emprendedores -Desarrollo de conceptos -Personalización de diseño	4:00 pm a 6:00pm
Sesión 6 (virtual): Implementación de herramientas gráficas para el diseño digital	Viernes 3 de Junio 2022	-Utilización de herramientas gráficas para vectorizar logotipos <ul style="list-style-type: none"> > Illustrator > Photoshop > Canva 	4:00 pm a 6:00 pm
Sesión 7 (virtual): Ajustes finales del logo	Miércoles 8 de Junio 2022	-Alineación, diagramación y color	4:00 pm a 6:00pm
Sesión 8 (virtual): construcción de elementos gráficos y visuales para comunicar el concepto de una marca	Viernes 10 de Junio 2022	-Utilización de herramientas de diseño gráfico para crear la imagen de la marca para su posterior difusión en redes sociales -Sistema gráfico	4:00 pm a 6:00pm
Sesión 9 (virtual): Introducción al marketing Digital para redes sociales	Miércoles 15 de Junio 2022	-Target -Redes -Objetivos de marca	4:00 pm a 6:00pm

Sesión 10 (presencial): Preámbulo didáctico para la creación de empaquetado de productos con carácter creativo	Viernes 17 de Junio 2022	-Historia y evolución del packaging. -Utilidades y funciones del packaging. -Diseño ecológico de envases y embalajes	8:am a 12:00md
Sesión 11 (presencial): Diseño creativo de empaquetado de productos	Lunes 20 de Junio 2022	-Procesos de fabricación -Realizar el proceso de diseño del packaging	8:00am a 12:00 md
sesión 12 (virtual): Introducción a la fotografía de productos publicitarios	Miércoles 22 de Junio 2022	-Iluminación: luz natural y luz artificial -Concept board -Materiales y elementos para sesión fotográfica (shooting)	4:00 pm a 6:00pm
Sesión 13 (presencial): Sesion de fotografia I (Shooting)	Viernes 24 de Junio 2022	-Creación de escena I -Fotografía de producto -Composición y color I	8:00am a 12:00 pm
Sesión 14 (presencial): Sesion de fotografia III (Shooting)	Miércoles 29 de Junio 2022	-Creación de escena II -Foto detalle -Composición y color II	8:00 am a 12:00 md
Sesión 15 (virtual): Edición y retoque fotográfico	Lunes 04 de Julio 2022	-Utilización de herramientas Adobe para edición fotográfica <ul style="list-style-type: none"> > Photoshop > Lightroom 	8:00 am a 12:00 md
Sesión 16 (Virtual): Muestra de resultados del conocimiento adquirido en la capacitación	Viernes 08 de Julio 2022	-Difusión de contenido en redes sociales <ul style="list-style-type: none"> > Logo > Elementos gráficos de identidad de marca > Fotografía de producto > Contenido publicitario 	9:00am a 12:00 md

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

- a. Capacitación en estrategias de Branding y manejo de herramientas de diseño gráfico.
- b. Instrucción y elaboración manual de Packaging
- c. Instrucción en el manejo y gestión de redes sociales con fines publicitarios
- d. Documento de informe final.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

El proyecto artístico tiene un plazo de ejecución de 2 meses.

Se trabajará en un tiempo de 8 semanas a partir del acuerdo con los beneficiarios donde se les explico el procedimiento para la ejecución de la capacitación donde se trabajaran 2 horas clase virtuales (4:00pm a 6:00pm) cada clase se realizará un día miércoles o viernes, según la calendarización del cronograma, y se cuenta con el horario para las capacitaciones presenciales de 4 horas (8:00am a 12:00pm) donde se extienden debido al contenido de la clase, sumando un total de 43 horas en 8 semanas.

6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS¹

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	EN SEMANAS (MAYO-JUNIO-JULIO)								HORAS TOTALES
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Preparación y organización del contenido previo a la sesión	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Elaboración audiovisual	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Compra de material requerido	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Desarrollo de la sesión	2	6	4	4	6	10	4	7	43
Espacio de consultas y orientación por sesión	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Evaluación de resultados finales del proyecto	-	-	-	-	-	-	-	3	3
TOTALES	12:30	16:30	14:30	14:30	16:30	20:30	14:30	20:30	134

¹ En el caso de capacitación se deberá agregar como anexo la carta didáctica.

<p>NOMBRE DE LA INSTITUCION: Emprendedores de Antiguo Cuscatlán</p> <p>NOMBRE DE LAS FACILITADORAS: Bautista Cruz Andrea María Hernández Aguillón Karla Pérez López Marielos Elizabeth</p>	<p>Grupo beneficiario/edades: Jóvenes y adultos De 25 a 50 años</p> <p>Espacio: Virtual/Presencial (Instalaciones del palacio de las Arte de Antiguo Cuscatlán)</p>	<p>Fechas del desarrollo del taller: Miércoles 18 de mayo 2022 Lunes 23 de mayo 2022 Miércoles 25 de mayo 2022 Viernes 27 de mayo 2022 Miércoles 1 de junio 2022 Viernes 3 de junio 2022 Miércoles 8 de junio 2022 Viernes 10 de junio 2022 Miércoles 15 de junio 2022 Viernes 17 de junio 2022 Lunes 20 de junio 2022 Miércoles 22 de junio 2022 Viernes 24 de junio 2022 Miércoles 29 de junio 2022 miércoles 29 de junio de 2022 Lunes 04 de Julio de 2022 Viernes 08 de julio 2022</p>
<p>Título: Estrategias de branding y herramientas gráficas, para emprendedores artesanos e indumentaria en el parque central del municipio de Antiguo Cuscatlán, la Libertad</p>		

<p>Objetivos:</p> <p>Sesión 1: Comprender el concepto y la importancia de branding en una marca</p> <p>Sesión 2: Identificar la diferencia y componentes de la Identidad de marca</p> <p>Sesión 3: Identificar factores gráficos positivos y negativos de los negocios actuales de los emprendedores</p> <p>Sesión 4: Construir signo grafico de identidad</p> <p>Sesión 5: Diseñar nueva Identidad Grafica</p> <p>Sesión 6: Implementación de Herramientas Graficas</p> <p>Sesión 7: Concretar la elaboración de Logos</p> <p>Sesión 8: Construcción de elementos gráficos y visuales</p> <p>Sesión 9: Interpretar la importancia del Marketing Digital para las redes sociales</p> <p>Sesión 10: Reconocer las funciones del packaging en el emprendimiento</p> <p>Sesión 11: Diseñar y elaborar embalajes de productos</p> <p>Sesión 12: Comprender los componentes de la fotografía básica</p> <p>Sesión 13: Creación de escenario para toma de fotografía publicitaria</p> <p>Sesión 14: creación de escenario para toma de Foto detalle</p> <p>Sesión 15: Emplear herramientas para retoques y edición de fotografías</p> <p>Sesión 16: Evaluar los resultados de los conocimientos aplicados</p>
--

Contenidos:

- **Introducción al Branding**
- **Identidad de marca**
- **Implementación de herramientas gráficas para el diseño digital**
- **construcción de elementos gráficos y visuales para comunicar el concepto de una marca**
- **Introducción al marketing Digital para redes sociales**
- **Introducción y creación de Packaging**
- **Fotografía publicitaria y Foto detalle**
- **Edición y retoque fotográfico**

Referencias sobre la metodología:

Sesión 1:

Como primera sesión de la capacitación, la actividad consta en introducir a los beneficiarios en el lenguaje de branding, terminología, historia como primer paso para que los emprendores conozcan el verdadero valor de gestionar sus negocios más allá de simplemente vender sus productos, sino que comprendan que el branding ayuda a generar sentimientos perdurables que influyen en las decisiones de los clientes potenciales para que prefieran su marca ante otras que ofrezcan el mismo producto o servicio, esto se respaldara con material audiovisual de apoyo donde se mostrara de una manera practica la descripciones del contenido a abordar como, ¿Qué es Branding?, ¿Cómo ayuda a nuestra marca?, los tipos de branding existentes, la diferencia de branding e identidad de marca, de esa forma se pretende que el emprendedor expanda su conocimiento en el tema antes de pasar a las actividad prácticas.

Link del material de apoyo: https://www.youtube.com/watch?v=3egbAQpz_oY

Sesión 2:

Para la segunda sesión se trabajara de igual manera en contenido teórico de forma dinámica con apoyo de materias audiovisual con respecto al tema de Identidad de marca, se abordara contenidos como los componentes de la identidad de marca, ¿Qué es identidad de marca?, la diferencia y relación de identidad de marca y branding, con este contenido los emprendedores aprenderán a reconocer aquellos aspectos que sustentan sus marcar y que sepan que pueden generar factores que posicionen sus marcas ante la competencia, en esta sesión también se dará una retroalimentación con forme al contenido anterior para poder resolver las interrogantes que los emprendedores llegasen a tener con los temas impartidos de las dos sesiones

Link de material de apoyo: <https://www.youtube.com/watch?v=tquJKXFPY3M>

Sesión 3:

Para esta sesión se dará un repaso de lo visto en las sesiones anteriores para no dejar algún vacío entre contenidos que pueda distorsionar la comprensión de los temas, así mismo esta sesión se tratara de entablar una conversación a mena con los emprendedores con respecto a cómo abordan el contenido que se imparte y como esto puede mejorar sus negocios ya que de igual manera se pretende conversar sobre identificar los aspectos positivos y negativos que sostienen los negocios actuales de los emprendedores y que con la buena gestión de las herramientas de marca solucionar las necesidades presentadas

Sesión 4:

En esta sesión se abordara uno de los aspectos más importantes que maneja la creación de marca, el logo, este factor es fundamental para todo emprendimiento o negocio ya que es el icono con el cual se distinguirá la marca de otras, y el cual los clientes asociaran con el servicio ofrecido, en este contenido teórico se hablara de los tipos de logos existentes, como se construye adecuadamente un logo, también se mostrara el uso adecuado de la paleta de colores y como esto influye en la buena presentación del logo de marca, en este punto también habrá participación de los

emprendedores ya que se pedirá analizar qué tipo de logos les favorece a su negocio o si necesita un refresh del mismo mejorando la apariencia de la marca

Sesión 5:

Para esta sección se profundizará más en el análisis y reconocimiento de los logos actuales de los emprendedores si lo poseen, partiendo de este análisis se trabajará en el desarrollo de conceptos, el cual consiste en determinar lo que el logo va a transmitir a través de sus formas, esto tomando en cuenta el tipo de servicio prestado y producto ofrecido de cada emprendedor para luego darle personalización al diseño de tal manera que favorezca visualmente la imagen del negocio, en esta actividad se pretende de igual manera entablar un dialogo dinámico con las facilitadoras y los beneficiarios, plantear ideas e incentivarlos a usar su creatividad, guiándolos en la construcción de sus logos

Sesión 6:

Para esta sesión se introducirá de lleno en la implementación de las herramientas gráficas para vectorizar y creación de los logos que los emprendedores realizaron en las sesiones anteriores, para ello cada facilitadora hará uso de una herramienta como los son Photoshop, Illustrator y Canva mostrando la interfaz de cada programa y las diferentes herramientas que se utilizaran para la realización de sus artes, con forme la demostración de las facilitadoras avanza los emprendedores de igual manera irán trabajando en sus logos de una manera simultánea utilizando el programa que prefieran siempre contando con el espacio para resolver inquietudes

Sesión 7:

En esta sesión se trabajará con la alineación de los elementos que componen cada logo, su diagramación y la paleta de colores que se utilizara en su presentación, siempre apoyándose de las herramientas graficas vistas en la sesión anterior (Photoshop, Illustrator y Canva), con esto se realizó los ajustes finales del logo, las facilitadoras apoyaran en las dudas que surjan a los emprendedores para los objetivos esperados

Sesión 8:

Para esta sesión nuevamente se hará uso de las herramientas de diseño que se utilizaron en las sesiones pasadas (Photoshop, Illustrator y canva) para la creación de contenido gráfico que formara parte de la imagen visual de la marca que posteriormente se publicitara en post en redes sociales, por lo cual se trabajara en un sistema grafico buscando los colores, tipografía, formas y patrones que mejor se adecuen a las marcas

Sesión 9:

En esta sesión se trabajará con material teórico audiovisual que las facilitadoras impartirán sobre el tema de marketing digital, en las cuales se hablara de la importancia y ventajas de la utilización de las redes sociales para interacción con los clientes y personas a las que la marca quiere llegar. Con este contenido los emprendedores entraran en la primera fase para poder expandir su marca en el mercado, ya que es primordial como negocio contar con acceso a estas tecnologías para darse a conocer.

Link de material de apoyo: <https://www.youtube.com/watch?v=BgKKikTD8dw>

Sesión 10:

En esta sesión se impartirá el tema teórico de los procesos de packaging, se trabajará mediante material audiovisual preparado por las capacitadoras, así como videos apoyo para hablar sobre la historia y los procesos de fabricación manual e industrial del packaging, esto con el propósito que los emprendedores elaboren un packaging de satisfaga las necesidades visuales de la marca e incremente o despierte la percepción emocional de los clientes, ya que es de gran importancia crear un vínculo con los clientes y el cómo se empaqueta y se entrega un producto es un factor muy importante para crear estos lazos entre marca y cliente.

Link de material de apoyo: <https://www.youtube.com/watch?v=tjdTfLWsQdA>

Sesión 11:

Para esta sesión se trabajará con el grupo de emprendedores para la realización de un diseño creativo y elaboración de packaging, se presentara de igual manera ejemplo de packaging ecológicos que pueden servir de ejemplo o inspiración para la realización de un packaging utilizando diversos materiales fáciles de conseguir que las facilitadoras y emprendedores proporcionaran, esto con el fin de obtener un packaging que sea acorde al producto ofrecido en el negocio de los emprendedores, se motivara a los emprendedores a pensar en ideas creativas y sencillas para empaquetar sus productos con lo cual añadirán un valor especial a **su** emprendimiento ya que ofrecerá comodidad y conformidad a los clientes

Link de material de apoyo: <https://www.pinterest.es/>

Sesión 12:

En esta sesión se introducirá al contenido de la fotografía publicitaria , se reforzara la teoría con diapositivas para la explicación de los conceptos básicos como lo es la iluminación en la fotografía (luz natural y luz artificial), también se trabajara con el concept board que será el guion en el cual se presentan ideas de cómo se instalan los elementos acompañantes y elementos principales a publicitar, con esto se tendrá una idea más clara de cómo hacer una buenas fotografías que más adelante podrán publicar en las redes sociales y sea llamativo para los usuarios de las redes

Link de material de apoyo: <https://www.behance.net/>

Sesión 13:

En esta sesión se tiene designado la sesión presencial para poner en práctica lo aprendido en el contenido anterior, se crearán o recrearán escenas con diferentes elementos usando la creatividad para tomar fotografías de los productos de los emprendedores, se aprenderá a utilizar las diferentes herramientas que tienen a disposición ya sea cámaras digitales o teléfono celular para lograr el resultado deseado que posteriormente servirá para publicitar sus productos, también se aplicara el manejo de la luz natural luz artificial, así como el color en la composición

Sesión 14:

Esta sesión de igual manera seguimos con la sesión de fotografía basada en la foto detalle de productos, esta es otra forma de mostrar los rasgos más llamativos del producto dándole un acercamiento más profundo, sobre todo si se trata de objetos o elementos más pequeños, la foto detalle suele utilizarse para contar la historia de la situación concentrándose en la porción relativamente pequeña, en esta etapa se aplicara el enfoque y desenfoco de los elementos utilizando siempre las herramientas fotográficas, luz composición y color

Sesión 15:

Esta sesión será dedicada al manejo de herramientas de edición y retoques de fotografía para resaltar detalles que la cámara misma no puede realizar o no se obtiene el resultado deseado, se trabajara con el balance de blancos, contraste, saturación, color y efectos para mejorar la calidad de la fotografía y sea más agradable al ojo del espectador aumentando el interés en los clientes

Sesión 16:

Esta última sesión de la capacitación se enfocara en analizar la difusión y manejo de los elementos creados a lo largo de la capacitación comparado con el contenido anterior a la misma, como lo es el cambio de logo de la marca, las fotografías y contenido publicitario en general, se hablara con emprendedores de su experiencia en cómo ha influido la capacitación para sus negocios pasando una encuesta a cada emprendedor para recopilar información necesaria del buen funcionamiento de esta práctica de capacitación y los temas afines.

TRIBUNAL EVALUADOR

Mtro. José Orlando Ángel Estrada _____

Mtro. Carlos Alberto Quijada Fuentes _____

Mtra. Xenia María Pérez Oliva _____