

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



**CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DIGITAL SOBRE SENSIBILIZACIÓN
AMBIENTAL PARA LA RENOVACIÓN DEL PARQUE “EL HOYO”
EN LA COMUNIDAD DE LA URBANIZACIÓN VALLE VERDE I,
MUNICIPIO DE APOPA, DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR
2023.**

PRESENTADO POR:
JOSELINE MARISELA MEJÍA GARCÍA
MAYBELLINE TATIANA MORALES ÁVILA
ALONSO ERNESTO SANTAMARIA ACUÑA

CARNÉ
(MG11064)
(MA15105)
(SA07033)

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

**MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA
DOCENTE ASESORA**

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

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, SEPTIEMBRE DEL 2023.**

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

RECTOR

Maestro Roger Armando Arias Alvarado

VICERRECTOR ACADÉMICO

Doctor Raúl Ernesto Azcúnaga López

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Ingeniero Juan Rosa Quintanilla

SECRETARIO GENERAL

Ingeniero Francisco Alarcón

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Maestro Oscar Wuilman Herrera Ramos

VICEDECANO

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

Agradezco grandemente a mi familia, amigos y compañeros de trabajo por sus ánimos y palabras de aliento en todo el tiempo. A mis compañeros de curso por su gran apoyo, la paciencia y compromiso en la realización de este proyecto. Y también a mi persona por todo el esfuerzo y dedicación puestos en la ejecución del trabajo y por no rendirme en el proceso.

Josseline Marisela Mejía García.

Doy gracias a Dios por preservar mi vida, por darle sentido a las cosas y traerme hasta acá para finalizar este logro. Quiero agradecer profundamente a Mis Padres, por darme tan valioso regalo como lo es el estudio, por inculcarme la responsabilidad, el respeto, la disciplina y la creatividad que es fundamental para el progreso personal y social de uno mismo, reconozco que ella ha sido parte esencial en mi desarrollo artístico y pilar primordial en mi vida.

A mis compañeros de proceso de grado que han llegado a la recta final conmigo con quienes nos hemos apoyado para obtener los mejores resultados. Finalmente, agradezco a los docentes de la Escuela de Artes por haber compartido su conocimiento y por habernos guiado sabiamente, en especial a Lourdes Calero, Victoria Calderón, Luis Navas, Sonia Álvarez y a Orlando Ángel quienes desde el principio fueron mis guías, con amor y paciencia me enseñaron mucho sobre diseño fotografía, cerámica, historia del arte y estoy atesorando cada aprendizaje y experiencias vividas junto a ellos.

Maybelline Tatiana Morales Ávila.

En cada proceso de nuestro aprendizaje hay una brecha muy larga de conocimientos que necesitamos en cada momento de nuestra vida, uno de ellos es el saber agradecer cada instante. Hoy agradezco principalmente a Dios por haberme dado la oportunidad junto al esfuerzo de mi madre Doris Elizabeth

Acuña Mezquita quién me apoyó y estuvo a lo largo de mi carrera profesional incondicional en cada momento, en cada logro, en cada tropiezo dándome esas palabras de aliento para no tirar la toalla y me superara cada día, no obstante mi más sinceras gracias a la familia Martínez Santamaría, mi hermana Carmen Elizabeth Santamaría de Martínez, quién no dudo ni un segundo en que podría y tendría las habilidades y destrezas para culminar mi carrera.

De igual manera este trabajo no podría haber sido realizado sin el conocimiento otorgado de mis profesores durante mi formación profesional en la carrera Licenciatura en Artes Plásticas, Diseño Gráfico. Gracias por sus consejos.

Es justo dejar una nota de agradecimiento a mis compañeros de Proceso de Grado quienes con su inteligencia, dinamismo y esfuerzo pudimos culminar este gran logro de poder culminar y dar por finalizada una etapa muy importante de nuestras vidas, finalizar nuestro Trabajo de Proceso de Grado. Gracias por cada conocimiento compartido.

Alonso Ernesto Santamaría Acuña.

ÍNDICE

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
I. CONTEXTO GENERAL	11
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	13
1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES	13
II. OBJETIVOS	19
2.1 GENERAL	19
2.2 ESPECÍFICOS	19
III. CONTENIDO GENERAL	20
3.1 FUNDAMENTACIÓN	20
3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA - CULTURAL	33
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO	36
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS	36
4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS	44
V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO	50
VI. RECOMENDACIONES	53
FUENTES BIBLIOGRAFICAS	55
ANEXOS	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cancha “El Hoyo” Autor: Josseline Mejía -----	16
Figura 2. Inauguración del parque “El Hoyo” Autor: Josseline Mejía -----	18
Figura 3. Estado de la Cancha “El Hoyo” en el mes de marzo Autor: Josseline Mejía -----	36
Figura 4. Torneo de futbol con valores Autor: Josseline Mejía -----	37
Figura 5. Captura de lluvia de ideas para la realización de línea gráfica Autor: Grupo de investigación -----	38
Figura 6. Materiales para la primera semana de reconstrucción en cancha “El Hoyo” Autor: Josseline Mejía -----	38
Figura 7. Parrilla de contenido Autor: Josseline Mejía -----	39
Figura 8. Diseño para fan Page Autor: Alonso Santamaria -----	39
Figura 9. Diseño para fan Page Autor: Alonso Santamaria -----	39
Figura 10. Parrilla de contenido publicada Autor: Josseline Mejía -----	40
Figura 11. Lluvia de ideas Autor: Josseline Mejía -----	41
Figura 12. Propuesta de diseño para gradas Autor: Josseline Mejía -----	42
Figura 13. Demostración de diseño para gradas Autor: Josseline Mejía -----	42
Figura 14. Diseño de mural Autor: Josseline Mejía -----	43
Figura 15. Envío y aprobación de diseño de mural Autor: Josseline Mejía ----	43
Figura 16. Parrilla de contenido para la Fan Page Autor: Josseline Mejía ----	45
Figura 17: Interacciones en las publicaciones. Fuente: Facebook. -----	46
Figura 18. Inauguración de la revitalización del Parque “El Hoyo” Autor: Alexis Hernández -----	47
Figura 19. Estado de gradas antes de la intervención Autor: Josseline Mejía	
Figura 20. Diseño de gradas finalizado Autor:Alonso Santamaria -----	48
Figura 21. Llantas donadas por USAID Autor: Josseline Mejía -----	48
Figura 22. Inicio de colocación de llantas Autor: Gerardo Barrios -----	49
Figura 23. Preparación de pared para la elaboración de mural Autor: Alexis Hernández -----	49

Figura 24. Mural finalizado Autor: Josseline Mejía -----	51
Figura 25. Niños ayudando en la realización de la pintura en gradas Autor: Gerardo Barrios -----	52
Figura 26. Limpieza de llantas por parte de la directiva comunal Autor: Gerardo Barrios -----	52

INDICE DE ESQUEMAS

Tabla 1: Porcentaje de usuarios de los espacios recreativos. Fuente: USAID	14
Tabla 2: Actividades culturales en el Municipio de Apopa. Fuente: USAID ---	15
Tabla 3: Tipos de campañas. Fuente: ¿Qué Tipos De Campañas Publicitarias Existen? -----	25

INDICE DE MAPAS

Mapa 1: Mapa del municipio de Apopa. Fuente: Google Maps. -----	13
Mapa 2: Mapa por distrito del municipio de Apopa. Fuente: USAID. -----	22

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Espacios de recreación en Apopa. Fuente: USAID -----	14
---	----

RESUMEN

La investigación abordó un estudio del Diseño Gráfico, la publicidad y el marketing en los procesos de desarrollo de campañas publicitarias, esto con el propósito de analizar la funcionalidad de las artes graficas en la difusión de contenido medioambiental y el impacto de esto en los públicos meta. Esta investigación tiene énfasis en la temática gráfica-artística, debido al gran aporte que ofrecen las expresiones artísticas en conjunto con las herramientas que brinda el diseño y la publicidad en la realización de actividades culturales que inculcan la educación medioambiental, ya que contribuye a la convivencia del entorno en el que se desarrollan las estrategias y actividades comunicativas. Esto debido a que la desinformación genera malas prácticas en la conservación de espacios verdes propiciando el abandono de estos, es por ello que se exploran conceptos como marketing verde y campañas verdes, para con ello, brindar una propuesta de comunicación.

Palabras clave: Diseño gráfico; Marketing; Campañas verdes; Arte; Mural; Sensibilización ambiental; Comunidad.

ABSTRACT

The research addressed a study of Graphic Design, advertising and marketing in the development processes of advertising campaigns, with the purpose of analyzing the functionality of graphic arts in the dissemination of environmental content and the impact of this on target audiences. . This research has emphasis on the graphic-artistic theme, due to the great contribution that artistic expressions offer in conjunction with the tools provided by design and advertising in carrying out cultural activities that instill environmental education, since it contributes to coexistence. of the environment in which communication strategies and activities are developed. This is because misinformation generates bad practices in the conservation of green spaces, leading to their abandonment, which is why concepts such as green marketing and green marketing are explored, in order to provide a communication proposal.

Keywords: Graphic Desing; Marketing; Green marketing; Art; Wall art; Environmental awareness; Comunnity.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de Gestión Cultural Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo”, tuvo como propósito principal proporcionar un espacio adecuado de recreación a la población de la Comunidad de la Urbanización Valle Verde, en Apopa; mediante el desarrollo de las capacidades expresivas y la conciencia del entorno en una campaña de difusión ambiental.

Se pretendió crear un espacio de recreación sano, donde niños, jóvenes y adultos puedan sumarse a esta causa y llenar de vida los espacios que son usados como basureros, tiraderos de ropa, de desechos tóxicos o dañinos; siendo ellos, parte del proceso de cambio. Esto emerge como una terapia no invasiva para las personas que quieren hacer algo por su comunidad, a través de la renovación de los espacios, generando una experiencia táctil y háptica que les permita ser partícipes de un proceso de integración emocional y física con sus similares, al crear un espacio lúdico y de sano esparcimiento.

Este documento presenta los principales resultados obtenidos en esta experiencia, a fin de compartir sus productos y de generar interés para reproducir esta iniciativa en un proyecto futuro. Para ello, se abordan seis apartados específicos que detallan el recorrido del trabajo desde la planeación hasta la valoración de sus resultados: en primer lugar, el contexto general, que incluye la descripción, la problemática y los antecedentes del proyecto. En segundo lugar, los objetivos generales y específicos. En tercer lugar, el contenido general que detalla la fundamentación y las estrategias de la gestión artístico-cultural.

En cuarto lugar, la ejecución del proyecto, en donde se describen las principales actividades ejecutadas y los resultados obtenidos. Posteriormente, en quinto lugar, se presentan las conclusiones y en sexto, las recomendaciones correspondientes al proceso desarrollado.

I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO.

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

El proyecto artístico-cultural titulado: Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023, se orientó a que mediante el desarrollo de contenido digital en redes sociales en una campaña de sensibilización ambiental, se promoviese la concientización del cuidado de las áreas comunes de la comunidad, a la vez, dar seguimiento de cada cambio que se hará hasta la finalización de la remodelación del espacio. Por otra parte, también sensibilizar a la población sobre el uso de los espacios recreativos y sus alrededores. Dentro del ámbito artístico se ha propuesto realizar un mural recreativo que será dirigido al concepto de la recreación, cuidado y concientización. El diseño gráfico en este campo juega un papel imprescindible, debe formar parte del cambio de esquemas, no solo en su discurso o en los materiales, sino desde la estrategia, el desarrollo y la investigación, conscientes de los impactos ambientales que ocasiona para la producción de éstos y los impactos que ocasionan después de ser desechados.

La relación entre una campaña ambiental y el Diseño Gráfico es muy fuerte, porque el diseño es la herramienta que le ayudará a transmitir el mensaje al público objetivo de una manera clara y efectiva, evitando dobles interpretaciones y confusiones. Algunas ventajas de seguir un marketing verde es un mayor control sobre los agentes contaminantes, una mayor concienciación con el medio ambiente supondrá una mejor imagen de la comunidad. El diseño es un factor muy favorable para un incremento de la innovación (Recio, 2022).

Se debe tener en cuenta, que es lo que se entiende como anuncios en redes sociales entre ellas, Facebook, Instagram, entre otros; en ellos se crean y optimizan campañas con el objetivo de generar más captar con Leads o conseguir nuevas visitas de segmentos específicos. Trabajar diariamente en la optimización de audiencia, anuncios, páginas de destino para conseguir una rentabilidad máxima. Para ello, en primer lugar, se analizan las redes sociales más idóneas, en este caso la utilización de la red social Facebook, investigando la aplicación de cada técnica y la estrategia más idónea y así poder llegar al objetivo estipulado.

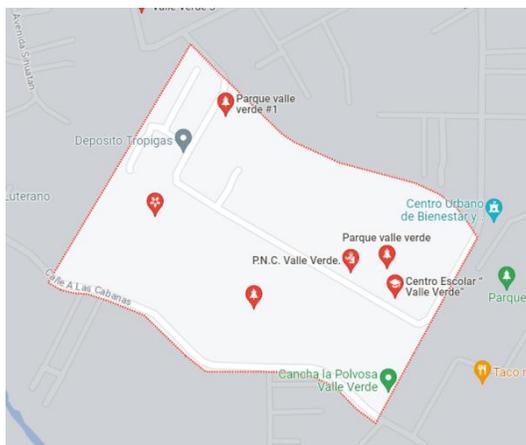
Este público, fueron habitantes de la comunidad Valle Verde I entre los que corresponden hombres y mujeres mayores de 18 años y niños y niñas de todas las edades. Principalmente las familias que conforman los tres pasajes "B" sur, "C" poniente y "E" sur, cercanos a la cancha "El Hoyo" y que integran el comité comunal a cargo de la restauración del espacio recreativo. En este sentido, los beneficiarios de este proyecto fueron los habitantes de la urbanización Valle Verde I del municipio de Apopa, San Salvador.

Un aproximado de 20 a 25 personas son las involucradas directas en el desarrollo de las actividades del proyecto, asimismo se contó con el apoyo de la organización USAID encargada de financiar los recursos materiales o recursos necesarios para realizar el trabajo de restauración en el área.

El proyecto se llevó a cabo en un periodo de cuatro a seis semanas, entre los meses de mayo a julio y se ejecutó en 4 grandes etapas: Gestión de recursos, campaña de difusión, diseño de muestra pictórica y evaluación de resultados.

1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES.

Los factores sociales y económicos influyen grandemente en el desarrollo y crecimiento cultural comunitario. En ese sentido Jaime Casacuberta explica “El desarrollo cultural comunitario se define como el conjunto de iniciativas locales con el objetivo de expresar, mediante los lenguajes expresivos del arte y de la cultura, identidades, preocupaciones e ideas mientras se construyen capacidades culturales y se contribuye al cambio social” (Casacuberta, 2022).



Mapa 1: Mapa del municipio de Apopa.
Fuente: Google Maps.

El municipio de Apopa se encuentra ubicado en la zona norte del departamento de San Salvador y cuenta con una población de 131,286 habitantes, de los que 61,172 son hombres y 70,114 son mujeres (Censos, 2007). La Urbanización Valle Verde I forma parte de las más grandes colonias del municipio de Apopa, en el distrito 4. Ver mapa 1.

Bajo estudios realizados por FUSADES y USAID en el municipio de Apopa, el 81% de los hogares cuenta con espacios de recreación en su colonia o comunidad. Según los resultados de la encuesta, estos espacios pueden ser canchas, parques, zonas verdes, áreas de juegos, casas comunales, entre otros. El distrito 4 es el que más espacios posee en comparación con los 3 restantes (USAID, 2022). Ver gráfico 1.

Del porcentaje de hogares que cuentan con espacios recreativos, solo el 48% de estos los utiliza, siendo el distrito 4 en el que más población hace uso de ellos (USAID, 2022). Ver tabla 1.

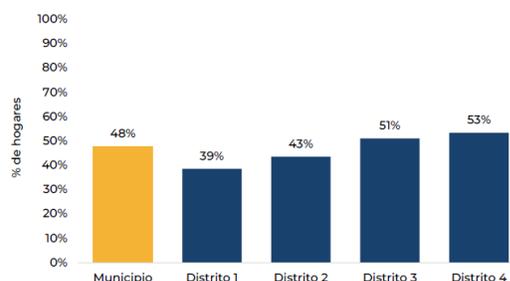


Grafico 1: Espacios de recreación en Apopa. Fuente: USAID.

Algunas de las razones por las que estos espacios no son utilizados se deben a factores tales como: no les interesa (34%), porque no les queda tiempo (27%), porque no son agradables o no les gustan (16%), porque no hay actividades que realizar o no son accesibles (16%) o porque están en mal estado o descuidados (14%). (USAID, 2022).

Actividad cultural	Municipio	Hombres	Mujeres
Teatro	4%	5%	4%
Cine	14%	14%	15%
Conciertos	3%	3%	2%
Ferias	12%	13%	11%
Conferencias	5%	6%	4%
Festivales	4%	5%	4%
Carnavales	3%	5%	2%
Visitas a museos o galerías	7%	8%	6%
Visitas a bibliotecas	2%	2%	2%
Visitas a monumentos o sitios históricos	14%	17%	12%
Otras	1%	1%	1%
Ninguna	69%	67%	70%

Tabla 1: Porcentaje de usuarios de los espacios recreativos. Fuente: USAID.

Dentro del estudio, uno de los indicadores son las actividades culturales que se realizan en el municipio, pueden mencionarse: visitar monumentos o sitios históricos (14%), ir al cine (14%) y asistir a ferias (12%). Si bien hay un porcentaje de personas que disfrutan y participan en actividades culturales, el 69% de la población apopense no se involucra en ninguna actividad. (USAID, 2022). Ver tabla 2.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

Espacios de recreación	Municipio	Distrito 1	Distrito 2	Distrito 3	Distrito 4
Cancha deportiva	73%	68%	60%	72%	87%
Parque/Zona verde	54%	54%	30%	59%	70%
Área de juego para niños	46%	44%	24%	54%	58%
Casa comunal	55%	53%	34%	53%	76%

Tabla 2: Actividades culturales en el Municipio de Apopa.

Fuente: USAID.

Con base a lo recopilado en el apartado anterior, se puede decir que, en el área de la Urbanización Valle Verde I, que forma parte del distrito 4 de Apopa, se cuenta con un buen porcentaje de espacios recreativos, pero que lastimosamente la participación en las actividades culturales y deportivas de los habitantes es mínima.

Debido a la poca participación, los espacios tienden a quedar desplazados y olvidados por los habitantes, tal es el caso del parque "El Hoyo", donde debido al abandono paulatino, este se fue deteriorando.

El parque “El Hoyo” se encuentra ubicado en la Urbanización Valle Verde I del municipio de Apopa y fue construido en conjunto con esta primera etapa de Valle Verde, con la finalidad de ser un espacio recreativo para las futuras familias que habitarán las viviendas aledañas al parque, sin embargo, la situación de inseguridad y violencia por parte grupos delictivos en años anteriores, ocasionaron que el abandono del espacio propicia el robo y destrucción de los atractivos del lugar como mesas, juegos recreativos y alumbrado eléctrico. Hasta hace aproximadamente 2 años, este espacio volvió a ser utilizado por habitantes aledaños a la zona, siendo las actividades deportivas las principales en ejecutarse.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

Para el mes de febrero el lugar todavía lucía bastante abandonado y deteriorado, pero recientemente se han llevado a cabo jornadas de limpieza y restauración por parte de los habitantes en conjunto con trabajadores de la alcaldía municipal de Apopa. *Ver figura 1.*



Figura 1: Cancha “El Hoyo”. Fuente: Josseline Mejía.

Lastimosamente no existe un sistema de comunicación y difusión que permita la integración de más personas a las actividades que se realizan para las mejoras comunales. Es por ello por lo que se considera importante el uso del diseño gráfico como medio de comunicación, ya que permite el uso de signos y formas del entorno para producir mensajes asertivos y efectivos (Tavera, 2021).

Además del Diseño como parte de la comunicación, el arte forma parte importante de la percepción de los espacios públicos, la educación ambiental y el arte pueden y deben ser herramientas complementarias para el conocimiento

del mundo que nos rodea, ya que proporciona nuevas herramientas para la percepción cognitiva, emocional e intuitiva de la realidad. En los procesos de conocimiento, reflexión y participación comunitaria, la creatividad implícita en el arte y en la educación ambiental nos permite construir nuevas alternativas socio ambientales (López, 2017).

Debido a estas limitaciones de comunicación y difusión en la comunidad de Valle Verde I, se planteó la intervención grupal de una campaña digital de difusión medioambiental y de propuestas pictóricas para el espacio recreativo, que contribuyan a la unidad comunal y fomenten espacios culturales y de sano esparcimiento.

Con base a lo expuesto anteriormente, se propuso proporcionar un espacio adecuado a cierta población, donde, estos puedan desarrollar nuevos conocimientos sobre el ámbito digital, muralista y también poder ayudar a la ambientación recreativa y al medio ambiente, a la vez que se inculquen valores a la sociedad. Dicho esto, se pretendió crear un espacio donde los beneficiarios puedan sentirse cómodos en un ambiente seguro permitiendo a los participantes del curso que puedan explorar nuevas habilidades por medio de la concientización y el trabajo en equipo.

El proyecto pretendió contribuir a mejorar el área donde la comunidad habita y volverla un espacio de recreación sano, donde niños, jóvenes y adultos puedan sumarse a esta causa y seguir llenando de vida los espacio que son usados como basureros, tiraderos de ropa, de desechos tóxicos o dañinos para el usuario. Por otra parte, siendo la comunidad parte del proceso fundador, fue vital motivar su participación; pues esta iniciativa emerge como una opción recreativa, una terapia no invasiva para las personas que quieren hacer algo por su comunidad, a través de la renovación con su experiencia táctil y háptica

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

permitiéndoles tener experiencias en un proceso de integración emocional y física.

Al finalizar el proyecto se buscó obtener como beneficios el mejoramiento de la autoestima, la concientización de los adultos, jóvenes y niños, los cambios que ellos presentan se dan en todos los niveles, ya sea psicológicos o físicos, cambios en sus actitudes; logrando con los resultados un espacio lúdico y de sano esparcimiento. *Ver figura 2.*



Figura 2: Inauguración del parque “El Hoyo”. Fuente: Josseline Mejía.

II. OBJETIVOS.

2.1 GENERAL

Desarrollar las capacidades expresivas, la sensibilidad y conciencia ambiental de las personas que viven en la Comunidad y Urbanización Valle Verde I, a través de una campaña de difusión de la renovación del parque “El Hoyo”.

2.2 ESPECÍFICOS

- Contextualizar teóricamente las estrategias artísticas que se implementarán en una campaña de difusión ambiental en la Comunidad y Urbanización Valle Verde I.
- Definir el contenido, método de trabajo y estrategia de implementación de la campaña de difusión ambiental.
- Evaluar los avances y resultados de las actividades planificadas tanto en el espacio físico del parque, así como también en los participantes.

III. CONTENIDO GENERAL.

3.1 FUNDAMENTACI3N

El concepto de fundamentaci3n segun la RAE (2022) corresponde a Acci3n y efecto de fundamentar, esta misma se define como establecer la raz3n o el fundamento de una cosa.

La fundamentaci3n en un proyecto investigativo constituye la argumentaci3n o raz3n del objeto de estudio. En este sentido se busca explicar o justificar los hechos o fen3menos de la problem3tica a investigar generando as3 un marco de referencia.

Para Guerrero (2009) el marco de referencia consiste en describir el contexto cultural, pol3tico, econ3mico, etc. en el cual se encuentra inmerso el objeto de estudio.

3.1.1. ECONOM3A NARANJA

Econom3a naranja es como se denomina al conjunto de actividades que consisten en la transformaci3n de ideas en bienes y servicios de car3cter cultural En este sentido dentro de la econom3a naranja, el valor est3 determinado por su contenido de propiedad intelectual Francisco Coll M. 1 mayo 2020.

Esta se refiere al mundo de la industria creativa, la cultura y creaci3n de diversos productos y contenido. Por consiguiente, dentro de esta 3ndole a todas las actividades que transfiguran el conocimiento en un servicio y/o un bien donde trate fomentar y adem3s del beneficio econ3mico, desarrollo de la cultura y creatividad.

En otras palabras, la economía naranja busca dar formaci3n a la creatividad y la innovaci3n. A la vez, promoviendo la emisi3n de conocimientos, como la cultura a generaciones venideras. Basándose en el desarrollo y extracci3n del potencial econ3mico del sector cultural y creativo.

3.1.1.2. ECONOMÍA NARANJA EN EL SALVADOR

Para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la economía naranja puede definirse como aquellas industrias que comprenden los bienes y servicios que tradicionalmente se asocian con las políticasy culturales, los servicios creativos y los deportes, y se clasifican en tres categorías:

- La primera, son las convencionales; que incluyen las editoriales de libros e impresiones, jornales académicos, revistas, periódicos, literatura, bibliotecas audiovisuales, cine, televisi3n, fotografía, vídeo, fotografía, discografía y la radio.
- La segunda, son las conocidas como OTRAS INDUSTRIAS; que incluyen las artes visuales y escénicas, conciertos y presentaciones, teatro, orquestas, danza, ópera, artesanías, diseño moda, turismo cultural, arquitectura, museos y galerías, gastronomía, productos típicos, ecoturismo y deportes.
- Y, la tercera categoría, son las llamadas NUEVAS ECONOMÍAS NARANJAS.

Según la UNESCO, los bienes y servicios directamente relacionados con la creatividad representan ya un 3% del PIB mundial y dan empleo a cerca de 30 millones de personas en el mundo. En Europa y según los últimos datos de

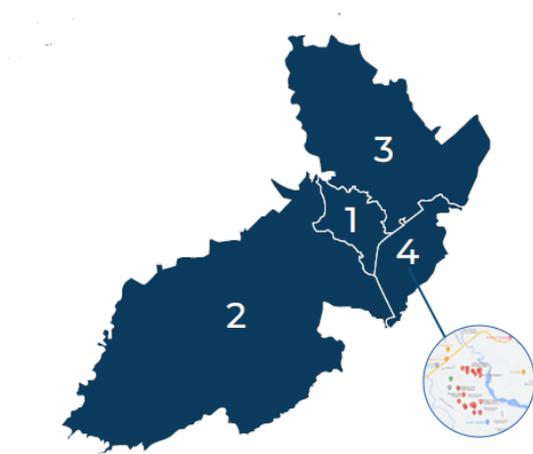
Eurostat correspondientes a 2017, existen 8,7 millones de puestos de trabajo en el sector cultural, de los cuales cerca de 700.000 se encuentran en Espa1a. En Estados Unidos, principal econom1a del mundo, la Econom1a Naranja ya aporta un 10% de su Producto Interior Bruto. (CONAMYPE, 2021).

En la actualidad en El Salvador contamos con distintas industrias creativas que comprenden dise1o gr1fico, audiovisuales, entre otras con fines similares, las cuales son micro y peque1as empresas, y a la vez emprendedores.

El Gobierno del presidente Nayib Bukele, busca apoyar este tipo de industrias, como se encuentra plasmado en el Plan Cuscatl1n: "Desarrollar las capacidades de las econom1as alternativas, de forma que se mejore la sostenibilidad de las familias y de las comunidades".

Por ello, la CONAMYPE pone a disposici3n diversas capacitaciones y asesor1as para desarrollar este tipo de empresas y emprendimientos para volverlos m1s rentables y sostenibles, para mejorar la econom1a nacional y personal.

3.1.2. CONTEXTO GEOGR1FICO



Mapa 2: Mapa por distrito del municipio de Apopa. Fuente: USAID.

El proyecto se realiz3 en la Urbanizaci3n Valle Verde I de Apopa. En el estuvieron involucrados habitantes de la comunidad entre los que corresponden hombres y mujeres mayores de 18 a1os y ni1os y ni1as de todas las edades. Principalmente las familias que conforman los tres pasajes "B" sur, "C" poniente y "C" sur, cercanos a la cancha "El Hoyo" y que integran el comit3 comunal.

Un aproximado de 20 a 25 personas son las involucradas directas en el desarrollo de las actividades del proyecto, asimismo se contará con el apoyo de la organización USAID encargada de financiar los recursos materiales necesarios para realizar el trabajo de restauración en el rea.

Como beneficiarios indirectos se pueden señalar a los habitantes de las diferentes etapas de la urbanización, así mismo, personas ajenas a la comunidad como familiares y amigos de las personas que habitan en las comunidades que conforman Valle verde I y II principalmente.

3.1.3. CAMPAÑAS

Una campana es un conjunto de acciones de marketing y publicidad para alcanzar los objetivos propuestos por las empresas. Para profundizar en el concepto de Campana, es necesario definir los términos de marketing y publicidad.

Según la American Marketing Association (AMA) puede definirse Marketing como: Una función organizacional y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para administrar las relaciones con los clientes de maneras que beneficien a la organización y a sus grupos de interés (AMA, 2017).

Teniendo en cuenta la definición anterior, podemos determinar que parte clave del marketing es la relación con los clientes o público meta de las empresas u organizaciones, otorgándoles contenido de valor. Es aquí donde la publicidad toma un papel importante puesto que se vuelve una herramienta fundamental para el desarrollo de esta relación.

Publicidad puede definirse de diferentes maneras; con base en Kotler y Armstrong en su libro Marketing, publicidad es cualquier forma pagada de representaci3n y promoci3n no personales acerca de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado (Kotler & Armstrong, 2012, p. 436).

Para Ortega, la publicidad es el proceso de comunicaci3n de car3cter impersonal y controlado que, a trav3s de medios masivos, pretende dar a conocer un producto, servicio, idea o instituci3n con objeto de informar o de influir en su compra o aceptaci3n (Ortega, 2004, p. 22).

Con base en estas definiciones, podemos decir que una campana busca comunicar, informar y entregar valor a su p3blico, mediante un proceso de comunicaci3n no personal en medios masivos sobre un producto, ideas o servicios.

Dentro de los medios masivos en los que una campana puede difundirse se encuentran los medios tradicionales y digitales. Dependiendo de la estrategia de marketing y publicidad se puede hablar de ATL y BTL; en el primero seg3n el Diccionario Universal de Marketing, se basa en la utilizaci3n de medios masivos de comunicaci3n tradicional (televisi3n, radio, prensa etc.) es la base fundamental para la difusi3n de los mensajes de las empresas con los clientes donde solo se genera un mensaje unidireccional. Mientras que, en el BTL, este se basa principalmente en generar interacci3n con su mercado meta, aunque tambi3n la comunicaci3n se dirige a los clientes y en algunos casos se apoya de los medios tradicionales. (The Universal Marketing Dictionary, 2023).

3.1.3.1. Tipos de campanas

Adem3s de los medios de difusi3n, los tipos de campanas influyen en el tipo de contenido que se genera para la promoci3n de los productos o servicios de una empresa u organizaci3n. Existen muchos tipos de campanas, segun la naturaleza del producto y el tiempo de vida de ellas (*¿Qu3 Tipos De Campanas Publicitarias Existen?*, 2018). Ver tabla 2.

TIPOS DE CAMPANAS			
Naturaleza del producto		Ciclo de vida	
Tipo	Concepto	Tipo	Concepto
De propaganda	Surge cuando no hay un inter3s econ3mico. Promueve ideas o personas.	De expectativa	Buscan generar expectativa y curiosidad antes del lanzamiento de un nuevo producto o servicio.
Social o c3vica	No hay un fin econ3mico. Su finalidad es impulsar o cambiar ciertos comportamientos.	De lanzamiento	Anuncian la salida de un nuevo producto o servicio.
Institucionales	Buscan generar una buena imagen para una marca o compa1a.	De sostenimiento o mantenimiento	Mantienen la buena vitalidad de una marca que ya tiene presencia en el mercado.
Industriales	Se elabora para un grupo de fabricantes o comercializadores de un producto en com3n	De reactivaci3n	Su funci3n es darle un nuevo impulso a un producto en momentos de crisis o en temporadas importantes.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

De co-branding	Realizadas por dos o más marcas que se complementan entre sí y comparten un mismo público objetivo	De relanzamiento	Son campañas que se realizan cuando se cambian características importantes de un producto, servicio o compañía.
De sponsoring o patrocinio	Es en la que una marca manifiesta su respaldo o patrocinio a un evento, actividad, persona, etc.	De venta fuerte	Su objetivo es generar beneficios a corto plazo a través del incremento de las ventas.
Corporativas o de marca	Se realizan para exaltar los valores de una marca, con el fin de fortalecer o mejorar su imagen		
De producto	Se realizan para promover productos o servicios concretos		
Sombrilla	Se abarcan diferentes productos de una compañía bajo un solo mensaje		

Tabla 3: Tipos de campañas.

Fuente: ¿Qué Tipos De Campañas Publicitarias Existen?

3.1.3.2. CAMPAÑAS SOCIALES

Las campañas o Publicidad social, puede definirse como la actividad comunicativa de carácter persuasivo, pagada, intencional e interesada que sirve, a través de los medios publicitarios, a causas concretas de interés social.

Las campañas sociales se plantean objetivos sin fines económicos, buscando efectos que contribuyan, ya sea a corto o a largo plazo, al desarrollo social y/o

humano, y formando parte, o no, de programas de cambio y concienciaci3n social.

La principal caracteristica de este tipo de campanas es justamente su inter3s social, que busca generar un cambio significativo para determinado problema social como lo es el cuidado del medioambiente, el cuidado de la salud, entre otros.

Como afirma Alvarado (2005) podr3a considerarse la existencia de un 3nico tema universal con el que estar3an relacionadas todas las causas y proyectos sociales que se llevan a cabo en el mundo y este es la protecci3n de los derechos humanos.

Bajo este tema, se derivan dos ejes importantes que son retomados en las campanas sociales:

1. El personal, relativo a los sujetos y que a su vez abarcar3a temas como la integraci3n y la salud, que suelen concitar multitud de acciones.
2. El ambiental, relativo al entorno en sus dos dimensiones natural y urbano (emergidas de la concepci3n moderna de naturaleza y artificio) (Alvarado, 2005, p. 270).

Si bien es cierto que las campanas tienen como principal objetivo persuadir a su audiencia, las campanas sociales tienen 5 elementos clave para la realizaci3n de estas (Philip & Roberto, 1992, p.20):

- Causa: Objeto social que los agentes de cambio consideran que ofrecer3 una respuesta acertada a un problema social.
- Agente de cambio: Individuo u organizaci3n que intenta generar un cambio social y lo que implica una campana de cambio social.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque "El Hoyo" en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

- Destinatarios: individuos, grupos o poblaciones enteras que son el objetivo de los llamados cambios sociales.
- Canales: vías de comunicación y distribución a lo largo de las cuales se transmite la influencia y respuesta entre los agentes de cambio y los destinatarios.
- Estrategia de cambio: la dirección y el programa adoptados por un agente de cambio para llevar a cabo el cambio en las actitudes y conducta de los destinatarios.

3.1.3.3. CAMPAÑAS DIGITALES

Una campaña digital busca conectar de manera directa con sus públicos meta. Las campañas digitales se basan principalmente en el uso de estrategias de marketing y publicidad online. Estas estrategias muestran grandes ventajas debido a todas las herramientas que ofrece el internet. Entre ellas se puede mencionar (IEBS Business School, 2018):

- La utilización de plataformas online como sitios web, banners web, email marketing.
- Ofrecen un costo menor en comparación a los medios tradicionales.
- Pueden realizarse acciones de transacción en el mismo anuncio.
- Busca técnicas para la individualización del consumidor.
- Permite la interacción con el público objetivo.

Algunos de los ejemplos más comunes de publicidad online utilizados en las campañas digitales son (IEBS Business School, 2018):

- Banner web
- Email marketing

Campana de difusi3n digital sobre sensibilizaci3n ambiental para la renovaci3n del parque "El Hoyo" en la comunidad de la Urbanizaci3n Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

- Publicidad en videos
- Publicidad en blogs
- Redes sociales (Social media)

3.1.3.4. CAMPAÑAS DIGITALES VERDES.

Debido al auge del marketing social, no es extraño que muchas empresas y organizaciones se sumen a la creaci3n de campanas con conciencia social, específicamente, las campanas medioambientales.

Según Aguilar, el marketing verde está encaminado a promover el consumo de productos amigables con el medio ambiente, pero también este debe ser el reflejo de prácticas responsables interiorizadas en la estrategia corporativa (Aguilar, 2016, p.20).

Otra definici3n para el Marketing Verde es el desarrollo y el marketing de productos designados a minimizar los efectos negativos en el ambiente físico, o bien a mejorar su calidad (*Green Marketing*, 2023).

Si bien el marketing y las campanas verdes están orientadas al consumo y producci3n de productos sustentables y de bajo impacto ambiental, estas también buscan educar a su público.

3.1.4. MEDIO AMBIENTE

¿Qué es Medio Ambiente? Puede definirse como el espacio en el que se desarrolla la vida de los distintos organismos favoreciendo su interacci3n. En él se encuentran tanto seres vivos como elementos sin vida y otros creados por la mano del hombre (BBVA, 2021).

Todo lo relacionado con el medioambiente es estudiado por la ecologfa, una rama de la biologfa especializada en los seres vivos y en su interacci3n con el medio. Los especialistas de esta disciplina tienen en la forestaci3n una cuesti3n fundamental, ya que los rboles cumplen funciones vitales para gran parte de la fauna existente y para los seres humanos. Tanto es asf que son los principales productores de oxfgeno de los ecosistemas terrestres.

Cualquier organismo obtiene del medio ambiente el sustento necesario para garantizar su supervivencia, no solo alimento, sino, tambi3n, refugio, aire o energfa. Por eso, mantener su equilibrio resulta fundamental para asegurar la vida tal y como se conoce hoy en dfa. En el caso de los seres humanos, precisamos del consumo de gran cantidad de recursos naturales para comer, vestirnos o, incluso, para fabricar herramientas y otros productos que luego utilizamos en nuestras actividades diarias. Cuidar el ecosistema para hacer sostenible el uso de estos recursos y evitar su desaparici3n.

3.1.4.1 PROBLEMÁTICAS MEDIOAMBIENTALES

Las problemáticas medioambientales forman parte del diario vivir de las comunidades salvadoreñas, el ser humano depende del medio ambiente para satisfacer sus necesidades de supervivencia, pero cuando este se ve afectado, la calidad de vida de las personas tambi3n sufre variaciones que pueden llegar a deteriorar la salud de estas.

Es por ello que la educaci3n ambiental forma una parte fundamental del correcto desarrollo de las comunidades. La educaci3n ambiental les enseña a los individuos a sopesar los distintos lados de una problemática mediante el pensamiento crfico, y estimula sus propias habilidades para resolver problemas y tomar decisiones (EPA, 2022).

En el municipio de Apopa, alrededor de un 62% de la poblaci3n se encuentra insatisfecha por la contaminaci3n de la basura y un 60% por la contaminaci3n de aguas. A pesar de que se cuenta con una cantidad considerable de contaminaci3n en el municipio, las tres principales acciones que realizan los hogares de Apopa para ayudar a cuidar el ambiente en su municipio son: no arrojar basura a las calles, quebradas o r3os (85%), ahorrar agua (72%) y desconectar los aparatos electr3nicos cuando no est3n en uso (64%) (USAID, 2022).

3.1.4.2 SENSIBILIZACI3N AMBIENTAL.

Los factores que causan el deterioro Ambiental: De ah3 que resulte fundamental la concienciaci3n global de la sociedad para que realice un uso consciente y racional de los entornos con los que nos relacionamos. De este modo, adem3s de garantizar la sostenibilidad, tambi3n se promueve el mantenimiento de los factores bi3ticos y abi3ticos para las generaciones futuras, de manera que, a largo plazo, se est3 trabajando colectivamente en el mantenimiento, en la conservaci3n y en la mejora de los ecosistemas (BBVA, 2021).

En los pa3ses en desarrollo, los bosques, los lagos, los r3os y los oc3anos aportan una proporci3n considerable de los alimentos, combustibles e ingresos de los hogares, y constituyen una red de protecci3n social muy valiosa en 3pocas de crisis, particularmente para los pobres que viven en zonas rurales.

Sin embargo, la mano del hombre en el pasado ha sido letal para ellos, ya que el no cuidado de sus interacciones ha provocado la desaparici3n de especies o la reducci3n relevante en su n3mero de espec3menes vivos.

Sin embargo, hoy, entre el 60 % y el 70 % de los ecosistemas del mundo se est1 degradando m1s r1pido de lo que pueden recuperarse. La gesti3n inadecuada del medioambiente y de los recursos naturales da lugar a p1rdidas econ3micas considerables; por ejemplo, alrededor de 80.000 millones al a1o se desaprovecha debido a la mala gesti3n de la pesca en los oc1anos.

Por su parte, la contaminaci3n atmosf1rica es el cuarto factor de riesgo m1s importante de muertes prematuras, y contribuye a 1 de cada 10 muertes en todo el mundo, causando grandes p1rdidas de bienestar e ingresos.

En conclusi3n, la naturaleza est1 bajo amenaza y un mill3n de especies de animales y plantas, de un total estimado de ocho millones, est1n en riesgo de extinci3n, muchas de ellas en unas d1cadas, seg1n el 1ltimo informe de la Plataforma Intergubernamental sobre Diversidad Biol3gica y Servicios de los Ecosistemas (IPBES).

3.1.5. SENSIBILIZACI3N AMBIENTAL PARA LA RENOVACI3N DEL PARQUE "EL HOYO" EN LA COMUNIDAD DE LA URBANIZACI3N VALLE VERDE I

Las estrategias publicitarias buscan comunicar e incentivar de forma efectiva a futuros clientes o impactar a los ya existentes sientiendo de esta forma, una herramienta importante para la comunicaci3n. La American Marketing Association, define el Marketing Verde como "el desarrollo y el marketing de productos designados a minimizar los efectos negativos en el ambiente f1sico, o bien a mejorar su calidad" y tambi1n destaca que son aquellos "esfuerzos de las organizaciones de producir, promover, empaquetar y reclamar productos en una forma sensitiva o responsiva a preocupaciones ecol3gicas" (P1rez, 2017).

Teniendo en cuenta la funci3n de la publicidad y su beneficio para la realizaci3n de marketing verde, el dise1o gr1fico complementa de manera competente las

ideas y propuestas generadas en una estrategia de marketing, permitiendo el uso de signos y s3mbolos que representen de mejor manera el mensaje a transmitir.

Se entiende al dise1o gr1fico como la acci3n de concebir, programar, proyectar y llevar a cabo comunicaciones visuales, producidas en general por los medios y destinadas a transmitir mensajes espec3ficos a grupos determinados (G3mez & Villar, 2018, p 3). Es en este sentido que la utilizaci3n de las herramientas digitales y los procesos creativos que conlleva la realizaci3n de una campana tienen grandes beneficios para la educaci3n medioambiental.

Adem1s de las artes digitales, las artes pl1sticas contribuyen grandemente en el desarrollo conductual de las personas. Podemos entender como arte a las producciones o expresiones mediante las cuales todo ser humano muestra a los dem1s, de manera simb3lica o representativa, la percepci3n de su realidad externa, de su realidad interna y de sus propias vivencias como persona (S1nchez, 2017, p18).

Uno de los principales beneficios del arte como herramienta en la educaci3n ambiental es que fomenta la construcci3n de comunidades vivas y cohesionadas implicadas en la construcci3n de su futuro, por lo que previenen posibles conflictos sociales y ambientales futuros (L3pez, 2017).

3.2 DESAF3OS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTI3N ART3STICA-CULTURAL

3.2.1 LOS PUNTOS FUERTES.

Al ser un proyecto orientado al cuidado del medio ambiente, genera un gran aporte a las comunidades y cada uno de sus habitantes. A la vez la

organización de los grupos de liderazgo de la comunidad: presidente de la junta directiva, tesorero, vocales, diseñador gráfico, entre otros; han dado un aporte significativo y congruente ante las adversidades que se han presentado durante el proceso.

Cabe mencionar que la receptividad de estos ante la propuesta realizada para la campaña ha sido un gran apoyo otorgando la mayor aprobación ante cada etapa del proceso y del trabajo realizado.

El poder realizar esta campaña junto a USAID y la directiva del parque "El Hoyo" ha brindado la oportunidad y satisfacción de garantizar un buen aporte digital, siendo además respetada la propuesta prevista en el proceso y finalización esperado de este.

En el contexto de la planificación, las intervenciones artísticas y la campaña digital propuestas al inicio del proyecto, fueron desarrolladas sin sufrir cambios significativos, más allá de mover fechas en el cronograma, ya que la directiva siempre proporciono la información requerida.

3.2.2 LIMITANTES

La principal limitante en la ejecución del proyecto ha sido los tiempos que han utilizado los trabajadores contratados para la revitalización del parque, simultáneamente a la realización de este proyecto; puesto que los trabajos comenzaron de manera muy lenta debido a la poca mano de obra y el clima, ya que las lluvias retrasaron considerablemente los procesos de revitalización.

Esto ha llevado a que las intervenciones artísticas estipuladas para el lugar no se hayan logrado realizar según el tiempo planificado, alcanzando un retraso de 6 semanas aproximadamente.

Adem1s de las limitantes del espacio, una de las gestiones que se presentaron al inicio del proyecto, fue la obtenci3n de los materiales a utilizarse en la realizaci3n de los murales propuestos, pero, la instituci3n encargada de otorgar estos implementos no realiz3 esta gesti3n. Es por ello, que se consider3 la realizaci3n de una nueva gesti3n con la Alcald1a de Apopa para la obtenci3n de estos materiales.

3.2.3 ESTRATEGIAS CREATIVAS

Una de las limitantes m1s importantes en la realizaci3n del proyecto de gesti3n cultural, han sido los retrasos en los trabajos de revitalizaci3n del parque, es por ello, que se adecu3 de igual manera los tiempos de la realizaci3n y publicaci3n de la campana de sensibilizaci3n; ya que se hab1a estipulado una cantidad de 15 publicaciones entre los que se comprend1a dise1o y fotograf1a en lapso de 5 semanas, pero con el atraso de las obras, se redistribuyeron en 4 semanas.

Otra de las modificaciones en la realizaci3n del proyecto es en la ejecuci3n de las intervenciones art1sticas de murales, en el inicio se plante3 la realizaci3n de 3 muestras; un mural, dise1o en gradas y dise1o en cancha deportiva, esta 1ltima tuvo que descartarse, ya que no era muy conveniente la intervenci3n en ese espacio debido a las condiciones no id3neas; ante esto, se opt3 por descartar esa intervenci3n, ya que no se contaba con el espacio adecuado.

A pesar de los inconvenientes temporales y clim1ticos, se logr3 adecuar la programaci3n de actividades y aunque en algunos casos se redujeron los tiempos, se cumpli3 al menos el 90% de lo planificado.

IV. EJECUCI3N DEL PROYECTO.

4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.

4.1.1 GESTI3N DE RECURSOS.

Para poder desarrollar el proyecto en la comunidad, fue necesario realizar una gesti3n de recursos con los involucrados de directiva comunal para poder analizar con qu3 recursos se contaba por parte de ellos y como se podrían ajustar las propuestas artísticas a las necesidades del lugar.

Como primer punto fue necesario realizar un diagn3stico del lugar, esto con el fin de conocer el estado en que se encontraba el espacio a intervenir y saber la disposici3n de los habitantes. En este mismo diagn3stico se realiz3 un registro fotográfico para ver el progreso del antes y despu3s del parque. Ver figura 3.



Figura 3: Estado de la Cancha "El Hoyo" en el mes de marzo. Fuente: Josseline Mejía.

Adem3s de la realizaci3n del diagn3stico, se realiz3 una serie de coberturas a diferentes actividades realizadas por la directiva comunal en conjunto con facilitadores de USAID. La tem3tica de las actividades consistía en formar equipos diversos, conformados tanto ni os como adultos, donde la base de la competencia era el cumplimiento de valores de convivencia. Como primera

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque "El Hoyo" en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

actividad se realizó un torneo relámpago de fútbol, el segundo fue una competencia de Rally y el tercero y último una competencia gastronómica. Ver figura 4.



Figura 4: Torneo de fútbol con valores. Fuente: Josseline Mejía.

Para la realización de la línea gráfica, se realizó una lluvia de ideas entre los compañeros de equipo y se decidió utilizar las propuestas del integrante Alonso Santamaría, ya que cumplía con criterios como: pertinencia, claridad, idoneidad, calidad visual y capacidad comunicativa. Ver figura 5.

Luego del registro de actividades recreativas y comunales, se dio paso al registro de los trabajos de revitalización en el espacio de la Cancha "El Hoyo" de las primeras dos semanas de trabajos, entre ellos, se realizó una jornada de limpieza de los vecinos y las primeras intervenciones por parte de la empresa contratada para la realización de los trabajos de reconstrucción. Ver figura 6.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.



Figura 5: Captura de lluvia de ideas para la realización de línea gráfica.
Fuente: Grupo de investigación.



Figura 6: Materiales para la primera semana de reconstrucción en cancha “El Hoyo”.
Fuente: Josseline Mejía.

4.1.2 CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

Para poder poner en marcha la difusión del contenido digital era necesario crear la fan Page y para esto también era primordial la creación de un correo con el cual enlazar la cuenta de Facebook. Igualmente, este correo será de beneficio futuro si en algún momento se requiere de su uso en algún tipo de trámite.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

Para la realización de una buena campaña se consideró necesario hacer un estudio de los objetivos, el público y el mensaje que se quiere transmitir, todo con el fin de comunicar y conectar de manera asertiva con el público meta. Es por ello por lo que se desarrolló una parrilla de contenido con base en las necesidades identificadas. *Ver figura 7.*

Fecha	Hora	Tipo de contenido	Soporte arte	Copy publicación	Referencia diseño
06/06/23	7:30 p.m	Fotografía con diálogos	¿Conoces el Parque "El Hoyo"?	¿Ya has escuchado sobre el parque El Hoyo? Muy pronto podrás ver lo que	
06/06/23	7:30 p.m	Diseño infomodal	<p>Porque cuidar el Cuidado de espacios verdes</p> <p>Paso 1: Elige tu basura Cambia las bolsas, botellas o cualquier residuo, en los botes de basura más cercanos.</p> <p>Paso 2: Cuida los áreas verdes No calles de pasto o flores, que se las decoren los espacios y no brinden aire fresco.</p> <p>Paso 3: Resaca el mobiliario No maltrates los bancos, mesas y canchales, pues con de ellos.</p> <p><small>Titulo: Cuidado de espacios verdes. Categoría: Educación, concepto: medio ambiente, 2023/06/06. Fuente: https://www.flickr.com/photos/valleverde/5285828282/</small></p>	<p>#CuidadoEspaciosVerdes</p> <p>Los espacios recreativos. Es por ello que hoy te compartimos 3 consejos para mantener nuestros parques verdes.</p>	

Figura 7: Parrilla de contenido. Fuente: Josseline Mejía.



Figura 8: Diseño para fan Page. Fuente: Alonso Santamaria.



Figura 9: Diseño para fan Page. Fuente: Alonso Santamaria.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

Luego de la realización de la parrilla de contenido, se procedió a depurar el material obtenido de las primeras coberturas. Teniendo la información fotográfica recopilada y depurada de las actividades realizadas con anterioridad, se procedió a realizar los primeros artes para su difusión en redes en la fan Page de la comunidad. *Ver figuras 8 y 9.*

Dentro de la ejecución de la campaña, siempre fue necesario seguir con el registro de los avances de reconstrucción en el parque, ya que estas eran la base para la realización de gran parte del material gráfico. Es por ello, que se registró hasta la quinta semana de trabajos, ya que los trabajos de reconstrucción sufrieron muchos atrasos, generando un retraso también en el proyecto. Asimismo, se continuó con la publicación de toda la parrilla de contenido creada con anterioridad. *Ver figura 10.*

Fecha	Hora	Tipo de contenido	Tema	Copy publicación	Post
20/06/23	7:30 pm	Portada carrusel	Cuidado de espacios verdes	#EnJardínMoralComunidad	Plantilla carrusel y vectores a usar https://drive.google.com/drive/folders/1MjE51ZAZPul_zacVcWtE97NpN4Hr33Cpqrer https://drive.google.com/...
		Post 1	Separa los residuos	Porque cuidar nuestros espacios recreativos es una tarea de todos, muévamete los traemos 3 consejos para mantener nuestros parques + Verdes	Video para historia (colocar solo lo que está en negrita sobre el video) https://drive.google.com/...
		Post 2	Realiza jornadas de limpieza	Esto mejorará la convivencia vecinal y reducirá el impacto negativo de la basura en los espacios verdes.	
		Post 3	Utiliza los espacios correctamente	Haz uso de bicisetas, patines y balones en las zonas destinadas	

Figura 10: Parrilla de contenido publicada. Fuente: Josseline Mejía.

4.1.3 DISEÑO DE MUESTRA PICTÓRICA.

En la última semana de proyecci3n de las publicaciones en la fan Page, se realiza la propuesta de diseño para las muestras pict3ricas propuestas. Para la elaboraci3n se realiz3 una lluvia de ideas entre los integrantes del equipo para determinar cuáles eran las posibles ideas para implementarse.

Entre las ideas propuestas, se convenía el uso de elementos como hojas o plantas igual que se proponía una paleta en tonalidades verdes, haciendo alusi3n al medio ambiente. Ver figura 11.



Figura 11: Lluvia de ideas.
Fuente: Josseline Mejía.

La opci3n que se eligió fue con base a criterios como: la accesibilidad del lugar, la complejidad que requería la realizaci3n de la propuesta y atractivo visual, ya que el principal objetivo era incentivar a las personas a hacer uso del espacio. Es por ello por lo que se propone una paleta más colorida y formas más geométricas, manteniendo como base, las hojas, pero orientado más a la corriente Bauhaus.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.



*Figura 12: Propuesta de diseño para gradas.
Fuente: Josseline Mejía.*



*Figura 13: Demostración de diseño para gradas.
Fuente: Josseline Mejía.*

Con la elección de la propuesta más apropiada para la intervención de las gradas de acceso al parque, se compartió la propuesta con la persona asignada por la Alcaldía de monitorear las actividades artísticas y culturales. Al momento de enviar la propuesta esta no tuvo ninguna corrección.

La segunda intervención propuesta para la revitalización del parque “El Hoyo”, era la realización de un mural en el área de las gradas para espectadores, para ello solo se realizó la propuesta pictórica, ya que por motivos de tiempos y recursos no era posible la realización física por parte del grupo. Para esta intervención se realizó un análisis de los símbolos que podrían utilizarse en la propuesta, ya que se buscaba crear una identidad con la que los habitantes pudieran identificarse, así que, bajo una observación del lugar, se llegó a la

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

conclusión de incluir el torogoz como símbolo principal de la pieza, ya que en el área del parque es común observar estas aves. *Ver figura 14.*



Figura 14: Diseño de mural. Fuente: Josseline Mejía.



Al igual que las gradas, la propuesta fue enviada a la persona encargada de la Alcaldía de Apopa para su posterior aprobación y dado que la propuesta fue de un gran agrado, esta no recibió observación alguna. *Ver figura 15.*

Figura 15: Envío y aprobación de diseño de mural. Fuente: Josseline Mejía.

4.2 EVALUACI3N DE RESULTADOS.

4.2.1 GESTI3N DE RECURSOS.

Para la materializaci3n del proyecto, se realiz3 un diagn3stico del lugar para determinar los recursos a utilizarse, tanto materiales como humanos, en ese sentido, se determin3 que lo ideal era el desarrollo de la campana de difusi3n ambiental acompaada de intervenciones pict3ricas en espacios estrat3gicos del parque, ya que era necesario revitalizar el espacio para volverlo atractivo a los habitantes de los pasajes aledaos al parque.

Es as3, que se determina la necesidad de materiales para la realizaci3n de tres propuestas art3sticas tales como un mural, pintura de gradas y pintura de cancha. En un primer momento hab3a sido aprobado el apoyo en los materiales a utilizar para estas intervenciones, pero llegado el momento no se logr3 obtener los recursos por parte de los encargados de la reconstrucci3n, pero se logr3 obtener apoyo por parte de la Alcald3a de Apopa.

Adem3s de las propuestas art3sticas, se logr3 definir que el contenido adecuado para la difusi3n del mensaje de conservaci3n ambiental era mostrar el avance que llevar3a los trabajos de reconstrucci3n del parque.

4.2.2 CAMPAA DE DIFUSI3N.

La campana de difusi3n ambiental tuvo una buena aceptaci3n entre el p3blico meta, que eran los habitantes de la comunidad de Valle Verde I. Esta contribuy3 a dar a conocer los trabajos que se estaban realizando y motivar a ser part3cipes en el cuidado de los espacios verdes en general.

El objetivo principal era brindar el conocimiento necesario para generar conciencia sobre el cuidado medioambiental de los espacios verdes y recreativos.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

La estrategia que se implementó fue, educar, entretener y motivar. Esto permitió seccionar la información de manera que fueran publicaciones interactivas, ya que podía distribuirse de una manera más orgánica.

El contenido designado para la publicación fue obtenido en un 60% a las coberturas fotográficas de los avances en los trabajos de reconstrucción del parque, pues se buscaba dar a conocer la revitalización de este espacio para aumentar la cantidad de personas involucradas en los proyectos culturales y recreativos. *Ver figura 16.*

Fecha	Hora	Tipo de Contenido	Descripción
24/06/23	7:30 p.m.	Fotos Publicación	Evento comunitario Como parte de la revitalización del parque El Hoyo, en los meses de marzo, abril y mayo, se realizaron actividades recreativas con el fin de mejorar la unión comunitaria y generar momentos de sano esparcimiento. #EnUnidadMejoralaComunidad
27/06/23	5:00 p.m.	Fotos Publicación	Evento comunitario El pasado domingo 25 de junio se realizó la celebración del Día del Padre con apoyo de la Alcaldía de Apopa en el Parque La Ceiba, como parte de las actividades para la mejora comunitaria y convivencia. #EnUnidadMejoralaComunidad

Figura 16: Parrilla de contenido para la Fan Page. Fuente: Josseline Mejía.

El 40% restante del contenido, fue la información medioambiental recopilada de bibliografía en internet, donde se incluyó información del cuidado de espacios públicos verdes y acciones que pueden realizarse desde casa para contribuir en la mejora ambiental. Identificar las horas en la que los usuarios se conectan más frecuentemente, fue clave para la difusión de los artes realizados; esto fue posible gracias a las herramientas que Facebook proporciona mostrando las

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

horas con más actividad de la audiencia. Esto permitió generar mucho alcance orgánico. *Ver figura 17.*

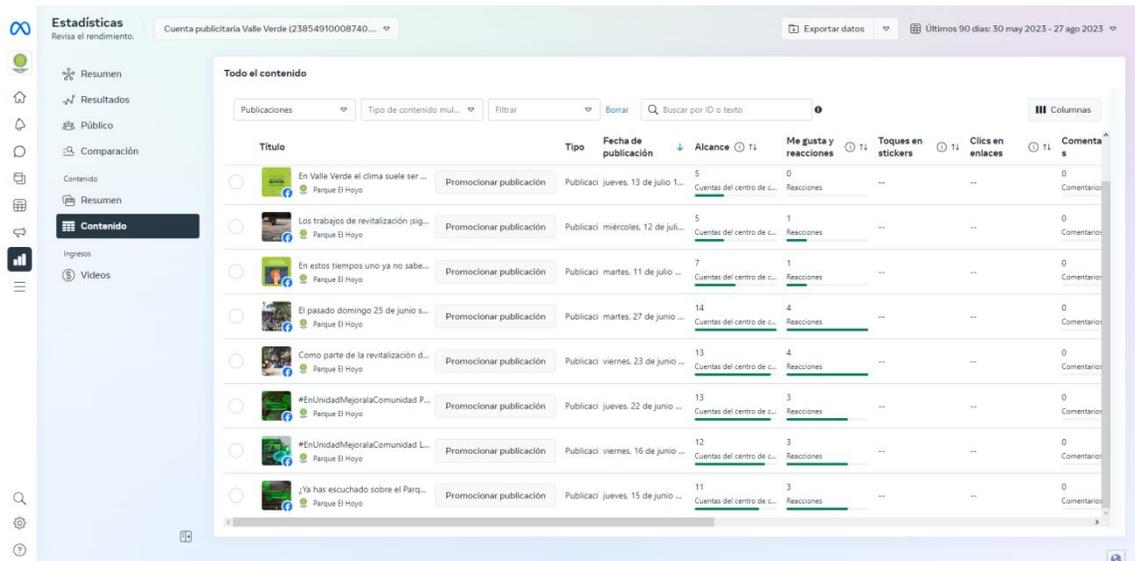


Figura 17: Interacciones en las publicaciones. Fuente: Facebook.

Estas interacciones permitieron que la afluencia de personas a las actividades realizadas por la directiva en conjunto con USAID, tuvieran gran participación de los habitantes, debido a que las personas podían enterarse de las siguientes actividades a realizarse y también ver el ambiente que se desarrolló en eventos anteriores. Tal es el caso del día de la inauguración del parque, el día 31 de julio, la cantidad de personas asistentes a la actividad fue alrededor de 200 personas. *Ver figura 18.*

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.



Figura 18: Inauguración de la revitalización del Parque “El Hoyo”. Fuente: Alexis Hernández.

4.2.3 DISEÑO DE MUESTRA PICTÓRICA.

Por razones de tiempo, la única intervención que se logró realizar en el parque durante el proceso fue el diseño de gradas; este se tuvo que modificar el diseño original que fue aprobado previamente, ya que al ser una gran cantidad de gradas se volvía muy complicado el dibujar las diferentes formas geométricas. Otro de los factores que más influyeron en los ajustes del diseño original fue el clima, este no permitió permanecer mucho tiempo en el lugar puesto que comenzaba a llover y se tenía que parar la actividad. A pesar de los inconvenientes, se logró culminar con la actividad de manera satisfactoria, pues el antes y después de la intervención generó respuestas positivas por parte de los habitantes y la directiva comunal. *Ver figuras 19 y 20.*

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.



Figura 19: Estado de gradas antes de la intervención. Fuente: Josseline Mejía.



Figura 20: Diseño de gradas finalizado. Fuente: Alonso Santamaria.

Uno de los principales objetivos a alcanzar en la ejecución del proyecto, era desarrollar las capacidades expresivas y la conciencia ambiental en los habitantes de la comunidad Valle verde I; mediante las intervenciones artísticas como el diseño de gradas y el mural se logró involucrar a niños y adultos a participar en estas actividades, ya que voluntariamente fueron acercándose para apoyar en el desarrollo de estas.

En la elaboración del diseño de gradas, se contó mayormente con el apoyo de niños y adolescentes ya que les generaba curiosidad y asombro lo que se estaba desarrollando. Esto llevo a desarrollar por parte de la directiva, la reutilización de llantas viejas donadas por USAID, para la elaboración de juegos infantiles, dándoles un toque artístico mediante la pintura. *Ver figuras 21 y 22.*

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.



Figura 21: Llantas donadas por USAID.
Fuente: Josseline Mejía.



Figura 22: Inicio de colocación de llantas.
Fuente: Gerardo Barrios.

En la propuesta de mural, por cuestiones de tiempo no se logró realizar por el grupo de investigación, pero se entregó la propuesta a la persona encargada de la Alcaldía de Apopa para su posterior realización. A partir de la entrega iniciaron gestiones para la obtención de materiales y la posterior realización del mural. Ver figura 23.



Figura 23: Preparación de pared para la elaboración de mural. Fuente: Alexis Hernández.

V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.

La planificación consistió en determinar cuáles eran los objetivos puntuales del tema en general, esto permitió corregir y establecer a claridad del proyecto, llegando a un acuerdo y un interés en particular, dicha planificación ayudó a buscar ideas, asesorías, charlas que se enfocaron al “medio ambiente”, facilitando la comprensión de cada cosa a realizar. Esto proporciono la coordinación y la gestión con las instituciones abordadas presentando el grupo social, rango de edades, número de participantes y la importancia del proyecto a nivel social e institucional.

La importancia que tuvo la gestión cultural desarrollada con la Comunidad de Valle Verde I, funciono como estrategia de fomento, conexión y transmisión con la que se pudo desarrollar un proyecto cultural en pro del bienestar personal, social y laboral junto a los habitantes del lugar. Este esfuerzo, dio paso a un tema significativo pero que aborda la importancia de cuidar y promover actos que ayuden a las comunidades sin perjudicar el medio ambiente, siendo los estudiantes los precursores de la importancia que tiene el arte para un desarrollo personal que incluye el bienestar emocional, psicológico o social.

El proyecto se ejecutó en su totalidad con algunos cambios durante su proceso, dichos cambios no detuvieron la planificación ni afectaron su desarrollo y se finalizó de forma positiva. Concluyendo durante su ejecución que el arte desempeña un papel mediador en la comunicación, que ayuda a transmitir emociones y hace reflexionar sobre circunstancias cotidianas, tomando como base la importancia que tiene la población salvadoreña.

En cuanto a los resultados teóricos y prácticos, se logró contextualizar las estrategias de artes gráficas aprendidas para el desarrollo del proyecto; se logró definir cada contenido y metodologías en el cumplimiento de una estructura donde se llevó la organización del plan de trabajo, así como la

evaluación de los resultados verificando avances en la expresividad de cada participante que fue notoria, desde la primera hasta la última sesión. Se alcanzaron satisfactoriamente los resultados para los beneficiarios del proyecto.

Además de ello, se logró incentivar a la continuidad de proyectos artístico-culturales orientados, principalmente a la pintura en la Comunidad de Valle Verde I. Una de las actividades a las que se le dio seguimiento es la realización de la propuesta de mural, en conjunto con personas de la Alcaldía de Apopa quienes proporcionaron el material para ejecutar el trabajo, ya que era necesario ambientar y generar el sentido de pertenencia en las personas que hacen uso del parque. *Ver figura 24.*



Figura 24: Mural finalizado. Fuente: Josseline Mejía.

Posteriormente, se está planteando dentro de la directiva comunal, la implementación de talleres de dibujo y pintura para los niños y jóvenes, debido a que mostraron un gran interés y participación en la ejecución del diseño de gradas. Igualmente, por el momento se está realizando la decoración y ubicación de llantas de forma temática y lúdica como parte del mensaje de conservación del medio ambiente. *Ver figura 25 y 26.*

Paralelamente, se obtuvo un aprendizaje significativo donde se establecieron relaciones entre los conocimientos nuevos y los que ya se poseían, se aprendió a usar el arte como canal facilitador de un pequeño grupo de personas, como poder transmitir y enseñar sin evaluar, liberando emociones y expresando sentimientos.



Figura 25: Niños ayudando en la realización de la pintura en gradas
Fuente: Gerardo Barrios.



Figura 26: Limpieza de llantas por parte de la directiva comunal.
Fuente: Gerardo Barrios.

Se adquirieron experiencias nuevas como grupo de trabajo y personales, a partir de la práctica, lo emocional y cooperativo, no solo se brindó un servicio si no también se gestionó y logró desarrollar nuevas capacidades en otros entornos sociales. Con la ejecución de este proyecto artístico, los diseñadores a cargo lograron generar redes de contacto con los habitantes de Valle Verde I, de manera que cada uno pudo tomar para sí mismos, experiencias que vinieron a incrementar el bagaje artístico en los estudiantes en proceso de grado.

A nivel personal cada estudiante en calidad de egresado de artes plásticas que participó de este proyecto pudo desarrollar sus habilidades

interpersonales, además de generar una buena dinámica de trabajo entre el grupo de investigadores.

Por otra parte, al ser esta una iniciativa de carácter humanista, cada uno tuvo la oportunidad embarcarse en un contexto fuera del academicismo como tal, consiguiendo el poder llevarse un trozo de las historias de vida de los beneficiarios, las cuales fueron relatadas mediante creaban en cada una de las sesiones de trabajo, lo cual desarrolló en buena manera un sentido de empatía hacia las personas beneficiarias del curso artístico.

VI. RECOMENDACIONES.

A partir del proyecto y la serie de actividades que se llevaron a cabo en la ejecución de la gestión cultural “Campaña de difusión digital sobre Sensibilización Ambiental para la renovación del parque “EL HOYO” en la Comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023, para su continuidad se recomienda:

Que todo material tecnológico auditivo/visual, artístico y mobiliario son importantes en la rehabilitación de los espacios públicos, sobre todo, comunitarios, mismos que requieren de estrategias de apropiación colectiva y entre estas, las de integración comunitaria son las más privilegiadas. Por ello, se sugiere la continuidad de proyectos que promuevan esta integración.

El desarrollo de un buen proyecto depende de las acciones que se tomen al gestionarlo, esto beneficiará la planeación, ejecución y la evaluación de resultados. En este caso, la planeación estratégica resultó efectiva para garantizar los resultados, por lo que se sugiere conceder un tiempo prudente a la planificación de todos los pormenores del proyecto.

Es importante la capacitación, la experiencia teórica y práctica para dar continuidad a este tipo de proyectos, para que sean de buena calidad y su

función sea efectiva en los participantes y se obtengan los mejores resultados, particularmente para los gestores.

Para los estudiantes egresados se recomienda garantizar la continuidad de este tipo de proyectos, que sean un impulso para seguir trabajando a favor del arte y el bienestar psicoemocional de la sociedad, para crear nuevos espacios y promover la salud mental.

Al curso de especialización se le sugiere ofrecer una fundamentación pedagógica con especialistas en cada tema o proyecto a desarrollar, donde los estudiantes tengan la opción de tener consultores extras a los encargados que dirigen los módulos, para así tener una base más sólida y un mejor acompañamiento en el desarrollo del proyecto de gestión cultural.

Se recomienda a la Universidad de El Salvador y a la Comunidad de Valle Verde I, que ellos sigan promoviendo el arte para la salud mental, física cognitiva y espiritual ya que es sumamente importante para el desarrollo de las nuevas generaciones. Una alianza estratégica entre alcaldías y la Universidad puede ser muy beneficiosa.

A los docentes encargados del Curso de Especialización, se recomienda orientar de manera más amplia a los estudiantes en cuanto a los parámetros de forma y contenido de los documentos, con el fin de cumplir los estándares profesionales que permitan mostrar los resultados obtenidos de un proyecto.

A la Escuela de Artes se le recomienda continuar con la implementación de proyectos o iniciativas que involucren temas sociales, culturales de importancia para la formación profesional de los estudiantes.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS.

- (n.d.). MEDIO AMBIENTE. Retrieved May 26, 2023, from <https://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/5-Med-Ambiente.pdf>.
- Aguilar, A. E. (2016, Julio). Marketing verde, una oportunidad para el cambio organizacional. *Realidad y Reflexión*, (44), 15. <https://icti.ufg.edu.sv/doc/RyRN44-Aguilar.pdf>.
- Alvarado López, M. C. (2005). La Publicidad Social: concepto, objeto y objetivos. *Redes.com: revista de estudios para el desarrollo social de la Comunicación*, (2), 270. <https://dialnet.unirioja.es › descarga › articulo>.
- AMA. (2017). *What is Marketing? — The Definition of Marketing — AMA*. American Marketing Association. Retrieved May 26, 2023, from <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>.
- CONAMYPE. (2021, August 13). CONAMYPE. Retrieved May 26, 2023, from <https://www.conamype.gob.sv/blog/2021/08/13/economia-naranja-innovacion-a-los-desafios-globales/>.
- Economía del siglo XXI: Economía naranja*. (n.d.). Redalyc. Retrieved May 26, 2023, from <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077033/28065077033.pdf>.
- EPA. (2022, November 4). *La importancia de la educación ambiental | US EPA*. Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos. Retrieved April 28, 2023, from <https://espanol.epa.gov/espanol/la-importancia-de-la-educacion-ambiental>
- Green Marketing*. (n.d.). Universal Marketing Dictionary. Retrieved May 26, 2023, from https://marketing-dictionary.org/g/green-marketing/#cite_ref-1.
- Guerrero, F. (2009). *Fundamentos de los métodos de investigación social* (1st ed.). Imprenta y Offset Ricaldone.
- IEBS Business School. (2018). *Publicidad Tradicional vs Publicidad Online*. IEBS Business School. <https://www.iebschool.com/recursos/publicidad-tradicional-vs-publicidad-online/>.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing* (14th ed.). Pearson.
https://www.academia.edu/42228046/Kotler_P_and_Armstrong_G_2012_Marketing_14e_PEARSON_EDUCACIÓN_México.

Ortega, E. (2004). *La comunicación publicitaria* (2nd ed.). Ediciones Pirámide.
https://www.academia.edu/41746411/La_comunicacion_publicitaria_Enrique_Ortega.

Philip, K., & Roberto, E. (1992). *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*. Díaz de santos.
<https://books.google.com.ar/books?id=vMRDpBfowEMC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>.

¿Qué tipos de campañas publicitarias existen? (2018, mayo 24). Rock Content. Retrieved May 26, 2023, from <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-campanas-publicitarias/#:~:text=>

RAE. (2022).

The Universal Marketing Dictionary. (n.d.). *Above the Line Marketing*. The Universal Marketing Dictionary. Retrieved mayo 25, 2023, from <https://marketing-dictionary.org>.

USAID. (2023). *Resultados de la Encuesta de calidad de vida 2022*. El Salvador cómo vamos. Retrieved Abril 10, 2023, from <https://escomovamos.org/wp-content/uploads/2023/03/Resultados-de-la-Encuesta-de-calidad-de-vida-2022---San-Salvador-1.pdf>

ANEXOS.

ANEXO 1 DIAGNOSTICO

Título de la investigación .

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental como herramienta para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I del municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

Descripción del tema.

La investigación consistirá en la creación y desarrollo de una campaña publicitaria donde se expongan los puntos claves sobre remodelación de un espacio recreativo, la importancia del cuidado del medio ambiente y los espacios de recreación. Dicha iniciativa donde podrá realizarse una campaña digital exponiendo los cambios realizados durante el proceso de remodelación y creación de un mural de concientización del medio ambiente; donde se utilizan implementos que no sean contaminantes visualmente y a la vez que sean hechos de materiales que no provengan de árboles como el papel, reforzando el mensaje de la importancia del reciclaje, cuidar el medio ambiente, la importancia de la recreación en la comunidad y el trabajo en equipo, permitiendo el desarrollo de cada persona que se involucre y no, en este proceso como aprendizaje y autoterapia.

Dentro del desarrollo de la campaña de difusión, también se pretende mejorar la armonía de cada individuo como persona, donde podrán percibir el cambio y mejora de la comunidad. Esto puede cambiar las relaciones interpersonales de los individuos que conforman la población y la mala recreación de cada niño de la zona.

Al ser del área de Diseño Gráfico, la propuesta a realizar es una campaña de difusión publicitaria y educativa acerca de la concientización, renovación y el cuidado del medio ambiente, cómo esto puede beneficiar a la comunidad y a sus habitantes.

Justificación del proyecto.

La presente investigación en Gestión Cultural tiene como propósito principal proporcionar un espacio adecuado a cierta población, donde, estos puedan desarrollar nuevos conocimientos sobre el ámbito digital, muralista y también poder ayudar a la ambientación recreativa y al medio ambiente, a la vez que se inculquen valores a la sociedad; dicho esto, se pretende crear un espacio donde los beneficiarios puedan sentirse cómodos en un ambiente seguro permitiendo a los participantes del curso que puedan explorar nuevas habilidades por medio de la concientización y el trabajo en equipo.

Para mantener en pie el plan de trabajo que consiste en mejorar el área donde ellos habitan y volverla un espacio de recreación sano, donde niños, jóvenes y adultos puedan sumarse a esta causa y seguir llenando de vida los espacio que son usados como basureros, tiraderos de ropa, de desechos tóxicos o dañinos siendo ellos parte del proceso fundador, esto emerge como una nueva opción, ya que es una terapia no invasiva para las personas que quieren hacer algo por su comunidad, a través de la renovación con su experiencia táctil y háptica permitiéndoles tener experiencias a través de ser quienes lograrán que todo sea posible, Dando pauta a un proceso de integración emocional y física.

Al finalizar el curso de arte se busca obtener como beneficios el mejoramiento de la autoestima, la concientización y concentración de los adultos, jóvenes y niños, los cambios que ellos presentan se dan en todos los niveles, ya sea psicológicos o físicos, incluso podemos observar los cambios en sus actitudes, y es ahí donde veremos que los resultados son muy satisfactorios, buscando así poder aliviar el estrés generado por diferentes situaciones sociales o personales creando un espacio lúdico y de sano esparcimiento.

Identificación de problemas.

- Espacio recreativo en mal estado.

Al ser un área alejada de los habitantes de la comunidad, con el pasar del tiempo fue quedando desplazada y abandonada llevando al deterioro y mal estado del espacio recreativo.

Mediante la colaboración en la ambientación del espacio, como la elaboración de un mural sobre cancha de fútbol, se busca mejorar la visibilidad y el atractivo del área de recreación.

- **Desinterés de los habitantes de la comunidad.**

Debido a la situación de violencia y seguridad registrada en años anteriores, el uso de los espacios recreativos se vio limitado, generando un mayor desinterés y poca participación de los habitantes en las actividades comunales, ocasionando el deterioro de los espacios recreativos.

La realización y desarrollo de una campaña de concientización en Social Media, busca comunicar e interesar a la comunidad beneficiada, mejorando su participación y la comunicación entre los integrantes de la comunidad.

- **Abandono de las autoridades competentes.**

Uno de los factores que más perjudican el desarrollo y buen estado de las comunidades es la falta de participación de las autoridades correspondientes (alcaldía) y el limitado presupuesto que éstas asignan a actividades sociales.

Con el material gráfico a realizarse se aspira a comunicar no solo a los habitantes de la comunidad, sino también interesar a las autoridades correspondientes.

- **Los niños no pueden llegar a disfrutar de los espacios.**

Al ser espacios abandonados, los niños y niñas no se interesan por el uso de estos espacios, debido a la poca confianza, atractivo de los lugares y el poco conocimiento de la existencia de estas áreas.

Con la renovación y ambientación del espacio, mediante la colaboración artística en la realización de un mural sobre cancha de fútbol y la colocación de material informativo tales como afiches, se pretende mejorar e incentivar el uso y aprovechamiento del parque.

Ubicación geográfica.

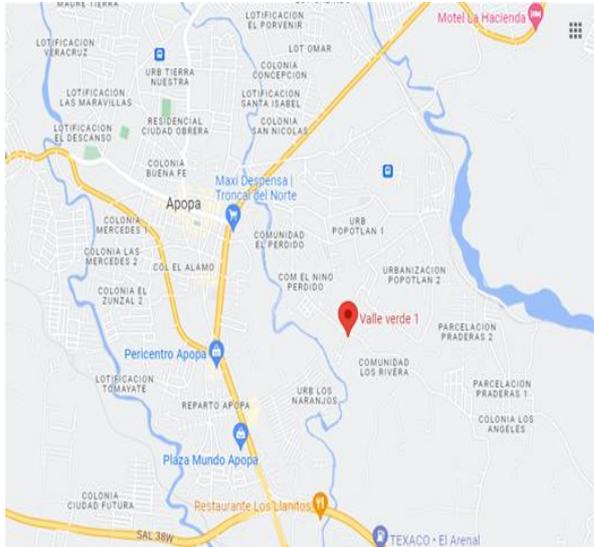


Figura 1: Mapa de la Urbanización Valle Verde I.
Fuente: Google Maps.

Urbanización Valle Verde I en el municipio de Apopa, Departamento de San Salvador. La zona donde se realizará el proyecto de renovación es un terreno baldío, un espacio de alrededor de 550 metros cuadrados, entre los pasajes "B" sur, "C" poniente y "E" sur.

Las condiciones que presenta el parque son bastantes precarias, el área de la cancha de fútbol permanece polvosa y se encuentran algunos restos de basura como envases de botellas plásticas etc.

Beneficiarios del proyecto.

Habitantes de la comunidad Valle Verde I entre los que corresponden hombres y mujeres mayores de 18 años y niños y niñas de todas las edades.

Principalmente las familias que conforman los tres pasajes "B" sur, "C" poniente y "E" sur, cercanos a la cancha "El Hoyo" y que integran el comité comunal a cargo de la restauración del espacio recreativo.

Un aproximado de 20 a 25 personas son las involucradas directas en el desarrollo de las actividades del proyecto, asimismo se contará con el apoyo de la organización USAID encargada de financiar los recursos materiales necesarios para realizar el trabajo de restauración en el área. Se pretende llevar a cabo la ejecución en un periodo de cuatro a seis semanas, comprendidas entre los meses de junio y julio del presente año.

Los beneficiarios de este proyecto serían los habitantes de la urbanización Valle Verde I del municipio de Apopa, San Salvador. El proyecto está pensado para que se lleve a cabo en el presente año 2023.

Qué disciplina artística será empleada en el desarrollo del proyecto.

Mediante el desarrollo de contenido digital en redes sociales se quiere implementar la concientización del cuidado de las áreas comunes de la comunidad, a la vez, dar seguimiento de cada cambio se que hará hasta la finalización de la remodelación del espacio, también sensibilizar a la población sobre el uso de los espacios recreativos y sus alrededores. Dentro del ámbito artístico se ha propuesto realizar un mural recreativo que será dirigido al concepto de la recreación, cuidado y concientización.

El diseño gráfico en este campo juega un papel imprescindible, debe formar parte del cambio de esquemas, no solo en su discurso o en los materiales, sino desde la estrategia, el desarrollo y la investigación, conscientes de los impactos ambientales que ocasiona para la producción de éstos y los impactos que ocasionan después de ser desechados.

La relación entre una campaña ambiental y el Diseño Gráfico es muy fuerte, porque el diseño es la herramienta que le ayudará a transmitir el mensaje al público objetivo de una manera clara y efectiva, evitando dobles interpretaciones y confusiones.

Algunas ventajas de seguir un marketing verde es un mayor control sobre los agentes contaminantes, una mayor concienciación con el medio ambiente supondrá una mejor imagen de la comunidad. El diseño es un factor muy favorable para un incremento de la innovación (Recio, 2022).

Se debe tener en cuenta, que es lo que se entiende como anuncios en redes sociales entre ellas, Facebook, Instagram, entre otros, en ellos se crean y optimizar campañas con el objetivo de generar más captar con Leads o conseguir nuevas visitas de segmentos específicos. Trabajar diariamente en la optimización de audiencia, anuncios, páginas de destino para conseguir una rentabilidad máxima. Para ello, en primer lugar, se analizan las redes sociales más idóneas, en este caso la utilización de la red social Facebook, investigando la aplicación de cada técnica y la estrategia más idónea y así poder llegar al objetivo estipulado.

Como se suele decir, una imagen vale más que mil palabras, y es que por mucho que se detalla el daño que se le hace a la naturaleza y la necesidad de repararlo, nada nos llegará más que un mensaje audiovisual (Oxfam, 2018).

Destacar las posibles variantes que pueden afectar el desarrollo del proyecto.

1. Algunas personas que estén en contra de lo que se quiere realizar ya que podemos encontrarnos con habitantes de la urbanización que no estén a favor del proyecto.
2. Que las condiciones climáticas cambien y las lluvias nos impidan el paso al lugar, es decir se nos dificulta trasladarnos al lugar donde se realizará el proyecto de reforestación.
3. Que disminuya la mano de obra, la cantidad de personas que se han querido sumar para realizar el proyecto ya sea por diversos factores.
4. Que no se cuente con el material necesario y no se tengan los recursos para facilitar la finalidad de este proyecto.

Conclusiones.

- ❖ Queremos promover entre los habitantes de Valle Verde I que sean ellos quienes cuiden y promuevan estas prácticas nos comprometemos a orientarlos, darles material didáctico, físico que ellos puedan usar a favor de la causa de preservar los espacios que son usados para basureros chatarreras entre otros.
- ❖ Haciendo uso de los conocimientos que tenemos queremos mostrarles que se puede lograr conservar áreas verdes de sano esparcimiento que les sirva a niños jóvenes y adultos mayores. Pero también la idea es que por medio de este proyecto logremos llegar a otros lugares y las personas se sumen a la causa de cuidar proteger y mantener estos espacios abiertos en buenas condiciones.
- ❖ Podemos ayudar a pequeños grupos de personas buscando opciones favorables que no dañen los espacios recreativos y el medio ambiente; somos capaz de dar vida a las áreas que están desiertas sólo se necesita de un pequeño estímulo y de personas que estén dispuestas a cambiar su

entorno, tomar el reto de reactivar esos lugares que están abandonados, volverlos espacios habitables y libres de contaminación.

Bibliografía.

5 campañas publicitarias sobre el medio ambiente que no te dejarán indiferente. Recuperado el 27 de marzo de 2023: <https://blog.oxfamintermon.org/>

Marketing verde: qué es y cuáles son sus ventajas. Recuperado el 26 de marzo de 2023: <https://www.consumer.es/medio-ambiente/marketing-verde-que-es-ventajas>

Anexos

Cronograma de actividades

ACTIVIDAD/ SEMANA	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP
Realización de diagnóstico	■						
Visitas al lugar		■					
Realización de protocolo de investigación		■					
Primeras intervenciones en el proyecto			■				
Entrega de protocolo de investigación			■				
Implementación de campaña de difusión			■	■	■		
Intervenciones artísticas en el lugar					■	■	
Procesamiento de información							
Entrega de trabajo final de modulo III			■				
Entrega de trabajo final de modulo IV				■			
Entrega de trabajo final de modulo V					■		
Entrega de informe final							■
Presentación de resultados							■

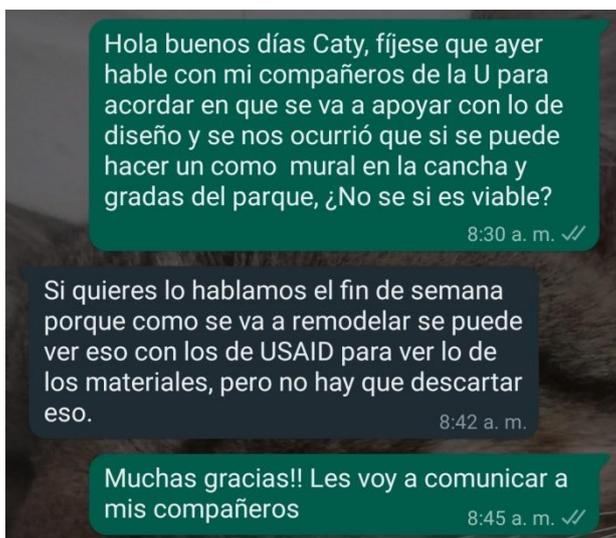
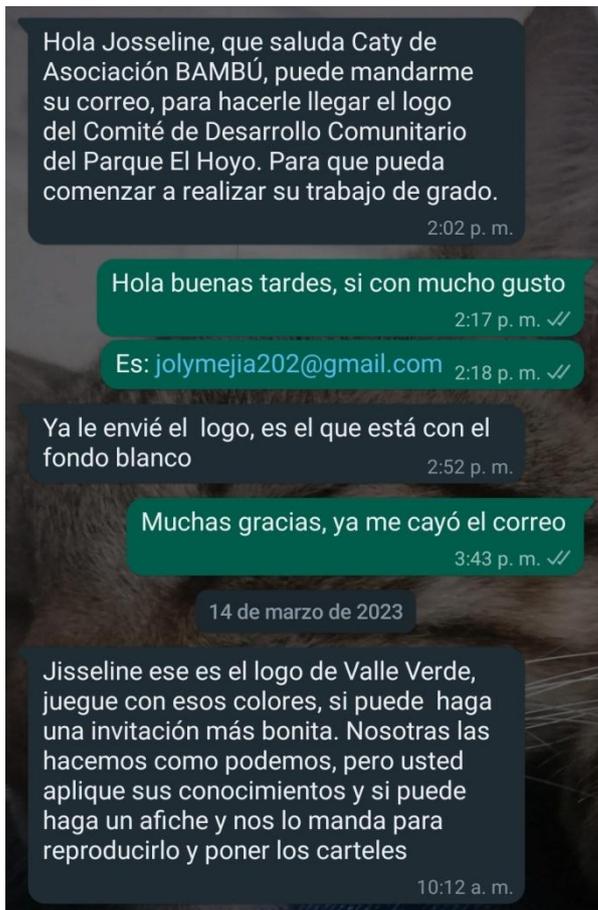
Registro fotográfico



Imagen 1: Estado actual del Parque "El Hoyo" Fuente: Grupo de investigación.



Imagen 2 y 3: Actividad de limpieza en el parque "El Hoyo" Fuente: Grupo de investigación



Imágenes 3,4 y 5: Conversaciones con personas encargadas (USAID). Fuente: Grupo de investigación.

ANEXO 2. PROTOCOLO

1. TÍTULO

“Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del Parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, Municipio de Apopa, Departamento de San Salvador 2023.

2. ELEMENTOS CONTEXTUALES.

a. Destinatarios/Usuarios/Beneficiarios/Público.

Habitantes de la comunidad Valle Verde I entre los que corresponden hombres y mujeres mayores de 18 años y niños y niñas de todas las edades. Principalmente las familias que conforman los tres pasajes “B” sur, “C” poniente y “C” sur, cercanos a la cancha "El Hoyo" y que integran el comité comunal a cargo de la restauración del espacio recreativo.

Un aproximado de 20 a 25 personas son las involucradas directas en el desarrollo de las actividades del proyecto, asimismo se contará con el apoyo de la organización USAID encargada de financiar los recursos materiales necesarios para realizar el trabajo de restauración en el área.

Como beneficiarios indirectos se pueden señalar a los habitantes de las diferentes etapas de la urbanización, así mismo, personas ajenas a la comunidad como familiares y amigos de las personas que habitan en las comunidades que conforman Valle verde I y II principalmente.

b. Dinámica territorial.

Los factores sociales y económicos influyen grandemente en el desarrollo y crecimiento cultural comunitario. En ese sentido Jaume Casacuberta explica “El desarrollo cultural comunitario se define como el conjunto de iniciativas locales con el objetivo de expresar, mediante los lenguajes expresivos del arte y de la cultura, identidades, preocupaciones e ideas mientras se construyen capacidades culturales y se contribuye al cambio social” (Casacuberta, 2022).

El municipio de Apopa se encuentra ubicado en la zona norte del departamento de San Salvador y cuenta con una densidad demográfica de 131,286 habitantes, de los que 61,172 son hombres y 70,114 son mujeres (Censos, 2007). La Urbanización Valle Verde I forma parte de las más grandes colonias del municipio de Apopa, esta se encuentra ubicada en el distrito 4.

Bajo estudios realizados por FUSADES y USAID en el municipio de Apopa, el 81% de los hogares cuenta con espacios de recreación en su colonia o comunidad. Según los resultados de la encuesta, estos espacios pueden ser canchas, parques, zonas verdes, áreas de juegos, casas comunales, entre otros. El distrito 4 es el que más espacios posee en comparación con los 3 restantes (USAID, 2022).

Pero del porcentaje de hogares que cuentan con espacios recreativos, solo el 48% de estos los utiliza, siendo el distrito 4 en el que más población hace uso de ellos (USAID, 2022). *Ver figura 3.*

Algunas de las razones por las que estos espacios no son utilizados se deben a factores tales como: no les interesa (34%), porque no les queda tiempo (27%), porque no son agradables o no les gustan (16%), porque no hay actividades que

realizar o no son accesibles (16%) o porque están en mal estado o descuidados (14%). (USAID, 2022)

Dentro del estudio, uno de los indicadores es las actividades culturales que se realizan en el municipio, algunas de ellas son: visitar monumentos o sitios históricos (14%), ir al cine (14%), asistir a ferias (12%), visitar museos o galerías (7%) y asistir a conferencias (5%). Si bien hay un porcentaje de personas que disfrutan y participan en actividades culturales, el 69% de la población apopense no se involucra en ninguna actividad. (USAID, 2022). *Ver figura 4.*

c. Dinámica sectorial.

Con base a lo recopilado en el apartado anterior, se puede decir que, en área de la Urbanización Valle Verde I, que forma parte del distrito 4 de Apopa, se cuenta con un buen porcentaje de espacios recreativos, pero que lastimosamente la participación en las actividades culturales y deportivas de los habitantes, es mínima. Debido a la poca participación, los espacios tienden a quedar desplazados y olvidados por los habitantes, tal es el caso del parque "El Hoyo", donde debido al abandono paulatino, este se fue deteriorando.

El parque "El Hoyo" se encuentra ubicado en la Urbanización Valle Verde I del municipio de Apopa, y fue construido en conjunto con esta primera etapa de Valle Verde, con la finalidad de ser un espacio recreativo para las futuras familias que habitarían las viviendas aledañas al parque, sin embargo, la situación de inseguridad y violencia por parte grupos delictivos en años anteriores, ocasionaron que el abandono del espacio propiciara el robo y destrucción de los atractivos del lugar como mesas, juegos recreativos y alumbrado eléctrico. Hasta hace aproximadamente 2 años, este espacio volvió a ser utilizado por habitantes aledaños a la zona, siendo las actividades deportivas las principales en ejecutarse. Para el mes de febrero el lugar todavía lucía bastante abandonado y deteriorado, pero recientemente se han llevado a cabo jornadas de limpieza y restauración por parte de los habitantes en conjunto con trabajadores de la alcaldía municipal de Apopa.

Lastimosamente no existe un sistema de comunicación y difusión que permita la integración de más personas a las actividades que se realizan para las mejoras comunales. Es por ello que se considera importante el uso del diseño gráfico como medio de comunicación, ya que permite el uso de signos y formas del entorno para producir mensajes asertivos y efectivos (Tavera, 2021). Además del Diseño como parte de la comunicación, el arte forma parte importante de la percepción de los espacios públicos, la educación ambiental y el arte pueden y deben ser herramientas complementarias para el conocimiento del mundo que nos rodea, ya que nos proporcionan nuevas herramientas para la percepción cognitiva, emocional e intuitiva de la realidad. En los procesos de conocimiento, reflexión y participación comunitaria, la creatividad implícita en el arte y en la educación ambiental nos permite construir nuevas alternativas socioambientales (López, 2017).

3. DIAGNÓSTICO.

El desarrollo de las comunidades se ve directamente afectado por las situaciones en su entorno, ya sean sociales, medioambientales y culturales. Como parte de la búsqueda de soluciones para el beneficio de la comunidad de los pasajes "B" sur, "C" poniente y "C" sur, cercanos al parque "El Hoyo" de la Urbanización Valle Verde I, se identificaron ciertas problemáticas que frenan el óptimo crecimiento cultural del lugar.

La primera situación que dificulta la convivencia en el espacio, es que, al ser un área alejada de los hogares, con el pasar del tiempo fue quedando desplazada y abandonada llevando al deterioro y mal estado del espacio recreativo, esto a raíz de la situación de violencia e inseguridad registrada en años anteriores.

Esta situación provocó que el uso de los espacios recreativos se viera limitado, generando un mayor desinterés y poca participación de los habitantes en las actividades comunales, tanto recreativas como culturales, ocasionando el deterioro de los espacios recreativos, llevando a utilizarlos como botaderos de basura o

Otro de los factores que más perjudican el desarrollo y buen estado de las comunidades es la falta de participación de las autoridades correspondientes (alcaldía) y el limitado presupuesto que éstas asignan a actividades sociales, al igual que la poca participación en el mantenimiento de los espacios públicos y el problema de recolección de desechos de la municipalidad.

Al ser espacios abandonados, los niños y niñas no se interesan por el uso de estos espacios, debido a la poca confianza, atractivo de los lugares y el poco conocimiento de la existencia de estas áreas.

Necesidad o problema	Causas del problema	Prioridad del problema
Desinterés de los habitantes de la comunidad.	<ul style="list-style-type: none"> 3 Poca participación - Falta de comunicación - Pocas o nulas actividades culturales y recreativas - Violencia y seguridad 	1
Espacio recreativo en mal estado.	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio aislado • Abandono total • Botadero de basura 	2
Abandono de las autoridades competentes.	<ul style="list-style-type: none"> 3. Nula participación de la alcaldía. 4. Poco presupuesto para mantenimiento de los espacios públicos 	3
Los niños no pueden llegar a disfrutar de los espacios.	<ul style="list-style-type: none"> • Sitio aislado • deterioro del lugar • Falta de conocimiento de la existencia del lugar 	4

Figura 5: Tabla de problemáticas. Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta las diferentes problemáticas y conociendo la principal dificultad que tiene la comunidad de comunicación y conocimiento, la realización y desarrollo de una campaña de concientización en Social Media sobre el cuidado del medio ambiente, busca interesar a las personas beneficiadas, mejorando su participación

y la comunicación entre los integrantes de la comunidad. Con el material gráfico a realizarse se aspira a comunicar no solo a los habitantes de la comunidad, sino también interesar a las autoridades correspondientes.

De igual manera, mediante la colaboración en la ambientación del espacio, como la elaboración de un mural sobre cancha de fútbol y algunas paredes cercanas, la intervención de las gradas de acceso al lugar y la elaboración de un espacio didáctico con llantas recicladas; se busca mejorar la visibilidad y el atractivo del área del parque “El Hoyo”. Con la renovación y ambientación del espacio, mediante la colaboración artística, se pretende mejorar e incentivar el uso y aprovechamiento del parque, permitiendo que la comunidad logre crear y desarrollar actividades culturales y recreacionales, como también educar sobre el cuidado de los espacios.

4. OBJETIVO GENERAL.

Desarrollar las capacidades expresivas, la sensibilidad y conciencia ambiental de las personas que viven en la Comunidad y Urbanización Valle Verde I, a través de una campaña de difusión de la renovación del parque “El Hoyo”.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Contextualizar teóricamente las estrategias artísticas que se implementarán en una campaña de difusión ambiental en la Comunidad y Urbanización Valle Verde I.
- Definir el contenido, método de trabajo y estrategia de implementación de la campaña de difusión ambiental.
- Evaluar los avances y resultados de las actividades planificadas tanto en el espacio físico del parque, así como también en los participantes.

6. FUNDAMENTACIÓN.

Las problemáticas medioambientales forman parte del diario vivir de las comunidades salvadoreñas, el ser humano depende del medio ambiente para satisfacer sus necesidades de supervivencia, pero cuando este se ve afectado, la calidad de vida de las personas también sufre variaciones que pueden llegar a deteriorar la salud de estas.

Es por ello que la educación ambiental forma una parte fundamental del correcto desarrollo de las comunidades. La educación ambiental les enseña a los individuos a sopesar los distintos lados de una problemática mediante el pensamiento crítico, y estimula sus propias habilidades para resolver problemas y tomar decisiones (EPA, 2022).

En el municipio de Apopa, alrededor de un 62% de la población se encuentra insatisfecha por la contaminación de la basura y un 60% por la contaminación de aguas. A pesar de que se cuenta con una cantidad considerable de contaminación en el municipio, las tres principales acciones que realizan los hogares de Apopa para ayudar a cuidar el ambiente en su municipio son: no arrojar basura a las calles, quebradas o ríos (85%), ahorrar agua (72%) y desconectar los aparatos electrónicos cuando no están en uso (64%) (USAID, 2022).

Es en este sentido, que la difusión de información se vuelve parte importante para la educación ambiental. Una estrategia de publicidad es un plan de acción diseñado para incentivar las ventas de determinados productos o servicios, captando nuevos clientes o invitando a los ya existentes a repetir (Ortiz, 2022). Bajo esa definición las estrategias publicitarias buscan comunicar e incentivar de forma efectiva a futuros clientes o impactar a los ya existentes siendo de esta forma, una herramienta importante para la comunicación. La American Marketing Association, define el Marketing Verde como “el desarrollo y el marketing de productos designados a

minimizar los efectos negativos en el ambiente físico, o bien a mejorar su calidad” y también destaca que son aquellos “esfuerzos de las organizaciones de producir, promover, empaquetar y reclamar productos en una forma sensitiva o responsiva a preocupaciones ecológicas” (Pérez, 2017).

Teniendo en cuenta la función de la publicidad y su beneficio para la realización de marketing verde, el diseño gráfico complementa de manera competente las ideas y propuestas generadas en una estrategia de marketing, permitiendo el uso de signos y símbolos que representen de mejor manera el mensaje a transmitir.

Se entiende al diseño gráfico como la acción de concebir, programar, proyectar y llevar a cabo comunicaciones visuales, producidas en general por los medios y destinadas a transmitir mensajes específicos a grupos determinados (Gómez & Villar, 2018, p 3). Es en este sentido que la utilización de las herramientas digitales y los procesos creativos que conlleva la realización de una campaña tienen grandes beneficios para la educación medioambiental.

Además de las artes digitales, las artes plásticas contribuyen grandemente en el desarrollo conductual de las personas. Podemos entender como arte a las producciones o expresiones mediante las cuales todo ser humano muestra a los demás, de manera simbólica o representativa, la percepción de su realidad externa, de su realidad interna y de sus propias vivencias como persona (Sánchez, 2017, p18).

Uno de los principales beneficios del arte como herramienta en la educación ambiental es que fomenta la construcción de comunidades vivas y cohesionadas implicadas en la construcción de su futuro, por lo que previenen posibles conflictos sociales y ambientales futuros (López, 2017).

Como propósito principal se quiere proporcionar un espacio adecuado a cierta población, donde, estos puedan desarrollar nuevos conocimientos sobre el ámbito digital, muralista y también poder ayudar a la ambientación recreativa y al medio ambiente, a la vez que se inculquen valores a la sociedad; dicho esto, se pretende crear un espacio donde los beneficiarios puedan sentirse cómodos en un ambiente seguro permitiendo a los participantes del curso que puedan explorar nuevas habilidades por medio de la concientización y el trabajo en equipo.

El proyecto pretende contribuir a mejorar el área donde la comunidad habita y volverla un espacio de recreación sano, donde niños, jóvenes y adultos puedan sumarse a esta causa y seguir llenando de vida los espacios que son usados como basureros, tiraderos de ropa, de desechos tóxicos o dañinos para el usuario. Por otra parte, siendo la comunidad parte del proceso fundador, es vital motivar su participación; pues esta iniciativa emerge como una opción recreativa, una terapia no invasiva para las personas que quieren hacer algo por su comunidad, a través de la renovación con su experiencia táctil y háptica permitiéndoles tener experiencias en un proceso de integración emocional y física.

Al finalizar el proyecto se busca obtener como beneficios el mejoramiento de la autoestima, la concientización de los adultos, jóvenes y niños, los cambios que ellos presentan se dan en todos los niveles, ya sea psicológicos o físicos, cambios en sus actitudes, veremos si los resultados son muy satisfactorios, creando un espacio lúdico y de sano esparcimiento.

7. DESCRIPCIÓN.

El tema está orientado en un tipo de investigación con enfoque exploratorio por el cual, mediante el desarrollo de contenido digital en redes sociales en una campaña de sensibilización ambiental, se quiere implementar la concientización del cuidado

de las áreas comunes de la comunidad, a la vez, dar seguimiento de cada cambio que se hará hasta la finalización de la remodelación del espacio, también sensibilizar a la población sobre el uso de los espacios recreativos y sus alrededores. Dentro del ámbito artístico se ha propuesto realizar un mural recreativo que será dirigido al concepto de la recreación, cuidado y concientización. El diseño gráfico en este campo juega un papel imprescindible, debe formar parte del cambio de esquemas, no solo en su discurso o en los materiales, sino desde la estrategia, el desarrollo y la investigación, conscientes de los impactos ambientales que ocasiona para la producción de éstos y los impactos que ocasionan después de ser desechados.

La relación entre una campaña ambiental y el Diseño Gráfico es muy fuerte, porque el diseño es la herramienta que le ayudará a transmitir el mensaje al público objetivo de una manera clara y efectiva, evitando dobles interpretaciones y confusiones. Algunas ventajas de seguir un marketing verde es un mayor control sobre los agentes contaminantes, una mayor concienciación con el medio ambiente supondrá una mejor imagen de la comunidad. El diseño es un factor muy favorable para un incremento de la innovación (Recio, 2022).

Se debe tener en cuenta, que es lo que se entiende como anuncios en redes sociales entre ellas, Facebook, Instagram, entre otros, en ellos se crean y optimizan campañas con el objetivo de generar más captar con Leads o conseguir nuevas visitas de segmentos específicos. Trabajar diariamente en la optimización de audiencia, anuncios, páginas de destino para conseguir una rentabilidad máxima. Para ello, en primer lugar, se analizan las redes sociales más idóneas, en este caso la utilización de la red social Facebook, investigando la aplicación de cada técnica y la estrategia más idónea y así poder llegar al objetivo estipulado

Habitantes de la comunidad Valle Verde I entre los que corresponden hombres y mujeres mayores de 18 años y niños y niñas de todas las edades. Principalmente las familias que conforman los tres pasajes "B" sur, "C" poniente y "E" sur, cercanos a la cancha "El Hoyo" y que integran el comité comunal a cargo de la restauración del espacio recreativo.

Un aproximado de 20 a 25 personas son las involucradas directas en el desarrollo de las actividades del proyecto, asimismo se contará con el apoyo de la organización USAID encargada de financiar los recursos materiales o recursos necesarios para realizar el trabajo de restauración en el área. Se pretende llevar a cabo la ejecución en un periodo de cuatro a seis semanas, comprendidas entre los meses de junio y julio del presente año.

Los beneficiarios de este proyecto serían los habitantes de la urbanización Valle Verde I del municipio de Apopa, San Salvador.

El proyecto está pensado para que se lleve a cabo en el presente año 2023, entre los meses de mayo a julio y se ejecutara en 4 grandes etapas: Gestión de recursos, campaña de difusión, diseño de muestra pictórica y evaluación de resultados.

8. PROPUESTA GENERAL DE EJECUCIÓN.

Al trabajar en la ***"Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque "El Hoyo" en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, Municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023"*** queremos apoyar mediante la concientización en redes sociales el cuidado de las áreas verdes comunes de cada zona en la comunidad o barrio, ayudando con mensajes de aprendizaje de ello, también dar seguimiento a la transformación de esta renovación mediante redes sociales utilizando recursos fotográficos,

comunicados, interactivos y artes digitales con el fin del curso que esta campaña va tomando. De igual manera el apoyo pictórico a realizar con estilo muralista en dicho parque con conceptualización ambientalista y así darle un mayor realce y vistosidad.

- Productos esperados.

En el presente proyecto se busca obtener que los habitantes de la comunidad se notifiquen de los cambios recreativos que se están dando a razón del incentivo de la directiva junto a la ONG USAID, mediante nuestra intervención en el área gráfica digital donde daremos a conocer cada actividad realizada específicamente en el Parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle verde I, Municipio de Apopa, Departamento de San Salvador, utilizando los recursos de las redes sociales donde al presentar nuestros productos digitales (post informativos) llegar a cada hogar y concientizar a la vez de lo importante que es la renovación, a la vez, concientizar el buen uso de los lugares en general. También con la edificación del mural, se piensa armonizar la zona de dicho parque y así tendrá un mayor aporte visual como parte de la recreación.

Dentro de la producción artística a realizarse en el proyecto de sensibilización ambiental, está la producción de material digital para la campaña de difusión de dicho proyecto. Esta producción estará dividida en:

- Sesión fotográfica
- Diseño de post informativos para redes sociales (Facebook)

Además de la producción digital, se realizarán cuatro intervenciones pictóricas en el área recreativa tales como:

- Mural en paredes aledañas
- Mural en cancha deportiva
- Mural sobre escaleras de acceso
- Diseño de distribución y decoración de llantas.

- Aportes originales del proyecto

Mediante la realización del proyecto se pretende ayudar a la ambientación recreativa y al medio ambiente, a la vez que se inculquen valores a la sociedad; dicho esto, se pretende crear un espacio donde los beneficiarios puedan sentirse cómodos en un ambiente seguro permitiendo a los participantes del proyecto que puedan explorar nuevas habilidades por medio de la concientización y el trabajo en equipo.

Esto emerge como una nueva opción, ya que es una terapia no invasiva para las personas que quieren hacer algo por su comunidad, a través de la renovación con su experiencia táctil y háptica permitiéndoles tener experiencias a través de ser quienes lograrán que todo sea posible, dando pauta a un proceso de integración emocional y física.

- Proceso de creación

Para el desarrollo del proyecto se tienen previstos tres fases principales

- Gestión de recursos: En esta se pretende gestionar la aprobación de propuestas pictóricas y la adquisición de los recursos para la realización de los murales propuestos.
- Campaña de difusión: Con la aprobación de línea grafica se comenzara la comunicación en redes de los procesos y el avance de la revitalización del parque, como también la distribución de información pertinente al cuidado del medio-ambiente y los espacios públicos.

- Ejecución de muestra pictórica: Con la aprobación de las propuestas pictóricas y la obtención de los materiales, se procederá a la realización de estas en los espacios asignados.

Dentro del medio de registro de la ejecución del proyecto se contará con fichas de registro fotográfico, esto con la finalidad de documentar de manera ordenada y practica la realización de toda la parte artística. También se llevará registro de los bocetos y propuestas digitales para las muestras pictóricas y la línea grafica para la comunicación en social media, ya que estas necesitan ser aprobadas para su correcta ejecución.

- Impacto.

El ejemplo a la concientización es un gran paso a lograr en este proyecto, ya que, dar a conocer la importancia de una renovación, de una reforestación, limpieza, organización y ambientación, podemos ayudar a que más comunidades se sumen a este tipo de proyectos y así poder lograr algo que llegue hasta cada rincón del país donde se comenzará a apreciar un cambio a bien para cada uno y sus alrededores.

- Creadores que participan en el proyecto.

En este apartado se tendrá el apoyo principalmente de 3 estudiantes de la Universidad Nacional de El Salvador, de la licenciatura en artes plásticas, Diseño gráfico, con la colaboración de los docentes pertinentes en la elaboración del Curso de gestión cultural, a la vez la colaboración de las entidades pertinentes de la comunidad los cuales son:

9. ACTIVIDADES Y TAREAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS.

Dentro del próximo cuadro se trata de presentar las etapas de la realización de todo el proyecto cultural y también las actividades que se realizarán dadas en una breve explicación donde se mostrarán posibles resultados que se necesiten obtener.

No.	Etapas	Actividades	Resultados esperados
1	GESTIÓN DE RECURSOS	-Gestionar proyecto de gestión cultural -Gestionar patrocinio con empresas de la comunidad	Aprobación de proyecto por parte de las entidades pertinentes etc.
2	CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	-Realizar artes para redes sociales -Difundir en las redes sociales material solicitado y referente a la campaña mostrada en el proyecto de gestión cultural. -Toma de fotografías y presentación del proceso del proyecto paso a paso	Se necesita que muchas personas se den cuenta del proyecto de renovación del área recreativa de la comunidad de igual forma que los habitantes sepan el proceso que se está realizando, esto será mediante fotografías. -Dar conciencia de lo importante que es cuidar las áreas recreativas y verdes.
3	DISEÑO DE MUESTRA PICTÓRICA	-Realizar mural(es) con conceptos referidos al cuidado del medio ambiente y la	-Incentivar a las personas que el arte también puede transmitir enseñanza y a la

		importancia de la recreación en una comunidad.	vez tenes un aporte re-creativo visual y armónico
4	EVALUACIÓN DE RESULTADOS	-Obtener una guía mediante evaluaciones de nuestros superiores en el curso -Entrega de resultados con los cooperantes mediante la presentación de cada ítem del proyecto	-Dar un aporte a la comunidad mediante nuestro proyecto -Obtener una calificación positiva para poder cursar satisfactoriamente el curso.

Figura 6: Tabla de etapas y resultados del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Al elaborar un proyecto de gestión cultural se necesita establecer los pasos necesarios durante el proceso, también puntualizar cada uno por su nombre, y es así, como también cada ítem tiene que ir mencionado por el o los responsables del mismo.

ACTIVIDADES	RESPONSABLES
Gestión de recursos -Gestionar proyecto de gestión cultural -Gestionar patrocinio con empresas de la comunidad	EQUIPO
Campaña de difusión -Diseño de contenido digital para redes sociales -Recursos digitales para utilizar en artes diversos. -Realizar difusión en redes sociales	EQUIPO
Diseño de Muestra pictórica muralista -Definir propuesta artística -definir lugar para su realización -Artistas a realizar la muestra	EQUIPO
Evaluación de los resultados -Monitoreo de cumplimiento de metas de la campaña -Elaboración de informe del proyecto -Informe final de evaluación	EQUIPO

Figura 7: Tabla de actividades. Fuente: Elaboración propia.

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

Al tener un cronograma de actividades se garantiza poder realizar cada una de las actividades con mayor eficacia y eficiencia donde es conllevada con una mejor formalidad y puntualidad, y así, tener el control de los tiempos para tener la entrega al tiempo estimado.

Cada actividad va señalada desde el mes de inicio y mes de finalización o entrega, a la vez, se muestra quienes serán los responsables de cada actividad.

Actividades /Semanas	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	Responsables
Realización de diagnóstico	■	■	■					EQUIPO
Visita al lugar		■	■	■	■	■		EQUIPO
Realización de protocolo de investigación		■	■	■				EQUIPO
Primeras intervenciones en el proyecto			■	■				EQUIPO
Entrega de protocolo de investigación			■					Maybelli Tatiana Morales
Implementación de campaña de difusión			■	■	■	■		EQUIPO
Intervenciones artísticas en el lugar					■	■	■	Equipo habitantes de la comunidad
Entrega de trabajo final módulo III				■				EQUIPO
Entrega de trabajo final de módulo IV					■			EQUIPO
Entrega de trabajo final de módulo V						■		EQUIPO
Entrega de informe final							■	EQUIPO
Presentación de resultados							■	EQUIPO

Figura 8: Cronograma de actividades. Fuente: Elaboración propia.

11. RECURSOS.

Al realizar el proyecto de apoyo para la renovación del parque, se utilizarán recursos básicos de la publicidad que no generen gastos tan excesivos, como aquellos destinados para la difusión:

- Redes sociales: Estas se necesitarán para colocar los artes digitales con la información recopilada y otorgada con la directiva y los entes involucrados en esta campaña para la difusión masiva de concientización de medio ambiente en general y para el espacio a trabajar en la comunidad, también para retroalimentar a los ciudadanos dentro y fuera de la comunidad con post con información lírica y gráfica (fotografía y video) de los cambios que se van viendo paso a paso de dicha renovación hasta su culminación.

- Arte pictórico (mural): Aquí se hará un presupuesto que sea efectivo tanto para economizar costos y a la vez tener artículos de calidad a ocupar para un mejor trabajo artístico. Al organizar todo recurso a utilizar el manejo de cada aspecto del trabajo se hará eficiente y a la vez con una buena y mejor calidad esperada.

En el próximo recuadro podremos saber los recursos a utilizar en el proyecto, los tipos de utilidades que necesitaremos, la descripción de cada ocupación de ellos y el costo que se necesita por cada recurso y el total en general del proyecto.

RECURSOS	TIPOS	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
HUMANOS	Comité comunal	Gerardo Barrios (Presidente)	Voluntarios
		Nolvia Rivas (Secretaria)	
		Alexis Hernández (Vocal)	
	Diseñadores gráficos	Maybelline Morales Ávila	Voluntarios
		Alonso Santamaria Acuña	
		Josseline Mejía García	
Beneficiarios	Habitantes de la comunidad Valle Verde I	Voluntarios	
MATERIALES	Gadgets	Computadores/Laptops	-\$8,500.00
		Cámara fotográfica	
		Tableta grafica	
		Memorias USB	
		Internet	
	Murales	Pinturas	\$500
		Pinceles	
		Brochas	
		Wiped	
		Tirro	
Transporte	Transporte de los facilitadores	\$200	
FINANCIEROS	USAID	Promotores	\$2,000.00
		TOTAL	\$11,200

Figura 9: Tabla de recursos y presupuesto. Fuente: Elaboración propia.

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

12. PRESUPUESTO.

Concepto	Cantidad	Costo	Total
Administración			
Internet	3	\$37	\$111
Luz	3	\$20	\$60
Operación			
Adobe Illustrator	3	\$21	\$63
Adobe Photoshop	3	\$21	\$63
Insumos			
Computadoras	3	\$900	\$2,700
Tableta gráfica	3	\$150	\$450
Cámara fotográfica	2	\$600	\$1,200
Memorias USB	3	\$20	\$60
Galones de pinturas (rojo, azul, amarillo, blanco)	12	\$20	\$240
Estuche de pinceles	10	\$5	\$50
Brochas	10	\$5	\$50
Wiped	10	\$1	\$10
Tirro	5	\$0.50	\$2.50
Total sin imprevistos			\$5,059.50
Imprevistos			
10%			\$505.95
Total			\$5,565.45

Figura 10. Presupuesto del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

13. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- EPA. (2022, November 4). *La importancia de la educación ambiental | US EPA*. Agencia de Protección Ambiental de Estados Unidos. Retrieved April 28, 2023, from <https://espanol.epa.gov/espanol/la-importancia-de-la-educacion-ambiental>
- Gómez, I., & Villar, M. (2018). Diseño gráfico e imagen pública, dos conceptos a debate. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, (23), 11. <https://www.redalyc.org/journal/4779/477954382029/477954382029.pdf>
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, López, M., Vega, M., & Loren, L. (2017, julio). *EL ARTE COMO HERRAMIENTA PARA LA EDUCACIÓN AMBIENTAL*. Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. Retrieved abril 15, 2023, from https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/articulos-de-opinion/2017-07-08-abril-vega-loren_tcm30-419306.pdf
- Ortiz, D. (2022, January 20). *Estrategias de publicidad: qué son, tipos y 10 ejemplos*. Cyberclick. Retrieved April 28, 2023, from <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-publicidad-que-son-tipos-y-ejemplos>

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

- Pérez, M. (2017, January 2). *Qué es el Green Marketing y ejemplos de cómo lo usan las marcas*. IEBS. Retrieved April 29, 2023, from <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-green-marketing-digital/>
- Portal de transparencia. (n.d.). *VI Censo de Población y Vivienda 2007*.
- Revista de Educación Social & Casacuberta, J. (n.d.). *Desarrollo cultural comunitario, presentación en sociedad*. Revista de Educación Social. Retrieved April 15, 2023, from <https://eduso.net/res/revista/7/enfoques/desarrollo-cultural-comunitario-presentacion-en-sociedad>
- Sánchez, H. (2017, diciembre 1). Arte, creatividad y desarrollo humano. *Tradición*, (17), 7. DOI: <https://doi.org/10.31381/tradicion.v0i17>
- Tavera, X. (2021, January 31). *Diseño y comunicación: formas de crear y recrear el lenguaje*. UNLA. Retrieved April 29, 2023, from <https://www.unla.mx/blogunla/disenio-y-comunicacion-formas-de-crear-y-recrear-el-lenguaje>
- USAID. (2023, Marzo). *Resultados de la Encuesta de calidad de vida 2022*. El Salvador cómo vamos. Retrieved April 10, 2023, from <https://escomovamos.org/wp-content/uploads/2023/03/Resultados-de-la-Encuesta-de-calidad-de-vida-2022--San-Salvador-1.pdf>

ANEXO 3. OFERTA TÉCNICA Y ECONOMICA.

Fecha de presentación: sábado 20 de mayo de 2023

Nombre de la Asistencia Técnica o Capacitación (Proyecto): Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de san salvador 2023.

I. IDENTIFICACIÓN

Maybelline Tatiana Morales Ávila ma15105
Alonso Ernesto Santamaria Acuña sa07033
Josseline Marisela Mejía García mg11064

II. OFERTA TÉCNICA

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

Comité Parque recreativo “El Hoyo”
Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)
Alcaldía de Apopa.

Descripción de la(s) Instituciones(es):

El comité parque recreativo El Hoyo está formado por personas pertenecientes a la comunidad conformada por los pasajes “C” poniente, “D” sur y “B” sur de la Urbanización Valle Verde I en Apopa. Está formado por Gerardo Barrios presidente del comité, Nolvía Rivas secretaria, Alexis Hernández vocal. Este comité surge tras la

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

necesidad de revitalizar el espacio recreativo y fomentar la convivencia en la comunidad. Además del comité, promotores de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y personal de la alcaldía municipal de Apopa trabajan en conjunto para la realización del proyecto.

Con el apoyo de las aportaciones artísticas ofrecidas por el grupo de facilitadores, se pretende mejorar la visibilidad del Parque “El Hoyo” y comunicar, mediante las piezas artísticas, la importancia del medio ambiente en el desarrollo cultural de las comunidades.

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo general de la asistencia técnica/capacitación

Desarrollar las capacidades expresivas, la sensibilidad y conciencia ambiental de las personas que viven en la Comunidad y Urbanización Valle Verde I, a través de la renovación del parque “El Hoyo”.

2.2 Objetivos específicos

- Contextualizar teóricamente las estrategias artísticas que se implementarán en una campaña de difusión ambiental en la Comunidad y Urbanización Valle Verde I.
- Definir el contenido, método de trabajo y estrategia de implementación de la campaña de difusión ambiental.
- Evaluar los avances y resultados de las actividades planificadas tanto en el espacio físico del parque, así como también en los participantes.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

Para el desarrollo del proyecto se pretende gestionar la aprobación de propuestas pictóricas y graficas como primera fase.

En la segunda fase luego de la aprobación de línea grafica se comenzará la comunicación en redes de los procesos y el avance de la revitalización del parque, como también la distribución de información pertinente al cuidado del medioambiente y los espacios públicos. La última fase se llevará a cabo con la ejecución de las muestras pictóricas en los espacios asignados y con la realización del informe final.

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

- a. Campaña de comunicación.
- b. 3 Murales.
- c. Mosaico de llantas.
- d. Documento de informe final.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

8 semanas a partir de la firma del contrato.

6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SEMANAS	HORAS TOTALES
-----------------------------	---------	---------------

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

	1	2	3	4	5	6	7	8	
Diseño de línea gráfica	5								5
Realización de post informativos		3	3	3	3	3	3	3	21
Toma de fotografías		3	3	3	3	3	3	3	21
Publicación de post		2	2	2	2	2	2	2	14
Diseño de murales		8	8						16
Preparación de la superficie					9		9		18
Elaboración de murales					9	9	9		27
Elaboración de informe								10	10
TOTALES	5	16	16	8	26	17	26	18	132

III. OFERTA ECONÓMICA

1. COSTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA O CAPACITACIÓN

Detalle	Dólares	%
Aporte institucional	\$2,376	90%
Impuesto	\$264	10%
Total	\$2,640	100%

2. DURACIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia tendrá una duración de 132 horas efectivas en un plazo no mayor a 8 semanas contabilizadas a partir de la firma del contrato.

3. PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACTIVIDADES

Campaña de difusión digital sobre sensibilización ambiental para la renovación del parque “El Hoyo” en la comunidad de la Urbanización Valle Verde I, municipio de Apopa, departamento de San Salvador 2023.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	No. DE HORAS CONSULTOR			COSTO
	Empresa	Oficina	Total	
Diseño de línea gráfica		5	5	\$100
Realización de post informativos		21	21	\$420
Toma de fotografías	21		21	\$420
Publicación de post		14	14	\$280
Diseño de murales		16	16	\$320
Preparación de la superficie	18		18	\$360
Elaboración de murales	27		27	\$540
Elaboración de informe		10	10	\$200
TOTAL	42	55	132	\$2,640

4. PERSONAL ASIGNADO

ACTIVIDAD	CONSULTOR ASIGNADO	FUNCIONES EN EL PROYECTO	HORAS CONSULTOR COMPROMETIDAS	COSTO
Diseño de línea gráfica	Alonso Santamaria	Consultor	5	\$100
Realización de post informativos	Alonso Santamaria	Consultor	21	\$420
Toma de fotografías	Josseline Mejía	Consultor	21	\$420
Publicación de post	Josseline Mejía	Consultor	14	\$280
Diseño de murales	Maybelline Morales	Consultor	16	\$320
Preparación de la superficie			18	\$360
Elaboración de murales	Alonso Santamaria		27	\$540
Elaboración de informe	Josseline Mejía		10	\$200
Total			132	\$2,640

Nombres de ofertantes.

Maybelline Tatiana Morales Ávila
Estudiante

Alonso Ernesto Santamaria Acuña
Estudiante

Josseline Marisela Mejía García
Estudiante

HOJA DE VIDA

Maybelline Tatiana Morales Ávila.



Hola soy Maybelline soy Egresada de la Universidad de El Salvador, Facultad de Ciencias y Humanidades de la Escuela de Artes, en la Opción de Diseño Gráfico.

Soy una persona dinámica, alegre, trabajadora, servicial, y sociable. Me gustan mucho los animales, me encanta dibujar y pintar, me gusta mucho la técnica de puntillismo y usar líneas muchas al dibujar, soy muy creativa con las cosas que podemos hacer a mano, la verdad soy más del trabajo manual que digital, pero disfruto de hacer ambos.

Estudios: Estudie el nivel de básica en el Centro Escolar Miguel Pinto.

El nivel de bachillerato en el Instituto Nacional Albert Camus.

Actualmente Egresada de la Universidad de El Salvador en la Licenciatura de Artes Plásticas opción Diseño Gráfico.

HOJA DE VIDA

Alonso Ernesto Santamaria Acuña.



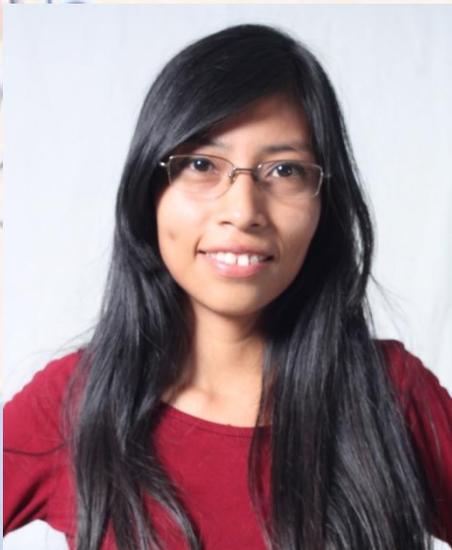
Profesional en el mundo de las artes plásticas con especialización en el área gráfica, una experiencia de 6 años en el ámbito laboral, con una trayectoria que me ha llevado a elaborar y rediseñar marcas, newsletters, cartelería y landing pages para artistas, asociaciones y PYMES dentro de toda la región salvadoreña.

La satisfacción y fidelidad de mis anteriores clientes avalan mi trayectoria desarrollada en diferentes agencias de marketing y diseño como freelances.

Dentro de mis habilidades puedo destacar el uso de diferentes herramientas de software para la elaboración de distintos tipos de trabajos gráficos a utilizar tales como:

HOJA DE VIDA

Josseline Marisela Mejía García.



Egresada de la Licenciatura de Artes Plásticas opción Diseño Gráfico de la Universidad de El Salvador y con Certificación Internacional de Adobe en Edición de Video. Con 5 años de experiencia en el área de la publicidad y redes sociales.

He trabajado con diferentes empresas del área de publicidad, outsourcing y restaurantes. Actualmente trabajo como diseñadora gráfica para contenido de Social Media y Branding en la agencia 503Media.

Entre las habilidades adquiridas a destacar se encuentran: Manejo de programas de la Suite Adobe tales como Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe After Effects y Adobe Premier Pro.

ANEXO 4. EVIDENCIA DEL PROCESO DE TRABAJO.



Ilustración 1: Pintando el primer bloque de las escaleras



Ilustración 2: Proceso de pintado con el diseño.



Ilustración 3: Jornada del primer día.

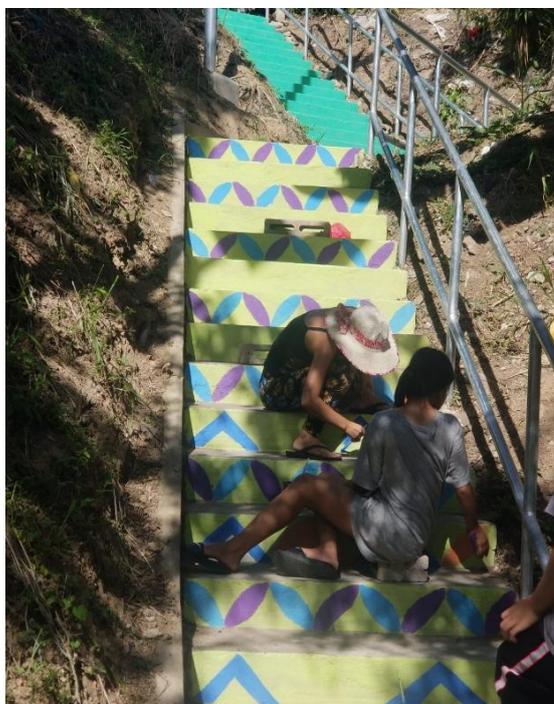


Ilustración 4: Intervención de los habitantes.

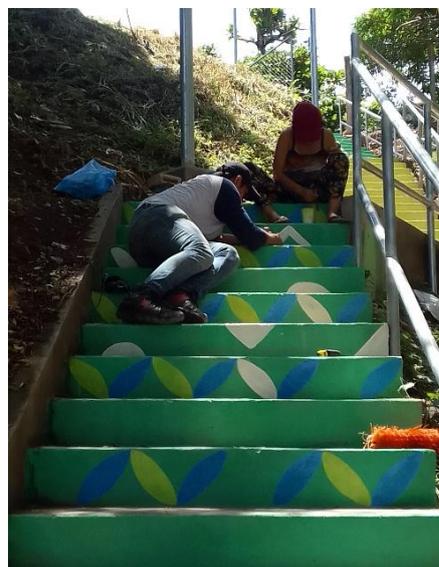


Ilustración 5: Continuación de la jornada de trabajo.



Ilustración 6: Finalización de los 2 primeros bloques con su respectivo diseño.

TRIBUNAL EVALUADOR

Maestro. José Orlando Ángel Estrada _____

Maestro. Carlos Alberto Quijada Fuentes _____

Maestra. Mtra. Xenia María Pérez Oliva _____