

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



**TÍTULO:**

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE  
HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN  
SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

**PRESENTADO POR:**  
MIRNA STEFANI AVILES MARTINEZ  
VANESSA ABIGAIL ESCOBAR LANDAVERDE  
ANDREA MARISOL MOLINA QUINTANILLA

**CARNET:**  
(AM11114)  
(EL14010)  
(MQ15009)

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACION  
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ARTES PLÁSTICAS,  
OPCIÓN DISEÑO GRÁFICO.**

**MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA  
DOCENTE ASESORA**

**LICENCIADO MIGUEL ÁNGEL MIRA MIRA  
COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR, SAN  
SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMERICA, SEPTIEMBRE DEL 2023**

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.**

**RECTOR**

Ingeniero Juan Rosa Quintanilla Quintanilla

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

Doctora Evelyn Beatriz Farfán

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

Maestro Róger Armando Arias Alvarado

**SECRETARIO GENERAL**

Licenciado Pedro Rosalío Escobar Castaneda

**DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS**

Licenciada Ana Ruth Avelar

**FISCAL GENERAL**

Licenciado Carlos Amílcar Serrano Rivera

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

**DECANO**

Maestro Julio César Grande Rivera

**VICE DECANA**

Maestra María Blas Cruz Jurado

**SECRETARIO**

Maestra Natividad Teshé Padilla

**DIRECTORA ESCUELA DE POSGRADO**

Maestra Sandra Lorena Benavidez de Serrano

**AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES**

**DIRECTOR ESCUELA DE ARTES**

Licenciado Miguel Ángel Mira Mira

**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

Licenciado Miguel Ángel Mira Mira

**DOCENTE DIRECTORA**

Maestra Xenia María Pérez Oliva

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos profundamente a nuestra alma máter y a cada docente que nos acompañó en nuestro proceso de graduación y en nuestra formación académica. También agradecer a Yanci de Durán y a los apicultores asociados pues sin su confianza y apoyo no hubiéramos considerado introducirnos en una temática tan poco explorada como lo es la apicultura en El Salvador.

¡Gracias Dios! Que me permites llegar a este momento de culminar mis estudios, a mi familia y amigos, por el apoyo que me han brindado durante este tiempo.

De igual manera ¡gracias! Vanne y Andy, de verdad que no pude tener a unas maravillosas amigas y compañeras para compartir esta aventura.

Se que a sido un camino largo, de altas y bajas, pero en medio de todo ello, me llevo muchas cosas bonitas de este paso por la universidad. Solo me resta agradecer y disfrutar de los frutos obtenidos en el proceso y poder decir: ¡LO LOGRE!

Stefani Avilés

Me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento a todos aquellos que contribuyeron de manera invaluable en la realización de este proyecto. Desde mi familia, amigos, docentes, compañeras de proceso de grado y equipo de The Bee House. Su apoyo, orientación, esfuerzo y dedicación han sido fundamentales para alcanzar este logro. Dios guarde y bendiga a cada uno de los que formaron parte y que con su granito de arena aportaron a mi vida y mi formación profesional.

Vanessa Escobar

Agradezco principalmente a Dios por permitirme culminar mis estudios, por darme la fuerza, salud y la energía para superar cada prueba de mi etapa académica. Dedicó este logro a mis padres, quienes han sido el apoyo incondicional de mi vida, por guiarme y enseñarme a crecer personal y profesionalmente, además de valorar cada sacrificio realizado, a mis hermanos y hermanas por brindarme ánimos a lo largo del camino especialmente a mi hermanita y angelito Fátimita que siempre estuvo para mí y quien en vida me enseñó con amor y me sigue enseñando a pesar de su ausencia a ser fuerte y no darme por vencida en los momentos más difíciles y a aprender a dar lo mejor de mí para lograr cada meta y objetivo que me proponga y a mis compañeras por su apoyo y comprensión a lo largo del desarrollo del proyecto que me han enseñado lo que es un buen trabajo en equipo y el valor de la amistad.

Andrea Molina

# ÍNDICE

<b>RESUMEN.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO.....</b>	<b>3</b>
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	3
1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES .....	6
<b>II. OBJETIVOS.....</b>	<b>11</b>
2.1 GENERAL.....	11
2.2 ESPECÍFICOS.....	11
<b>III. CONTENIDO GENERAL.....</b>	<b>12</b>
3.1 FUNDAMENTACIÓN .....	12
3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL.....	24
<b>IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>26</b>
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS .....	26
4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.....	41
<b>V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.....</b>	<b>47</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>52</b>
<b>FUENTES BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>56</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>58</b>
• Anexo 1. Diagnóstico.....	58
• Anexo 2. Protocolo.....	70
• Anexo 3. Oferta técnica y económica.....	86
• Anexo 4. Evidencia fotográfica.....	92

## ÍNDICE DE FIGURAS

### Tablas

Contenido	Número
Tabla 1: Necesidades o problemas, Fuente: Elaboración Propia	7
Tabla 2: Etapas, Fuente: Elaboración Propia	28
Tabla 3: Cronograma de actividades, Fuente: Elaboración Propia	38

### Imágenes

Imagen 1: Guadalupe, San Vicente, Fuente: Vanessa Escobar, 2023.	18
Imagen 2: Guadalupe, San Vicente, Fuente: Vanessa Escobar, 2023.	18
Imagen 3: Mapa San Salvador, Fuente: Google maps	19
Imagen 4: Screenshot de primera reunión, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.	28
Imagen 5: Screenshot de segunda reunión, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.	29
Imagen 6: Alza con crías, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Vicente.	30
Imagen 7: Alimentación de colmena con charamusca de agua azucarada, Fuente: Andrea Molina, 2023, San Vicente.	30
Imagen 8: Crías de abeja obrera, Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Vicente.	31
Imagen 9: Screenshot de la red social Instagram, Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador	32
Imagen 10: Screenshot de la red social Tik Tok, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.	32
Imagen 11: Screenshot de la red social Facebook, Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.	33
Imagen 12: Screenshot de la primera capacitación, Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.	34
Imagen 13: Screenshot de la segunda capacitación, Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.	35
Imagen 14: Screenshot de la tercera capacitación, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.	35
Imagen 15: Screenshot de métrica de la red social Instagram, Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.	36

Imagen 16: Screenshot de métrica de la red social Facebook, Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.	36
Imagen 17: Screenshot de métrica de la red social Tik Tok, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.	37
Imagen 18: Screenshot de métrica de la red social Tik Tok, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.	43
Imagen 19: Screenshot de métrica de la red social Tik Tok, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.	44
Imagen 20: Screenshot de métrica de la red social Tik Tok, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.	44
Imagen 21 y 22: Screenshot de métrica de la red social Instagram, Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.	45
Imagen 23: Screenshot de métrica de la red social Instagram, Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.	46
Imagen 24: Screenshot de métrica de la red social Facebook, Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.	46
Imagen 25: Screenshot de métrica de la red social Facebook, Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.	47

## Diagramas

Diagrama 1. Clasificación de las actividades productivas de la economía naranja, Fuente: Elaborado a partir de taxonomía de Indicadores en Industrias Culturales y Creativas de UNESCO, Modelo de Reino Unido y Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) Rev. 4, 2018.	16
--	----

## RESUMEN

El informe de resultados del proyecto de Gestión de Marketing Digital para "The Bee House" y apicultores asociados en San Salvador, abarca la implementación de estrategias de marketing digital para promover la miel de abeja artesanal. Entre mayo y julio de 2023, se ejecutó un plan centrado en redes sociales para difundir la marca y productos. El objetivo principal fue apoyar a los productores artesanales, destacando la calidad y la tradición familiar en la producción de miel. Además, se buscó visibilizar el trabajo de los apicultores en Guadalupe, San Vicente, a través de The Bee House, beneficiando directamente a estos productores. El proceso incluyó la visita a apiarios, entrevistas y la creación de una estrategia de intervención, seguida de un plan de marketing digital implementado con capacitación y contenido visual en redes sociales. El proyecto también promovió la conciencia ambiental, destacando el impacto positivo de los emprendimientos apícolas mediante campañas verdes. En conclusión, el proyecto contribuyó al posicionamiento de "The Bee House" y los productos artesanales, mientras sensibilizaba sobre la importancia de la protección del medio ambiente y el desarrollo de la industria artesanal.

**Palabras claves:** apicultores, miel, abeja, estrategias, plan, emprendimiento.



## **ABSTRACT**

The Digital Marketing Management project report for "The Bee House" and associated beekeepers in San Salvador encompasses the implementation of digital marketing strategies to promote artisanal bee honey. Between May and July 2023, a social media-focused plan was executed to disseminate the brand and products. The main objective was to support artisanal producers, emphasizing the quality and family tradition in honey production. Additionally, the aim was to showcase the work of beekeepers in Guadalupe, San Vicente, through The Bee House, directly benefiting these producers. The process included visits to apiaries, interviews, and the creation of an intervention strategy, followed by a digital marketing plan implemented with training and visual content on social media. The project also promoted environmental awareness, highlighting the positive impact of apiary ventures through green campaigns. In conclusion, the project contributed to the positioning of "The Bee House" and artisanal products while raising awareness about the importance of environmental protection and the development of the artisanal industry.

**Key Words:** beekeepers, honey, bee, strategies, plan, entrepreneurship.

## INTRODUCCIÓN

La gestión de Marketing digital es fundamental para cualquier negocio en la actualidad, y el sector de la apicultura y la miel de abeja no es la excepción. Como bien se sabe, la miel de abeja es un producto natural y saludable que tiene una gran demanda en el mercado, pero para llegar a los consumidores en esta era moderna del internet es necesario implementar estrategias de marketing digital efectivas.

Es por ello, que la gestión de marketing digital para la marca The Bee House es una estrategia clave para promocionar y vender miel de abeja artesanal siendo este un producto natural y saludable. En la actualidad, el marketing digital se ha convertido en una herramienta fundamental para llegar a un público más amplio y diverso, y para aumentar la visibilidad y el reconocimiento de la marca. pero es importante también tener en cuenta que dicha gestión de marketing digital no solo se trata de promocionar el producto, sino de crear una relación con el consumidor y generar confianza en la marca. Por lo tanto, es fundamental conocer las necesidades y preferencias de los consumidores para poder ofrecerles un producto que satisfaga sus expectativas. siendo todo ello algo esencial para el éxito de dicho negocio que desea llegar a un público más amplio y generar ventas a través de medios digitales.

En este sentido, la gestión de marketing digital para la marca implica la implementación de diversas estrategias y técnicas, como la creación de contenido relevante y de calidad, además de implementar el visto bueno de promover campañas verdes ya que la marca está ligada al cuidado del medio ambiente y las abejas, la optimización de contenido para las redes sociales, entre otras.

En este proyecto, es importante tener en cuenta que la miel de abeja es un producto que se caracteriza por sus propiedades nutricionales y medicinales, en la actualidad, la demanda de este producto ha aumentado significativamente debido a la creciente preocupación por la salud y el bienestar, lo que ha generado una gran oportunidad de emprendimiento, por ende la gestión de marketing digital debe enfocarse en destacar estos beneficios y de mostrarle al público sobre las diferentes variedades y usos de la miel de abeja.

Por otra parte, la producción de miel de abeja conserva su proceso de producción artesanal, respetuoso del medio ambiente, por lo que vale la pena promover su valor cultural. En definitiva, la gestión de marketing digital para The Bee House es tener una estrategia clave para poder posicionar la marca en un mercado más amplio.

Este informe de resultados del proyecto Gestión de marketing digital para la producción y comercialización de miel de abeja artesanal “The Bee House” y apicultores asociados en el departamento de San Salvador, presenta los principales resultados alcanzados con la intervención del grupo gestor, aplicando estrategias de marketing digital a un emprendimiento de productos artesanales de miel de abeja, con la intención de brindarle un apoyo para difundir y posicionar su marca haciendo uso de un plan de marketing digital en redes sociales y capacitándoles para hacer uso de esta herramienta en la promoción de sus negocios.

Para ello, se presentan seis apartados clave: contexto general, objetivos, contenido general, ejecución del proyecto, conclusiones y recomendaciones. Al final, se agrega la bibliografía consultada y los anexos con documentación complementaria que respalda el proceso desarrollado.

## I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO

### 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Como bien se conoce, la miel de abeja, la cera y sus productos derivados, tales como velas y productos alimenticios, tienen valor cultural y pueden ser usados en rituales para nacimientos, casamientos, funerales y ceremonias religiosas; considerando además que su producción y elaboración se realizan de forma artesanal por generaciones.

El proyecto de gestión de marketing digital para producción y comercialización que se presenta en este documento, consiste en la creación de un plan estratégico de marketing digital para el emprendimiento dedicado a la distribución y producción de miel de abeja artesanal “THE BEE HOUSE” y apicultores asociados, ubicado en el departamento de San Salvador. Este emprendimiento se dedica a crear fuentes de ingreso y sostenibilidad para los apicultores y el medio ambiente, requiriendo por ello del apoyo técnico y especializado en la creación de contenido digital para difundir y posicionar su empresa.

Para la elaboración de este plan, se establecieron objetivos, estrategias y acciones publicitarias específicas que se implementaron en un periodo determinado de 3 meses entre mayo y julio de 2023; utilizando los conocimientos y herramientas de marketing digital y publicidad aprendidos a lo largo de la carrera de diseño gráfico del equipo gestor. Se programaron reuniones con la encargada del emprendimiento para lograr establecer, la imagen que se quiere proyectar al público y los objetivos deseados a corto y largo plazo para el negocio, por medio de la elaboración y presentación de propuestas gráficas para la marca.

Posteriormente, se realizó un calendario de actividades que pretendió desarrollar todas las publicaciones establecidas llevando consigo un mayor orden, de qué y cómo realizarlas y así poder ver el progreso no sólo de la marca sino también del producto y sus ventas.

Por medio del diseño gráfico y de las herramientas de Adobe Photoshop e Illustrator; se hizo uso inteligente de los textos, las imágenes y los videos con el fin de transmitir un impacto visual atractivo a través de la creación de cuentas de Instagram, TikTok y Facebook, mostrando contenido acerca de la producción del producto y campañas verdes.

Con esta iniciativa, se consideró educar acerca de la importancia cultural que tiene la apicultura en El Salvador, así como sobre el cuidado y protección de las abejas en los procesos de producción de miel; ya que la marca se caracteriza por ser eco friendly, por su responsabilidad, cuidado del medio ambiente y de la especie.

También, se brindó total transparencia y confianza por medio de redes sociales, donde tuvieron acceso a información sobre el proceso de elaboración del producto, desde su recolección hasta su empaque y distribución, demostrando de esa forma, que se adquiere un producto completamente artesanal y con alto valor nutritivo.

Con la implementación de estas estrategias, se logró tener un mayor alcance de ventas para la marca, beneficiando a The Bee House, tanto a nivel interno como externo, favoreciendo el trabajo de los apicultores y brindándoles una mayor visualización y relevancia entre la población. Esto permitirá tener un mejor conocimiento de su trabajo, de la producción de miel artesanal y asegurará así que el emprendimiento crezca de manera positiva, inteligente y duradera. Por consiguiente, servirá para alcanzar el objetivo principal de la marca.

Por otra parte, gracias a la participación del equipo gestor como diseñadores gráficos, se logró mejor orientación al personal asignado sobre estrategias publicitarias, sentando bases para que pueda darse continuidad a este proyecto en un futuro. De continuarse, se logrará que la marca pueda posicionarse de una mejor manera promoviendo las campañas verdes de concientización sobre el cuidado de las abejas y el medio ambiente a través de la creación de redes sociales de la marca.

Para desarrollar el proyecto se establecieron seis etapas, ayudando a una mejor organización del tiempo en que se trabajó; a continuación, el detalle:

- **Fase de Acercamiento**, que implicó comunicación directa con la encargada del emprendimiento The Bee House, para conocer de mejor manera el negocio y el producto, la marca y coordinar el desarrollo del proyecto en sí. Igualmente se organizaron otros aspectos de orden operativo.
- **Fase de Recopilación** de información, donde se definieron los puntos claves para crear las estrategias de marketing digital adecuadas para la marca. Esta fase incluyó propuestas preliminares, revisiones, selección y aprobación de las mismas.
- **Fase de Creación** de redes sociales, en esta etapa se orientó al responsable de The Bee House, de cómo crear las cuentas de redes sociales, el funcionamiento de estas para su emprendimiento, el tipo de contenido a usar, su publicación, entre otros de interés.
- **Fase de Capacitación**: esta fase permitió la preparación de la encargada del emprendimiento para la creación de contenido, se capacitó en aspectos básicos de las estrategias de marketing digital y las funciones que estas tienen considerando la marca y la red social utilizada.

- **Fase de resultados:** para llevar a cabo esta etapa, se validarán los resultados por medio de la verificación de la métrica de las redes sociales para ver su movimiento y reacción ante el contenido y la constatación del cumplimiento del plan de marketing digital para ver la efectividad e impacto que genera el emprendimiento en el público.
- **Informe final:** Luego de realizar todas las etapas, se concluyó con la elaboración de un informe, presentando resultados y conclusiones del proyecto en general.

## 1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES

### 1.2.1 Problemática.

Con base al diagnóstico realizado sobre la producción de miel en El salvador, específicamente en relación a los negocios artesanales; se identifica que los problemas principales a afrontar son:

Necesidad o Problema	Causa del problema	Prioridad del problema
Poco consumo de miel de abeja artesanal.	Las personas no están acostumbradas a incluir en su dieta diaria este tipo de producto o suelen consumir otros productos importados e industrializados.	Hacer campañas publicitarias para dar a conocer el producto y la importancia de consumir productos locales.  Difundir información sobre su alto nivel nutricional y los beneficios que tiene para la salud de quien lo consume.
Existe un limitado conocimiento del trabajo de los apicultores en el país.	No hay registro formal del proceso de recolección y producción de miel de abeja, factor indispensable para poder mostrar al público consumidor el papel importante que estas	A través de infografías digitales mostrar de manera visual, eficaz y atractiva el proceso de elaboración y recolección de la miel de abeja que ofrece la marca de The Bee House.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

	personas que realizan y donde se muestre una total transparencia al ofrecer un producto de calidad.	Enriquecer el valor del trabajo que realizan los apicultores.
La marca no tiene difusión en redes sociales para una expansión de comercialización del producto.	Carente manejo de las redes sociales que impiden tener un marketing digital óptimo para la marca.	Crear las redes sociales de la marca. Dar capacitación acerca del uso adecuado de las redes sociales y del tema Marketing digital. Establecer un plan de estrategias para un buen desarrollo de Marketing digital.
Se tiene un bajo índice en la promoción de campañas verdes a nivel de la apicultura.	No hay una conciencia real de cómo cuidar el medio ambiente y de las abejas en nuestro entorno.	The Bee House quiere promover el reciclaje por medio de comprar un bote de vidrio con miel de abeja para luego en futuras compras el cliente pueda refilar el producto, reduciendo así el uso de plásticos. Por medio de infografías de campañas verdes dar a conocer cómo cuidar del medio ambiente y las abejas.

**Tabla 1: Necesidades o problemas, Fuente: Elaboración Propia**

La carencia de tácticas que ponen en marcha el posicionamiento de emprendimientos dedicados a la comercialización de productos artesanales, en este caso la miel de abeja que comercializa la marca The Bee House; el poco consumo de este producto por parte del público y el desconocimiento de sus beneficios son los elementos fundamentales a considerar prioridad en este proyecto.



El trabajo de producción artesanal que realizan los apicultores para obtener la miel de abeja y la calidad de esta, hace que sea posible la implementación de proyectos donde se utilicen estrategias publicitarias y el uso idóneo de las redes sociales para lograr más posicionamiento de la marca y tener mayor alcance en el mercado.

La generación de prácticas de gestión publicitaria en redes sociales dirigido a producciones locales artesanales es una estrategia idónea para promover espacios para la concientización de campañas verdes que, del mismo modo es beneficioso para este tipo de emprendimientos y para la comunidad.

Una vez identificados los puntos deficientes y poniendo en marcha las estrategias se pretendió lograr con la estrategia de solución:

- Aportar los conocimientos sobre marketing digital a la marca The Bee House, para ayudar a potenciar y expandir su producto en un mercado más grande.
- Gestionar el uso y creación de redes sociales que sean idóneos y beneficiosos para ayudar a que la imagen de la marca tenga más alcance.
- Realizar capacitaciones para los integrantes que forman parte del emprendimiento con el fin de que conozcan las diferentes herramientas y estrategias que ayuden al crecimiento de la marca.

Para el desarrollo de dicho proyecto se previó la ejecución de seis fases, siendo 3 de ellas de mayor aporte significativo y relevancia al aporte que tendrá al proyecto como tal, mostrando a continuación una breve descripción de qué se hizo en cada área:

- a) Recopilación: reconocimiento de la zona donde se trabaja la apicultura, revisión de documentación, registro de fotografías y videos, al mismo tiempo conocimiento de quiénes y cómo realizan el trabajo apicultor.

- b) Capacitación: facilitación de capacitaciones sobre contenido de marketing digital con la encargada del negocio, donde también se pudo conocer cómo se realiza el contenido educativo, videos y toma de fotografías para redes sociales.
- c) Resultados: verificación de métricas de redes sociales para hacer una valoración de si el plan de marketing ha tenido un buen uso; para al final elaborar un informe general del proyecto.

### 1.2.2 Antecedentes.

The Bee House, es un emprendimiento creado por Judith de Durán quien para el año 2020 y pese a las necesidades que genera la pandemia del COVID-19, decide comenzar a comercializar miel de abeja artesanal en el área de Soyapango. Trabaja en conjunto con dos apicultores independientes de la zona de Guadalupe, San Vicente, ellos son los encargados de la producción y recolección de miel, así como también del cuidado y reproducción de las abejas. Gracias a este proceso de recolección de miel que realizan sus proveedores se ha podido obtener un producto de calidad, 100% natural y elaborado por manos salvadoreñas. Hoy en día la marca pretende expandirse con la distribución de su producto a la zona de San Salvador y así poder llevar a la mesa de más salvadoreños una miel rica y nutritiva para la salud.

En cuanto a la apicultura, esta es una actividad que puede incluirse dentro del concepto de micro emprendimiento. Los productos de la abeja tienen un alto valor nutritivo, estas características hacen que los productos apícolas artesanales sean atractivos para el campo nutricional.

De acuerdo a las ventas que presenta el emprendimiento de miel de abeja a nivel artesanal en El Salvador y que está relacionado al poco reconocimiento que generan los productos tradicionales, es determinante la implementación de este proyecto de emprendedurismo llamado "The Bee House" y al hecho de reconocer a los apicultores con los que trabaja dicha marca.

Por dichas razones con el presente proyecto se quiere generar estrategias de marketing digital para obtener niveles de alcance y comercialización entre la población y obtener ingresos sostenibles; a su vez, potencializar y conocer la importancia que tiene la miel de abeja y el trabajo de producción de los apicultores.

Al comunicar y educar sobre el producto y sus procesos de elaboración los principales beneficiarios serían los involucrados en el emprendimiento, ya que podrán tener un mayor alcance de visualización y ventas, posicionándose en el mercado artesanal. También, están beneficiándose los clientes al adquirirla ya que su consumo al ser un producto cien por ciento natural tiene muchos aportes en la salud. Esto generará en el consumidor confianza y un impacto social sobre la importancia de consumir productos artesanales, con ello también generamos conciencia a las personas sobre el cuidado del medio ambiente y de las abejas a través de campañas verdes.

Desde un punto de vista social, este proyecto puede ayudar a otros emprendimientos que comercializan productos artesanales, que puedan ser orientados y que conozcan sobre cómo implementar estrategias de marketing digital para promover y posicionar sus negocios.

También, no puede dejarse de lado la importancia del impacto medioambiental que estos emprendimientos pueden promover por medio de campañas verdes de educación, concientización o difusión de la producción apícola.

## II. OBJETIVOS.

### 2.1 GENERAL

Promover la producción, consumo y comercialización de la miel de abeja artesanal, por medio del uso correcto de redes sociales estableciendo estrategias de marketing digital.

### 2.2 ESPECÍFICOS

- Identificar las necesidades de estrategias publicitarias de la producción artesanal de miel de abeja de The Bee House, para contextualizar y crear una propuesta de difusión idónea.
- Registrar a través de infografías información el trabajo de los apicultores sobre la elaboración y recolección de la miel de abeja.
- Diseñar infografías con información acerca de los beneficios de salud y nutrición del consumo de productos artesanales y locales de la miel de abeja, así como otros materiales de difusión para redes sociales con énfasis en las campañas verdes.
- Orientar al personal de “The Bee House” sobre el uso correcto del manejo de redes sociales y de estrategias publicitarias que les ayudarán a dar continuidad a su plan de marketing digital.
- Evaluar el proceso de difusión de redes sociales y su impacto para ajustar la planificación y valorar los resultados obtenidos.

### III. CONTENIDO GENERAL

#### 3.1 FUNDAMENTACIÓN

Según el documento de "Conceptos de Fundamentación - Ciencia cognitiva - Scribd", fundamento es el principio o cimiento sobre el que se apoya y se desarrolla una cosa. Puede tratarse de la base literal y material de una construcción o del sustento simbólico de algo.

Fundamentar un proyecto es necesario para evidenciar su pertinencia y dar soporte a sus propósitos y métodos. De este modo la fundamentación no puede eludir aspectos que van más allá de la técnica (Manual de Proyectos 2015, p,2).

El autor E. Garzón Valdés considera que fundamentar es dar argumentos que dan cuenta de la motivación y en general de las circunstancias que rodean una acción o investigación.

La importancia de fundamentar se articula al problema de la definición clara de nuestro objeto de estudio. Así como fundamentar es importante, hoy conocer el concepto de apicultura y su ambiente es un ejercicio indispensable para conocer diversos términos como, "apiario", "tipos de abejas", "alveolo", "miel cristalizada", "polinización" etc.

Por lo que fundamentación se puede comprender como un conjunto de herramientas y acciones de indagación que alimentan y respaldan un proyecto u objeto de estudio.

#### **Economía naranja.**

Según CONAMYPE (Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa), el concepto de economía naranja hace referencia al conjunto de actividades que, de manera encadenada, permiten que las ideas se transformen en bienes y

servicios culturales cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

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 políticas 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, televisión, 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.

De acuerdo con el informe del BID, en América Latina los ingresos generados por las industrias creativas alcanzaron los 124.000 millones de dólares en 2013, mientras que en 2015 la economía naranja generó 1,9 millones de puestos de trabajos para nuestra región.

Actualmente en El Salvador existen empresas en el campo de las industrias creativas que comprenden edición, música, medios audiovisuales, correo electrónico, videojuegos, internet y otras, en su mayoría, estas son MYPE y personas emprendedoras (Gobierno del presidente Nayib Bukele).

### **Economía naranja: Industrias culturales y creativas.**

Para la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (2010), cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social, englobando, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones. El concepto de cultura está íntimamente relacionado con la economía, en la medida que las sociedades expresan su cultura a través de la producción de bienes y servicios culturales para su comercialización (OEI (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura) & CEPAL (Comisión Económica para América Latina) (2014).

Desde este punto de vista, conceptualmente, la producción industrial es contraria a la producción artesanal, debido a que la producción artesanal se caracteriza por la atracción de bajos insumos de inversión, ausencia de división del trabajo y porque la producción resultante ha sido a pequeña escala, sin utilizar maquinaria de producción en masa.

El uso del término de Industrias Culturales se remonta al período post Segunda Guerra Mundial y surge como una crítica radical a la forma de comercialización de diferentes bienes y actividades de entretenimiento de masas.

No debe entenderse como el proceso de comercialización de bienes culturales, debido a que las características básicas de industrialización en el área cultural, señalan que las actividades que no son reproducibles para comercializarse a gran escala pertenecen a la categoría de servicios culturales, como una producción artesanal. (Diversificación productiva en El Salvador desde el enfoque de la economía naranja periodo 2005 -2018, 2019, p,32).

## Clasificación de las actividades productivas de la Economía Naranja

Para autores como Restrepo y Márquez (2013), la Economía Naranja es uno de los grandes beneficiarios del desarrollo de las TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones); donde las oportunidades se presentan como una cuarta oleada de la revolución industrial, es decir, a través de la revolución digital.

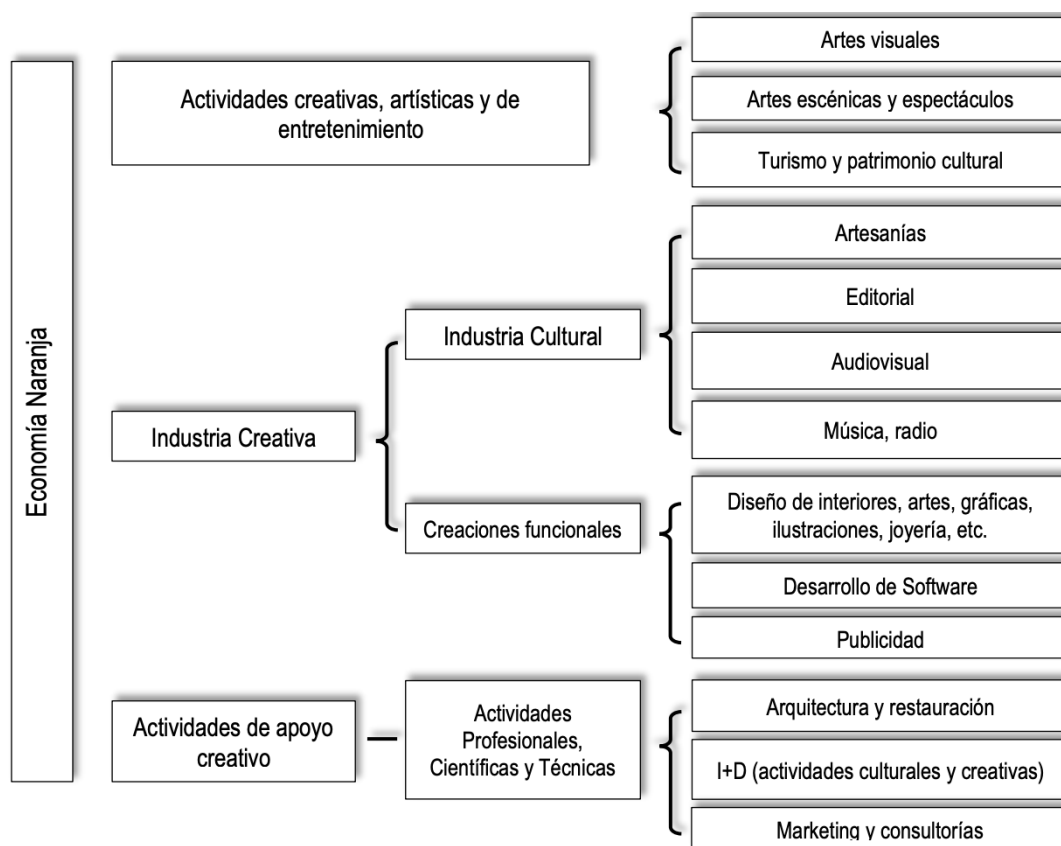


Diagrama 1. Clasificación de las actividades productivas de la economía naranja. Fuente:

Elaborado a partir de taxonomía de Indicadores en Industrias Culturales y Creativas de UNESCO, Modelo de Reino Unido y Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) Rev. 4, 2018.



Los emprendedores en el negocio de la apicultura fortalecen y crean mecanismos que permiten desarrollar el potencial económico, cultural y generan las condiciones para la sostenibilidad de quienes lo conforman, en concordancia con los objetivos de desarrollo sostenible. Se pretende propiciar condiciones para generar empleo digno en el sector cultural, apoyar la materialización de productos artesanales, fortalecer los saberes sobre las prácticas en el proceso de la producción y como simbolizan un patrimonio cultural y la transmisión de conocimientos tradicionales.

Tanto las pequeñas empresas, los startups, o las grandes corporaciones, tienen que innovar y buscar cambios en sus procesos, experimentar en nuevos modelos de negocio para el fortalecimiento de la economía, una posibilidad es apostarle a la Economía Naranja.

La cultura y la creatividad siempre han sido fundamentales para la identidad de América Latina, durante los últimos diez años hemos comprendido mejor su impacto económico y su capacidad de generar empleos. A nivel global, las industrias culturales y creativas (ICC) representan el 3% del PIB y generan millones de empleos, constituyendo lo que se conoce como la economía naranja. Para nuestra región, estas industrias han logrado generar millones de puestos de trabajo. Sin embargo, a pesar de todo esto, aún queda mucho por hacer.

### **Ubicación geográfica del área de producción y de la zona de comercialización de miel de abeja artesanal.**

Para el área de la producción de la miel de abeja se está desarrollando en el municipio de Guadalupe, departamento de San Vicente. Dicho lugar tiene una extensión territorial de 21.51 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de 6 mil habitantes y se encuentra a 735 metros de altura sobre el

nivel del mar. Posee el título de Ciudad, concedido en 1920 y se encuentra a una distancia de 74 kilómetros de San Salvador.

Guadalupe limita al norte con Verapaz; al oeste con Santa María Ostuma y San Pedro Nonualco (departamento de La Paz); al sur con San Juan Nonualco y Zacatecoluca (departamento de La Paz); y al este con Tepetitán.

En los procesos de producción de la miel de abeja artesanal que distribuye la marca The Bee House, es ambiente de clima caliente en horas del día, pero con un clima fresco por la noche; un lugar con una gran diversidad de flora y fauna de la zona y a su vez los apicultores cuentan con los medios y las condiciones para la crianza de abejas y con ello producir un producto de calidad porque no contiene ningún químico que altere su contenido, con lo cual, se protege al medio ambiente y a las abejas en sí.



Imagen 1: Guadalupe, San Vicente.  
Fuente: Vanessa Escobar, 2023.



Imagen 2: Guadalupe, San Vicente,  
Fuente: Vanessa Escobar, 2023.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

Este proyecto se enfoca en la zona de San Salvador. De acuerdo a este lugar, se puede decir que es una zona con una población de 316,090 habitantes y una extensión de 72.25 Km<sup>2</sup>. Por su ubicación geográfica San Salvador limita al norte con los municipios de Nejapa, Cuscatancingo y Ciudad Delgado; al este con Soyapango y San Marcos; al sur con Panchimalco y al oeste con Antiguo Cuscatlán y Santa Tecla.

En el siguiente mapa se especifica la zona donde el proyecto está dirigido para su almacenamiento, preparación de empaque, comercialización y distribución.



Imagen 3: Mapa San Salvador, Fuente: Google maps

El principal objetivo de comercializar en San Salvador es para expandir el negocio y ver si con esto se puede llegar a más clientes para que conozcan de los productos artesanales que se tienen en el país, en este caso sería la miel de abeja. Se pueda llevar a cabo dicha expansión a través de redes sociales y en estas poder hacer énfasis en los beneficios que trae consumir productos artesanales de buena calidad para la salud.

Teniendo en cuenta que la marca propone difundir información de campañas verdes donde se haga conciencia de la importancia de cuidar al medio ambiente que rodea a las abejas y al cuidado de estas mismas.

### **Contextualización**

Tomando en cuenta los elevados precios a nivel nacional e internacional y la desaceleración significativa de la economía mundial, la información disponible más reciente permite proyectar que el crecimiento de la economía salvadoreña en 2022 será de 2.6%; dicha tasa es superior al promedio observado en años previos al inicio de la pandemia e incluye los efectos positivos de factores internos que potencian el crecimiento.

El Salvador es el segundo país de Centroamérica con altas exportaciones de miel debido al cumplimiento de los requisitos en base al Reglamento Técnico Salvadoreño de Buenas Prácticas Apícolas en la producción de miel de abeja. Las inspecciones que se llevan a cabo por los agentes técnicos del MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería), permiten mantener las colmenas sanas evitando tener plagas y asegurando un mejor resultado y calidad en el producto. Con ello, se puede cuidar del medio ambiente y evitar así el uso de productos químicos que desfavorecen no solo a las abejas sino también a la flora y fauna de los alrededores de la zona.

Más de 80 mujeres y hombres de la zona oriental del país están dedicados a la apicultura y han logrado mejorar sus emprendimientos y aportar ingresos a sus economías familiares.

Actualmente el territorio salvadoreño ha logrado tener una muy buena calidad del producto, logrando esparcirse también a mercados internacionales, donde

hoy en día el europeo es uno de los principales destinos. Se busca que el consumo de miel de abeja del emprendimiento local The Bee House sea una marca que aporte al aumento de productos artesanales y de la misma manera ayude a frenar un poco el consumo de productos importados e industrializados que tienen pocos nutrientes y son productos de baja calidad en su materia prima, carecen de beneficios a nuestra salud y que no contribuyen con la economía interna del país y de los negocios o productores locales.

### **Apicultura**

La apicultura es una actividad que puede incluirse dentro del concepto de micro emprendimiento. Los productos de la abeja tienen un alto valor nutritivo, estas características hacen que los productos apícolas artesanales sean atractivos para el campo nutricional y de la buena salud. Se conoce que la miel de abeja, la cera y sus productos derivados, tales como velas y productos alimenticios, tienen valor cultural, y pueden ser usados en rituales para nacimientos, casamientos, funerales y ceremonias religiosas.

Como es bien conocido y existe en casi todas las regiones del mundo, una relación estrecha entre el hombre y la abeja, el objetivo de cualquier empresa apícola es el de introducir al mercado dicho producto, mejorando los procesos de producción, siendo estos más amigables con el medio ambiente.

La producción de miel de abeja es una actividad que tiene una gran importancia económica, social y ambiental en muchos países del mundo. La miel es un producto natural, nutritivo y saludable que tiene una amplia variedad de usos culinarios y medicinales. Además, la producción de miel contribuye a la preservación de la biodiversidad y al mantenimiento de los ecosistemas.

La miel de abeja se reconoce por ser un proyecto rentable y sostenible a nivel nacional e internacional en El Salvador.

Las condiciones económicas y climáticas en nuestro país permiten su producción, alcanzando un nivel aceptable de rentabilidad.

La miel es un producto muy demandado en todo el mundo. Cada vez hay más consumidores preocupados por su salud y que buscan productos naturales y de calidad. Además, la miel tiene un gran potencial como ingrediente en la industria alimentaria y cosmética a parte que tiene un bajo costo inicial y no requiere de grandes inversiones. En general, basta con adquirir algunas colmenas y los materiales necesarios para su mantenimiento. Además, una vez establecido el apiario, el mantenimiento es relativamente sencillo y no requiere de grandes inversiones.

También, se sabe que el proceso de la apicultura es de gran beneficio para el medio ambiente ya que las abejas son polinizadores importantes en los ecosistemas naturales y agrícolas, lo que contribuye a la conservación de la biodiversidad y al mantenimiento de la productividad agrícola. Además, la producción de miel es una actividad que se puede realizar de manera sostenible, respetando el medio ambiente y los ciclos naturales.

El surgimiento de estos emprendedores y la producción de miel que pueden generar es un aporte de nuevos empleos para las zonas rurales y contribuye al desarrollo local. Además, esta actividad puede ser realizada por personas de cualquier género desde los 18 años de edad, siendo profesionales o no en el área, lo que favorece la inclusión social.

De acuerdo a las ventas que presenta el emprendimiento de miel de abeja a nivel artesanal en El Salvador y que está relacionado al poco reconocimiento que generan los productos tradicionales, es determinante la implementación de este proyecto de emprendedurismo llamado "The Bee House" y al hecho de reconocer a los apicultores con los que trabaja dicha marca.

### **The Bee House.**

The Bee House, San Salvador, El Salvador. Es un emprendimiento creado por Judith de Durán quien para el año 2020 y pese a las necesidades que genera la pandemia decide comenzar a comercializar miel de abeja artesanal en el área de Soyapango, trabaja en conjunto con dos apicultores independientes de la zona de Guadalupe, San Vicente, ellos son los encargados de la producción y recolección de miel, así como también del cuidado y reproducción de las abejas. Gracias a este proceso de recolección de miel que realizan sus proveedores se ha podido obtener un producto de calidad, 100% natural y elaborado por manos salvadoreñas. Hoy en día la marca pretende expandirse con la distribución de su producto a la zona de San Salvador y así poder llevar a la mesa de más salvadoreños una miel rica y nutritiva para la salud.

### **Estrategias de Marketing Digital para la marca The Bee House.**

Por dichas razones con el presente proyecto se quiere generar estrategias de marketing digital para obtener niveles de alcance y comercialización entre la población y obtener ingresos sostenibles; a su vez, potencializar y conocer la importancia que tiene la miel de abeja y el trabajo de producción de los apicultores a través de las redes sociales. Ya que la implementación de estas estrategias es esencial para cualquier emprendimiento que desee establecerse y prosperar en el mercado actual.

En particular, para una marca de miel de abeja, el marketing digital puede ser una herramienta muy efectiva para atraer clientes potenciales, educarlos sobre el producto y sus beneficios, conocer los procesos de elaboración de la miel, con todas estas dinámicas como marca podrán tener un mayor alcance de visualización y ventas, posicionándose en el mercado artesanal y creando una comunidad en línea alrededor de su marca.

Esto generará en el consumidor crea confianza y es un impacto social sobre la importancia de consumir productos artesanales, con ello creará conciencia a las personas sobre el cuidado del medio ambiente y de las abejas a través de las campañas verdes.

Para la orientación del personal de dicho emprendimiento es poder darles información sobre estrategias publicitarias y de marketing digital, por medio de este puede interactuar con su audiencia en línea de manera más directa y personalizada, obteniendo como respuesta a comentarios o preguntas en las redes sociales, la creación de contenido educativo y el seguimiento de clientes por correo electrónico.

También, ofrece a las marcas una amplia variedad de herramientas de análisis para medir el rendimiento de sus esfuerzos de marketing en línea. Esto puede incluir la supervisión del tráfico de la página y el alcance en las redes sociales. La recopilación y el análisis de estos datos pueden ayudar al emprendimiento a tomar decisiones informadas sobre cómo mejorar y optimizar sus estrategias de marketing digital en el futuro.

Informar en estas áreas es un factor clave y de gran importancia para ayudar a que los encargados sean capaces de dar continuidad a este plan que se les brindara para lograr tener un posicionamiento estable en el mercado artesanal. Por ser una actividad que puede incluirse dentro del concepto de micro emprendimiento es favorable y rentable el sostenerse ya que su promoción en redes no requiere mayor inversión económica al igual que el nivel de costos en su producto; en comparación con los métodos tradicionales de marketing, como la publicidad impresa o la televisión; el marketing digital, este puede ser mucho más económico.

Por otra parte, las condiciones climáticas en nuestro país son altamente favorables a la producción de la miel de abeja, alcanzando un nivel de calidad y rentabilidad.



La prolongación de este proyecto es necesaria ya que por medio de estas herramientas y estrategias donde la marca puede ir renovándose y actualizándose a las nuevas formas de marketing digital, de una buena publicidad y de cómo producir la miel de abeja, que van surgiendo en la sociedad del sector emprendedor y de las nuevas formas de producir; del mismo modo esto permitirá el crecimiento y reconocimiento de la marca, aumentar la visibilidad, conectar con su audiencia destacando el apoyo y difusión de las campañas verdes ya que la propia marca en sí ayuda y es amigable con el medio ambiente.

En conclusión, un emprendimiento enfocado en la producción y distribución de miel de abeja puede ser una opción atractiva y viable desde diferentes puntos de vista, como la económica, lo social, cultural y ambiental, etc. Además, esta actividad puede contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas, promover un desarrollo sostenible, crear fuentes de empleo y cuidar el medio ambiente y los ecosistemas.

### **3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL**

Con las estrategias y gestiones artístico culturales se ha buscado dar solución a las distintas dificultades que presenta el emprendimiento, a su vez, promover y potencializar la riqueza cultural de una comunidad o región. Esto a través de la planificación y coordinación de diversas actividades donde se fomenta la educación e interacción con la población. Estas estrategias también involucraron la promoción de la diversidad cultural y el intercambio de ideas u opiniones contribuyendo así al enriquecimiento social y el desarrollo económico sostenible.

Desde luego, cada proyecto nace con la finalidad de alcanzar de manera exitosa un objetivo, meta o propósito específico, sin embargo, durante el proceso de desarrollo de este, siempre existieron factores que influyeron en el resultado del proyecto, siendo estos mayormente de manera positiva que negativa.

Los puntos fuertes del proyecto desde su concepción han sido que la apicultura como tal es un tema cultural y de gran riqueza desde sus procesos hasta su envasado y distribución, creando así un producto natural para el consumo de los salvadoreños.

Esto a nivel de marketing y negocio resultó muy favorable ya que para la ejecución de un plan estratégico de contenido en redes sociales hay una amplia variedad de contenido por documentar y poder utilizar de forma inteligente y atractiva en redes sociales promoviendo así el emprendimiento y su producto.

Una de las limitantes fueron las responsabilidades laborales que cada miembro del equipo gestor presentó en sus trabajos, a raíz de esto, se adaptaron nuevas formas de trabajo y horarios para llevar a cabo el cronograma de actividades, otra limitante fue un leve retraso momentáneo con el desarrollo de las capacitaciones programadas, el motivo de esto fue, que la encargada del emprendimiento se encuentra trabajando para INDES y por motivos de las actividades que tiene ella a cargo y que estuvieron relacionadas a la ejecución de Los Juegos Centroamericanos y del Caribe en El Salvador se reprogramaron para nuevas fechas en el mes de julio, aunque no se pudieron respetar los tiempos previstos al inicio, como grupo gestor se continuó avanzando y desarrollando otras actividades programadas, llevándolo a cabo en horarios y días favorables para todos los miembros del proyecto.

Una de las principales adecuaciones que se han llevado a cabo ha sido el poder adaptarse a los tiempos de disponibilidad de los apicultores, ya que ellos trabajan sus jornadas durante la semana. Para ello se estableció tener los viajes al apiario fines de semana para poder visitarlos y así desarrollar las actividades que se necesitaban sin interrumpir sus labores.

Otra de las modificaciones, han sido los cambios en los días y horas de trabajo con el fin de no afectar los horarios laborales de los miembros del equipo, esto a fin de apoyarse mutuamente y no interferir con el crecimiento profesional de sus integrantes, pero a su vez culminar el proyecto con éxito.

Y como último punto que se adecuó, fue la reprogramación de fechas para desarrollar las capacitaciones con la encargada del emprendimiento, de igual forma como grupo gestor planifico nuevamente cada día y hora para no afectar al grupo ni a la encargada.

El modelo de gestión utilizado en el proyecto es una gestión mixta ya que combina los medios y recursos propios como los externos proporcionados por el emprendimiento de The Bee House, tanto como en información como en equipo necesario para las visitas a los apiarios y en relación a la toma de contenidos. Este tipo de gestión ha sido favorable por el hecho de que se ha podido generar un buen ambiente de trabajo, eficiencia y un interés mutuo en el desarrollo de las estrategias ya que favorece en gran manera a ambas partes.

## **IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.**

### **4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS**

Por medio de la disciplina del diseño gráfico se estuvieron desarrollando de forma eficiente los programas como Illustrator, Photoshop y también haciendo buen uso de las herramientas técnicas con las redes sociales para implementar una estrategia de marketing digital que sea funcional para el emprendimiento "The Bee House" y con ello no solo beneficiar a la marca como tal, sino también a los apicultores asociados, todas estas medidas son necesarias para una buena identidad de marca, conocimiento de producción, campañas verdes, posición en el mercado artesanal entre otros.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

En el siguiente cuadro se muestra cómo se organizaron las tareas y actividades a realizar, así como su resultado esperado. Esta es la herramienta de gestión del proyecto donde se muestran las etapas desarrolladas y en las que se encuentra dividido el proyecto.

No.	Etapas	Actividades	Resultados
1	Acercamiento	Se tuvo una reunión con Judith de Durán (encargada del emprendimiento). Se estableció contacto con ella para conocer su negocio y a la vez se le expuso el propósito de dicho proyecto. Se programó una segunda reunión para coordinar fechas de todas las actividades a desarrollar para la marca The Bee House, siendo la más importante la de gestionar por medio del marketing digital la producción y comercialización del producto; que en este caso es la miel de abeja artesanal.	Por parte de la encargada se mostró aceptación y apertura hacia el proyecto e ideas, así como entusiasmo e interés por las actividades y logros para mejorar su negocio con la gestión que se planeó desarrollar.



Imagen 4: Screenshot de primera reunión, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

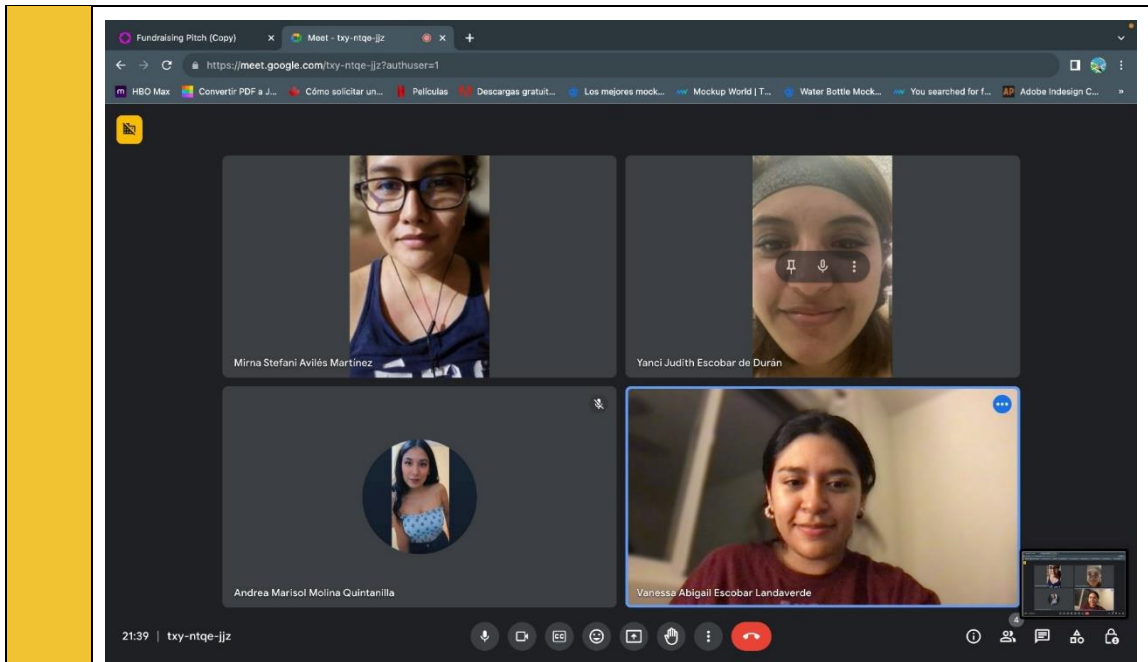


Imagen 5: Screenshot de segunda reunión, Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

2	Recopilación	Actividad donde se visitó el área de trabajo de los apicultores, para conocer la zona y con lo que se estuvo trabajando en las actividades como: la toma de fotografías, videos para la creación del contenido para el emprendimiento, etc.	Se pudo conocer el área de trabajo para sacar el mayor provecho al momento de recopilar el contenido para las redes sociales de la marca.
---	--------------	---	---



Imagen 6: Alza con crías. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Vicente.



Imagen 7: Alimentación de colmena con charamusca de agua azucarada. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Vicente.

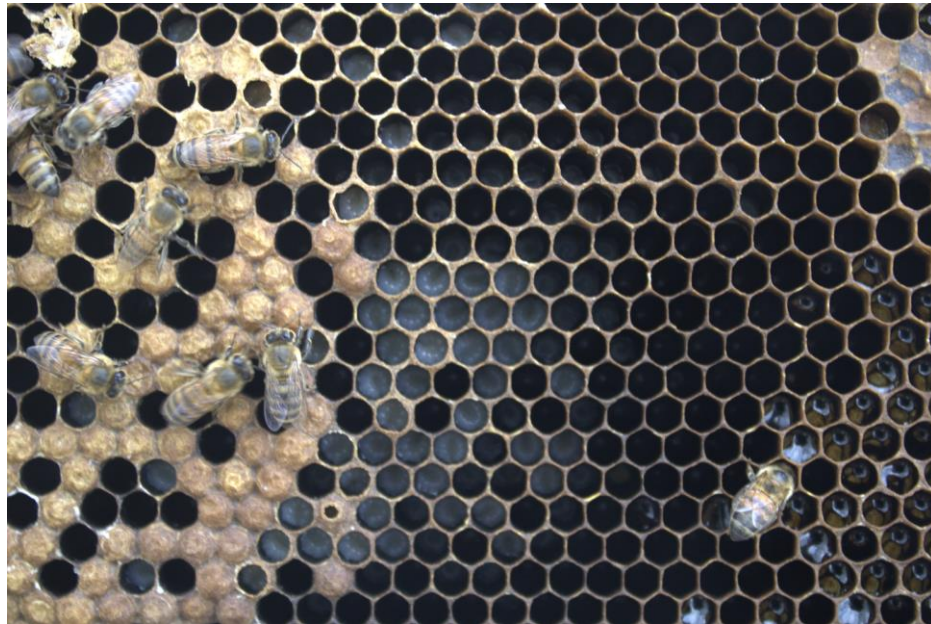


Imagen 8: Crías de abeja obrera. Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Vicente.

3	Creación de redes sociales.	Se creó un correo electrónico para el emprendimiento al igual que sus páginas de Tik Tok, Instagram y Facebook. Siendo estas las herramientas más importantes ya que por medio del contenido que se comparte en ellas se podrá dar un mayor conocimiento sobre apicultura, campañas verdes entre otros temas. A su vez, se hizo la comunicación con los clientes de forma más eficaz para coordinar la distribución del producto.	Se obtuvo un mayor alcance de visualización y relevancia entre la población sobre la comercialización y producción de la miel de abeja por medio de las redes sociales. Con ello se pudo dar a conocer por medio de campañas verdes sobre el cuidado y protección en el área de los recursos naturales dentro de la apicultura, a su vez, la marca promociona el producto en redes sociales.
---	-----------------------------	---	--

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

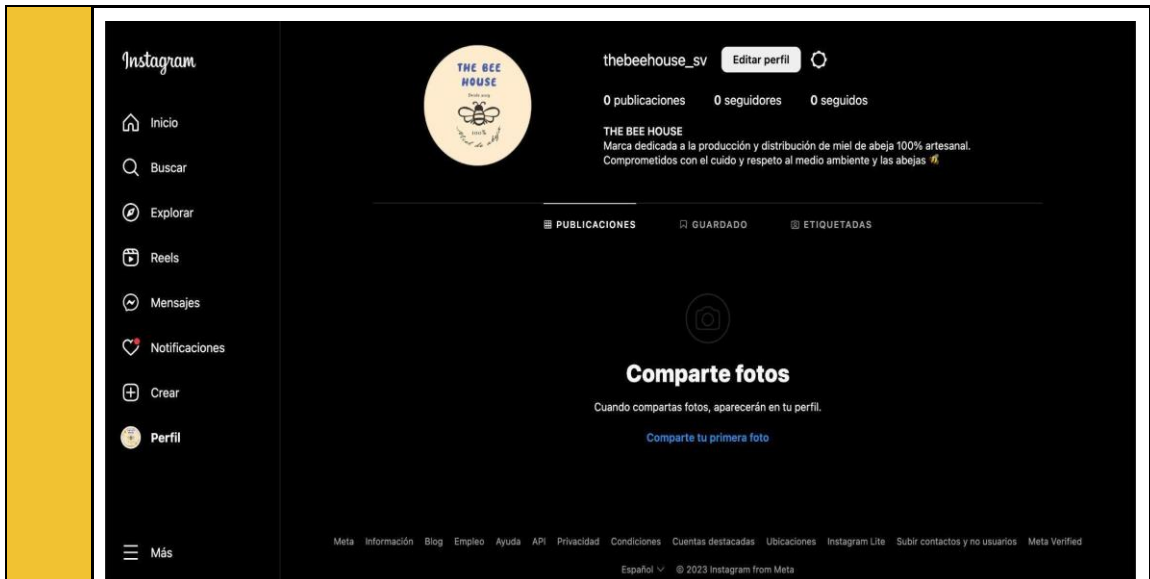


Imagen 9: Screenshot de la red social Instagram. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.

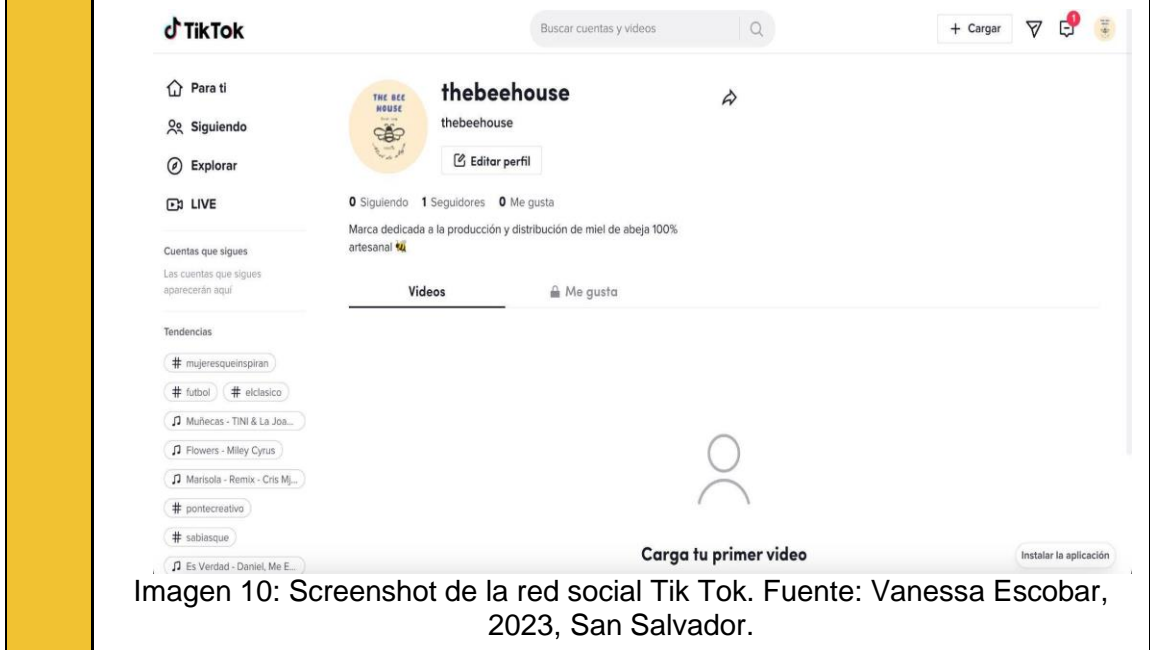


Imagen 10: Screenshot de la red social Tik Tok. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.



**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

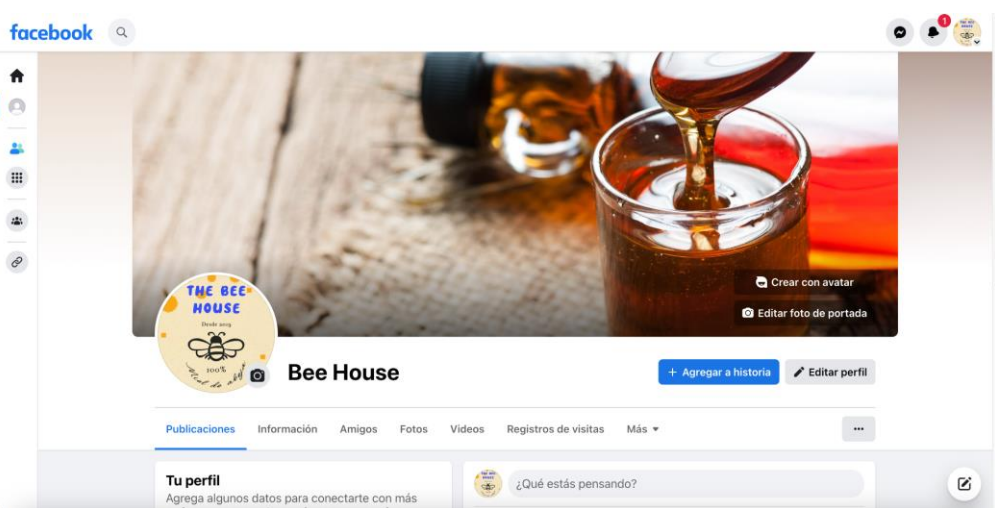


Imagen 11: Screenshot de la red social Facebook. Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.

4	<p>Capacitación</p>	<p>Se estableció una estrategia de Content Marketing la cual consistió en la creación y distribución de contenido relevante para atraer clientes potenciales y mantener a los clientes actuales interesados en la marca. Este tipo de estrategia estuvo pensado a mediano y largo plazo, donde se podrá mejorar la imagen de la empresa. Considerando que no requiere de una inversión al principio o es casi nulo, esto favoreció al emprendimiento que por estar iniciando no posee el presupuesto para ello.</p> <p>Se hizo dinámico el contenido, a manera de no sólo limitar a publicaciones, si no también generar videos, fotos, infografías o cualquier otro elemento visual que pudiese ayudar a llevar el mensaje de la marca a los usuarios.</p>	<p>Se brindó una orientación al personal en este proyecto sobre estrategias publicitarias, para que puedan tener las herramientas y conocimientos necesarios y ser capaces de dar continuidad a este plan logrando así tener un posicionamiento estable en el mercado.</p>
---	---------------------	---	--

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

La atención de los usuarios de redes sociales es fugaz, por eso la idea del contenido estuvo enfocada en presentar información interesante para el público del trabajo que realizan los apicultores, creando contenido que no fuese nada más marketing sino también educativo y que se aprovechó para proveer información sobre el producto a los clientes potenciales.

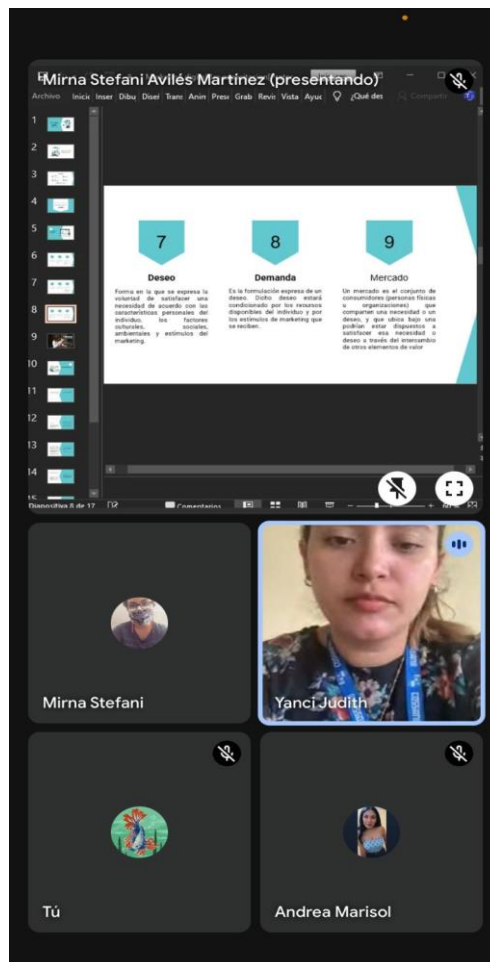


Imagen 12: Screenshot de la primera capacitación. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

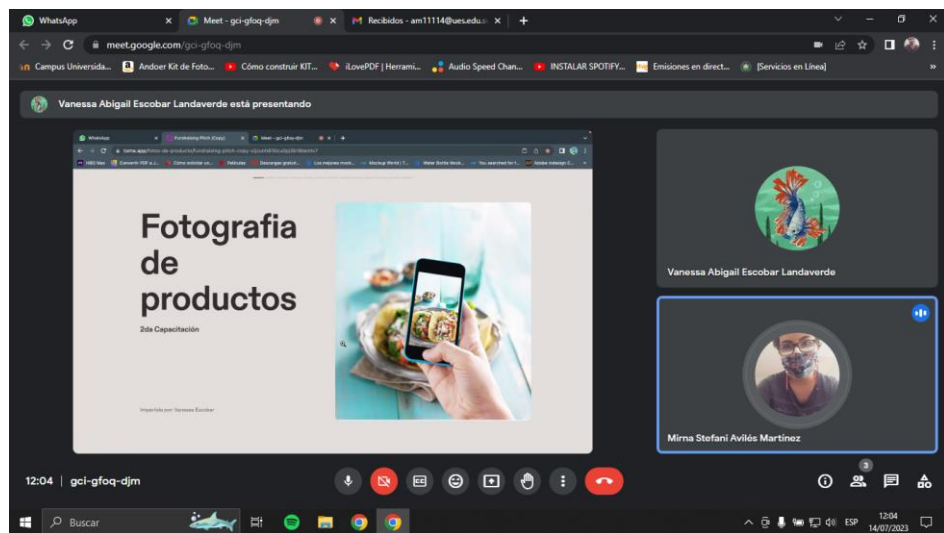


Imagen 13: Screenshot de la segunda capacitación. Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.

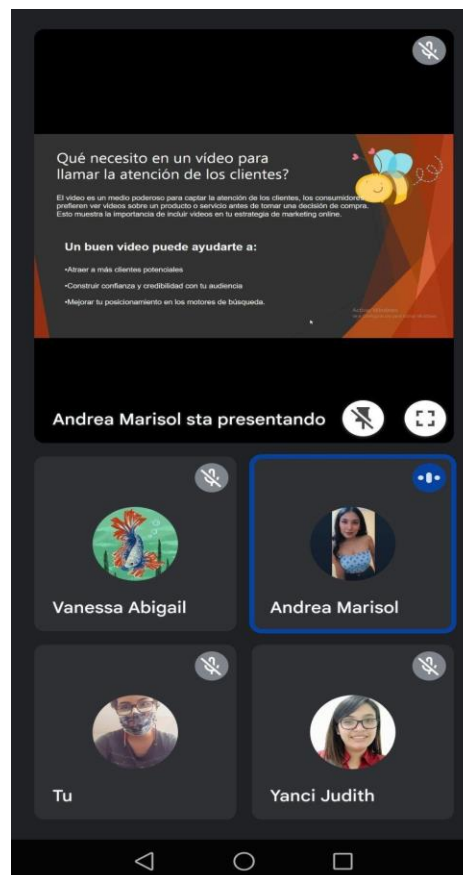



Imagen 14: Screenshot de la tercera capacitación. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

5	Resultados	Se evaluó la métrica de las redes sociales y del plan de marketing digital para ver su efectividad en el impacto que generó en el negocio. Y así lograr ver a futuro si se sigue implementando la idea original o se busca otras alternativas y mejoras.	Con esto se pudieron ver los resultados de crecimiento en seguidores y potenciales ventas para la marca.
<div data-bbox="397 640 852 1213">  </div> <div data-bbox="873 1081 1404 1186"> <p>Imagen 15: Screenshot de métrica de la red social Instagram. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.</p> </div> <div data-bbox="901 1249 1380 1816">  </div> <div data-bbox="397 1690 852 1795"> <p>Imagen 16: Screenshot de métrica de la red social Facebook. Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.</p> </div>			

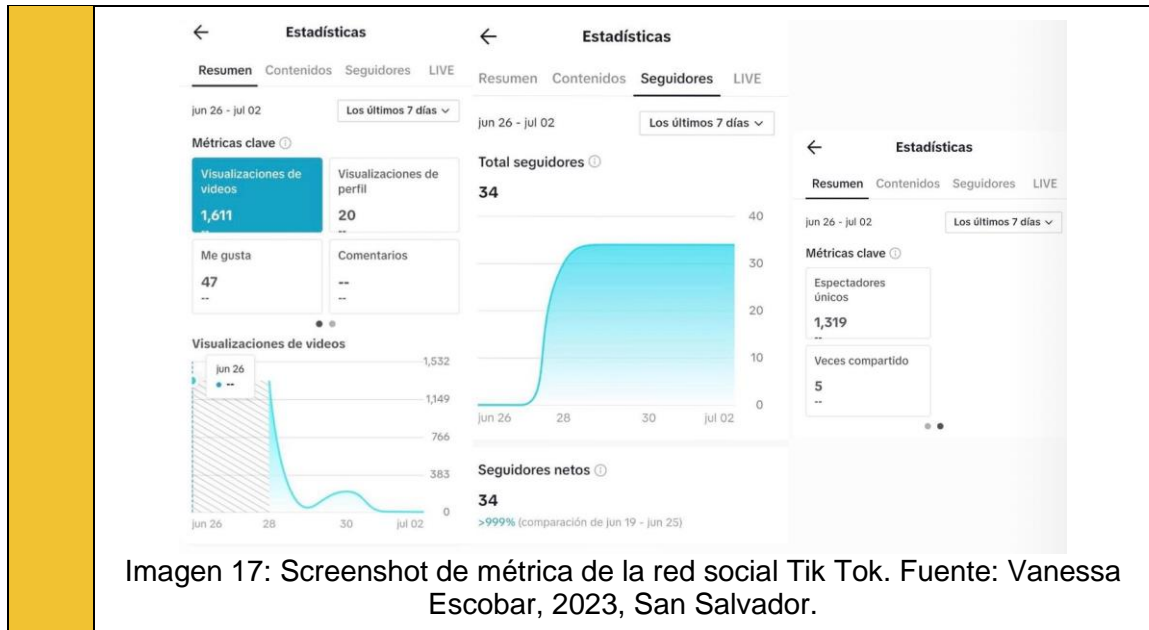


Imagen 17: Screenshot de métrica de la red social Tik Tok. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

**Tabla 2: Etapas, Fuente: Elaboración propia.**

Con esto se pudo anticipar cualquier inconveniente durante su desarrollo y también simplificar la gestión de recursos necesarios para la realización de cualquier tarea.

**Cronograma de actividades**

Para este cronograma se actualizaron nuevas fechas para llevar a cabo el desarrollo del proyecto, siempre ordenando las tareas cronológicamente e identificándose por semana y mes. Esta planificación, permitió supervisar el nivel de productividad y avance del proyecto. De esta manera, se pudo hacer las nuevas estimaciones de cada etapa y actualizar el estado del proyecto en todo momento.

También, se utilizó los colores distintivos dependiendo de las semanas para evitar posibles confusiones, de igual forma se identificaron los días o semanas no trabajados por fechas relacionadas a feriados o vacaciones.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA  
ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR,  
EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

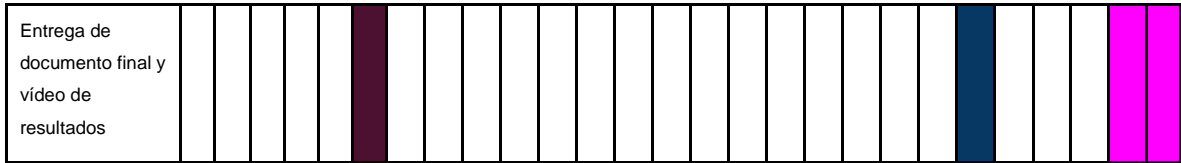
Cronograma de actividades																																
Etapas	marzo					abril				mayo				junio				julio				Agosto				Sep.						
Semanas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2					
<b>Reuniones grupales</b>																																
Primera reunión conjunta con la encargada del emprendimiento																																
Reunión con apicultores para conocer a los apicultores																																
Creación de Redes sociales de Instagram y Tik Tok																																
Reunión conjunta con la encargada del emprendimiento para establecer fechas de capacitación																																
Primera reunión con apicultores para conocer el terreno																																
Segunda reunión con apicultores para toma de Fotografías																																
Tercera reunión con apicultores para toma de videos																																







**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**



	Vacación de semana santa
	Vacación de Agosto

**Tabla 3: Cronograma de actividades, Fuente: Elaboración Propia**

**Metodología de trabajo**

Se trabajó un 75% del tiempo de la asistencia técnica en reuniones en línea en conjunto con la encargada del emprendimiento en donde se desarrollaron capacitaciones sobre el marketing digital, de igual manera se dieron métodos de cómo se crean audiovisuales e infografías para redes sociales con el fin de ver la manera práctica de dar información a los clientes para que conozcan cómo se trabaja la miel de abeja artesanal. Se dio a conocer el trabajo de los apicultores, campañas verdes, también sobre el valor nutricional y los beneficios para la salud; a su vez se brindó una mejor comunicación con los clientes existentes y futuros.

El 25% del tiempo restante se realizó un estudio y documentación de campo al lugar donde se encuentran los apicultores, quienes son los proveedores de la miel de abeja artesanal para la marca para tener un registro de la forma de producción de dicho producto.

Al final del proyecto, se previó la realización de un informe que incluye toda la información necesaria para ver los resultados de dicho trabajo.

## **4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.**

Evaluando los resultados de cada actividad realizada durante la ejecución del proyecto se logró percibir cambios que fueron positivos en su mayoría, atribuidos a la intervención del proyecto, así como también se analizaron los logros y efectos de este proyecto, identificando las distintas áreas de mejora y los impactos generados.

A raíz del primer contacto con la encargada del emprendimiento, se pudo conocer información de su producto desde su nacimiento, dando así un antecedente y mostrando la situación actual de su negocio y que no contaba con las redes sociales que se utilizan mayormente hoy en día. En una reunión posterior se logró una aceptación y apertura al proyecto por parte de la encargada, esto dio paso a la elaboración de las actividades y gestión de marketing digital, que consistieron en la recopilación de material visual para crear y alimentar las redes sociales, a su vez capacitar a la encargada en el uso eficiente de los recursos básicos para la toma de fotos, videos, entre otros. Esto ayudó a tener una visión más amplia y clara del tipo de contenido que podría beneficiar a la marca y del cual pudiese compartir y dar continuidad.

Las estadísticas registradas dentro de las redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok, medios donde la marca The Bee House realizó una mayor intervención gráfica, registraron un crecimiento de clientes y donde se pudo observar el posible alcance que tienen las publicaciones.

Ninguno de los objetivos y metas establecidos durante el proceso del proyecto fue modificados, estos fueron cumplidos y desarrollados como tal. Dando paso a que el proyecto se pudiese desarrollar dentro de los tiempos esperados, a pesar de los ajustes en la planificación.

Los contratiempos que se presentaron en la realización del proyecto fueron solventados en conjunto con el equipo que se trabajó y con el emprendimiento en sí, dando como resultado nuevas formas de trabajo y desarrollo del proyecto.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

Con las actividades desarrolladas durante la realización del proyecto de marketing digital en el tiempo que se puso en práctica las estrategias, se tuvo un crecimiento e interacción en las distintas redes sociales de la marca, siendo en algunas más rápido que en otras, pero siempre manteniendo el flujo de vistas en publicaciones y de visitas por los usuarios. Estos aspectos indican que el proyecto va en crecimiento y que esto a la larga puede generar buenos resultados.

También para abonar estas estrategias se debió implementar una calidad de contenido para ofrecer, estar actualizados sobre apicultura y de los nuevos cambios o actualizaciones de las plataformas digitales y poder así mantener a los clientes interesados, brindar un buen seguimiento y continuar generando aumento de nuevos clientes.

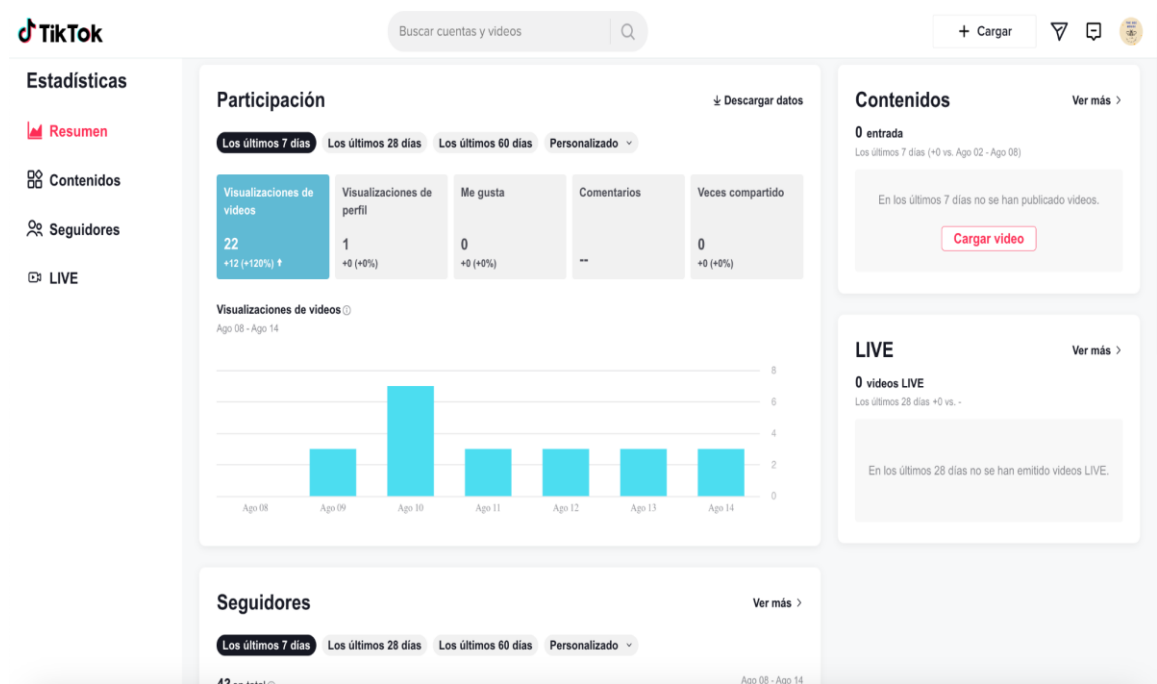


Imagen 18: Screenshot de métrica de la red social Tik Tok. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

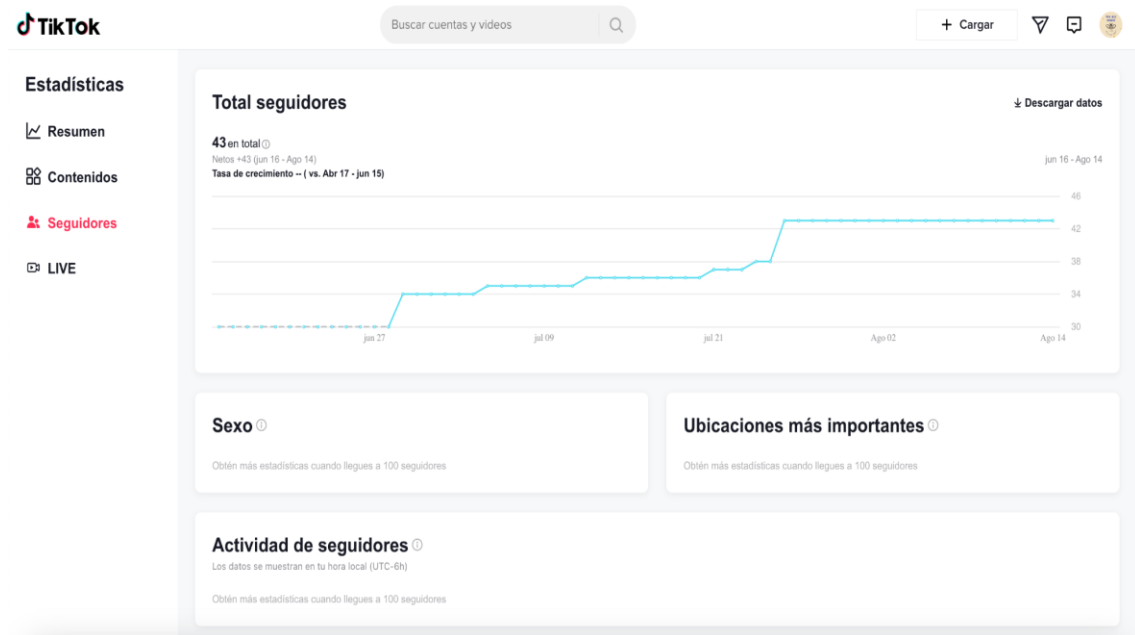


Imagen 19: Screenshot de métrica de la red social Tik Tok. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

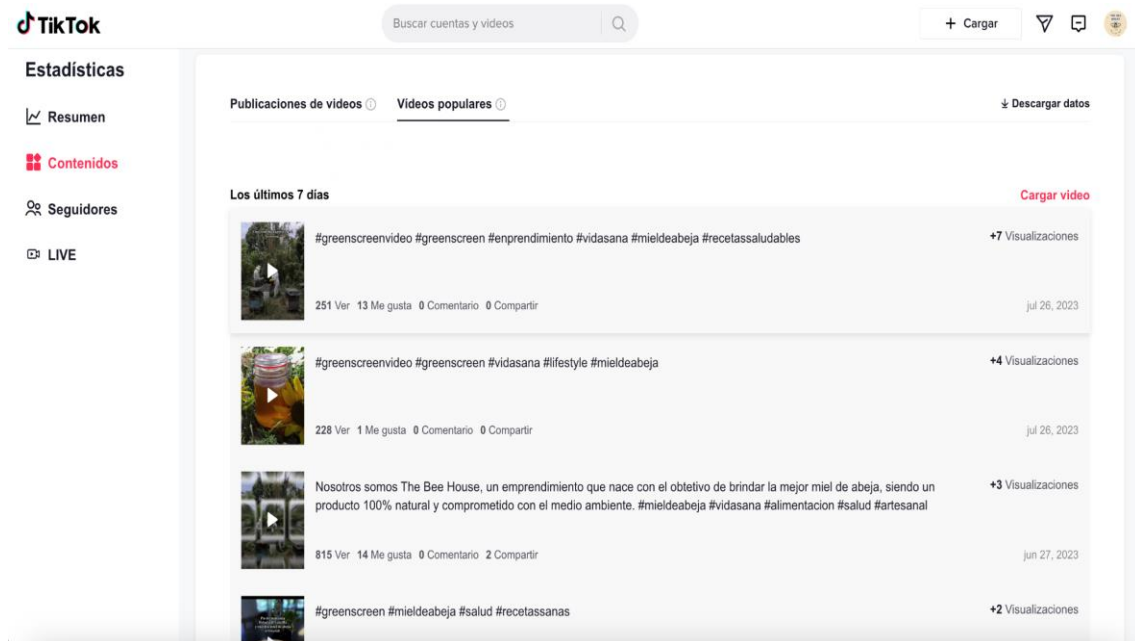


Imagen 20: Screenshot de métrica de la red social Tik Tok. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

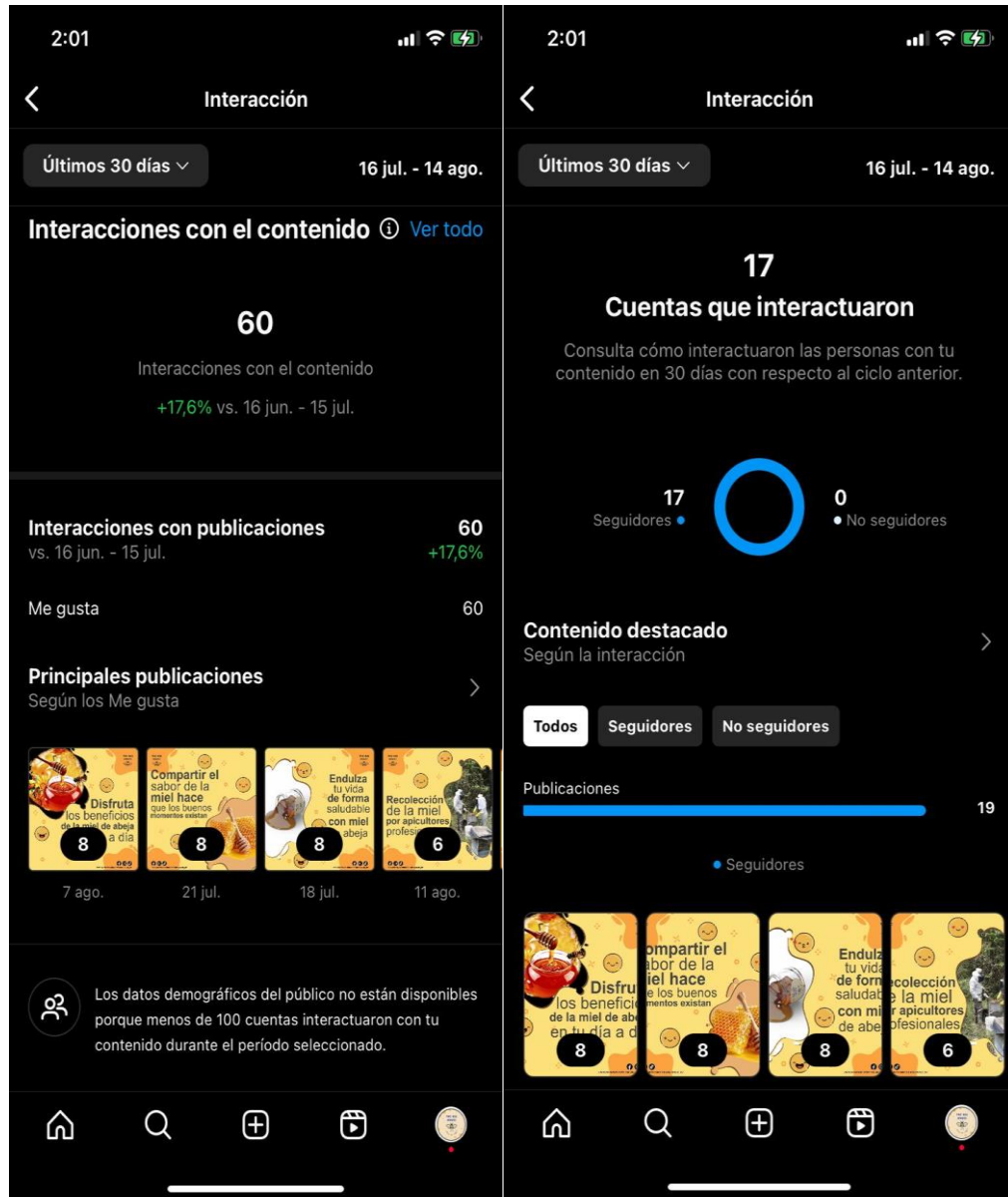


Imagen 21 y 22: Screenshot de métrica de la red social Instagram. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**



Imagen 23: Screenshot de métrica de la red social Instagram. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.

Con base en lo anterior puede considerarse exitoso el proyecto y alcanzados los objetivos previstos en la planificación. No se descarta e siga aumentando, considerando la continuidad de las estrategias pro The Bee House.

**GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023**

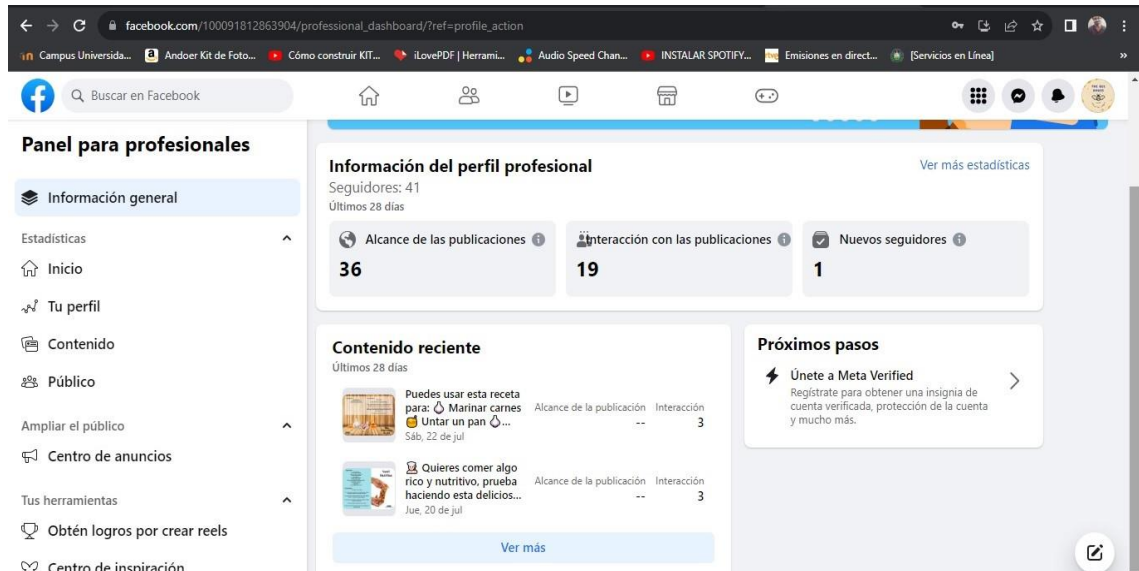


Imagen 24: Screenshot de métrica de la red social Facebook. Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.

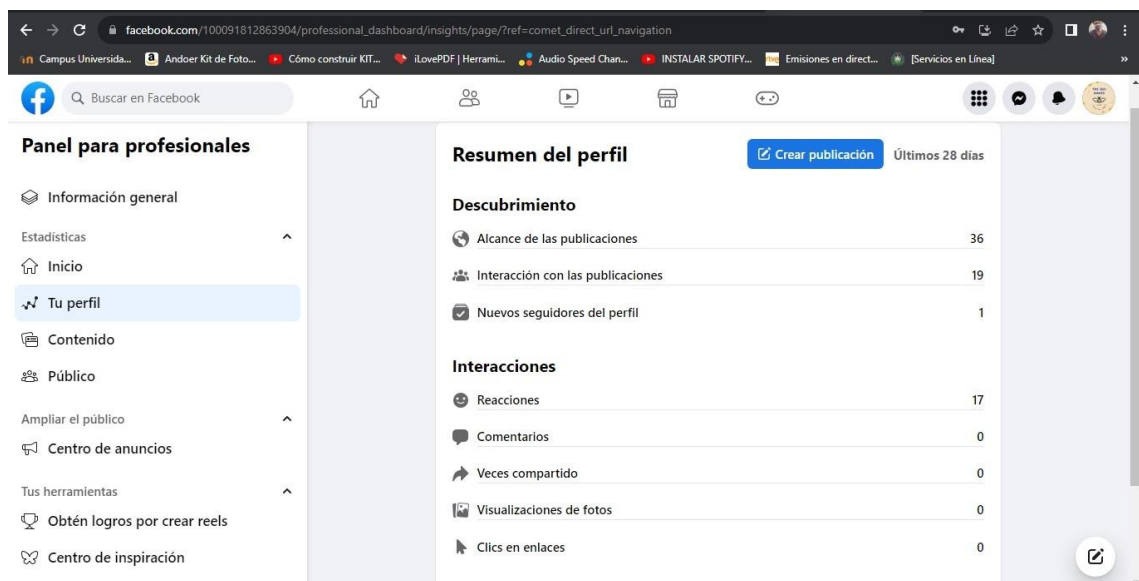


Imagen 25: Screenshot de métrica de la red social Facebook. Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.

## V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.

Al realizar un plan de marketing digital, se debe tomar en consideración el tipo de producto que se quiere promocionar, porque si bien el enfoque y esquema de un plan para un negocio comercial es similar a otras áreas de trabajo, hay variantes y es necesario identificar los puntos de carencia, los puntos favorecedores y los objetivos particulares de cada una de estas para mejorar y llevar el plan a una ejecución lo más eficientemente posible y poder garantizar resultados óptimos y reales.

Este proyecto es una oportunidad prometedora para los emprendedores y apicultores, se tiene claro que la miel de abeja tiene un alto valor nutricional y cultural para quien lo consume y lo produce. Al desarrollar un proyecto basado en la producción y comercialización de miel de abeja artesanal, se puede observar que se consiguen diversos beneficios y donde se contribuye en diversos aspectos claves para la sociedad en general.

En primer lugar, es un producto natural y saludable, lo cual es altamente valorado por los consumidores en la actualidad. Cada vez hay más personas interesadas en buscar alternativas más saludables para su alimentación, y la miel de abeja se ajusta perfectamente a esta necesidad. The Bee House al ofrecer un producto puro y de alta calidad, le es posible ganar la confianza de los consumidores y establecer una base sólida de clientes.

Además de que la miel de abeja ya es reconocida por sus propiedades nutricionales donde se obtienen también beneficios para la salud y a su vez se puede combatir enfermedades y fortalecer el sistema inmunológico, son cualidades que lo hacen un producto versátil y que se logra combinar y utilizar en una amplia variedad de alimentos y bebidas.



En cuanto a su proceso de producción es un punto estratégico y de alto valor de contenido en el área del marketing digital ya que se puede dar a conocer de forma creativa y orgánica en las redes sociales, la apicultura y el papel importante que desempeña el apicultor dentro de la conservación de las abejas y estas a su vez en la polinización de la flora. Los apicultores en las visitas mencionaron que las abejas son polinizadoras clave para muchos cultivos y desempeñan un papel crucial en la producción de alimentos y en la vida del ser humano.

Al establecer un producto de miel de abeja, se contribuye a la protección y preservación de estos insectos y se fomenta la biodiversidad en el entorno local. Esto no solo tiene beneficios económicos para los encargados del emprendimiento, también se obtienen beneficios ambientales, que a su vez por medio del uso estratégico de las redes sociales se puede generar conciencia y apoyo de la comunidad.

Además, es un proyecto basado en el reconocimiento e información sobre cómo la miel de abeja puede tener un impacto positivo en el desarrollo de un lugar y la sostenibilidad económica. Al establecer una producción local, se fomenta el crecimiento económico de la comunidad y se reducen las importaciones de miel de otros lugares. Esto no solo genera empleo y oportunidades comerciales, también promueve la seguridad alimentaria y la autonomía en la producción de alimentos.

Otro punto fuerte de este proyecto de miel de abeja es la posibilidad de inspirar a otros emprendedores a diferenciarse en el mercado y ofrecer productos con valor agregado. En el caso de la miel de abeja presenta una amplia variedad de sabores y colores, lo cual permite crear productos únicos y diferenciados, adaptados a los gustos y preferencias de los consumidores.

A partir de ello se pueden desarrollar muchos otros productos derivados de la miel de abeja, como miel cremada, mieles aromatizadas o productos artesanales con valor agregado, que amplían el mercado objetivo y atraen a distintos segmentos más específicos.

La producción de miel de abeja artesanal tiene un valor cultural significativo en muchas sociedades alrededor del mundo. La apicultura, o la cría de abejas para obtener miel, es una práctica ancestral que ha sido parte integral de la vida humana durante milenios. Aquí hay algunas formas en las que la producción de miel de abeja artesanal puede tener valor cultural:

- Herencia y Tradición: La apicultura artesanal se ha transmitido de generación en generación en muchas comunidades, convirtiéndose en una tradición arraigada. Esta transmisión de conocimiento y habilidades entre las generaciones contribuye a la preservación de la cultura local y a la creación de un sentido de identidad cultural.
- Festivales y Celebraciones: En algunas culturas, la producción de miel se celebra con festivales y eventos especiales. Estas celebraciones a menudo incluyen actividades relacionadas con la apicultura, como recolección de miel, demostraciones de colmenas y competencias relacionadas con la producción de miel.
- Artesanía y Arquitectura: La construcción y el mantenimiento de colmenas artesanales pueden ser considerados formas de arte. En algunas regiones, las colmenas se diseñan de manera única y creativa, lo que refleja la habilidad y el sentido estético de los apicultores. Además, la arquitectura de colmenas tradicionales puede ser un símbolo cultural distintivo.

- **Religión y Espiritualidad:** En algunas culturas, las abejas y la miel tienen un significado religioso o espiritual. Se les considera símbolos de prosperidad, trabajo en equipo y comunidad. La miel también puede tener un significado ritual en ciertas ceremonias religiosas.
- **Medicina Tradicional:** La miel se ha utilizado en la medicina tradicional en muchas culturas por sus supuestos beneficios para la salud. Sus propiedades antibacterianas y antiinflamatorias han sido valoradas en diferentes tradiciones curativas.
- **Economía Local:** La producción de miel artesanal puede ser una fuente de ingresos importante para las comunidades rurales. Esto puede contribuir a la sostenibilidad económica y a la preservación de formas de vida tradicionales en zonas rurales.
- **Conexión con la Naturaleza:** La apicultura artesanal promueve la relación íntima entre los apicultores y la naturaleza. Esta conexión puede ser profundamente cultural y espiritual, ya que implica el conocimiento del comportamiento de las abejas, la observación de los ciclos naturales y la colaboración con el ecosistema circundante.

La producción de miel de abeja artesanal tiene un valor cultural multifacético que abarca la tradición, la herencia, la espiritualidad, la economía y la conexión con la naturaleza. Esta práctica ancestral ha dejado una marca en muchas culturas a lo largo del tiempo y sigue siendo un importante componente del patrimonio cultural de diversas comunidades en todo el mundo.

La relevancia del apoyo a los apicultores en una iniciativa relacionada con la apicultura es fundamental para el éxito y la sostenibilidad de dicha intervención en este caso ha sido la producción y comercialización de miel de abeja artesanal a través del apoyo que brinda el negocio de The Bee House. Los apicultores desempeñan un papel central en la producción de miel, la polinización de cultivos y la conservación de la biodiversidad.

Aquí hay algunas razones por las cuales el apoyo a los apicultores es relevante:

- **Desarrollo Económico Local:** Muchas comunidades dependen de la apicultura como fuente de ingresos. Al brindar apoyo a los apicultores, se puede fortalecer la economía local al impulsar la producción y comercialización de productos apícolas de alta calidad.
- **Seguridad Alimentaria:** La polinización realizada por las abejas es esencial para la producción de una gran cantidad de alimentos. Al apoyar a los apicultores, se contribuye indirectamente a la seguridad alimentaria al asegurar la disponibilidad de productos agrícolas.

En cuanto al equipo gestor, su compromiso, conocimiento y habilidades también son aspectos clave de la intervención:

- **Compromiso:** El equipo gestor debe estar comprometido con los objetivos y valores de la iniciativa. Un compromiso sólido garantiza que se asignen recursos adecuados y que se mantenga el impulso a lo largo del tiempo.
- **Conocimiento Técnico:** El equipo gestor debe tener conocimiento de la apicultura, las prácticas de manejo de colmenas, la salud de las abejas y otras cuestiones relacionadas. Esto les permite brindar asesoramiento experto y tomar decisiones informadas para poder tener una buena gestión de marketing digital.
- **Habilidades de Gestión:** La gestión eficaz de cualquier iniciativa requiere habilidades organizativas, de comunicación y de resolución de problemas. El equipo gestor debe ser capaz de coordinar actividades, establecer metas claras y abordar desafíos que puedan surgir a lo largo del desarrollo de este tipo de proyectos.

En pocas palabras, tanto el apoyo a los apicultores como a los emprendimientos en dicha área, son aspectos esenciales para el éxito de una iniciativa apícola.

La colaboración entre ambos puede contribuir significativamente a la mejora de la producción apícola, la conservación del medio ambiente y el bienestar económico de las comunidades involucradas.

Un proyecto de miel de abeja puede ofrecer una amplia variedad de oportunidades de negocio y de crecimiento económico, es sin duda emocionante y gratificante el poder crear un plan de marketing en redes sociales para apoyar un emprendimiento y que pueda seguir creciendo, inspirando a otros a ser creativos y no solo satisfacer la demanda de productos naturales y quizá, también crear nuevas fuentes de empleo.

## **VI. RECOMENDACIONES.**

Es fundamental resaltar ciertas recomendaciones que podrían ser retomadas para replicar en este tipo de proyectos:

Debe considerarse que instituciones gubernamentales puedan incluirse y apoyar aún más a este tipo de negocios y a quienes lo producen con estrategias que beneficien a dicha población y con ello garantizar tener productos de alta calidad.

Se recomienda a los emprendedores en esta área de la apicultura tener plataformas digitales que promuevan campañas verdes, con esto poder enseñarles a los clientes que es necesario, cuidar no solo del medio ambiente sino también de las abejas, porque es un tema poco común.

Es necesario poner en marcha un plan de acción con el cual se logre organizar, ejecutar y realizar el seguimiento de las estrategias de marketing realizadas durante un período de tiempo determinado.

Que los emprendedores agreguen valor a sus productos mediante la producción y venta de miel de abeja orgánica o de origen local. Estos factores pueden aumentar el atractivo de los productos y permitir a los emprendedores obtener precios razonables y favorecedores en el mercado.

Los emprendedores pueden expandir su mercado, creando distintas alternativas de productos y más atractivos, con base a la miel de abeja, alimenticios, decorativos o utilitarios; algunas ideas podrían ser:

- Miel en palitos o pajitas
- Miel en formas divertidas
- Barras energéticas con miel
- Miel para untar en pan o galletas
- Paletas de miel congelada
- Kits de cocina con miel, entre otros.

Implementar investigaciones de mercado ampliadas. Aunque se han mencionado objetivos y estrategias, los emprendedores pueden profundizar en la investigación de mercado y realizar un análisis competitivo para comprender mejor el panorama de la industria de la miel y la apicultura en la región, identificando oportunidades y posibles obstáculos.

Ejecutar segmentación más detallada: Refinar aún más la segmentación del público objetivo es un elemento valioso a considerar, tomando en cuenta factores como la edad, los intereses, el comportamiento en línea y las preferencias específicas relacionadas con la miel y los productos artesanales. Esto ayudará a adaptar los mensajes de manera más efectiva.

Diseñar contenido multimedia diversificado: Los emprendedores pueden aprovechar la riqueza del contenido multimedia, como videos cortos explicativos sobre la producción de miel, historias detrás de escena y testimonios de apicultores. También considerar la posibilidad de transmitir en vivo eventos relacionados con la apicultura.

Para emprendedores que se dedican al rubro de la cosmética, existen diversos productos donde se puede hacer uso de la miel de abeja tales como: Champús, geles de baño, lociones y cremas corporales con fragancia a miel, etc. Estos productos hacen que el baño sea una experiencia más agradable y relajante para quienes disfrutan de los aromas y los productos naturales para su cuerpo. Para lograr este tipo de iniciativas se puede crear un socio con otros emprendedores de otros rubros completando y fortaleciendo diversas áreas de producción artesanal.

Como recomendación específica para el emprendimiento de The Bee House se sugiere:

Que puede implementar una nueva presentación de su producto como los sachets, esto con el fin de poder portar con facilidad pequeños sobres de miel que se pueden agregar a un té o bebidas calientes y endulzarlas de manera natural. Este tipo de opción, es practica e interesante para los compradores y no requiere una inversión demasiado grande.

Que el emprendimiento para generar reciclaje e implementar una estrategia verde pueda utilizar botes de vidrio y con ella el cliente en futuras compras pueda reutilizar dicho frasco. Aportando así al mismo espíritu de las campañas verdes.

Crear una mascota para la marca que pueda atraer y generar conexión con nuevos mercados, por ejemplo, con el público infantil. Asimismo, este recurso puede explotarse positivamente en las campañas educativas y de concientización, haciendo más amigable y atractiva la información para el público.

Por último, se recomienda a la Universidad de El Salvador y a la Escuela de Artes:

A las autoridades de la universidad, se les sugiere crear conexiones con empresas o fomentar alianzas con productores artesanales de diferentes rubros, para realizar prácticas profesionales con estudios de diseño, arte, empresas o profesionales del campo, para ofrecer pasantías, talleres y oportunidades de networking y así tener al final una mejor experiencia como estudiantes, simultáneamente apoyando a los emprendedores salvadoreños.

A la Escuela de Artes, se le recomienda, integrar en el plan de estudios proyectos prácticos que reflejen desafíos reales del mundo del diseño y las artes, con ello, poder desarrollar de forma efectiva lo visto en el proceso académico; a su vez integrar mejor la teoría con la práctica.

Al curso de especialización de la Escuela de Artes, se le solicita, seguir apoyando los temas de gestión cultural; ya que como diseñadores gráficos se puede difundir información relevante y que pueda ser de ayuda y apoyo para las distintas instituciones, organizaciones o negocios que lo necesiten a lo largo de la región salvadoreña.



## FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Achach, R. A. (2018). Marketing Audiovisual para Pymes y Emprendedores: Cómo Crear Contenidos Visuales que Conecten con tu Audiencia. Editorial Independently Published.

Aguilar, A. (2016). Marketing verde, una oportunidad para el cambio organizacional. Realidad y Reflexión, No 44, Revista Semestral. San Salvador, El Salvador, Centroamérica.

file:///Users/usuario/Downloads/3319.pdf

Álvarez, J. (2017). Marketing Verde: Claves y Estrategias para la Comunicación de Productos y Servicios Sostenibles. Editorial ESIC.

Benavides Mendoza, B. (2020). Sistematización: resultados e impactos del parque apícola en el departamento de Chalatenango. ACOPIDECHA-El Salvador.

<https://www.acicafoc.org/wpcontent/uploads/2020/09/ACOPIDECHAEISalvador.pdf>

Borrás, C., & Guerra, S. (2014). Gestión Cultural Comunitaria. Ediciones Akal.

Cabrera, J. A. (2018). Marketing Audiovisual: Cómo Crear y Difundir Contenidos Visuales para tu Marca. Editorial Anaya Multimedia

Freeman, M. (2018). El ojo del fotógrafo: Composición y diseño para crear mejores fotografías digitales. Editorial Blume.

García, P. (2017). Marketing Digital: Estrategias para Ganar Clientes con Internet. Editorial Gestión 2000.

Gutiérrez, R. (2019). Diseño Gráfico para Redes Sociales: Cómo Crear Contenido Visual para Impactar a tu Audiencia. Editorial Independently Published.

Hernández, L. A. (2020). Diseño de Contenidos en Redes Sociales: Estrategias Visuales para Mejorar tu Presencia Online. Editorial Independently Published.

Martínez, S. R. (2018). SEO y su Importancia en el Marketing Digital. En P. García (Ed.), Tendencias Actuales en Marketing (pp. 87-102). Editorial XYZ.

Mendoza, A. (2019). Infografía: Una guía rápida para diseñar infografías profesionales. Editorial Anaya Multimedia.

Montoya Mejía, E. (2015). Proyecto de inversión para la producción y comercialización de miel de abeja en la Comunidad de Limones, Municipio de Bacalar, Quintana Roo. México.

[http://www.itzonamaya.edu.mx/web\\_biblio/archivos/res\\_prof/ige/ige-2015-28.pdf](http://www.itzonamaya.edu.mx/web_biblio/archivos/res_prof/ige/ige-2015-28.pdf)

Pinto, M. A., & Mirás Avalos, J. M. (2020). Innovación en la Apicultura: Una Propuesta para el Desarrollo Sostenible de la Miel. Editorial Académica Española.

Tamayo Cordero, D. (2015). Proyecto de Factibilidad para la Producción de Miel de Abeja en la parroquia Bellavista del Cantón Espíndola, y su comercialización en la Ciudad de Loja. Universidad de Loja, Ecuador.

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10793/1/TESIS%20DIANA%20TAMAYO.pdf>

## ANEXOS

- **Anexo 1. Diagnóstico**

### **TEMA DEL PROYECTO DE GESTIÓN CULTURAL**

PROYECTO DE GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL A TRAVÉS DEL DISEÑO GRÁFICO; PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “*THE BEE HOUSE*” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023.

### **DESCRIPCIÓN**

Como bien se conoce, la miel de abeja, la cera y sus productos derivados, tales como velas y productos alimenticios, tienen valor cultural, y pueden ser usados en rituales para nacimientos, casamientos, funerales y ceremonias religiosas.

El proyecto consiste en la creación de un plan estratégico de marketing digital para el emprendimiento dedicado a la distribución y producción de miel de abeja artesanal “*THE BEE HOUSE*” y apicultores asociados, es un negocio con el propósito de crear fuentes de ingreso y sostenibilidad para los apicultores y el medio ambiente, ubicado en el departamento de San Salvador, El Salvador.

Para la elaboración de este plan, se establecen objetivos, estrategias y acciones publicitarias específicas que se implementarán en un periodo determinado de 3 meses, utilizando los conocimientos y herramientas de marketing digital y publicidad aprendidos a lo largo de la carrera de diseño gráfico; se espera poder programar reuniones con la encargada del emprendimiento para lograr establecer, la imagen que se quiere proyectar al público y los objetivos deseados a corto y largo plazo para el negocio, por medio de la elaboración y presentación de propuestas gráficas para la marca. Realizando un calendario de actividades se pretende desarrollar todas las publicaciones establecidas llevando consigo un mayor orden, de qué y cómo realizarlas y así poder ver el progreso no sólo de la marca sino también del producto y sus ventas.

Por medio del diseño gráfico, se hará uso de las herramientas de Adobe Photoshop e Illustrator, haciendo uso inteligente de los textos, las imágenes y los videos con el fin de transmitir un impacto visual atractivo a través de la creación de una página de Instagram y TikTok, mostrando contenido acerca de la producción del producto y campañas verdes.

De tal forma, que se pueda educar acerca de la importancia cultural que tiene la apicultura en el Salvador, así como también sobre el cuidado y protección de las abejas en los procesos de producción de miel, ya que la marca se caracteriza por ser eco friendly, por su responsabilidad, cuidado del medio ambiente y de la especie.

También, se brinda total transparencia y confianza por medio de redes sociales, donde tendrán acceso a información sobre el proceso de elaboración del producto, desde su recolección hasta su empaque y distribución, demostrando así que adquieren un producto completamente artesanal y con alto valor nutritivo.

Con la implementación de estas estrategias, se planea lograr tener un mayor alcance de ventas para la marca, beneficiando tanto a nivel interno como negocio, pero también a nivel externo para el trabajo de los apicultores, brindándoles una mayor visualización y relevancia entre la población. Esto permitirá tener un mejor conocimiento de su trabajo, de la producción de miel artesanal y asegurará así que el emprendimiento crezca de manera positiva, inteligente y duradera; Por consiguiente, servirá para alcanzar el objetivo principal de la marca.

Además, para que nuestra participación como Diseñadoras Gráficas tenga una mayor trascendencia a largo plazo en el emprendimiento, se dará orientación al personal asignado sobre estrategias publicitarias, para que pueda dar continuidad a este proyecto en un futuro. logrando así tener un mayor alcance de ventas y de producción, seguidores en sus redes sociales y de dar a conocer el emprendimiento.

## **JUSTIFICACIÓN**

La apicultura es una actividad que puede incluirse dentro del concepto de micro emprendimiento. Los productos de la abeja tienen un alto valor nutritivo, estas características hacen que los productos apícolas artesanales sean atractivos para el campo nutricional y de la buena salud. Como es bien conocido existe en casi todas las regiones del mundo, una relación estrecha entre el hombre y la abeja, el objetivo de cualquier empresa apícola es el de introducir al mercado dicho producto, mejorando los procesos de producción, siendo estos más amigables con el medio ambiente.

La producción y comercialización de miel de abeja se reconoce por ser un proyecto rentable y sostenible a nivel nacional e internacional en El Salvador. Las condiciones económicas y climáticas en nuestro país permiten su producción, alcanzando un nivel bastante aceptable de rentabilidad.

De acuerdo a las ventas que presenta el emprendimiento de miel de abeja a nivel artesanal en El Salvador y que está relacionado al poco reconocimiento que generan los productos tradicionales, es determinante la implementación de este proyecto de emprendedurismo llamado "*The Bee House*" y al hecho de reconocer a los apicultores con los que trabaja dicha marca.

Con este proyecto se quiere generar un marketing digital para obtener niveles de alcance y comercialización entre la población para obtener ingresos sostenibles; a su vez, potencializar y conocer la importancia que tiene la miel de abeja y el trabajo de producción de los apicultores a través de la red social de Instagram y Tik Tok.

Al comunicar y educar sobre el producto y sus procesos de elaboración los principales beneficiarios serían los involucrados en el emprendimiento, ya que podrán tener un mayor alcance de visualización y ventas, posicionándose en el mercado artesanal. También, están beneficiándose los clientes al adquirirla ya que su consumo al ser un producto cien por ciento natural tiene muchos aportes en la salud de quien lo consume por su alto nivel nutricional. Esto generará en el consumidor confianza y un impacto social sobre la importancia de consumir productos artesanales, con ello generamos conciencia a las personas sobre el cuidado del medio ambiente y de las abejas a través de campañas verdes.

Para la orientación del personal de dicho emprendimiento es poder darles información sobre estrategias publicitarias y de marketing digital, siendo esta una clave importante para ayudar a que los encargados sean capaces de dar continuidad a este plan que se les brindara para lograr tener un posicionamiento estable en el mercado artesanal. Por ser una actividad que puede incluirse dentro del concepto de micro emprendimiento es favorable y rentable el sostenerse ya que su promoción en redes no requiere mayor inversión económica al igual que el nivel de costos en su producto; por otra parte, las condiciones climáticas en nuestro país son altamente favorables a la producción de la miel de abeja, alcanzando un nivel aceptable de calidad y rentabilidad.

La prolongación de este proyecto es necesaria ya que por medio de estas herramientas y estrategias donde la marca puede ir renovándose y actualizándose a las nuevas formas de marketing digital, de una buena publicidad y de cómo producir la miel de abeja, que van surgiendo en la sociedad del sector emprendedor y de las nuevas formas de producir; del mismo modo esto permitirá el crecimiento y reconocimiento de la marca, es importante siempre destacar el apoyo y difusión de las campañas verdes ya que la propia marca en sí ayuda y es amigable con el medio ambiente.

## **IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS**

1. Poco consumo de miel de abeja artesanal, a pesar de ser un producto con alto nivel nutricional y que ayuda a la salud, las personas no están acostumbradas a incluir en su dieta diaria este producto porque desconocen de sus beneficios, por ello, por medio de las redes sociales se pretende dar a conocer el valor que posee la miel de abeja 100% natural.
2. Que la marca no tiene difusión en redes sociales, para ello la creación de estas redes como Tik Tok e Instagram, permitirán que la marca tenga más alcance en cuanto a público y mayor número en sus ventas por medio del marketing digital que se planificará.
3. Hay poco conocimiento del trabajo de los apicultores en el país, dada esta problemática vemos relevante el poder registrar como es el proceso de recolección y producción de miel de abeja, para poder mostrar al público

consumidor el papel importante que estas personas realizan para poder tener un producto de calidad.

4. Se tiene un bajo índice a la promoción de campañas verdes a nivel de la apicultura, que por medio de las redes sociales de la marca se promoverá dichas campañas.

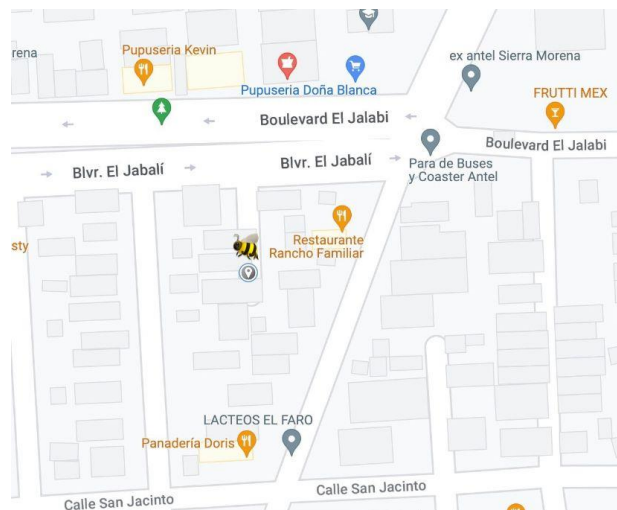
## UBICACIÓN GEOGRÁFICA


En el siguiente mapa se especifica la zona donde el proyecto está dirigido para su comercialización siendo esta la zona de San Salvador, El Salvador.



San Salvador

En este mapa se especifica el punto de referencia para desarrollar el proyecto siendo está en la zona de Soyapango, El Salvador.



() Representa el punto de ubicación de The Bee House.)

## **BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

Los beneficiarios de dicho proyecto son el emprendimiento llamado “THE BEE HOUSE” y a su vez apicultores asociados a la marca. En total son 3 personas las involucradas para realizar dicho plan.

## **QUÉ DISCIPLINA ARTÍSTICA SERÁ EMPLEADA EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO**

Por medio de la disciplina del diseño gráfico se estarán desarrollando de forma eficiente los programas como Illustrator, Photoshop y también hacer buen uso de las herramientas de las redes sociales para implementar una estrategia de marketing digital que sea funcional para el emprendimiento “THE BEE HOUSE” y con ello no solo beneficiar a la marca como tal, sino también a los apicultores asociados, todas estas medidas son necesarias para una buena identidad de marca, conocimiento de producción, campañas verdes, posición en el mercado artesanal entre otros.

## **DESTACAR LAS POSIBLES VARIANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL BUEN DESARROLLO DEL PROYECTO**

- La posible variante que como equipo se tendría sería la disponibilidad de tiempo de los apicultores, con ello se pretende tener una calendarización para poder visitarlos y así desarrollar las actividades que se necesiten para poder llevar a cabo el proyecto.
- Una posible oportunidad de empleo para los miembros del equipo, en dado caso se realizarán cambios en las horas de reuniones a fin de apoyarnos mutuamente y no interferir con el crecimiento profesional de las compañeras, pero a su vez culminar el proceso de grado.

## **CONCLUSIONES**

- Lograr tener un mayor alcance de ventas para la marca, beneficiándose tanto a nivel interno como externo, brindándoles una mayor visualización y relevancia entre la población por medio del uso estratégico de las redes sociales.
- El beneficio que tiene la miel de abeja artesanal en nuestra salud y como es su valor nutricional. Con esto poder así tener mayor conocimiento que no solo es un producto más en el mercado.
- La educación ambiental es necesaria para la sociedad de nuestro país, es importante porque permite concientizar y quitar las barreras de la ignorancia en las personas, porque de esa forma se facilitará el apoyo para las campañas

verdes, el cuidado de los ecosistemas y por ende como uno de los objetivos de nuestro proyecto el cuidado de las abejas.

- La orientación al personal sobre estrategias publicitarias, ayudará a que sean capaces de dar continuidad a este plan logrando así tener un posicionamiento estable en el mercado.
- Las estrategias de marketing digital son una parte esencial para el crecimiento de una marca, porque con ello se logra tener más reconocimiento y posición en el mercado, de igual forma tiene una estrecha relación en ayudar a promover de forma positiva las campañas que fomentan la preservación del medio ambiente.

### AGREGAR LA BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- Diana Mariline Tamayo Cordero. (2015). *Proyecto de Factibilidad para la Producción de Miel de Abeja en la parroquia Bellavista del Cantón Espíndola, y su comercialización en la Ciudad de Loja*. TESIS DIANA TAMAYO. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10793/1/TESIS%20DIANA%20TAMAYO.pdf>
- Blanca Mirna Benavides Mendoza. (2020, junio). *SISTEMATIZACIÓN: “RESULTADOS E IMPACTOS DEL PARQUE APÍCOLA EN EL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO”*. ACOPIDECHA-El-Salvador. <https://www.acifaoc.org/wp-content/uploads/2020/09/ACOPIDECHA-El-Salvador.pdf>
- Edith Montoya Mejía. (2015, diciembre). *“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA EN LA COMUNIDAD DE LIMONES, MUNICIPIO DE BACALAR, QUINTANA ROO”*. [http://www.itzonamaya.edu.mx/web\\_biblio/archivos/res\\_prof/ige/ige-2015-28.pdf](http://www.itzonamaya.edu.mx/web_biblio/archivos/res_prof/ige/ige-2015-28.pdf)

### Anexos

### CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO DEL PROYECTO

Cronograma de actividades																												
Fases	marzo			abril			mayo				junio				julio				Agosto				Septiembre					
Semanas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
Reunión conjunta con la encargada del emprendimiento																												



Reunión con apicultores para conocer el terreno y primeras tomas de fotografía			█		█																
Creación de Redes sociales (Instagram y Tik Tok)			█		█																
Reunión conjunta con la encargada del emprendimiento			█		█																
Desarrollo de la calendarización de actividades para redes sociales					█																
Recolección de fotografías del producto					█																
<b>Subir contenidos a redes sociales</b>					█				█												
Toma de fotografías y videos de producción de producto					█				█												
<b>Subir contenido a redes sociales</b>					█				█												
Creación de infografías para campañas verdes					█				█												
Subir contenido a redes sociales					█					█											
Primera verificación de comportamiento					█						█										

de datos de redes sociales																																					
----------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

	Vacación de semana santa
	Vacación de Agosto

**JORNALIZACIÓN O CARTA DIDÁCTICA DE CADA JORNADA DE LA ACTIVIDAD A DESARROLLAR**

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b> PROYECTO DE GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL “THE BEE HOUSE” Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023.	
<b>ACTIVIDAD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Actividad 1: Reunión con Judith de Durán (encargada del emprendimiento).</li> </ul>	<b>LUGAR Y FECHA</b> Boulevard el Jabalí, Sierra Morena 2 Soyapango, San Salvador. 11- marzo - 2023
<b>TEMA A DESARROLLAR</b>	Presentación de Proyecto.
<b>DESCRIPCIÓN DEL TEMA A DESARROLLAR Y PORQUÉ ES PERTINENTE IMPARTIR ESTE CONTENIDO</b>	En este punto se exponen todas las actividades a desarrollar para la marca The Bee House, siendo la más importante la de gestionar por medio del marketing digital la producción y comercialización del producto que en este caso es la miel de abeja artesanal, es relevante este punto ya que con ello se quiere que la encargada del emprendimiento tenga el conocimiento de las estrategias de marketing digital que se le impartirán a lo largo de este proyecto.
<b>OBJETIVO</b>	Que el emprendimiento de The Bee House pueda expandir su comercialización a la zona de San Salvador, El Salvador y a su vez se pueda conocer el trabajo que se realiza en la producción de miel de abeja artesanal. Teniendo también el programa de campañas verdes en el proceso del proyecto.
<b>DESCRIPCIÓN DE CÓMO SE DESARROLLARÁ LA ACTIVIDAD</b>	Se están organizando reuniones con el fin de crear y presentar estrategias de marketing digital viables y fáciles de mantener para el

	emprendimiento y los apicultores asociados. Así como mostrar el uso correcto de las redes sociales y la toma de contenido gráfico por medio de sus celulares.
<b>MATERIALES Y EQUIPO A UTILIZAR</b>	Computadoras
<b>HORAS EN LAS QUE SE REALIZARÁ LA ACTIVIDAD (incluir receso)</b>	7:00 pm a 9:00 pm reunión con la encargada del emprendimiento.
<b>(esta casilla se llenará finalizada la jornada)</b> <b>NÚMERO DE PERSONAS QUE ASISTIERON</b> <b>SEXO</b> <b>EDAD</b>	4 personas sexo femenino edad entre los 25 a los 35 años
<b>(esta casilla se llenará finalizada la jornada)</b> <b>REALIZAR UNA VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD REALIZADA, COMENTAR SI SE REALIZARON LOS OBJETIVOS DE LA JORNADA Y PORQUE CUALES FUERON LOS LOGROS.</b>	En la reunión se observó una aceptación y apertura a nuestro proyecto e ideas, la encargada mostró entusiasmo e interés en las actividades y se logró el principal objetivo que era la aceptación y disposición de mejorar su negocio con el plan que se quiere desarrollar.
<b>LO POSITIVO Y LO NEGATIVO DE LO QUE ACONTECIÓ</b>	En los puntos positivos se puede decir que hubo buena comunicación y comprensión desde el inicio con la explicación del proyecto y las dudas que surgieron, en cuanto a los puntos negativos, no hubieron.

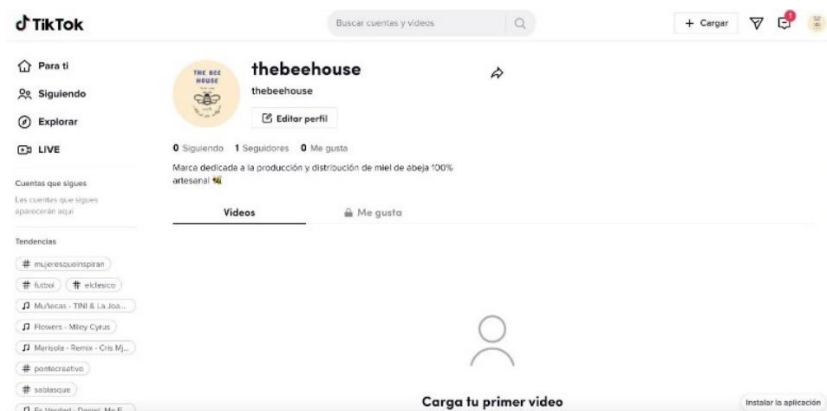
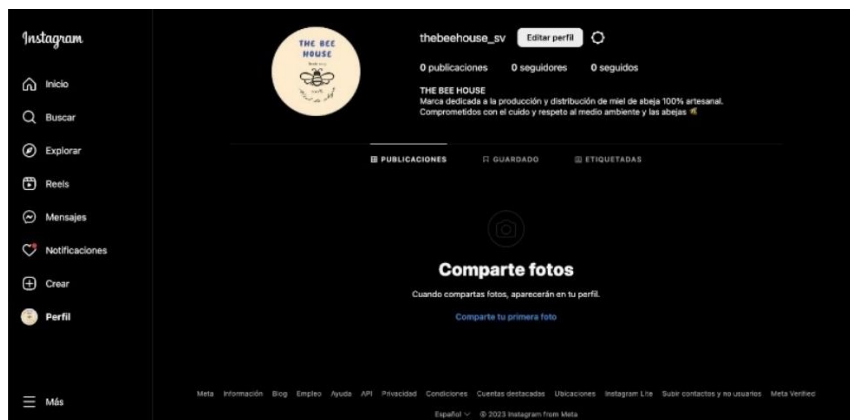
<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b> PROYECTO DE GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL "THE BEE HOUSE" Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023.	
<b>ACTIVIDAD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Actividad 2: toma de fotografías en la zona de trabajo de los apicultores</li> </ul>	<b>LUGAR Y FECHA</b> Guadalupe, San Vicente. 18 - Marzo - 2023
<b>TEMA A DESARROLLAR</b>	Toma de fotografías y recopilación para material digital

<b>DESCRIPCIÓN DEL TEMA A DESARROLLAR Y PORQUÉ ES PERTINENTE IMPARTIR ESTE CONTENIDO</b>	Este día se visitó el área de trabajo de los apicultores, principalmente para conocer la zona y con lo que se podrá estar trabajando en las siguientes actividades del proyecto, también se pudo observar parte del proceso y lugar de reserva de la miel de abeja tomando las primeras fotografías para los anexos.
<b>OBJETIVO</b>	Conocer el área de trabajo y observar todos los puntos clave del proceso para sacarles el mayor provecho al momento de recopilar el contenido para las redes sociales.
<b>DESCRIPCIÓN DE CÓMO SE DESARROLLARÁ LA ACTIVIDAD</b>	Preparando el equipo con dos días de anticipación, para poder recolectar las muestras fotográficas del lugar y organizar bien nuestro tiempo para poder tener resultados eficientes.
<b>MATERIALES Y EQUIPO A UTILIZAR</b>	Cámara fotográfica y celulares.
<b>HORAS EN LAS QUE SE REALIZARÁ LA ACTIVIDAD (incluir receso)</b>	8:00 am a 12:00pm
<b>(esta casilla se llenará finalizada la jornada) NÚMERO DE PERSONAS QUE ASISTIERON SEXO EDAD</b>	1 hombre 5 mujeres edad entre los 25 a los 50 años
<b>(esta casilla se llenará finalizada la jornada) REALIZAR UNA VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD REALIZADA, COMENTAR SI SE REALIZARON LOS OBJETIVOS DE LA JORNADA Y PORQUE CUALES FUERON LOS LOGROS.</b>	En esta jornada se conoció el lugar de trabajo y producción del producto y así concretar estrategias para la creación del contenido. Destacando el valor y riqueza de esta labor por medio de fotografía y video, un punto favorecedor es la iluminación y el estado rústico del lugar lo cual tiene un gran aporte para el contenido visual, manteniendo el concepto artesanal y de la marca.
<b>LO POSITIVO Y LO NEGATIVO DE LO QUE ACONTECIÓ</b>	Lo positivo es que se pudo conocer un poco más a los apicultores y tener una mejor perspectiva de su trabajo y rol tan fundamental para el medio ambiente. Un punto negativo podría ser el acceso a uno de los sitios ya que no es calle principal pero igualmente se pudo acceder.

<b>NOMBRE DEL PROYECTO</b> PROYECTO DE GESTIÓN DE MARKETING DIGITAL PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MIEL DE ABEJA ARTESANAL "THE BEE HOUSE" Y APICULTORES ASOCIADOS EN EL DEPARTAMENTO DE SAN SALVADOR, EL SALVADOR PARA EL AÑO 2023.	
<b>ACTIVIDAD</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>actividad 3: creación de redes sociales (Aún por desarrollar)</li> </ul>	<b>LUGAR Y FECHA</b> Boulevard el Jabalí, Sierra Morena 2 Soyapango, San Salvador. 25- marzo - 2023
<b>TEMA A DESARROLLAR</b>	Creación de redes sociales para la marca de The Bee House en Tik Tok e Instagram
<b>DESCRIPCIÓN DEL TEMA A DESARROLLAR Y PORQUÉ ES PERTINENTE IMPARTIR ESTE CONTENIDO</b>	Es pertinente su desarrollo ya que ayudará a tener un mayor alcance de visualización y relevancia entre la población sobre la comercialización y producción de la miel de abeja por medio de las redes sociales con ello poder informar, hacer conciencia con campañas verdes y a su vez posicionar la marca y producto.
<b>OBJETIVO</b>	Lograr que la creación de estas dos redes sociales sean una herramienta importante para la marca por medio del contenido que se iría compartiendo, para alcanzar más público consumidor.
<b>DESCRIPCIÓN DE CÓMO SE DESARROLLARÁ LA ACTIVIDAD</b>	Buscar los links para crear la plataforma de las redes sociales de Instagram y Tik Tok, siguiendo los pasos para poder crear las respectivas cuentas en cada red social para la marca de The Bee House.
<b>MATERIALES Y EQUIPO A UTILIZAR</b>	Computadora
<b>HORAS EN LAS QUE SE REALIZARÁ LA ACTIVIDAD (incluir receso)</b>	2:00 pm a 4:00pm
<b>(esta casilla se llenará finalizada la jornada)</b> <b>NÚMERO DE PERSONAS QUE ASISTIERON</b> <b>SEXO</b> <b>EDAD</b>	3 personas sexo femenino edad entre 25 a 35 años

<p>(esta casilla se llenará finalizada la jornada)</p> <p><b>REALIZAR UNA VALORACIÓN DE LA ACTIVIDAD REALIZADA, COMENTAR SI SE REALIZARON LOS OBJETIVOS DE LA JORNADA Y PORQUE CUALES FUERON LOS LOGROS.</b></p>	<p>Se obtendrán resultados y valoración más adelante</p>
<p><b>LO POSITIVO Y LO NEGATIVO DE LO QUE ACONTECIÓ</b></p>	<p>Se observarán ambos puntos más adelante.</p>

**AGREGAR INFOGRÁFICOS, FOTOGRAFÍAS, MAPAS, CAPTURAS DE PANTALLA, ENCUESTAS, ENTREVISTAS ETC. ETC., EL MATERIAL GRÁFICO QUE TENGAN A LA MANO PARA RESPALDAR E ILUSTRAR EL DIAGNÓSTICO**





## ● Anexo 2. Protocolo

### 1. NOMBRE DEL PROYECTO

Gestión de marketing digital para la producción y comercialización de miel de abeja artesanal “*THE BEE HOUSE*” y apicultores asociados en el departamento de San Salvador, El Salvador para el año 2023.

### 2. ELEMENTOS CONTEXTUALES

#### a. Destinatarios/Usuarios/Beneficiarios/Público.

Para esta sección la marca trabaja tanto con hombre y mujeres en edades de los 20 años en adelante, distribuyendo el producto en un inicio en Soyapango y con expectativas de expandirse a San Salvador, ambas son municipios de El Salvador; con el interés de llegar a todos los clientes potenciales que quieran adquirir productos artesanales, que no solo cuiden de su salud sino también al medio ambiente y a las abejas. Dicho producto puede ser utilizado en diversas actividades culturales.

En este caso se han dividido en 4 puntos de quiénes serían los beneficiados con dicha gestión:

1. Los apicultores: Estas personas obtienen beneficios monetarios al vender la miel de abeja que producen. Siendo estos un hombre y una mujer entre los 40 a 50 años de edad, provenientes de la zona de Guadalupe en San Vicente, ellos son los encargados del proceso de producción de la miel de abeja para la marca de The Bee House y del cuidado de las abejas junto con el medio ambiente que les rodea.
2. Los consumidores: son las personas que compran la miel de abeja. A su vez, la marca quiere dar a conocer a los clientes frecuentes y a los clientes potenciales de los beneficios que tiene el consumir miel de abeja artesanal, siendo esta una fuente natural de energía y de múltiples beneficios para la salud.
3. Encargada de la marca: en un negocio de miel de abeja, también se requiere de un líder que se encargue de preparar la miel para su comercialización. Recoge lote de producto con los apicultores, hace preparación del packaging del

producto, coloca las etiquetas en los envases y realiza coordinación de entregas con los clientes. En este caso sería la dueña de la marca quien realiza estas actividades y quien también obtiene beneficios económicos.

4. La naturaleza: La protección y el cuidado correcto de las abejas durante los procesos de producción y recolección de la miel son puntos que tienen beneficios importantes en este tipo de negocio ya que al cuidar de ellas se obtiene un producto de calidad y comprometido con la salud tanto de las abejas como de sus consumidores, ayudando así a preservar el medio ambiente, la polinización y mantener el equilibrio ecológico de la zona.

#### **b. Dinámica territorial.**

Para el área de la producción de la miel de abeja se está desarrollando en el municipio de Guadalupe, departamento de San Vicente, El Salvador. Dicho lugar tiene una extensión territorial de 21.51 kilómetros cuadrados, tiene una población de más de 6 mil habitantes y se encuentra a 735 metros de altura sobre el nivel del mar. Posee el título de Ciudad, concedido en 1920 y se encuentra a una distancia de 74 kilómetros de San Salvador. Guadalupe limita al norte con Verapaz; al oeste con Santa María Ostuma y San Pedro Nonualco (departamento de La Paz); al sur con San Juan Nonualco y Zacatecoluca (departamento de La Paz); y al este con Tepetitán.

En esta zona se hacen los procesos de producción de la miel de abeja artesanal que distribuye la marca The Bee House, es ambiente de clima caliente en horas del día, pero con un clima fresco por la noche.

un lugar con una diversidad grande de flora y fauna de la zona y a su vez los apicultores cuentan con los medios y las condiciones para la crianza de abejas y con ello producir un producto de calidad porque no contiene ningún químico que altere su contenido, con lo cual, se protege al medio ambiente y a las abejas en sí.



Imagen 1 y 2. Guadalupe, San Vicente, fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.



Este proyecto se enfoca en la zona de San Salvador, El Salvador. De acuerdo a este lugar, se puede decir que es una zona con una población de 316,090 habitantes y una extensión de 72.25 Km<sup>2</sup>.

Por su ubicación geográfica San Salvador limita al norte con los municipios de Nejapa, Cuscatancingo y Ciudad Delgado; al este con Soyapango y San Marcos; al sur con Panchimalco y al oeste con Antiguo Cuscatlán y Santa Tecla.

En el siguiente mapa se especifica la zona donde el proyecto está dirigido para su almacenamiento, preparación de empaque, comercialización y distribución.



Imagen 3. Mapa San Salvador, Fuente: Google maps

El principal objetivo de comercializar en San Salvador es para expandir el negocio y ver si con esto se puede llegar a más clientes para que conozcan de los productos artesanales que se tienen en el país, en este caso sería la miel de abeja. Se pueda llevar a cabo dicha expansión a través de redes sociales y en estas poder hacer énfasis en los beneficios que trae consumir productos artesanales de buena calidad para la salud. Teniendo en cuenta que la marca propone difundir información de campañas verdes donde se haga conciencia de la importancia de cuidar al medio ambiente que rodea a las abejas y al cuidado de estas mismas.

Tomando en cuenta los elevados precios a nivel nacional e internacional y la desaceleración significativa de la economía mundial, la información disponible más reciente permite proyectar que el crecimiento de la economía salvadoreña en 2022 será de 2.6%; dicha tasa es superior al promedio observado en años previos al inicio de la pandemia e incluye los efectos positivos de factores internos que potencian el crecimiento.

El Salvador es el segundo país de Centroamérica con altas exportaciones de miel debido al cumplimiento de los requisitos en base al Reglamento Técnico Salvadoreño de Buenas Prácticas Apícolas en la producción de miel de abeja

Más de 80 mujeres y hombres de la zona oriental del país están dedicados a la apicultura y han logrado mejorar sus emprendimientos y aportar ingresos a sus economías familiares.

Las inspecciones que se llevan a cabo por los agentes técnicos del MAG (Ministerio de Agricultura y Ganadería). permiten mantener las colmenas sanas evitando tener plagas y asegurando un mejor resultado y calidad en el producto. Con ello, se puede cuidar del medio ambiente y evitar así el uso de productos químicos que desfavorecen no solo a las abejas sino también a la flora y fauna de los alrededores de la zona.

Actualmente el territorio salvadoreño ha logrado tener una muy buena calidad del producto, logrando esparcirse también a mercados internacionales, donde hoy en día el europeo es uno de los principales destinos. Se busca que el consumo local aumente de la misma manera para frenar un poco el consumo de productos importados e industrializados que tienen pocos nutrientes y son productos de baja calidad en su materia prima, carecen de beneficios a nuestra salud y que no contribuyen con la economía interna del país y de los negocios o productores locales.

### **c. Dinámica sectorial.**

Dentro de la dinámica sectorial se encuentra ciertas carencias en el aspecto publicitario de negocio, debido a la poca o nula experiencia en el uso adecuado de las redes sociales y se termina desaprovechando los medios de difusión, promoción y comunicación más populares hoy en día, generando un estancamiento en las ventas y poco alcance dentro de la comercialización del producto artesanal y de tener clientes potenciales; a su vez, deja de lado el área de producción de la miel de abeja artesanal la cual merece una mayor exposición en redes sociales debido su alto valor nutricional. Como bien se conoce, la miel de abeja, la cera y sus productos derivados, tales como velas y productos alimenticios, tienen valor cultural, y pueden ser usados en rituales para nacimientos, casamientos, funerales y ceremonias religiosas.

Parte de estas estrategias de dinámica sectorial para un negocio de miel de abeja podrían incluir varias iniciativas entre las que se pueden destacar las siguientes:

1. Lograr identificar las áreas geográficas donde hay una mayor demanda de miel y de igual forma crear la necesidad en las áreas donde hay menor demanda. Esto se puede hacer a través de investigaciones de mercado, encuestas, análisis de las ventas y de tendencias en la demanda de miel por cada área.
2. Establecer alianzas con apicultores locales y responsables para asegurar el suministro de miel de calidad. El objetivo es crear una red de suministro sólida y sostenible para poder satisfacer la demanda en las áreas identificadas en el primer paso.
3. Establecer una presencia en línea, mediante la creación de perfiles en redes sociales, para llegar a clientes potenciales más allá de las áreas geográficas.
4. Realizar actividades promocionales en la comunidad para conectar y crear conciencia sobre los beneficios que ofrece la miel de abeja artesanal la salud, también se podrá promover su consumo por medio de las campañas verdes, las cuales aportan difusión y comunicación de la marca The Bee House a través de las redes sociales.
5. Mantener una comunicación fluida con los clientes por medio de las redes sociales con el fin de responder a sus mensajes, atendiendo pedidos, quejas y necesidades.

Por tanto, el plan de gestión y acción en este caso es nutrir de conocimientos y aspectos claves en el área de marketing digital y de estrategias que permitirán generar una interacción más dinámica con los clientes, al mismo tiempo que creamos un medio informativo acerca de la apicultura y del compromiso de la marca junto con los apicultores sobre el cuidado del medio ambiente y las abejas, creando un desarrollo integral y un posicionamiento de expansión de ventas del emprendimiento y de clientes nuevos por medio del concepto y personalidad que tiene el negocio en sí.

### 3. DIAGNÓSTICO.

Con base al diagnóstico realizado sobre la producción de miel en El Salvador, específicamente en relación a los negocios artesanales; se identifica que los problemas principales abordan:

Necesidad o Problema	Causa del problema	Prioridad del problema
Poco consumo de miel de abeja artesanal.	Las personas no están acostumbradas a incluir en su dieta diaria este tipo producto o suelen consumir otros productos importados e industrializados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hacer campañas publicitarias para dar a conocer el producto y la importancia de consumir productos locales.</li> <li>● Difundir información sobre su alto nivel nutricional y los beneficios que tiene para la salud de quien lo consume.</li> </ul>
Existe un limitado conocimiento del trabajo de los apicultores en el país.	No hay registro formal del proceso de recolección y producción de miel de abeja, factor indispensable para poder mostrar al público consumidor el papel importante que estas personas que realizan y donde se muestre una total transparencia al ofrecer un producto de calidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● A través de infografías digitales mostrar de manera visual, eficaz y atractiva el proceso de elaboración y recolección de la miel de abeja que ofrece la marca de The Bee House.</li> <li>● Enriquecer el valor del trabajo que realizan los apicultores.</li> </ul>
La marca no tiene difusión en redes sociales para una expansión de comercialización del producto.	Carente manejo de las redes sociales que impiden tener un marketing digital óptimo para la marca.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Crear las redes sociales de la marca.</li> <li>● Dar capacitación acerca del uso adecuado de las redes sociales y del tema Marketing digital.</li> <li>● Establecer un plan de estrategias para un buen desarrollo de Marketing digital.</li> </ul>

<p>Se tiene un bajo índice en la promoción de campañas verdes a nivel de la apicultura.</p>	<p>No hay una conciencia real de cómo cuidar el medio ambiente y de las abejas en nuestro entorno.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The Bee House quiere promover el reciclaje por medio de comprar un bote de vidrio con miel de abeja para luego en futuras compras el cliente pueda refilar el producto, reduciendo así el uso de plásticos.</li> <li>• Por medio de infografías de campañas verdes dar a conocer cómo cuidar del medio ambiente y las abejas.</li> </ul>
---	--	---

La carencia de tácticas que ponen en marcha el posicionamiento de emprendimientos dedicados a la comercialización de productos artesanales, en este caso la miel de abeja que comercializa la marca The Bee House; el poco consumo de este producto por parte del público y el desconocimiento de sus beneficios son los elementos fundamentales a considerar prioridad en este proyecto.

El trabajo de producción artesanal que se realizan los apicultores para obtener la miel de abeja y la calidad de esta, hace que sea posible la implementación de proyectos donde se utilicen estrategias publicitarias y el uso idóneo de las redes sociales para lograr más posicionamiento de la marca y tener mayor alcance en el mercado.

La generación de prácticas de gestión publicitaria en redes sociales dirigido a producciones locales artesanales es una estrategia idónea para promover espacios para la concientización de campañas verdes que, del mismo modo es beneficioso para este tipo de emprendimientos y para la comunidad.

#### 4. OBJETIVO GENERAL.

Promover la producción, consumo y comercialización de la miel de abeja artesanal, por medio del uso correcto de redes sociales estableciendo estrategias de marketing digital.

#### 5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar las necesidades de estrategias publicitarias de la producción artesanal de miel de abeja de The Bee House, para contextualizar y crear una propuesta de difusión idónea.
- Registrar a través de infografías información el trabajo de los apicultores sobre la elaboración y recolección de la miel de abeja.
- Diseñar infografías con información acerca de los beneficios de salud y nutrición del consumo de productos artesanales y locales de la miel de abeja, así como otros materiales de difusión para redes sociales con énfasis en las campañas verdes.
- Orientar al personal de "THE BEE HOUSE" sobre el uso correcto del manejo de redes sociales y de estrategias publicitarias que les ayudarán a dar continuidad a su plan de marketing digital.

- Evaluar el proceso de difusión de redes sociales y su impacto para ajustar la planificación y valorar los resultados obtenidos.

## **6. FUNDAMENTACIÓN.**

La apicultura es una actividad que puede incluirse dentro del concepto de micro emprendimiento. Los productos de la abeja tienen un alto valor nutritivo, estas características hacen que los productos apícolas artesanales sean atractivos para el campo nutricional y de la buena salud. Se conoce que la miel de abeja, la cera y sus productos derivados, tales como velas y productos alimenticios, tienen valor cultural, y pueden ser usados en rituales para nacimientos, casamientos, funerales y ceremonias religiosas.

Como es bien conocido y existe en casi todas las regiones del mundo, una relación estrecha entre el hombre y la abeja, el objetivo de cualquier empresa apícola es el de introducir al mercado dicho producto, mejorando los procesos de producción, siendo estos más amigables con el medio ambiente.

La producción de miel de abeja es una actividad que tiene una gran importancia económica, social y ambiental en muchos países del mundo. La miel es un producto natural, nutritivo y saludable que tiene una amplia variedad de usos culinarios y medicinales. Además, la producción de miel contribuye a la preservación de la biodiversidad y al mantenimiento de los ecosistemas.

La miel de abeja se reconoce por ser un proyecto rentable y sostenible a nivel nacional e internacional en El Salvador. Las condiciones económicas y climáticas en nuestro país permiten su producción, alcanzando un nivel aceptable de rentabilidad.

La miel es un producto muy demandado en todo el mundo. Cada vez hay más consumidores preocupados por su salud y que buscan productos naturales y de calidad. Además, la miel tiene un gran potencial como ingrediente en la industria alimentaria y cosmética a parte que tiene un bajo costo inicial y no requiere de grandes inversiones. En general, basta con adquirir algunas colmenas y los materiales necesarios para su mantenimiento. Además, una vez establecido el apiario, el mantenimiento es relativamente sencillo y no requiere de grandes inversiones.

También, se sabe que el proceso de la apicultura es de gran beneficio para el medio ambiente ya que las abejas son polinizadores importantes en los ecosistemas naturales y agrícolas, lo que contribuye a la conservación de la biodiversidad y al mantenimiento de la productividad agrícola. Además, la producción de miel es una actividad que se puede realizar de manera sostenible, respetando el medio ambiente y los ciclos naturales.

El surgimiento de estos emprendedores y la producción de miel que pueden generar es un aporte de nuevos empleos para las zonas rurales y contribuye al desarrollo local. Además, esta actividad puede ser realizada por personas de cualquier género desde los 18 años de edad, siendo profesionales o no en el área, lo que favorece la inclusión social.

De acuerdo a las ventas que presenta el emprendimiento de miel de abeja a nivel artesanal en El Salvador y que está relacionado al poco reconocimiento que generan los productos tradicionales, es determinante la implementación de este proyecto de emprendedurismo llamado "*The Bee House*" y al hecho de reconocer a los apicultores con los que trabaja dicha marca.

Por dichas razones con el presente proyecto se quiere generar estrategias de marketing digital para obtener niveles de alcance y comercialización entre la población y obtener ingresos sostenibles; a su vez, potencializar y conocer la importancia que tiene la miel de abeja y el trabajo de producción de los apicultores a través de las redes sociales. Ya que la implementación de estas estrategias es esencial para cualquier emprendimiento que desee establecerse y prosperar en el mercado actual.

En particular, para una marca de miel de abeja, el marketing digital puede ser una herramienta muy efectiva para atraer clientes potenciales, educarlos sobre el producto y sus beneficios, conocer los procesos de elaboración de la miel, con todas estas dinámicas como marca podrán tener un mayor alcance de visualización y ventas, posicionándose en el mercado artesanal y creando una comunidad en línea alrededor de su marca.

Esto generará en el consumidor confianza y un impacto social sobre la importancia de consumir productos artesanales, con ello creará conciencia a las personas sobre el cuidado del medio ambiente y de las abejas a través de las campañas verdes.

Para la orientación del personal de dicho emprendimiento es poder darles información sobre estrategias publicitarias y de marketing digital, por medio de este puede interactuar con su audiencia en línea de manera más directa y personalizada, obteniendo como respuesta a comentarios o preguntas en las redes sociales, la creación de contenido educativo y el seguimiento de clientes por correo electrónico.

También, ofrece a las marcas una amplia variedad de herramientas de análisis para medir el rendimiento de sus esfuerzos de marketing en línea. Esto puede incluir la supervisión del tráfico de la página y el alcance en las redes sociales. La recopilación y el análisis de estos datos pueden ayudar al emprendimiento a tomar decisiones informadas sobre cómo mejorar y optimizar sus estrategias de marketing digital en el futuro.

Informar en estas áreas es un factor clave y de gran importancia para ayudar a que los encargados sean capaces de dar continuidad a este plan que se les brindara para lograr tener un posicionamiento estable en el mercado artesanal. Por ser una actividad que puede incluirse dentro del concepto de micro emprendimiento es favorable y rentable el sostenerse ya que su promoción en redes no requiere mayor inversión económica al igual que el nivel de costos en su producto; en comparación con los métodos tradicionales de marketing, como la publicidad impresa o la televisión; el marketing digital, este puede ser mucho más económico.

Por otra parte, las condiciones climáticas en nuestro país son altamente favorables a la producción de la miel de abeja, alcanzando un nivel de calidad y rentabilidad.

La prolongación de este proyecto es necesaria ya que por medio de estas herramientas y estrategias donde la marca puede ir renovándose y actualizándose a las nuevas formas de marketing digital, de una buena publicidad y de cómo producir la miel de abeja, que van surgiendo en la sociedad del sector emprendedor y de las nuevas formas de producir; del mismo modo esto permitirá el crecimiento y reconocimiento de la marca, aumentar la visibilidad, conectar con su audiencia destacando el apoyo y difusión de las campañas verdes ya que la propia marca en sí ayuda y es amigable con el medio ambiente.

En conclusión, un emprendimiento enfocado en la producción y distribución de miel de abeja puede ser una opción atractiva y viable desde diferentes puntos de vista, como la económica, lo social, cultural y ambiental, etc. Además, esta actividad puede contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas, promover un desarrollo sostenible, crear fuentes de empleo y cuidar el medio ambiente y los ecosistemas.

## 7. DESCRIPCIÓN.

El proyecto de gestión de marketing digital va dirigido al emprendimiento The Bee House que comercializa miel de abeja artesanal, del cual se han señalado algunas necesidades de uso de estrategias digitales, además de encontrarse con un público que desconoce tanto sobre el valor nutricional y de salud, que proporcionan estos productos naturales y artesanales como lo es la miel de abeja, como también el proceso de producción de estos mismos.

Por ende, se abordará esta problemática en donde se creará y realizará un plan estratégico de marketing digital con la finalidad de ayudar al lanzamiento en la publicidad de las redes sociales de dicha marca y capacitando a las personas involucradas a hacer uso del mencionado plan.

Con esto, se logrará que la marca pueda posicionarse de una mejor manera en el mercado y los objetivos deseados para que las personas asociadas a la marca se vean beneficiadas en este caso los apicultores que los proveen, también difundir la importancia del trabajo que realizan estos mismos y promover campañas verdes de concientización sobre el cuidado de las abejas y el medio ambiente a través de redes sociales de la marca.

Para desarrollar el proyecto se ha establecido seis etapas, ayudando a una mejor organización en el tiempo que se pretende alcanzar:

- A. Acercamiento** con la encargada del emprendimiento: para conocer de mejor manera el negocio y el producto de la marca y coordinar juntas desde el 10 de marzo y 28 de abril del 2023.
- B. Recopilación de información:** donde se definen los puntos claves que se necesitan para crear las estrategias de marketing digital adecuadas para la marca de marzo a mayo del 2023.
- C. Creación** de redes sociales: se enseñará a la persona encargada del emprendimiento cómo se crean las cuentas de redes sociales y el funcionamiento de estas mismas para su negocio a partir de 24 de marzo y 14 de abril del 2023.
- D. Capacitación:** consistirá en la preparación de la encargada del emprendimiento, donde se enseñará aspectos básicos de las estrategias

de marketing digital y las funciones que estas tienen a partir del 9 de mayo al 30 de junio del 2023.

- E. Evaluar los **resultados**: por medio de la verificación de la métrica de las redes sociales y del plan de marketing digital para ver la efectividad en el impacto que genera en el negocio.
- F. **Informe final**: Luego de realizar y llevar a cabo todas las etapas, se concluirá con la elaboración de un informe, presentando resultados y conclusiones del proyecto.

## 8. PROPUESTA GENERAL DE LA EJECUCIÓN.

En este apartado se propone y describe cada una de las etapas que se llevarán a cabo en este proyecto:

NOMBRE ETAPA	DESCRIPCIÓN
Acercamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Reunión con la encargada del emprendimiento para coordinar juntas y conocer mejor el negocio y el producto.</li> </ul>
Recopilación	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hacer una selección de información por medio de una previa investigación para la realización de estrategias de marketing digital para la marca.</li> </ul>
Creación de redes sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Enseñarle a la encargada del emprendimiento como crear las redes sociales y el funcionamiento de estas mismas.</li> </ul>
Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Capacitación a la encargada del emprendimiento en marketing digital para su negocio y las funciones que estas tienen.</li> </ul>
Resultados	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Evaluar la métrica de las redes sociales y del plan de marketing digital para ver su efectividad en el impacto que genera en el negocio.</li> </ul>
Informe final	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaboración de un informe final donde se presentarán resultados y conclusiones del proyecto final.</li> </ul>

Cada una de estas etapas es el proceso que en general se estará ejecutando a lo largo del proyecto y que con su correcto seguimiento e implementación contribuirá a obtener los resultados planeados.

### 1. Productos esperados.

- Que el emprendimiento logre posicionar y establecer sus ventas brindando una mayor visualización y relevancia sobre la apicultura y conectar con su mercado por medio del uso estratégico de las redes sociales.
- Reconocimiento por parte de las personas involucradas sobre el beneficio que tiene la miel de abeja artesanal en la salud y como es su valor nutricional donde lo puedan consumir como parte de su dieta



- Correcto funcionamiento de la capacitación y orientación al personal sobre estrategias de marketing digital para que en el futuro los responsables sean capaces de dar continuidad a este plan y mantener su posicionamiento en el mercado y si es posible seguir creciendo.

## 2. Aportes originales del proyecto.

- Aportar los conocimientos sobre marketing digital a la marca The Bee House, para ayudar a potenciar y expandir su producto en un mercado más grande.
- Gestionar el uso y creación de redes sociales que sean idóneos y beneficiosos para ayudar a que la imagen de la marca tenga más alcance.
- Realizar capacitaciones para los integrantes que forman parte del emprendimiento con el fin de que conozcan las diferentes herramientas y estrategias que ayuden al crecimiento de la marca.

## 3. Proceso de creación.

Para el desarrollo de dicho proyecto se prevé la ejecución de seis fases, siendo 3 de ellas de mayor aporte significativo y relevancia al aporte que tendrá al proyecto como tal, mostrando a continuación una breve descripción de qué se hará en cada área:

- a) recopilación: reconocer la zona donde se trabaja la apicultura y hacer una documentación de fotografías y videos, al mismo tiempo conocer quiénes son los encargados de producir la miel de abeja.
- b) capacitación: brindar capacitaciones sobre contenido de marketing digital con la encargada del negocio, donde también ella puede conocer cómo se realiza contenido educativo, como se hacen videos y toma de fotografías para redes sociales.
- c) resultados: verificar métricas de redes sociales para hacer una valoración de si el plan de marketing ha tenido un buen uso; al mismo tiempo desarrollar un informe final del proyecto.

agregado a estas fases, se desarrollará un etapa de acercamiento al emprendimiento coordinando reuniones con la encargada de la marca para hacer un intercambio de información e intereses por ambas partes; también se tiene una etapa de creación de redes sociales aquí se busca ayudar al emprendimiento a que conozca cual es el funcionamiento de estas y sin ser menos importante en todas las etapas del proyecto podemos concluir con el desarrollo de hacer un informe final en esta se describirán y mostraran los resultados del proyecto general.

## 4. Impacto.

De manera específica el proyecto de gestión de marketing digital para la producción y comercialización de miel de abeja artesanal “*THE BEE HOUSE*” y apicultores asociados en el departamento de San Salvador, El Salvador para el año 2023, contribuirá de forma positiva en diferentes puntos en donde el emprendimiento de miel de abeja artesanal está viéndose afectada, este proyecto pretende mejorar e incentivar a los involucrados a utilizar de manera productiva las diferentes herramientas que hoy en la actualidad la tecnología nos ofrece, para expandir su negocio e ir dándole continuidad a estas estrategias digitales que van experimentando cambios a lo largo del tiempo, de la misma manera contribuirán a que por medio de implementar campañas verdes e informar a los consumidores sobre el proceso de producción del producto se vea beneficiado el medio

ambiente, las abejas y su salud, también conocer la importancia del trabajo que realizan los apicultores.

Desde un punto de vista social este proyecto puede ayudar a otros emprendimientos que comercializan productos artesanales, que puedan ser orientados y que conozcan sobre cómo implementar estrategias de marketing digital para promover y posicionar sus negocios. También no podemos dejar de lado la importancia del impacto medioambiental que estos emprendimientos pueden promover por medio de campañas verdes, utilizando los elementos visuales necesarios a través de redes sociales desde un punto de vista artístico, que genere conciencia directa o indirecta el cuidado de este mismo, ya que están ligados a ser marcas verdes por comercializar productos artesanales.

### 5. Creadores que participan en el proyecto

En este proyecto participan Escobar Landaverde Vanessa Abigail estudiante egresada de la Universidad de El Salvador de la carrera, Licenciatura en artes plásticas opción Diseño Gráfico; es la responsable de la coordinación y comunicación con la encargada del emprendimiento, tomar fotografías y videos, creación de Redes sociales y programar reuniones.

Andrea Marisol Molina Quintanilla estudiante egresada de la carrera de Licenciatura en artes Plásticas, opción Diseño Gráfico; ella es la responsable de hacer toma de fotografías y videos, capacitación para estrategias de marketing digital, asesoría sobre fotografías de producto, asesoría sobre creación de vídeos de producción de la miel.

Avilés Martínez Mirna Stefani estudiante egresada de la Universidad de El Salvador de la carrera, Licenciatura en artes plásticas opción Diseño Gráfico; ha sido la responsable toma de fotografías y vídeos, orientación acerca de cómo crear infografías para contenido de campañas verdes, subir contenido a redes sociales, verificación de métricas de resultados de redes sociales.

## 9. ACTIVIDADES Y TAREAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS.

Organizar las tareas y actividades a realizar como su resultado esperado es la herramienta de gestión de proyectos que se muestra en el siguiente cuadro donde enlistamos las etapas necesarias a desarrollar y en las que se encuentra dividido el proyecto.

No.	Etapas	Actividades	Resultados esperados
1	Acercamiento	Reunión con Judith de Durán (encargada del emprendimiento). Se exponen todas las actividades a desarrollar para la marca The Bee House, siendo la más importante la de gestionar por medio del marketing digital la producción y comercialización del producto que en este caso es la miel de abeja artesanal.	Se espera una aceptación y apertura hacia el proyecto e ideas, así como entusiasmo e interés por las actividades y logros. Con el principal objetivo que es la aprobación y disposición de mejorar su negocio con la gestión que se quiere desarrollar.

2	Recopilación	Actividad donde se visita el área de trabajo de los apicultores, para conocer la zona y con lo que los encargados estarán trabajando en las siguientes actividades del proyecto como la toma de fotografías y creación del contenido para el emprendimiento.	Poder conocer el área de trabajo y sacar el mayor provecho al momento de recopilar el contenido para las redes sociales.
3	Creación de redes sociales.	Se procede a crear un correo electrónico para el emprendimiento al igual que sus páginas de Tik Tok, Instagram y Facebook. Siendo estas las herramientas más importantes ya que por medio del contenido que se comparte en ellas se podrá dar un mayor conocimiento sobre apicultura, campañas verdes entre otros temas y a su vez hacer la comunicación con los clientes más eficaz para coordinar la distribución del producto.	Tener un mayor alcance de visualización y relevancia entre la población sobre la comercialización y producción de la miel de abeja por medio de las redes sociales y con ello poder informar, hacer conciencia con campañas verdes, mientras que se posiciona la marca y producto.
4	Capacitación	<p>Establecer una estrategia de Content Marketing la cual consiste en la creación y distribución de contenido relevante para atraer clientes potenciales y mantener a los clientes actuales interesados en la marca. Este tipo de estrategia es a largo plazo, pero se podrá mejorar la imagen de la empresa.</p> <p>Considerando que no requiere de una inversión al principio o es casi nulo, favorece al emprendimiento que por estar iniciando no posee el presupuesto para ello.</p> <p>Diversificar el contenido, no sólo limitar a publicaciones, si no también generar videos, fotos, infografías o cualquier otro elemento visual que pueda ayudar a llevar el mensaje de la marca a los usuarios.</p> <p>La atención de los usuarios de redes sociales es fugaz, por eso el contenido deberá estar enfocado en presentar información interesante para el público, así como también el trabajo que realizan los apicultores, creando contenido que no sea nada más marketing sino también educativo y que sirva para proveer</p>	Se desea brindar una orientación al personal en este proyecto sobre estrategias publicitarias, para que puedan tener las herramientas y conocimientos necesarios y ser capaces de dar continuidad a este plan logrando así tener un posicionamiento estable en el mercado.

		información sobre el producto a los clientes potenciales.	
5	Resultados	Evaluar la métrica de las redes sociales y del plan de marketing digital para ver su efectividad en el impacto que genera en el negocio. Desarrollando esta actividad en un periodo de 3 semanas.	Se estima ver resultados de crecimiento en seguidores y ventas para la marca.

Fuente: Elaboración propia.

Con esto podremos anticipar cualquier inconveniente durante su desarrollo y también simplificará la gestión de recursos necesarios para realizar cualquier tarea.

### 10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

En este punto ordenamos las tareas cronológicamente, identificando por semana y mes. Esto en cuestión permite supervisar el nivel de productividad y avance que lleva el proyecto a través de los tiempos de trabajo. De esta manera, se pueden hacer estimaciones de cada etapa, y actualizar el estado del proyecto en todo momento.

Cronograma de actividades																											
Etapas	marzo					abril				mayo				junio				julio				Agosto				S	
Semanas	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Reuniones grupales																											
Primera																											

reunión conjunta con la encargada del emprendimiento																				
Reunión con apicultores para conocer el terreno y tomas de fotografías y videos																				
Creación de Redes sociales																				
Reunión conjunta con la encargada del emprendimiento para establecer fechas de capacitación																				
Primera capacitación para estrategias de marketing digital																				
Asesoría sobre fotografías de producto																				
Subir contenidos a redes sociales																				
Segunda capacitación para estrategias de marketing digital																				
Asesoría sobre creación de																				



	Beneficiarios	1 encargada del emprendimiento • Judith de Duran 2 apicultores (hombre y mujer)
Organizacionales	Tecnología	4 computadora 1 cámara fotográfica 3 teléfonos celulares
Económicos	Viáticos Propios	Gasolina, comida
Materiales	Papelería	Cartón, papel, utilería

Fuente: Elaboración propia.

Los recursos de cada proyecto pueden variar dependiendo las necesidades que vayan surgiendo en su desarrollo, esto con el objetivo de lograr su ejecución y finalización exitosa.

## 12. PRESUPUESTO ESTIMADO EN CUANTO A GASTOS EN RECURSOS MATERIALES

El presupuesto planteado a continuación gira en torno a los recursos en los cuales se ha invertido o se prevé invertir, tanto materiales tecnológicos como gastos personales entre otros, con la finalidad de llevar a cabo las actividades programadas de manera eficiente y segura.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO
<b>Administración</b>		
Internet	3 paquetes	\$64.85
Servicio de energía eléctrica	100 kwt	\$78.93
<b>Transporte y Alimento</b>		
Transporte individual	3 personas	\$10.00
Alimento individual	3 personas	\$12.00
<b>Equipamiento</b>		
Teléfonos celulares	3 unidades	\$870
Computadora	3 unidades	\$3,550
Cámara	1 unidad	\$500
USB	2 unidades	\$24
<b>Imprevistos</b>		
Presupuesto adicional		\$30.00
<b>Total, final</b>		<b>\$5,139.78</b>

Fuente: Elaboración propia.

Al final se resguarda también una cantidad adicional como fondo de emergencia para el caso que se presente necesario utilizar o aportar un poco más al presupuesto original.

### • Anexo 3. Oferta técnica y económica.

**Fecha de presentación:** 20 mayo 2023

**Nombre de la Asistencia Técnica o Capacitación (Proyecto):** Gestión de marketing digital para la producción y comercialización de miel de abeja artesanal "The Bee House"

y apicultores asociados en el departamento de San Salvador, El Salvador para el año 2023.

## **I. IDENTIFICACIÓN**

### **Nombre de Ofertantes:**

Vanessa Abigail Escobar Landaverde  
Andrea Marisol Molina Quintanilla  
Mirna Stefani Avilés Martínez

### **Número de carnet:**

EL14010  
MQ15009  
AM11114

## **II. OFERTA TÉCNICA**

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

The Bee House, San Salvador, El Salvador.

Es un emprendimiento creado por Yanci Escobar en el año 2020, quien se encarga de comercializar miel de abeja artesanal en el área de Soyapango, trabaja en conjunto con dos apicultores de la zona de Guadalupe, San Vicente. Gracias al proceso de recolección de miel que realizan sus proveedores se ha podido obtener un producto de calidad, 100% natural y elaborado por manos salvadoreñas. Hoy en día la marca pretende expandirse con la distribución de su producto a la zona de San Salvador y poder llevar a la mesa de más salvadoreños una miel rica y nutritiva para la salud.

### **2. OBJETIVOS:**

#### **2.1 Objetivo general de la asistencia técnica/capacitación:**

Promover la producción, consumo y comercialización de la miel de abeja artesanal, por medio del uso correcto de redes sociales estableciendo estrategias de marketing digital.

#### **2.2 Objetivos específicos:**

- Identificar las necesidades de estrategias publicitarias de la producción artesanal de miel de abeja de The Bee House, para contextualizar y crear una propuesta de difusión idónea.
- Registrar a través de infografías información el trabajo de los apicultores sobre la elaboración y recolección de la miel de abeja.
- Diseñar infografías con información acerca de los beneficios de salud y nutrición del consumo de productos artesanales y locales de la miel de abeja, así como otros materiales de difusión para redes sociales con énfasis en las campañas verdes.
- Orientar al personal de The Bee House sobre el uso correcto del manejo de redes sociales y de estrategias publicitarias que les ayudarán a dar continuidad a su plan de marketing digital.
- Evaluar el proceso de difusión de redes sociales y su impacto para ajustar la planificación y valorar los resultados obtenidos.

### **3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:**

Se trabajará un 75% del tiempo de la asistencia técnica en reuniones en línea en conjunto con la encargada del emprendimiento en donde se desarrollarán capacitaciones sobre el marketing digital, de igual manera se darán métodos de cómo se crean audiovisuales e infografías para redes sociales con el fin de ver la manera práctica de dar información a los clientes para que conozcan cómo se trabaja la miel de abeja artesanal, dar a conocer el trabajo de los apicultores, campañas verdes, también



sobre el valor nutricional y los beneficios para la salud; a su vez brindar una mejor comunicación con los clientes existentes y futuros.

Concluyendo al final del proyecto con la realización de un informe final donde tendrá toda la información necesaria para ver los resultados de dicho trabajo.

El 25% del tiempo restante se realizará un estudio y documentación de campo al lugar donde se encuentran los apicultores, quienes son los proveedores de la miel de abeja artesanal para la marca para tener un registro de la forma de producción de dicho producto.

#### 4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

- Difusión de publicidad en redes sociales.
- Trabajo eficiente en el manejo de estrategias de marketing digital.

#### 5. PLAZO DE EJECUCIÓN

8 semanas contabilizadas a partir de la firma del contrato.

#### 6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS<sup>1</sup>

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	EN DÍAS/SEMANAS								HORAS TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Preparación de material para capacitaciones	*12	*12							24
Reunión con apicultores para conocer el terreno y tomas de fotografías y videos	4		4		4				12
Creación de Redes sociales	4								4
Primera capacitación para estrategias de marketing digital			4						4
Asesoría sobre fotografías de producto			4						4
Subir contenidos a redes sociales				1					1
Segunda capacitación para estrategias de marketing digital				4					4
Asesoría sobre creación de vídeos de producción de la miel					4				4
Subir contenido a redes sociales					1				1

<sup>1</sup> En el caso de capacitación se deberá agregar como anexo la carta didáctica.

Orientación acerca de cómo crear infografías para contenido de campañas verdes y beneficios a la salud/ nutrición						4			4
Subir contenido a redes sociales							1		1
Verificación de métricas de resultados de redes sociales						1	1	1	3
Trabajo informe final								**1 5	15
<b>TOTALES</b>	20	12	12	5	9	5	2	16	<b>81</b>

\* Dividida en 3 días a la semana, trabajando 4 horas.

\*\* Dividida en 5 días a la semana, trabajando 3 horas.

### III. OFERTA ECONÓMICA

#### 1. COSTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA O CAPACITACIÓN

Detalle	Dólares	%
Costo de la asistencia técnica	\$1,404	90%
Impuestos	\$156.00	10%
	\$1,560	100%

\*precios no incluye IVA

#### 2. DURACIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia tendrá una duración de 81 horas efectivas en un plazo no mayor a 8 semanas contabilizadas a partir de la firma del contrato.

#### 3. PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACTIVIDADES

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	No. DE HORAS CONSULTOR		COSTO	
	Empresa	Oficina	Total	
Preparación de material para capacitaciones		24 horas	24	\$480.00
Reunión con apicultores para conocer el terreno y tomas de fotografías y videos	12 horas		12	\$240.00
Creación de Redes sociales		4 horas	4	\$80.00
Primera capacitación para estrategias de marketing digital		4 horas	4	\$80.00

Asesoría sobre fotografías de producto		4 horas	4	\$80.00
Subir contenidos a redes sociales		1 hora	1	\$20.00
Segunda capacitación para estrategias de marketing digital		4 horas	4	\$80.00
Asesoría sobre creación de vídeos de producción de la miel		4 horas	4	\$80.00
Subir contenido a redes sociales		1 hora	1	\$20.00
Orientación acerca de cómo crear infografías para contenido de campañas verdes y beneficios a la salud/ nutrición		4 horas	4	\$80.00
Subir contenido a redes sociales		1 hora	1	\$20.00
Verificación de métricas de resultados de redes sociales		***3 horas	3	\$60.00
Trabajo informe final		15 horas	15	\$300.00
<b>Total:</b>	12	69	<b>81</b>	<b>\$1,560</b>

\*\*\*Divididas en 1 día a la semana por 3 semanas seguidas.

#### 4. PERSONAL ASIGNADO

ACTIVIDAD	Consultor asignado	Funciones en el Proyecto	Horas Consultor Comprometida	COSTO
Preparación de material para capacitaciones	Vanessa Escobar Andrea Molina Mirna Avilés	Consultor	24 horas	\$480.00
Reunión con apicultores para conocer el terreno y tomas de fotografías y videos	Vanessa Escobar Andrea Molina Mirna Avilés	Consultor	12 horas	\$240.00
Creación de Redes sociales	Vanessa Escobar Andrea Molina Mirna Avilés	Consultor	4 horas	\$80.00

Primera capacitación para estrategias de marketing digital	Mirna Avilés	Consultor	4 horas	\$80.00
Asesoría sobre fotografías de producto	Vanessa Escobar	Consultor	4 horas	\$80.00
Subir contenidos a redes sociales	Vanessa Escobar Andrea Molina Mirna Avilés	Consultor	1 hora	\$20.00
Segunda capacitación para estrategias de marketing digital	Mirna Avilés	Consultor	4 horas	\$80.00
Asesoría sobre creación de vídeos de producción de la miel	Andrea Molina	Consultor	4 horas	\$80.00
Subir contenido a redes sociales	Vanessa Escobar Andrea Molina Mirna Avilés	Consultor	1 hora	\$20.00
Orientación acerca de cómo crear infografías para contenido de campañas verdes y beneficios a la salud/ nutrición	Vanessa Escobar Andrea Molina	Consultor	4 horas	\$80.00
Subir contenido a redes sociales	Vanessa Escobar Andrea Molina Mirna Avilés	Consultor	1 hora	\$20.00
Verificación de métricas de resultados de redes sociales	Vanessa Escobar Andrea Molina Mirna Avilés	Consultor	****3 horas	\$60.00
Trabajo informe final	Vanessa Escobar Andrea Molina Mirna Avilés	Consultor	15 horas	\$300.00
			<b>81 horas</b>	<b>\$1,560</b>

\*\*\*\* Divididas en 1 día a la semana por 3 semanas seguidas.

**Nombres de ofertantes:**

Vanessa Abigail Escobar Landaverde  
**Estudiante**

Andrea Marisol Molina Quintanilla  
**Estudiante**

Mirna Stefani Avilés Martínez  
**Estudiante**

- **Anexo 4. Evidencia fotográfica.**

Segunda visita a apiarios:



Imagen 1. Trozo de cera disecada. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Vicente.



Imagen 2. Zona de colmenas. Fuente: Stefani Avilés, 2023. San Vicente.



Imagen 3. Abejas. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Vicente.

Tercera visita en los apiarios:



Imagen 4. Caja con alzas. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Vicente.



Imagen 5. Terreno con colmenas artesanales. Fuente: Mirna Avilés, 2023, San Vicente.



Imagen 6. integrantes del grupo gestor en compañía del dueño del apiario. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Vicente.

Cuarta visita en los apiarios:



Imagen 7 y 8. Explicación sobre apicultura. Fuente: Mirna Avilés y Andrea Molina, 2023, San Salvador.





Imagen 9. Extracción de cera con miel de abeja. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

Captura de pantalla de redes sociales con primera etapa de contenidos subidos en el desarrollo del proyecto.

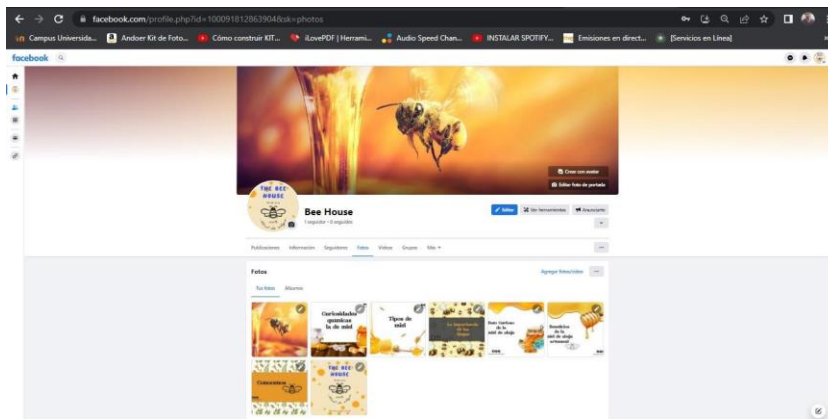


Imagen 10. Red social Facebook. Fuente: Mirna Avilés, 2023, San Salvador.

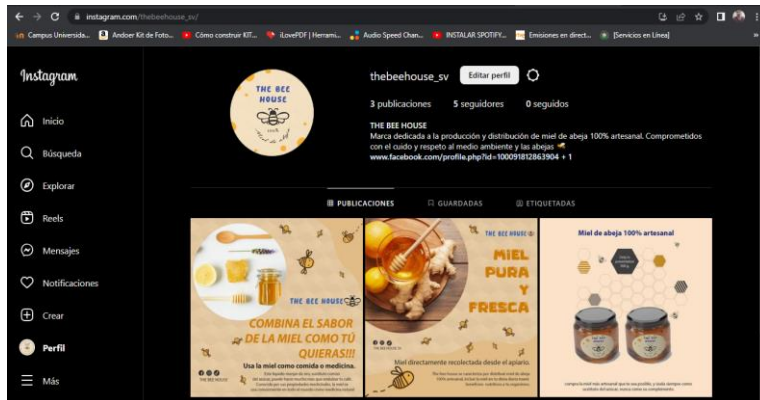


Imagen 11. Red Social Instagram Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.

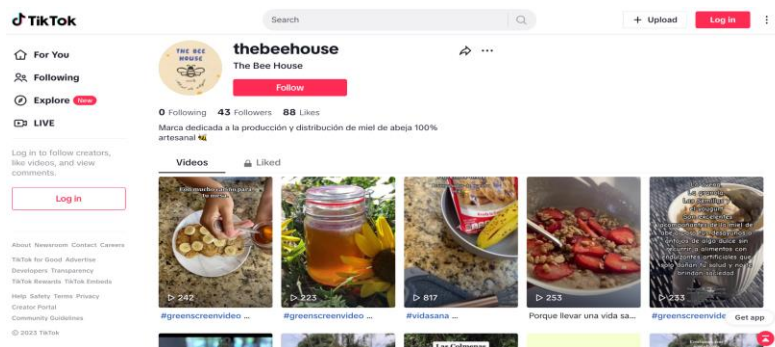


Imagen 12. Red Social TikTok Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador

Screenshot de redes sociales con Segunda etapa de contenidos subidos del desarrollo del proyecto.

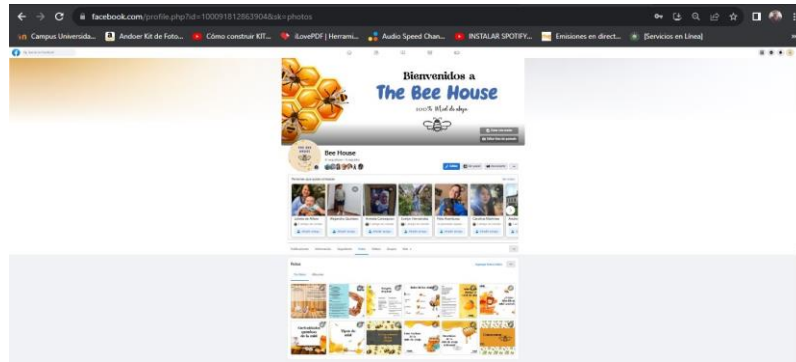


Imagen 13. Red social Facebook. Fuente: Mirna Avilés, 2023, San Salvador.

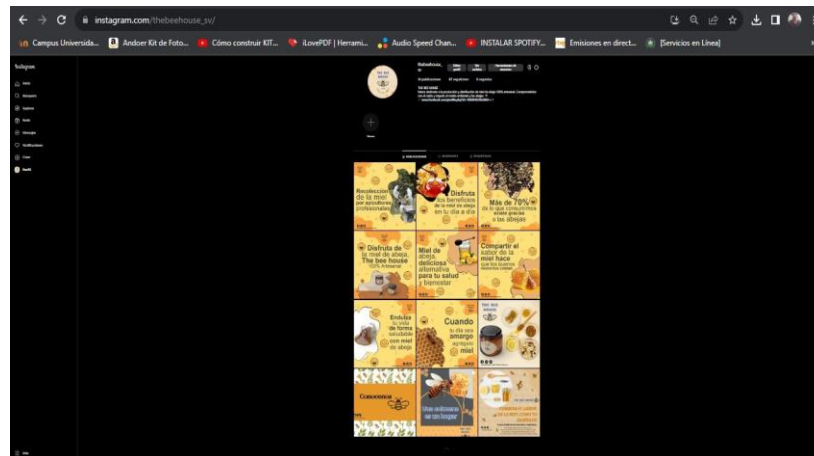


Imagen 14. Red Social Instagram Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.

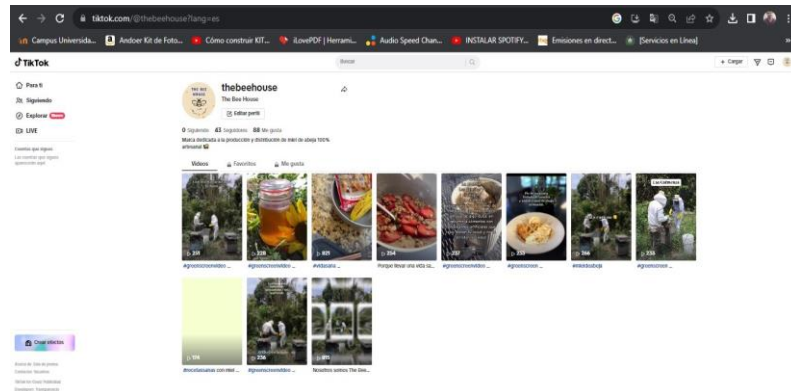


Imagen 15. Red Social Tik Tok Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

Capturas de pantalla de Segunda etapa de las capacitaciones impartidas:

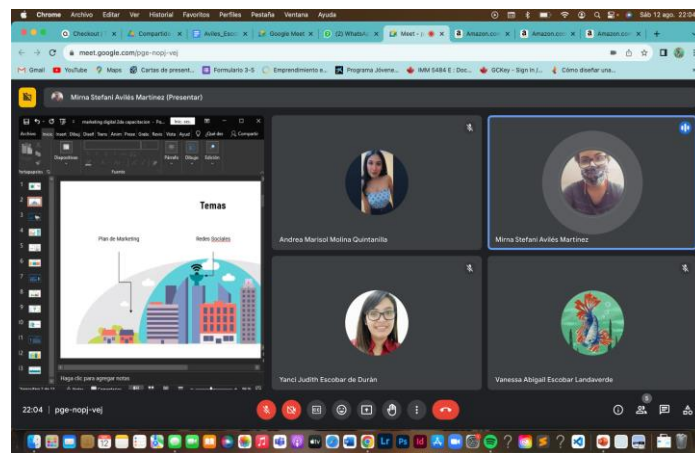


Imagen 16: Screenshot de la segunda capacitación. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.

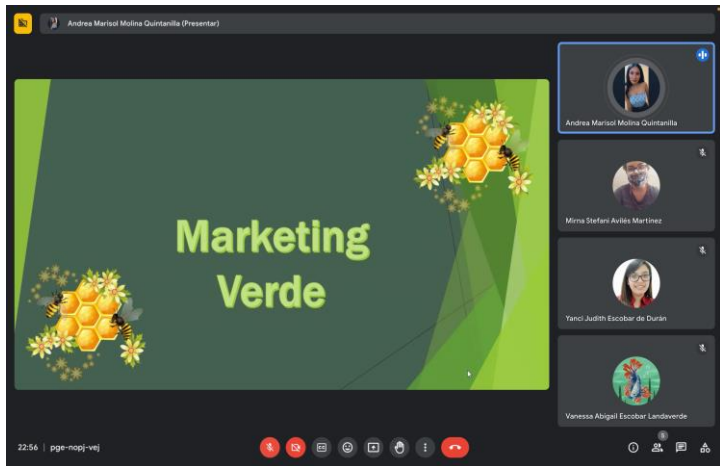


Imagen 17: Screenshot de la tercera capacitación. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.

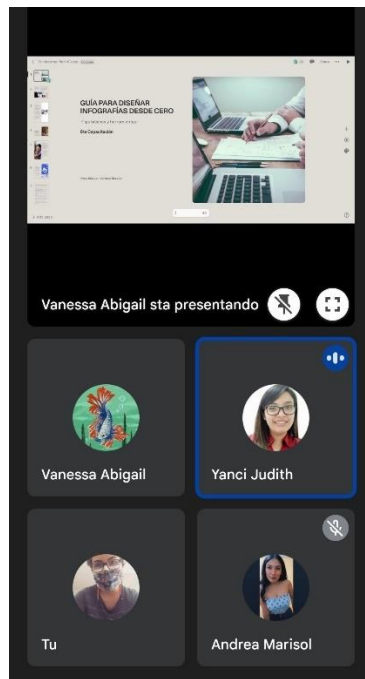


Imagen 18: Screenshot de la segunda capacitación. Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.

## Hojas de vida de los participantes del proyecto:

vanessaescobar2101@gmail.com tel.70425087



*Mucho gusto!*

Soy Vanessa Escobar, tengo 27 años y soy diseñadora gráfica. Me considero una persona muy activa y alegre, me gusta aprender cosas nuevas sobre el diseño y todas sus áreas ya que nos permite expresar ideas y generar un impacto positivo en la sociedad.

*Estudios Academicos*

- 2015-2017 Curso de Idioma Inglés Avanzado GENIUES
- 2015-2022 Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico (5to año en curso) Universidad de El Salvador.
- 2022 Curso de Organización de eventos.

*Manejo de Software*

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe Indesign
- Adobe Lightroom
- Microsoft Office

*Habilidades*

- Imagen corporativa
- Refresh de marca
- Publicidad en medios digitales e impresos
- Diseño editorial
- Diseño de empaques

*Experiencial laboral*

Creación de Revista Artístico Cultural para la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador. 25 de Feb 2022 a 22 de diciembre 2022.

Costumer Service Representative  
Ria Money Transfer 2023

Costumer Service Representative.  
Atento El Salvador. Agosto 2019 a Noviembre 2019.

Experiencia de voluntariado y liderazgo:

Soporte personal en casa privada. Enero 2011 a Marzo 2013 y de Octubre 2013 a Febrero 2015.

Agente de recaudación de fondos en Fundación Agape de El Salvador. Octubre 2018 a Marzo 2019.

Asistente Voluntaria en Larche Honduras.  
Diciembre 2019.



**Andrea Marisol Molina Quintanilla**  
Egresada de Lic. en Diseño Gráfico.

### ABOUT ME

Hola soy diseñadora gráfica enfocada en el branding, diseño editorial e ilustración, me apasiona ser una persona de mente abierta y muy creativa, trató de dar lo mejor de mí en cada proyecto que me haga crecer profesionalmente, me gusta estar en constante aprendizaje adquiriendo nuevos conocimientos y habilidades.

### EDUCACIÓN

Universidad de El Salvador

Lic. en Artes Plásticas Opción Diseño Gráfico  
Año 2016-2022 (egresada)

## ¡Hola soy Andy!

### PERFIL

Edad: 26 años

Lugar de residencia: Planes de Renderos, S.S,  
El Salvador


Responsable Proactiva Creativa Innovadora

### SOFTWARES

- Ai** Adobe Ilustrador
- Ps** Adobe Photoshop
- Id** Adobe InDesign

### CONTACTOS

 andrea1996.molina@gmail.com

 (503) 7210-6856

 @molina.designart

### REFERENCIAS PERSONALES

Molina Quintanilla Mario Enrique  
cel: 7286-7212

Aparicio Iris Joan  
cel: 7176-3562





## Mirna Stefani Avilés Martínez

Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico

📞 2272- 7782/+503 76588905

✉️ mistamar32@gmail.com

### Idiomas

Español Nativo  
Italiano Básico

### Preferencias

Imagen Corporativa (Branding)  
Refresh de Marca  
Fotografía  
Diseño de Empaque (Packaging)  
Diseño Editorial

### Intereses

- Diseño Gráfico
- Fotografía • Arquitectura
- Diseño de interiores y exteriores
- Gastronomía

### Referencias

- Vanessa Yamileth Méndes Lemus  
Licenciada en Letras  
yamilehtmendez1@gmail.com  
+503 7773-7022
- María José Recinos Valencia  
Licencia en Artes Plásticas, opción  
Diseño Gráfico  
majorecinos@gmail.com  
+503 7093-5712
- Josseline Ivette Romero Campos  
CARGOMANIA, S.A. de C.V.  
+503 7690-4407
- Mirna Andreina Martínez Ortiz  
Licenciada en Mercadeo  
Internacional  
mmartinezcco11@gmail.com  
+503 7620-2846

### Perfil

Me gusta aprender de otros y de tener conocimientos de diferentes áreas para proponer ideas o tener referencias en los trabajos que desarrollo, mi trabajo en equipo como el individual es de forma eficaz, organizado y ordenado, plasmando mi esencia y estilo cuando se es necesario.

Considero que soy una persona líder, disciplinada, puntual, responsable, diligente, servicial, muy detallista y meticulosa en lo que hago.

### Educación

- Bachillerato: Técnico en Arquitectura en Instituto Técnico Ricaldone. 2008-2010.
- Estudios Universitarios: Artes Plásticas opción Diseño Gráfico -Universidad de El Salvador. 2015 - presente.
- Clases personales de idiomas: italiano. 2021 - presente.

### Experiencia laboral

- Creación de la segunda edición de Revista Artístico Cultural (VISO) para la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador.  
25 febrero 2022 - 22 diciembre 2022
- Diseño y edición de toda la revista
  - Toma de fotografía
  - Realización de entrevistas

### Información general

#### Programas

- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- Adobe Illustrator
- Microsoft Word, PowerPoint, Excel.
- Adobe Lightroom

#### Competencias

- Capacidad de trabajo en equipo.
- Flexibilidad y capacidad de adaptación.
- Tener iniciativa.
- Responsabilidad.
- Creatividad.



### **Glosario de términos:**

Para comprender mejor ciertos conceptos que se manejan a lo largo del trabajo, en este apartado se definen a continuación:

- **Producción:** fabricación o elaboración de un producto mediante el trabajo.
- **Comercialización:** conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución
- **Marketing Digital:** es un sistema que permite promocionar los productos o servicios de una marca a través de internet, utilizando canales y herramientas en línea de manera estratégica para contribuir a alcanzar los objetivos de negocio generales de la empresa.
- **Apicultura:** es la actividad dedicada a la crianza de las abejas y a prestarles los cuidados necesarios con el objetivo de obtener y consumir los productos que son capaces de elaborar y recolectar.
- **Campañas verdes:** se trata de aquellas acciones enmarcadas en el ámbito publicitario que tienen como fin la concienciación y la protección del medio ambiente.
- **Estrategias Publicitarias:** el conjunto de acciones que ejecuta una empresa con el fin de llevar un producto o servicio a los consumidores.
- **Nutrición:** Se refiere a los nutrientes que componen los alimentos, implica los procesos que suceden en tu cuerpo después de comer, es decir la obtención, asimilación y digestión de los nutrimentos por el organismo.
- **Medio Ambiente:** es el espacio en el que se desarrolla la vida de los distintos organismos favoreciendo su interacción.
- **Producto Artesanal:** son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos.
- **Emprendimiento:** el estudio de cómo los nuevos negocios son creados como el proceso real de empezar un nuevo negocio. Un emprendedor es alguien que tiene una idea y que trabaja por crear un producto o servicio que la gente comprará, y que crea una organización para apoyar esas ventas.
- **Sostenibilidad:** es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones, garantizando el equilibrio entre el crecimiento económico, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social.
- **Publicidad:** es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado.

**FODA al proyecto que desarrollan, para evaluar cómo se desarrolló, o está en desarrollo.**

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<p>Es un producto natural y saludable.</p> <p>Sostenibilidad y conciencia ambiental.</p> <p>Se tiene la posibilidad de venta directa.</p> <p>Posee un valor agregado local.</p> <p>Diversidad de productos a futuro.</p> <p>Demanda constante en alimentación, medicina y cosmética.</p>	<p>Tendencia a productos naturales y saludables dado el crecimiento en la demanda de productos naturales.</p> <p>Expansión de mercado a medida que aumenta la conciencia sobre los beneficios en el consumo del producto.</p> <p>Crear segmentos de mercado especializados como la creación de diferentes clases de miel.</p> <p>Colaboraciones con otros productos como té, panaderías, productos de cuidado personal etc.</p> <p>Facilidad de comercio electrónico y ventas en línea.</p> <p>Se puede aprovechar la oportunidad de educar y concientizar sobre el cuidado del medio ambiente y los beneficios del consumo de miel de abeja.</p>	<p>Se depende de factores externos como las condiciones climáticas, disponibilidad de flores y la salud de las colonias de abejas.</p> <p>Competencia y saturación de mercado.</p> <p>Producción de miel según la estación ya que las abejas son más activas durante ciertas épocas.</p> <p>Costos de producción y mano de obra.</p> <p>Sensibilidad a problemas de salud en las abejas ya que están expuestas a plagas.</p>	<p>Pérdida de hábitat y disminución de la población de abejas.</p> <p>Competencia de productos sustitutos.</p> <p>Cambios en los patrones de consumo.</p> <p>Crisis climáticas y eventos naturales externos.</p>

**Cartas didácticas para capacitaciones:**

**CARTA DIDÁCTICA**

**Institución:** The Bee House      **Nombre del consultor:** Mirna Avilés

**Tema:** Primera capacitación para estrategias de marketing digital

**Objetivo Específico:**

Identificar las necesidades de estrategias publicitarias de la producción artesanal de miel de abeja de The Bee House, para contextualizar y crear una propuesta de difusión idónea

Orientar al personal de The Bee House sobre el uso correcto del manejo de redes sociales y de estrategias publicitarias que les ayudarán a dar continuidad a su plan de marketing digital.

<b>Contenido</b>	<b>Actividades</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tiempo</b>
Conceptos Básicos de Marketing Digital	Dar a conocer al cliente los términos esenciales para entender en qué consiste el marketing digital y cómo funciona este.	Computadora. Presentación en PowerPoint de la clase. Material informativo y de apoyo.	4 horas
Estrategia digital	Enseñar al cliente los tipos de estrategias que existen en el marketing digital y sugerir cuáles son aquellas estrategias que se acoplan mejor a su emprendimiento.		
Plan de Marketing Digital	Explicar al cliente que es, como está estructurado un plan de marketing digital, para que sirve y cómo se hacen.		

## CARTA DIDÁCTICA

**Institución:** The Bee House      **Nombre del consultor:** Vanessa Escobar

**Tema:** Asesoría sobre fotografías de producto

**Objetivo Específico:**

Orientar al personal de The Bee House sobre el uso correcto del manejo de redes sociales y de estrategias publicitarias que les ayudarán a dar continuidad a su plan de marketing digital.

Contenido	Actividades	Recursos	Tiempo
Objetivos principales de la Fotografía de producto	Dar a conocer el objetivo y la importancia de la fotografía de productos y como esta se encuentra ligada a las estrategias de Marketing.	Cámara Fotográfica	4 horas
Composición en Fotografía de producto	Enseñar cómo crear composiciones con elementos que destaquen, sin que compitan con el producto, siendo de gran ayuda a la hora de crear un balance en la imagen.	Celular	
Considerar para Hacer Fotografía de Producto Profesional: Tipos y Consejos Prácticos	Orientar sobre los elementos acordes a la fotografía dentro de la producción y postproducción de producto como el fondo, la iluminación, el producto, edición etc.	Presentación en PowerPoint de la clase.  Material informativo y de apoyo.	

## CARTA DIDÁCTICA

**Institución:** The Bee House      **Nombre del consultor:** Mirna Avilés

**Tema:** Segunda capacitación para estrategias de marketing digital

**Objetivo Específico:**

Identificar las necesidades de estrategias publicitarias de la producción artesanal de miel de abeja de The Bee House, para contextualizar y crear una propuesta de difusión idónea

Orientar al personal de The Bee House sobre el uso correcto del manejo de redes sociales y de estrategias publicitarias que les ayudarán a dar continuidad a su plan de marketing digital.

Contenido	Actividades	Recursos	Tiempo
Redes Sociales	Enseñar al cliente en qué consisten las redes sociales, cómo funcionan y para que se utiliza cada una de ellas.	Computadora. Presentación en PowerPoint de la clase.	4 horas
Marketing de contenidos	Que el cliente aprenda a utilizar dichas plataformas para hacer buen uso del tipo de contenido que puede utilizar en ellas.  Brindar al cliente información para conocer de qué trata y cómo se emplea el marketing de contenido.  Enseñar al cliente a establecer técnicas de creación y gestión de contenidos que generen valor a la marca.	Material informativo y de apoyo.	

## CARTA DIDÁCTICA

**Institución:** The Bee House      **Nombre del consultor:** Andrea Molina

**Tema:** Asesoría sobre creación de vídeos de producción de la miel

**Objetivo Específico:**

Identificar las necesidades de estrategias publicitarias de la producción artesanal de miel de abeja de The Bee House, para contextualizar y crear una propuesta de difusión idónea.

Contenido	Actividades	Recursos	Tiempo
<p>Herramientas de Producción. (Guías y planificación del video, elementos tecnológicos y elementos para video)</p> <p>Herramientas de grabación y sonido.</p> <p>Elemento a destacar en el video y que debemos tener en cuenta para llamar la atención del espectador</p>	<p>Dar a conocer al cliente una pequeña introducción sobre las herramientas y los elementos que necesitan para poder orientarse a la hora de comenzar a tomar videos para su emprendimiento.</p> <p>Adecuar un espacio prudente para aclarar las dudas e inquietudes que tenga el cliente sobre el contenido visto.</p> <p>Reconocer y enseñar al cliente el debido uso de estas herramientas para un mejor resultado en el momento de realizar las prácticas para crear contenido. Brindar información necesaria al cliente para que identifique de manera sencilla el elemento destacado en el video.</p> <p>Mostrar ejemplos para que el cliente tenga una mejor comprensión del tema.</p>	<p>Celular</p> <p>Computadora Presentación de Powerpoint</p>	<p>4 horas</p>

## CARTA DIDÁCTICA

**Institución:** The Bee House      **Nombre del consultor:** Andrea Molina

**Tema:** Orientación acerca de cómo crear infografías para contenido de campañas verdes.

**Objetivo Específico:**

Registrar a través de infografías información el trabajo de los apicultores sobre la elaboración y recolección de la miel de abeja.

Diseñar infografías con información acerca de los beneficios de salud y nutrición del consumo de productos artesanales y locales de la miel de abeja, así como otros materiales de difusión para redes sociales con énfasis en las campañas verdes.

Contenido	Actividades	Recursos	Tiempo
<p>Marketing Verde: Qué es, Para qué sirve y ejemplos</p> <p>Ventajas del marketing verde</p>	<p>Preparar la información que sea adecuada y concreta para una mejor comprensión para el cliente.</p> <p>Disponer de un espacio prudente para aclarar las dudas que el cliente tenga sobre el contenido.</p> <p>Explicar de forma puntual y clara cada una de las ventajas que obtiene el emprendimiento al emplear estas campañas verdes a sus estrategias de marketing digital.</p>	<p>Computadora</p> <p>Presentación de Powerpoint</p>	<p>2 horas</p>

## CARTA DIDÁCTICA

**Institución:** The Bee House      **Nombre del consultor:** Vanessa Escobar

**Tema:** Orientación acerca de cómo crear infografías para contenido de beneficios a la salud y nutrición.

**Objetivo Específico:**

Registrar a través de infografías información el trabajo de los apicultores sobre la elaboración y recolección de la miel de abeja.

Diseñar infografías con información acerca de los beneficios de salud y nutrición del consumo de productos artesanales y locales de la miel de abeja, así como otros materiales de difusión para redes sociales con énfasis en las campañas verdes.

Contenido	Actividades	Recursos	Tiempo
<p>¿Qué son las infografías para contenido?</p> <p>Cómo manejar de forma creativa la información nutricional.</p>	<p>Dar a conocer que son las infografías de contenido, sus usos y cómo pueden facilitar la información sobre el producto y beneficiar a la marca y quienes la consumen.</p> <p>Aprender sobre los elementos principales para informar de manera creativa para los consumidores y comunicar de una manera adecuada a través de las infografías llamativas y como el diseño de las mismas puede atraer a nuevos clientes.</p>	<p>Computadora Material informativo y de apoyo</p> <p>Programas y aplicación utilizar:</p> <p>Ilustrador Designar Canva Adobe Spark Post</p> <p>Presentación de Power Point</p>	<p>2 horas</p>



## Presentaciones de PowerPoint de capacitaciones:

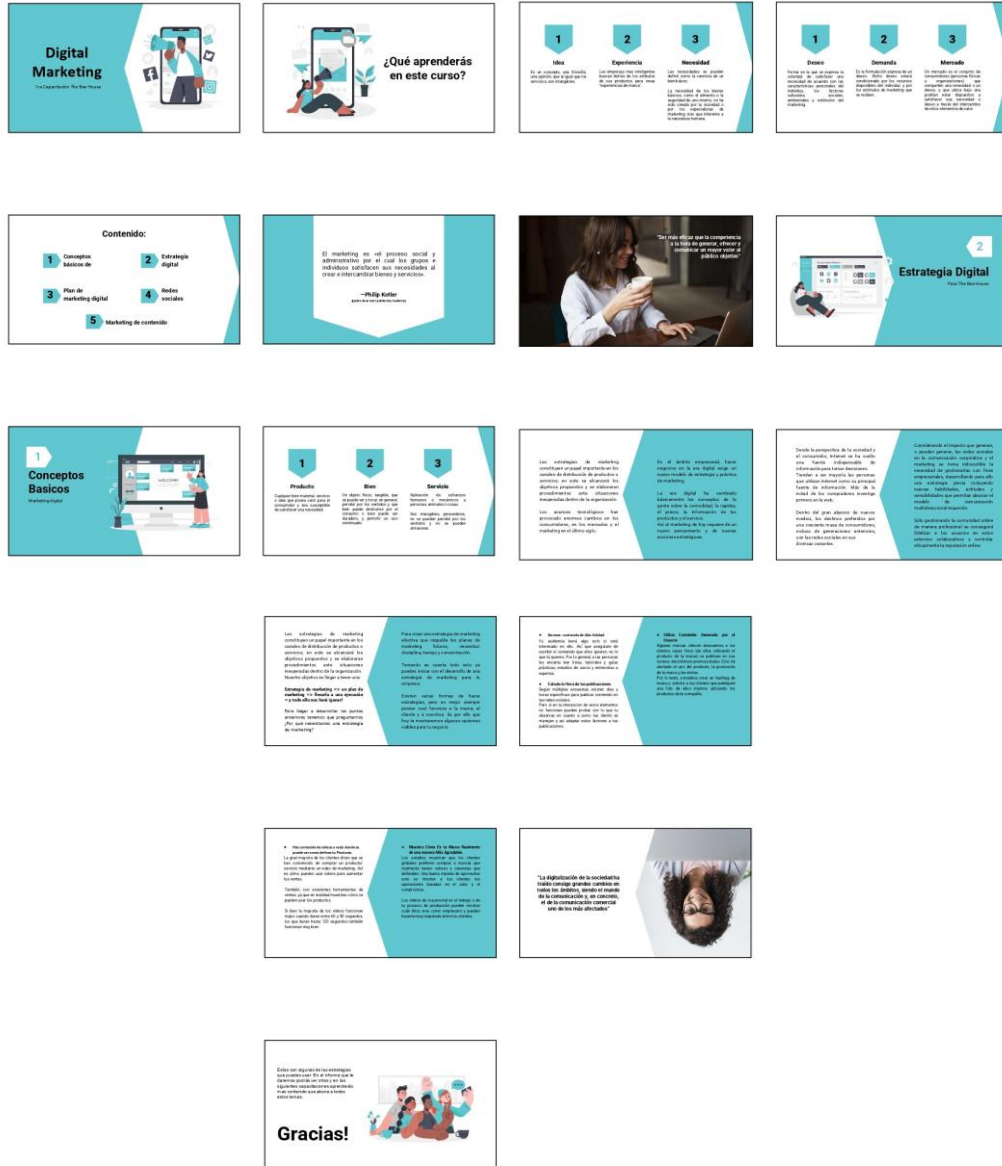


Imagen 18. Presentación de la primera capacitación. Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.

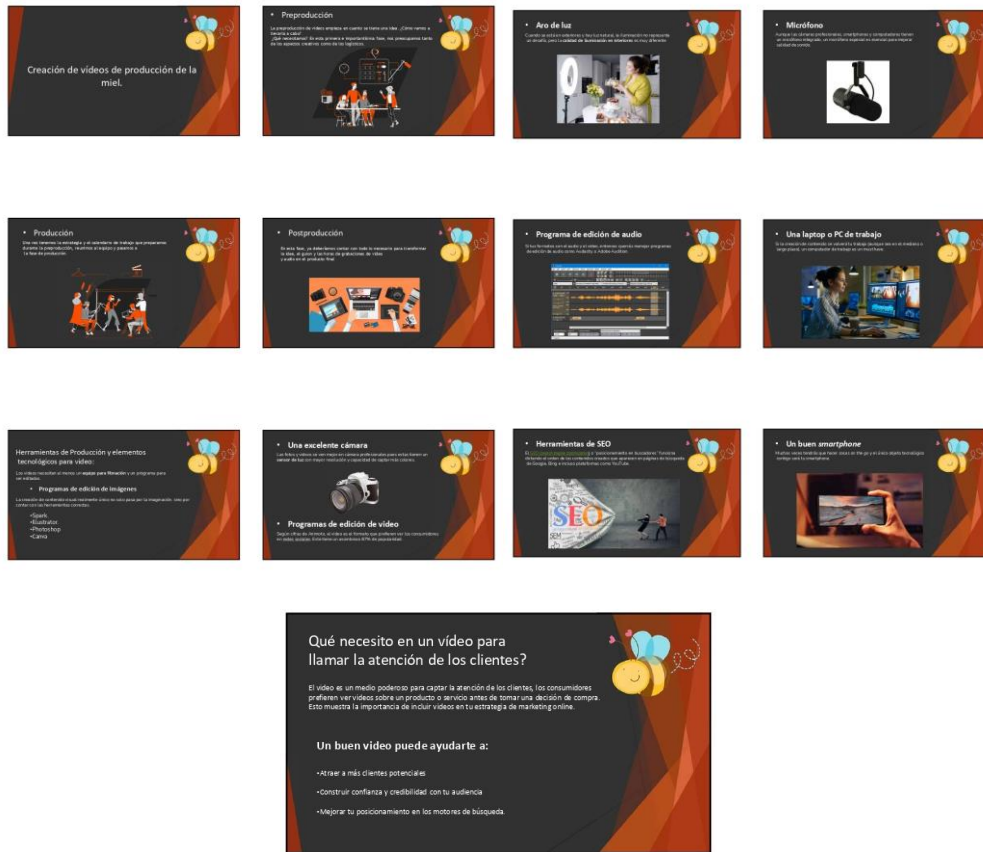


Imagen 19. Presentación de la segunda capacitación. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.

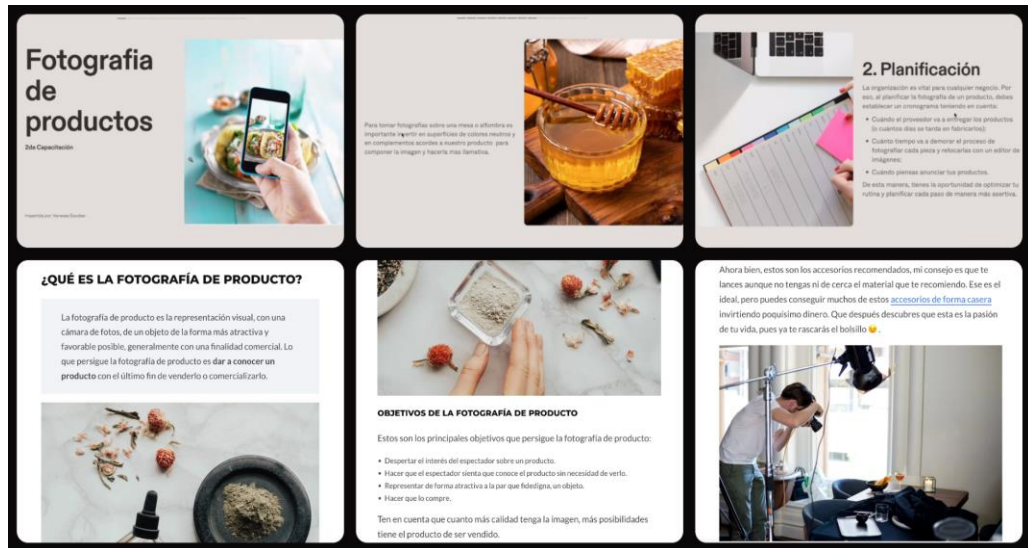


Imagen 20. Presentación de la tercera capacitación. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.



Imagen 21. Presentación de la cuarta capacitación. Fuente: Stefani Avilés, 2023, San Salvador.

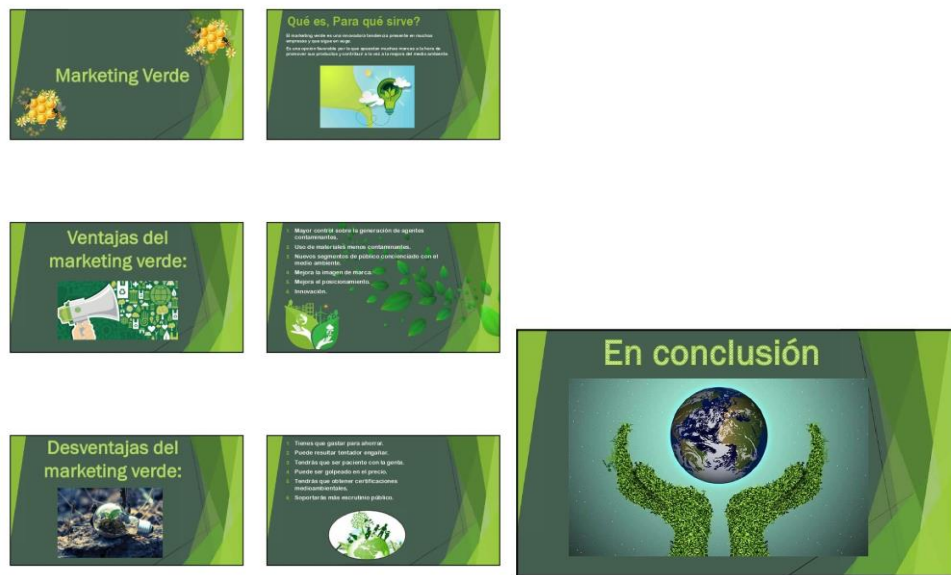


Imagen 22. Presentación de la quinta capacitación. Fuente: Andrea Molina, 2023, San Salvador.

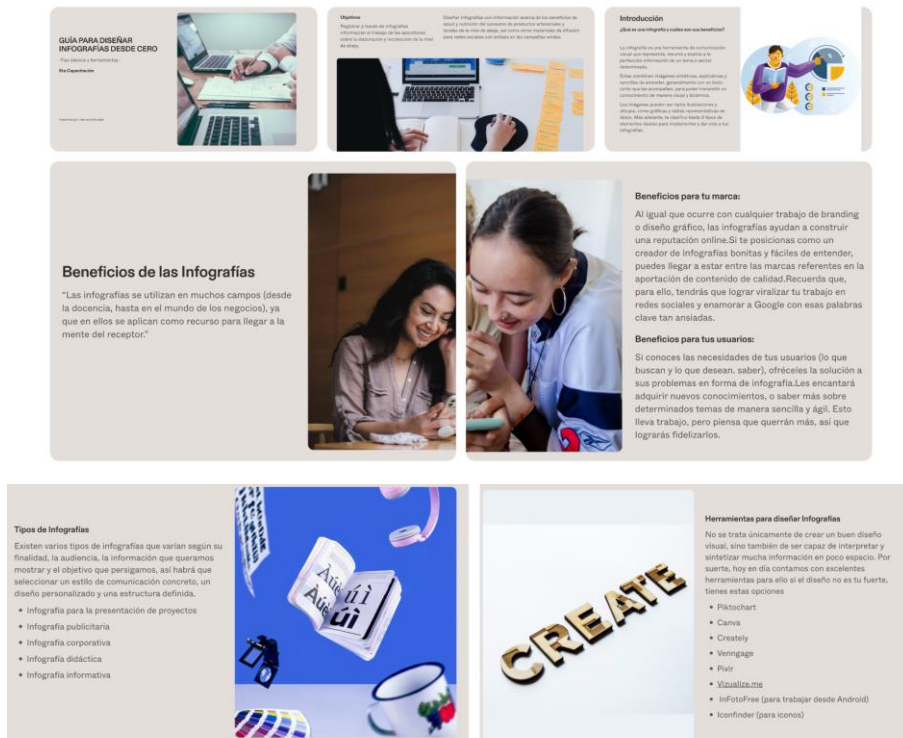


Imagen 23. Presentación de la sexta capacitación. Fuente: Vanessa Escobar, 2023, San Salvador.