

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



**TÍTULO:
GUÍA TÉCNICA DE HERRAMIENTAS DIGITALES EN REDES
SOCIALES PARA POTENCIAR EMPRENDIMIENTOS
ARTESANALES DE MUJERES, EN SAN SALVADOR, 2023**

PRESENTADO POR:

CARNET

DIANA MARÍA GONZÁLEZ MORALES

(GM16051)

IVANIA VIOLETA RAMÍREZ RAMÍREZ

(RR17043)

GRACIELA NICOLE VENTURA PARADA

(VP17007)

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

DOCENTE ASESORA

MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA

COORDINADORA GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

MAESTRA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ

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

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR.

RECTOR

MAESTRO JUAN ROSA QUINTANILLA

VICERRECTOR ACADÉMICO

DOCTORA EVELYN BEATRIZ FARFÁN

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

MAESTRO ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL

LICENCIADO PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

DEFENSORA DE LOS DERECHOS UNIVERSITARIOS:

LICENCIADA ANA RUTH AVELAR

FISCAL GENERAL:

LICENCIADO CARLOS AMILCAR SERRANO RIVERA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

MAESTRO JULIO CESAR GRANDE RIVERA

VICE DECANA

MAESTRA MARIA BLAS CRUZ JURADO

SECRETARIA

MAESTRA NATIVIDAD DE LAS MERCEDES TESHE PADILLA

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

DIRECTOR ESCUELA DE ARTES

LICENCIADO MIGUEL ÁNGEL MIRA MIRA.

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

MAESTRA LIGIA DEL ROSARIO MANZANO MARTÍNEZ

DOCENTE DIRECTORA

MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA.

ÍNDICE

RESUMEN	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN.....	9
I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO	
1.1 Breve descripción del proyecto.....	10
1.2 Problemática y antecedentes	12
II. OBJETIVOS	
2.1 Objetivo general	14
2.2 Objetivos específicos	14
III. CONTENIDO GENERAL	
3.1 Fundamentación.....	15
3.1.1 Economía naranja	15
3.1.2 Artesanías	16
3.1.3 Artesanos	16
3.1.4 Contexto geográfico.....	16
3.1.5 Emprendimientos.....	17
3.1.6 Programas e Instituciones para emprendimientos femeninos.	
.....	18
3.1.7 Contexto de grupo de emprendedoras.....	19
3.1.8 Herramientas digitales	20
3.1.9 Herramientas digitales para negocios en línea.....	21
3.2 Desafíos y estrategias de la gestión artística-cultural.....	24
3.3 Estrategias creativas	25
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO	
4.1 Actividades realizadas.....	26
4.1.1 Guía técnica de herramientas digitales	34
4.2 Evaluación de resultados	35
V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO	39
VI. RECOMENDACIONES	41
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	42
ANEXOS	44

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 - Logotipo de aplicación Canva. Fuente: https://freelogopng.com/canva-logo-png	21
Imagen 2 - Logotipo de aplicación Planoly. Fuente: https://www.youtube.com/channel/UCiS3VZF1BkmqIA_jcf9o9rA	21
Imagen 3 - Logotipo de aplicación Copy.ai. Fuente: https://www.youtube.com/channel/UCiS3VZF1BkmqIA_jcf9o9rA	21
Imagen 4 - Logotipo de aplicación Adobe Express. Fuente: https://celt.indiana.edu/celt-resource/adobe/spark.html	22
Imagen 5 - Logotipo de aplicación Lightroom. Fuente: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.adobe.Lrmobile&hl=es_US&pli=1	22
Imagen 6 - Logotipo de aplicación Cap Cut. Fuente: https://miracomohacerlo.com/poner-marca-agu-a-capcut-obtener-credito-autor/	22
Imagen 7 - Logotipo de aplicación Meta. Fuente: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Meta-Logo.png	22
Imagen 8,9,10 - Capturas de pantalla de reunión virtual con emprendedoras. Autoría propia.....	27
Imagen 11 - Logotipo original de emprendimiento Deby Crochet. Fuente: brindado por Debora Reyes.....	28
Imagen 12 - Logotipo actual de emprendimiento Deby Crochet. Autor: Ivania Ramírez.....	28
Imagen 13 - Logotipo original de emprendimiento Chloe´s. Fuente: brindado por Michelle.....	28
Imagen 14 - Logotipo actual de emprendimiento Chloe´s. Autor: Diana González.....	28
Imagen 15 - Logotipo original de emprendimiento Bohopai. Fuente: brindado por Fátima.....	28
Imagen 16 - Logotipo actual de emprendimiento Bohopai. Autor: Nicole Ventura.....	28
Imagen 17 - Logotipo original de emprendimiento Cinnamon. Fuente: https://www.instagram.com/cinnamon.sv	29
Imagen 18 - Logotipo actualizado de emprendimiento Cinnamon. Autor: Nicole Ventura.....	29
Imagen 19 - Mockup de tarjeta de presentación para Bohopai. Autor: Nicole Ventura.....	29
Imagen 20 - Patrones para Deby Crochet. Autor: Ivania Ramírez.....	29
Imagen 21 - Mockup de sticker para Chloe´s. Autor: Diana González.....	29
Imagen 22 - Mockup de sticker para Cinnamon. Autor: Nicole Ventura.....	29
Imagen 23 - Portada de Manual de marca de Deby Crochet. Autor: Ivania Ramírez.....	30
Imagen 24 - Portada de Manual de marca de Chloe´s. Autor: Diana González.....	30
Imagen 25 - Portada de Manual de marca de Bohopai. Autor: Nicole Ventura.....	30
Imagen 26 - Portada de Manual de marca de Cinnamon. Autor: Nicole Ventura.....	31
Imagen 27,28,29 - Capturas de pantalla de reunión virtual en meet con emprendedoras. Autoría propia.....	31

Imagen 30,31 - Capturas de pantalla de contenido de Guía técnica de herramientas digitales. Autoría propia.....	32
Imagen 32 - Captura de pantalla de reunión virtual en meet con todas las emprendedoras. Autoría propia.....	33
Imagen 33, 34, 35 - Capturas de pantalla de contenido de Guía técnica de herramientas digitales. Autoría propia.....	34
Imagen 36 - Captura de pantalla de formulario de diagnóstico de emprendimientos. Autoría propia.....	35
Imagen 37 - Captura de pantalla de formulario sobre evaluación de resultados. Autoría propia.....	36
Imagen 38 - Captura de pantalla de formulario sobre evaluación de resultados. Autoría propia.....	36
Imagen 39 - Captura de pantalla de formulario sobre evaluación de resultados. Autoría propia.....	37
Imagen 40 - Captura de pantalla de formulario sobre valoración de guía técnica. Autoría propia.....	37
Imagen 41 - Captura de pantalla de formulario sobre valoración de guía técnica. Autoría propia.....	38
Imagen 42 - Captura de pantalla de formulario sobre valoración de guía técnica. Autoría propia.....	38

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Cuadro 1 - Recursos digitales implementados en la guía técnica. Autor: Nicole Ventura.....	22
Cuadro 2 - Muestra del antes y después de los logotipos de cada emprendimiento involucrado en el proyecto. Autor: Diana González.....	29
Cuadro 3 - Ejemplificación de los elementos gráficos de cada emprendimiento. Autor: Diana González	29
Cuadro 4 - Muestra de portadas de manuales de marca de cada emprendimiento. Autor: Diana González	31

RESUMEN

En este proyecto, se realizó un exhaustivo análisis de emprendedoras artesanales en San Salvador, centrándose en la actualización de su identidad de marca y la creación de una guía técnica para fortalecer sus negocios en el contexto de los emprendimientos emergentes, especialmente liderados por mujeres artesanas, que recurrieron a plataformas digitales debido a la crisis económica generada por la pandemia de 2019. La selección de emprendedoras se basó en una encuesta detallada para comprender sus necesidades empresariales, seguida de la creación de manuales de marca personalizados mediante entrevistas en línea. Además, se elaboró una guía técnica integral que abordó aspectos cruciales para la creación y gestión de marcas efectivas, proporcionando herramientas digitales para el fortalecimiento en el entorno digital. Este enfoque resultó en un aumento significativo de ventas y una mayor apreciación por parte de los clientes.

Palabras clave: Identidad gráfica, emprendimientos artesanales, guía técnica, manual de marca, mujeres emprendedoras.

ABSTRACT

In this degree work, a thorough analysis of artisanal entrepreneurs in San Salvador was conducted, focusing on updating their brand identity and creating a technical guide with digital tools to strengthen their businesses, especially relevant in the current landscape of emerging enterprises led by women artisans who turned to digital platforms amid the economic crisis triggered by the 2020 pandemic. Entrepreneur selection was based on a meticulous identification of their business needs through a detailed survey, leading to the development of customized brand manuals for each entrepreneur. These manuals were crafted through online interviews, successfully implementing the entrepreneurs' visions and expectations. Additionally, a comprehensive technical guide covering crucial aspects of effective brand creation and management was devised, equipping women entrepreneurs with tools to thrive in the digital environment, resulting in significant sales growth and improved client perception.

Keywords: Graphic identity, handicraft enterprises, technical guide, brand manual, women entrepreneurs.

INTRODUCCIÓN

Con el objetivo de proporcionar un recurso valioso y pertinente para el posicionamiento comercial de emprendedoras artesanas femeninas, el presente documento ofrece una visión completa y práctica de las herramientas digitales esenciales en el mundo actual para manejar un negocio en línea.

En este documento, primero se explora la problemática y los antecedentes que han motivado el desarrollo de este proyecto. Se analiza la situación actual de las emprendedoras artesanales, destacando los desafíos que enfrentan y los antecedentes que han llevado a la concepción de este tema. Se detallan los objetivos que guían este proyecto, enfocados en el fortalecimiento de los emprendimientos artesanales femeninos.

Se presenta una sección del contenido general que se divide en varios apartados que proporcionan el contexto y los fundamentos necesarios para comprender el proyecto en su totalidad. Se explora un poco sobre la economía naranja, el mundo de las artesanías, el contexto de las emprendedoras, las herramientas digitales y su aplicación en negocios en línea, además de estrategias creativas y desafíos en la gestión artística-cultural.

Seguidamente, se presenta el apartado de ejecución del proyecto, en donde se describen las actividades llevadas a cabo, incluyendo propuestas gráficas, creación de manuales de identidades gráficas y, por supuesto, la elaboración de la Guía técnica de herramientas digitales. Y así mismo se incluye una evaluación de los resultados obtenidos.

Para finalizar se exponen las conclusiones claves del proyecto discutiendo la importancia de mantener y expandir esta iniciativa por medio de recomendaciones, que se proporcionan para garantizar la continuidad del proyecto y su impacto sostenible.

I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO

1.1 BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto “Guía técnica de herramientas digitales en redes sociales para potenciar emprendimientos artesanales de mujeres, en San Salvador, 2023”; consistió en actualizar la identidad visual de tres emprendimientos artesanales dirigidos por mujeres en representatividad para la difusión de una guía técnica de herramientas digitales. Estos negocios ofrecen productos meramente artesanales, por ejemplo, “Deby Crochet” y “Cinnamon” se dedican a la elaboración de figuras elaboradas con crochet o también conocidas como “amigurumis”, “CHLOE’S” en el diseño de accesorios con técnicas de bisutería y “Bohapai” emprendimiento de arreglos de flores naturales.

El proyecto tuvo como finalidad ayudar a emprendimientos de San Salvador, específicamente que operan sus negocios con cuentas de redes sociales, con la creación o refrescamiento de marca para promover sus emprendimientos en el rubro artesanal. Todo esto con el propósito que tuvieran un mayor alcance en su público meta, y permitiera mayor posicionamiento y crecimiento.

Dentro del proyecto también, se realizó una guía técnica que sirvió de apoyo para los emprendimientos pudieran construir a futuro sus propios elementos gráficos y al mismo tiempo aprender a manejar estrategias para posicionar su negocio dentro del mercado, todo diseñado de manera práctica para que fuese de fácil comprensión y que cada emprendedor pueda llevarlo a cabo sin ningún problema y con herramientas accesibles, que estuvieran a su alcance.

Para ello, se necesitó de tres emprendimientos inicialmente, integrándose una cuarta beneficiada a la mitad del proyecto, todas pertenecientes al rubro artesanal, quienes estuvieron interesadas en participar. Se realizó una reunión general en donde se discutieron los puntos necesarios para llevar a cabo la primera fase del proyecto, lo cual nos ayudó para poder iniciar con la creación de la identidad visual de cada negocio, consecutivamente se realizaron más reuniones para discutir cambios y aprobaciones.

Para efectuar el trabajo, se hizo uso de recursos digitales como los programas pertinentes de diseño gráfico para cubrir las necesidades, Illustrator, Photoshop, Premiere. En cuanto al tiempo, el proyecto se desarrolló en el periodo comprendido de los meses de mayo a julio del presente año 2023.

Todo lo anterior, con la intención que cada negocio pudiera administrar sus redes sociales de una manera más asertiva y eficaz luego de haber finalizado con la ejecución del proyecto, brindándoles las herramientas y conocimientos necesarios para que puedan continuar con su crecimiento profesional.

El proyecto se desarrolló en las siguientes etapas:

- a) **ETAPA 1** - Recopilación de información para conocer los emprendimientos y sus necesidades: Se compartió un formulario en línea con algunas preguntas pertinentes al tema. Se realizó una reunión con los negocios para informarles sobre el proceso y su propósito, además, de conocerlos y organizar las próximas reuniones.
- b) **ETAPA 2** - Se desarrolló las identidades visuales de cada emprendimiento, según las necesidades comunicadas por ellas mismas: Para ellos se organizó una reunión en línea e individual, donde se estructuró un brief el cual se recopiló información importante de las beneficiarias respecto a su marca, tales como colores, público meta, valores de la marca, etc.
- c) **ETAPA 3** - En este punto y luego de haber realizado otras reuniones para revisión y aprobaciones se procedió con la creación del manual de marca de cada emprendedora, el cual contenía los puntos y reglas respecto al uso correcto y adecuado para el empleo de las identidades visuales. Esta etapa finalizó con la entrega del manual mencionado.

- d) **ETAPA 4** - Se estructuró, diseñó y se elaboró la guía técnica: la cual contenía conceptos y herramientas que orientaban a las emprendedoras emergentes a desarrollar una marca más profesional, consolidada y con más presencia en las redes sociales.

- e) **ETAPA 5** - En esta fase se hizo entrega de la guía técnica de herramientas digitales, donde se teorizaba a grandes rasgos cómo manejar de manera gráfica los negocios en línea. En esta etapa se evaluó la pertinencia y utilidad práctica de la guía.

En cada una de las actividades programadas de cada etapa se desarrollaron con el apoyo del equipo de trabajo integrado por las egresadas de la Carrera en Artes Plásticas Opción Diseño Gráfico Diana González, Ivania Violeta y Nicole Ventura, cuyo desempeño se vio reflejado en toda la planeación y desarrollo del proyecto.

1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES

El sector artesanal en San Salvador es diverso y ofrece una amplia gama de productos únicos y de alta calidad. Sin embargo, muchas veces estos productos no son suficientemente conocidos o valorados por el público en general, además muchos de estos emprendimientos quedan estancados como negocios emergentes y no logran superarse dentro del mercado, quedando como negocios fallidos.

En respuesta a esta problemática, se planteó un proyecto centrado en la mejora de la identidad gráfica, reconociendo la importancia del aspecto visual en la percepción de una marca. El enfoque principal fue impulsar y fortalecer el negocio local y sectorial artesanal femenino, que actualmente está subvalorado.

Al momento de proponer este proyecto, se pudo identificar un conjunto de necesidades y desafíos presentes en los emprendimientos seleccionados. Estos desafíos comprendían, entre otros aspectos, la presencia de identidades visuales obsoletas que requerían actualización, un embalaje de productos carente de un diseño atractivo que no se alineaba con la imagen deseada por las emprendedoras, una carencia de

conocimiento en prácticas relacionadas con estrategias y la construcción de elementos gráficos que pudieran contribuir al crecimiento de sus negocios, así como una limitada segmentación en sus cuentas de redes sociales. Además, se observó que el reconocimiento de sus marcas no alcanzaba los niveles proyectados que toda persona emprendedora proyecta al inicio, lo que añadía un desafío adicional a superar en el proyecto.

Para abordar estas cuestiones, se llevó a cabo una selección minuciosa de emprendimientos que presentaban estas problemáticas, además que cumplieran con algunos requisitos como, ser gestionados por mujeres y que ofrecieran productos artesanales hechos a mano.

Se consideró fundamental enfocarse en un público beneficiario específico que carecía de apoyo institucional. El proyecto se llevó a cabo en colaboración con las emprendedoras: “Chole’s Joyería”, bajo la dirección de Michelle; “Deby Crochet”, dirigido por Debora; y “Bohopai”, cuya gestión recae en Fátima; mujeres entre las edades de 20 a 35 años ubicadas en el municipio de San Salvador.

Al tener una respuesta positiva de parte de los emprendimientos seleccionados se procedió a realizarles una serie de preguntas referentes a sus negocios a través de un formulario, para profundizar con la información necesaria.

Por ende, este proyecto tenía como finalidad solventar estas problemáticas, creando una identidad única para cada emprendimiento, con recursos gráficos y guía técnica de herramientas digitales que orientaran a las emprendedoras sobre cómo mejorar su imagen, estrategia y visibilidad en línea, mejorar sus perfiles en redes sociales y a utilizar diferentes técnicas para aumentar su alcance en línea y destacar entre la competencia.

II. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Aplicar herramientas digitales para posicionar emprendimientos artesanales aplicando una guía específica a tres negocios administrados por mujeres en San Salvador y hacer frente a los desafíos actuales del mercado digital.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender la importancia de tener una identidad visual proyectada correctamente que sintetice y represente fielmente la esencia de la marca para atraer la atención de los consumidores y contextualizando los emprendimientos salvadoreños.
- Diseñar una nueva identidad visual para cada uno de los emprendimientos, enfocándose en los aspectos que los hacen únicos y atractivos a su público objetivo.
- Crear una guía técnica de herramientas digitales, a fin de potenciar la visibilidad de las marcas de los negocios estudiados para incrementar sus ventas y atraer a un público más amplio y diverso.
- Evaluar la viabilidad de aplicar esa guía a nuevos emprendimientos evaluando los resultados de la misma con los negocios estudiados.

III. CONTENIDO GENERAL

3.1 FUNDAMENTACIÓN

Este apartado se refiere a la argumentación acerca del motivo o razón para llevar a cabo un proyecto específico. Aquí se identifica cuál alternativa, que anteriormente ha sido evaluada, es la más apropiada para resolver la situación problemática del objeto de estudio. (EUROINNOVA, 2004)

En otras palabras, es el conjunto formado por la documentación y reflexión previa respecto al tema a investigar que los investigadores han recopilado y analizado, y sirve como sostén conceptual de su trabajo.

3.1.1. Economía naranja

Hace referencia a todo lo que envuelve la cultura, la industria creativa y creación de contenido. Por lo tanto, el universo naranja involucra aquellas actividades que transforman el conocimiento en un bien o servicio que además de promover un beneficio económico, desarrollo de la cultura y la creatividad. (Economipedia, 2023)

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, 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. (CONAMYPE, 2021)

3.1.2. Artesanías

Según la UNESCO, es una expresión del patrimonio cultural y herencia de las tradiciones de sus pueblos. En América Latina y el Caribe cumple un papel importante en el desarrollo de la economía, lo social y cultural. El balance entre lo tradicional y lo moderno para crear nuevas oportunidades, se ve manifestado en el trabajo de los emprendimientos artesanales, que a su vez cambia la percepción de lo que se conoce por “artesanal”.

3.1.3. Artesanos

En el pasado el rol del artesano, en el proceso de creación su trabajo se consideraba como la mano de obra, mientras que la propiedad intelectual no se les reconocía ni se les compensaba. El artesano y su talento forman una parte crucial en el emprendedurismo. (BID, 2017)

Según la Real Academia Española un artesano es una persona que ejercita un arte u oficio meramente manual, es la que realiza por su cuenta objetos de uso doméstico imprimiendo un sello personal, a diferencia del obrero fabril.

3.1.4 Contexto geográfico

En El Salvador, existe un buen porcentaje de la población entre las edades de 18 a 64 años que son emprendedores activos. La necesidad de subsistir ha llevado a muchas personas a emprender, como las difíciles circunstancias causadas por la pandemia del coronavirus (COVID19) o la falta de empleo. Para mejorar el flujo de ingresos y aumentar la eficiencia del gasto, El Salvador necesita llevar a cabo una consolidación fiscal que proteja la recuperación económica y ayude a las personas en situación de pobreza. Esto se puede lograr mediante la mejora de la inversión pública y privada, la promoción de empleos de calidad y el fomento de un sector privado más dinámico, competitivo e innovador.

En este contexto, la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) desempeña un papel importante al promover y fomentar los negocios de micro y pequeñas empresas en el sector artesanal, brindando un apoyo a emprendedores y empresarios a través de diversos programas e

instrumentos que facilitan el desarrollo empresarial en diferentes áreas geográficas.

Además, cuentan con una unidad especializada en empresarialidad femenina que ofrece un programa llamado "Diplomado Mujer y Negocios", proporcionando herramientas prácticas y orientación técnica para construir y validar modelos de negocios, abierto a todas las mujeres emprendedoras.

3.1.5. Emprendimientos

El emprendimiento no es un fenómeno que se produce en forma espontánea e independiente del entorno. Emprender es una decisión que toman las personas, que depende de factores internos del individuo (capacidades, actitudes, percepciones y aspiraciones), de su dotación de recursos (capital humano, capital social, capital financiero) y de las condiciones del entorno (sociales, políticas, legales, económicas, etc.)

En El Salvador estos emprendimientos se desarrollan en un 60,8% por una necesidad (consumo familiar) y en un 37,6% por aprovechar una oportunidad. (Gutiérrez, Guillermo. 2012)

Un estudio concluye que un emprendimiento motivado por la "oportunidad" tiene mayores perspectivas de permanecer en el mercado y acceder al éxito que un emprendimiento movido por la "necesidad" (Gutiérrez, Guillermo. 2012). Esto conlleva a que en el país deben desarrollarse programas de fomento de emprendimientos que aprovechen una oportunidad en el mercado, para que las empresas se posicionen y crezcan a mediano y largo plazo, incrementando el empleo y la competitividad nacional.

Los negocios más comunes en El Salvador operan en los giros de comercio y servicios, en especial en la preparación de alimentos. La venta de alimentos preparados (sin local) en las tiendas de productos básicos son los negocios más comunes en el país. El 87 % de la TEA y el 74 % de los negocios establecidos pertenecen al comercio y venta de alimentos. (FUSADES, 2014).

Dentro de estas cifras se encuentran otro pequeño porcentaje de negocios, los

cuales giran alrededor de la elaboración de productos hechos a mano o artesanales, los cuales luchan por abrirse y mantenerse dentro del mercado, esto debido a diversos factores. Uno de ellos es lo infravalorado que es este rubro y la falta de rentabilidad que puede llegar a tener al siempre estigmatizar que lo hecho a mano no tiene un costo de producción alto y que por ello sus precios deberían ser bajos. Es muy común escuchar comentarios que giran en torno al tema de que los precios son muy elevados siendo productos aparentemente “sencillos”.

El fenómeno de los emprendimientos es un tema complejo de abarcar, desde las capacidades, percepciones y oportunidades que se puedan llegar a tener para emprender, los tipos de negocios, sus competencias, sus ventajas y por supuesto, los obstáculos, dentro los cuales cabe mencionar la falta de programas de apoyo.

Es por ello que este proyecto busca la manera de ser un aporte para esos emprendimientos, principalmente a los que se categorizan como emprendedores emergentes al no llevar más de 42 meses dentro del mercado, enfocándose exclusivamente a quienes se dedican a la elaboración de productos hechos a mano.

Como se mencionó anteriormente, hay diversos obstáculos los cuales hacen que un emprendimiento no tenga éxito, por ende, este proyecto pretende aportar soluciones a los problemas relacionados a la parte gráfica, visual y estratégica áreas de las que se poseen conocimientos necesarios para poder solventar las necesidades que se identifiquen.

3.1.6. Programas e Instituciones para emprendimientos femeninos.

Las emprendedoras salvadoreñas han encontrado formas innovadoras de crear y hacer crecer sus negocios. Algunas han utilizado las redes sociales y el comercio electrónico para llegar a un mercado más amplio, mientras que otras han establecido tiendas físicas y han participado en ferias y eventos locales.

Las mujeres emprendedoras en El Salvador han recibido apoyo de organizaciones gubernamentales, como el Ministerio de Economía, que ha

implementado programas y políticas para fomentar el emprendimiento femenino; así como CONAMYPE, la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa que en apoyo del Ministerio de Economía (MINEC) elaboran la Ley de Fomento y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (Ley MYPE), ya que la CONAMYPE -a través de un proceso participativo promovió la elaboración de una Política Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa, con el fin de fortalecer, desde una perspectiva territorial y de género, las capacidades competitivas y productivas de las MYPE. (Andino,Merino 2018)

Además, han surgido diversas iniciativas y redes de apoyo, como grupos de mujeres empresarias y organizaciones no gubernamentales que brindan capacitación, mentoría y acceso a financiamiento para las emprendedoras, como lo es la Red de Mujeres Empresarias de El Salvador (MUJER-ES).

Así mismo existen los programas como “Mujer Emprende” y “Mujer y Negocios” impartidos por CONAMYPE, los cuales a través de las Ventanillas de Empresarialidad Femenina, ponen a disposición de las mujeres, acompañamiento, formación intensiva, asesorías, y mentorías empresariales; guiadas a la formulación de un plan de negocios. (CONAMYPE, 2022)

3.1.7. Contexto de grupo de emprendedoras.

El proyecto se focaliza en el área metropolitana del municipio de San Salvador, donde se contactó con un grupo de emprendedoras artesanas quienes enfrentan diversos desafíos y retos respecto a la promoción y comercialización de sus productos y al mismo tiempo se identifica un desfase en la línea visual de sus negocios.

Una de las razones por las cuales se insiste en tener una identidad gráfica establecida y fuertemente definida en un emprendimiento es por el hecho de que ayuda al negocio a diferenciarse de la competencia y a ser fácilmente recordada. Y es que hay que mencionar que la identidad visual es la representación gráfica de una marca, sus objetivos y valores. Esta construcción refleja el posicionamiento en la mente del consumidor.

Esta identidad es la suma de todo lo que el público tendrá a la vista cuando vea un negocio, por lo cual se debe manejar con cuidado cada uno de esos elementos gráficos que identifican y diferencian la marca (fuentes tipográficas, logotipo, logo-símbolo, colores e ilustraciones entre otros) y trabajarlos en concordancia con la identidad verbal (conformada por el tipo de lenguaje que usa la marca como el naming, el eslogan o tagline, el tono y el storytelling).

El objetivo de tener una identidad visual clara, es que justamente se convierta en la identidad del emprendedor. Que se mantenga de forma consistente para que sus seguidores y potenciales clientes puedan reconocerlo cuando una publicación se trata de su marca. (Gallegos, 2019).

Es por ello que la importancia de este proyecto radica en poder instruir a las emprendedoras artesanales emergentes, sin una identidad visual estable y representativa, con el propósito de crearles esa imagen con un mayor impacto en los usuarios, partiendo en primer lugar con la definición de valores o concepto que cada una de ellas busque reflejar en su marca. Ya que actualmente la identidad visual de cada emprendedora no refleja adecuadamente la calidad y originalidad de sus productos, algo que los caracterice, ese elemento diferenciador frente a la competencia, lo que limita su capacidad para atraer nuevos clientes y expandir sus negocios.

Ahora bien, la creación y actualización de la identidad visual de estos emprendimientos y el diseño de la guía técnica, permitirá mejorar su imagen, estrategia y visibilidad en línea. Utilizando herramientas digitales fáciles de usar y accesibles para cualquiera que no posea un presupuesto para pagar por servicios profesionales, es decir, ayudar a las emprendedoras a impulsar sus marcas de forma sencilla y con lo que tengan a su alcance. Creando una identidad visual fuerte, atractiva y una estrategia bien definida que las ayudará a destacarse en el mercado y atraer a un público más ideal.

3.1.8. Herramientas digitales.



Una herramienta digital son aquellos recursos digitales, softwares y aplicaciones conectados a una red de Internet global, con los cuales se pretende tener un

mayor acceso a la información y facilitar las redes de comunicación, potenciando así, cualquier proceso a través de la innovación. (Carrera, 2022)

Entre los recursos digitales están los vídeos, podcast de audio, pdfs, presentaciones, libros digitales, guías didácticas, animaciones de procesos y modelos, simulaciones, juegos, información en páginas web, redes sociales, etc. Estas herramientas son de suma importancia debido a que invita a los emprendedores a desarrollar procesos innovadores y creativos, que permitan mejorar, abaratar y optimizar sus recursos.

3.1.9. Herramientas digitales para negocios en línea.

Los recursos digitales que se pretenden implementar en dicho documento (guía) son las siguientes:

<p>Canva</p> <p>Diseño y creación de artes para publicidad, post, stories.</p>	 <p><i>Imagen 1. Logotipo de aplicación Canva. Recuperado de: https://freelogopng.com/canva-logo-png</i></p>
<p>Planoly</p> <p>Programador de publicaciones.</p>	 <p><i>Imagen 2. Logotipo de aplicación Planoly. Recuperado de: https://www.youtube.com/channel/UCiS3VZF1BkmqIA_jcf9o9rA</i></p>
<p>Copy Ai</p> <p>Redactor de copys para las publicaciones.</p>	 <p><i>Imagen 3. Logotipo de plataforma Copy Ai. Recuperado de: https://www.youtube.com/channel/UCiS3VZF1BkmqIA_jcf9o9rA</i></p>

<p>Adobe Express</p> <p>Editor de fotos con plantillas para crear anuncios, logos y folletos.</p>	 <p><i>Imagen 4. Logotipo de aplicación Adobe Express. Recuperado de: https://celt.indiana.edu/celt-resource/adobe/spark.html</i></p>
<p>Lightroom Móvil</p> <p>Edición y retoque fotográfico.</p>	 <p><i>Imagen 5. Logotipo de aplicación Lightroom. Recuperado de: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.adobe.lrmobile&hl=es_US&pli=1</i></p>
<p>Capcut</p> <p>Edición de videos, reels, y stories.</p>	 <p><i>Imagen 6. Logotipo de aplicación CapCut. Recuperado de: https://miracomohacerlo.com/poner-marca-agu-a-capcut-obtener-credito-autor/</i></p>
<p>Facebooks Adds</p> <p>Herramienta para anunciarse en redes sociales.</p>	 <p><i>Imagen 7. Logotipo de aplicación Meta. Recuperado de: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Met a-Logo.png</i></p>

Cuadro 1. Cuadro de herramientas digitales. Creado por: Nicole Ventura.

Existen muchos estigmas alrededor del uso de estas herramientas al no considerarse dentro del medio como profesionales, pero es un hecho que muchas de ellas ofrecen soluciones que ahorran tiempo, son prácticas y poseen una interfaz amigable con el usuario. En el caso de Canva es un software y sitio web de herramientas de diseño gráfico simplificado. Utiliza un formato de arrastrar y soltar e incluso permite de manera proporcionada hacer grandes y pequeñas las figuras y proporciona acceso a más de 60 millones de

fotografías y 5 millones de vectores, gráficos y fuentes. (Pedró, 2018).

Ahora bien, si se habla de edición de imagen o retoque fotográfico se tienen dos programas que son de mucha utilidad como es el caso de Spark Post y Lightroom mobile, el primero está diseñado para ayudar a emprendedores individuales y pequeños negocios a alcanzar el éxito al ser una aplicación móvil iOS que permite a todo tipo de usuarios crear contenidos y gráficos en cuestión de segundos, mientras que Lightroom es una aplicación de edición fotográfica gratis para dispositivos móviles, que permite ajustar la saturación de los colores, el balance de blancos, la intensidad, textura, la escala tonal y claridad de la foto.

Cabe recalcar que un buen diseño siempre tiene que ir acompañado de un buen copy, que capte la atención de las personas, por eso Copy Ai es una buena alternativa para generarlos, se trata de una herramienta de optimización de contenidos que utiliza el aprendizaje para automatizar el proceso de redacción. Una vez se tiene los artes diseñados y un buen copy que los acompañe se continúa con la publicación de estos para buscar posicionarse dentro del mercado, el ser constante puede ser un problema si no se cuenta con el tiempo suficiente siendo ese el caso, Planoly es una aplicación para planificar y programar contenido social en TikTok, Instagram, Pinterest, Facebook, Twitter y YouTube. Se edita, se puede obtener una vista previa, programar, publicar y analizar el contenido de redes sociales sobre la marcha. Y para lograr incluso un mayor alcance dentro de las redes está Facebook ADS el cual permite pagar anuncios en Facebook, que pueden aparecer en el Feed de Noticias y en la columna de la derecha de la red social. Además, usando la plataforma de ads de Facebook es posible publicar anuncios en Instagram, Audience Network y Messenger. (ITU, 2018).

En resumen, este proyecto tiene como finalidad contribuir al crecimiento y desarrollo de los emprendimientos artesanales en San Salvador, dándoles las herramientas necesarias para el mejoramiento de su imagen y presencia como comercio en línea para que puedan expandir su negocio.

3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL

Durante el proyecto se ha logrado reunir y disponer de las herramientas y recursos necesarios para llevar a cabo la ejecución del proyecto de manera eficiente. Esta previsión y diligencia en la adquisición de los medios adecuados garantizó una implementación efectiva de cada tarea requerida.

La experiencia previa en el desarrollo de una identidad visual constituye otra fortaleza relevante. Las lecciones aprendidas de experiencias pasadas, tanto en términos de éxitos como de errores, proporcionaron una valiosa perspectiva para el desarrollo del proyecto actual, permitiendo trabajar de una manera más eficaz.

Por otro lado, una de las principales limitaciones residió en la disponibilidad de tiempo para la ejecución del proyecto. Las restricciones se centraron en los días laborables, principalmente en horarios nocturnos, así como en los fines de semana.

Además, es importante destacar que las emprendedoras involucradas en el proyecto carecían de conocimientos previos relacionados con el tema en cuestión. Esta limitación implicó un mayor desafío en términos de capacitación y nivelación de conocimientos para garantizar una participación efectiva y una comprensión adecuada de los aspectos.

Por otro lado, en el contexto de un proyecto de revitalización de marca dirigido a emprendedoras, es relevante destacar diversos logros que pueden derivar de dicho esfuerzo. Uno de ellos fue que el resultado de una nueva identidad ayudó a las emprendedoras a refrescar la imagen de sus negocios, que por consiguiente obtuvieron un mayor alcance en ventas y nuevos clientes potenciales, esto es respaldado por testimonios que brindaron las mismas emprendedoras en las respuestas del formulario que se les compartió para medir los resultados. Asimismo, directamente ellas han visto un cambio positivo para sus negocios, conociendo la importancia de crear una buena identidad gráfica de sus marcas.

Otro logro a destacar, fue haber cumplido con los plazos establecidos de entrega de los materiales prometidos a las emprendedoras. Este hecho reflejó el compromiso con la eficiencia y la satisfacción de las beneficiarias y es un ejemplo de cómo la planificación y ejecución precisas pudieron marcar una diferencia significativa en el éxito del proyecto.

En cuanto al modelo de gestión, se trabajó con una gestión directa, debido a que se hizo uso de equipos y recursos propios, dado a que el proyecto se manejó a través de la virtualidad, por ende, los equipos de trabajo como computadoras, laptops, inmodiaria fueron de cada una de las integrantes, así mismo con los recursos como programas de edición, de diseño, internet, luz. etc.

3.3 ESTRATEGIAS CREATIVAS

Dentro del proyecto se encontraron pocos imprevistos, como las organizaciones del tiempo entre integrantes del grupo como las personas con las que se trabaja, ya que no todos poseían los mismos horarios disponibles, por lo que se vio la necesidad de hablar con las emprendedoras, días previos a las reuniones y acordar un punto intermedio en el que todas estuvieran disponibles.

Otro imprevisto que se presentó, fue la disposición de una de las emprendedoras, ya que en el proceso de realización de su línea gráfica hubo poca comunicación de su parte, no se recibieron retroalimentaciones ni comentarios sobre cambios o sugerencias, y su desinterés por colaborar en el proyecto era evidente. Ante esta situación, el grupo decidió buscar a otra persona que estuviera interesada en formar parte del proceso, brindar apoyo y contribuir en todo lo necesario para llevarlo a cabo. Como resultado, se logró completar el desarrollo en un plazo de 24 horas, obteniendo un resultado satisfactorio para ambas partes.

A su vez, en la ejecución del proyecto, se implementaron un conjunto de estrategias que resultaron ser efectivas como la gestión inteligente, donde se

dividieron las responsabilidades de manera equitativa entre las integrantes del equipo gestor, trabajando de manera individual como grupal, permitiendo la optimización de los recursos, sugerencias, retroalimentaciones y diversidad de enfoques. El compromiso sólido de todos los responsables se reflejó en el desarrollo de las actividades y la calidad de resultados.

IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

Para poder realizar este proyecto se llevó a cabo una selección de tres emprendimientos femeninos, de los cuales manejaban sus negocios por medio de redes sociales como Instagram y Facebook. Debían cumplir ciertos requisitos como, el tener un diseño de marca desfasado, ser del rubro artesanal y ser liderado por mujeres específicamente, al estar dirigido a esta población el apoyo.

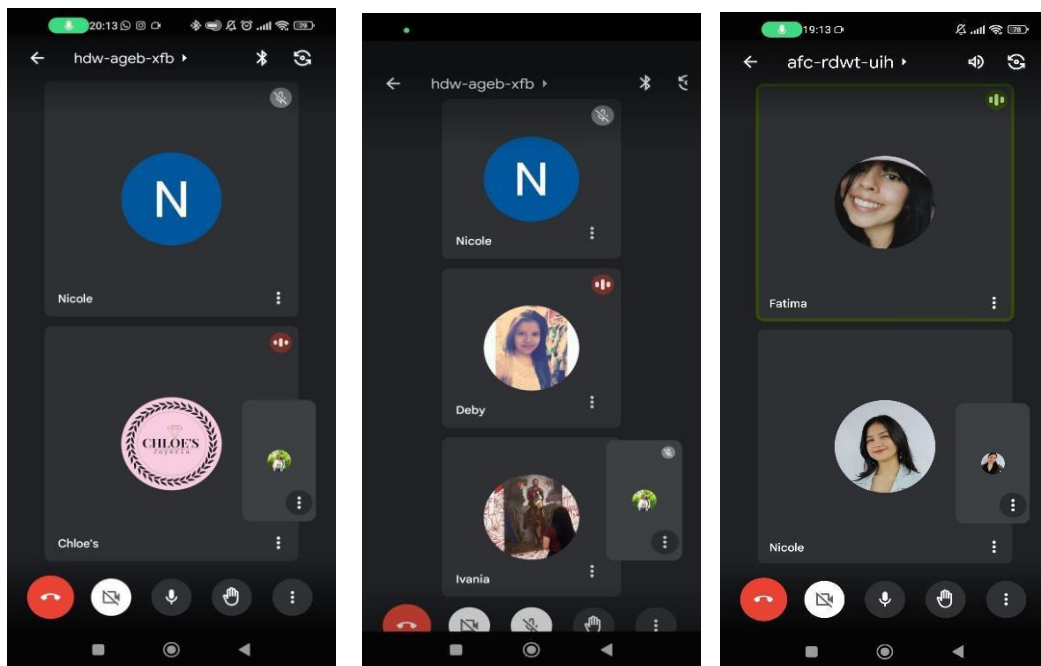
El proyecto se dividió en 5 etapas: investigativa, creativa, formativa, ejecutiva y educativa, y cada una de las etapas se desglosan en una serie de actividades específicas definidas en la planificación inicial.

En la primera etapa, se llevó a cabo la recopilación de información para conocer los emprendimientos y sus necesidades por medio de reuniones virtuales, así como la identificación de fuentes de información, la recopilación y análisis de datos. En esta etapa se realizó el desarrollo de una sesión informativa por cada una de las emprendedoras, donde era importante conocer información general y detalles de cada uno de los negocios, el origen, el significado del naming, valores, colores, incluso si tenían alguna referencia de cómo se visualizaban la imagen de su marca. Por ende, en esta etapa permitió tener una comprensión clara de la problemática que el proyecto buscaba resolver.

Se presentan a continuación las capturas de pantallas de las sesiones virtuales que se tuvieron con cada una de las emprendedoras inicialmente.







Para la segunda etapa (la creativa), el equipo debía utilizar la información brindada por las emprendedoras durante la etapa investigativa para generar

ideas y soluciones creativas a las necesidades que cada una de las emprendedoras poseía. Es así como inició la creación de una nueva identidad visual para cada una de ellas, partiendo principalmente del logotipo, se realizó un cambio total, puesto que los logos que poseían no cumplían con la imagen que buscaban proyectar en sus negocios, en esta parte se llevaron a cabo distintos bosquejos que llegaron a concretar las ideas, también se tuvieron que definir cada una de las fuentes tipográficas y establecer los colores que identifican a cada una de las marcas, luego todo esto se pasó a construir dentro de un sistema de retícula y de esa manera creamos los nuevos logotipos, donde claramente se pudo ver un notable cambio positivo pero sobre todo funcional. Se presentaron tres propuestas de logos a cada una de las emprendedoras por medio de una reunión virtual individual.







Imágenes 8,9,10. Capturas de pantalla de reunión virtual en meet con cada emprendedora. Tomadas por: Diana González.

Al tener la aprobación de los nuevos logos por parte de cada una de las emprendedoras, continuamos con la elaboración de otros elementos gráficos, como aplicaciones para medios tradicionales, patrones, stickers, tarjetas de agradecimientos, tarjetas de presentación, todo esto con el fin de definir la personalidad de cada negocio.

Logotipos de emprendimiento Deby crochet	
Antes	Después
 <p><i>Imagen 11.</i> Logotipo original de Deby Crochet. Brindado por: Debora Reyes.</p>	 <p><i>Imagen 12.</i> Logotipo actual de Deby Crochet. Realizado por: Ivania Ramírez</p>
Logotipos de emprendimiento Chloe's	
Antes	Después
 <p><i>Imagen 13.</i> Logotipo original de Chloe's. Brindado por: Michelle.</p>	 <p><i>Imagen 14.</i> Logotipo actual de Chloe's. Realizado por: Diana González.</p>
Logotipos de emprendimiento Bohopai	
Antes	Después
 <p><i>Imagen 15.</i> Logotipo original de Bohopai. Brindado por: Fátima.</p>	 <p><i>Imagen 16.</i> Logotipo actual de Bohopai. Realizado por: Nicole Ventura.</p>

Logotipos de emprendimiento Cinnamon	
Antes	Después
 <p><i>Imagen 17.</i> Logotipo original de Cinnamon. Recuperado de: https://www.instagram.com/cinnamon sv</p>	 <p><i>Imagen 18.</i> Logotipo actualizado de Cinnamon. Realizado por: Nicole Ventura.</p>

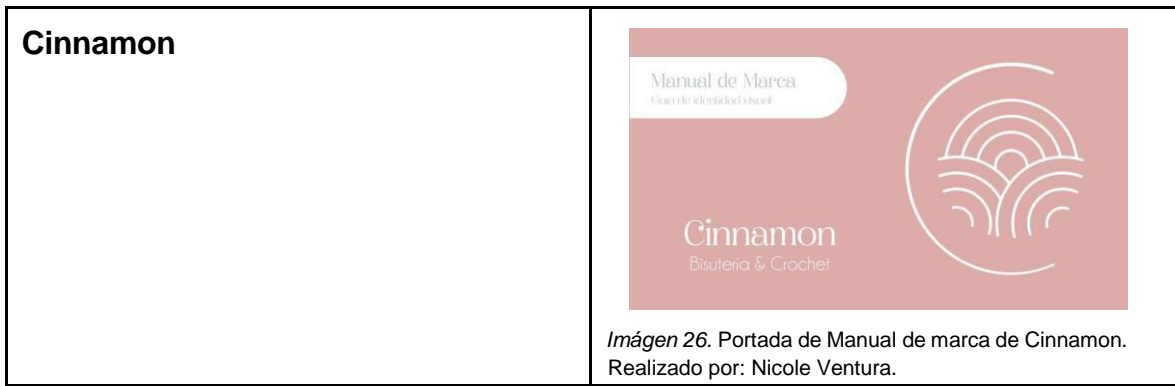
Cuadro 2. Antes y después de los logotipos de los emprendimientos. Realizado por: Diana González.

<p>Aplicación de tarjeta de presentación para emprendimiento Bohopai</p>  <p><i>Imagen 19.</i> Mockup de tarjeta de presentación para Bohopai. Realizado por: Nicole Ventura.</p>	<p>Patrones para emprendimiento Deby Crochet</p>  <p><i>Imagen 20.</i> Patrones para Deby Crochet. Realizado por: Irania Ramírez.</p>
<p>Aplicación de Sticker para emprendimiento Chloe's</p>  <p><i>Imagen 21.</i> Mockup de sticker Chloe's. Realizado por: Diana González.</p>	<p>Aplicación para emprendimiento Cinnamon</p>  <p><i>Imagen 22.</i> Mockup de sticker Cinnamon. Realizado por: Nicole Ventura.</p>

Cuadro 3. Ejemplificación de elementos gráficos de cada emprendimiento. Realizado por: Diana González.

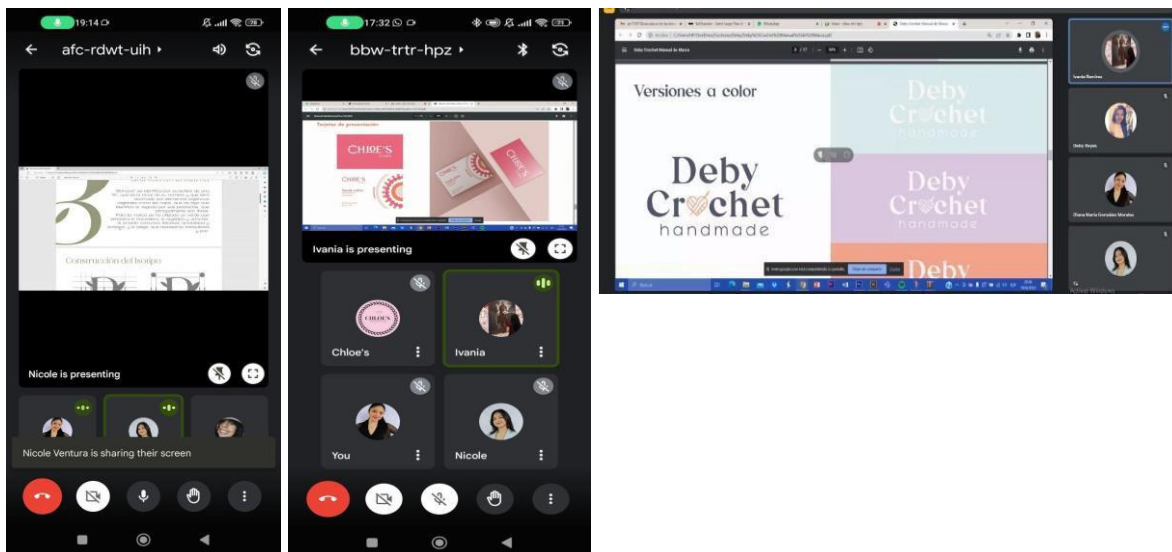
Al tener completo la parte de las aplicaciones, se procedió a estructurar todos los elementos gráficos en un solo documento, un manual de marca para cada una de las beneficiarias, dichos manuales sirvieron para establecer las pautas y lineamientos de los usos correctos de los logotipos y de cada elemento gráfico. También en estos documentos se establecieron la construcción de cada uno de los logos, sus versiones horizontales y verticales, versiones a color y en positivo y negativo, la presentación de las fuentes tipográficas y la paleta cromáticas, los usos incorrectos a evitar y por último se incluyeron una serie de mockups con cada una de las aplicaciones de papelería.

Manuales de marca de emprendimientos	
Deby Crochet	 <p><i>Imagen 23. Portada de Manual de marca de Deby Crochet. Realizado por: Ivania Ramírez.</i></p>
Chloe's	 <p><i>Imagen 24. Portada de Manual de marca de Chloe's. Realizado por: Diana González.</i></p>
Bohopai	 <p><i>Imagen 25. Portada de Manual de marca de Bohopai. Realizado por: Nicole Ventura.</i></p>



Cuadro 4. Portadas de manuales de marca de cada emprendimiento. Realizado por: Diana González.

Continuando con la tercera etapa del proyecto, se realizó nuevamente una reunión individual con cada emprendedora de manera virtual, y en ellas se hizo entrega de cada uno de los manuales de marca, donde se llevó a cabo una retroalimentación del trabajo que se había efectuado, recibiendo instrucciones del manejo pertinente de esta nueva identidad visual, a través del manual. Fue importante mencionarles el uso de los modos RGB Y CMYK para que ellas pudieran utilizarlos e identificarlos al momento de hacer uso de los elementos a la hora de implementarlos en medios digitales o tradicionales y que pudieran hacerlo sin mayor problema. Al no existir alguna modificación y tener la aprobación de cada beneficiaria continuamos con la etapa siguiente.



Imágenes 27,28,29. Capturas de pantalla de reunión virtual en meet con cada emprendedora. Tomadas por: Diana González y Nicole Ventura.

Luego en la etapa ejecutiva, se llevó a cabo la planeación y diseño de la guía técnica de herramientas digitales. Dicha guía fue diseñada con el propósito de

ser un apoyo para emprendedoras emergentes, facilitándoles conocimientos y usos de herramientas digitales, para que pudieran fortalecer la visibilidad, alcance y sobre todo en ventas.

Para el diseño de este manual, se tuvo una discusión previa acerca de los temas que serían adecuados de abordar, se realizó una investigación bibliográfica de información y se tomaron referencias, al tener listo lo anterior se procedió con la elaboración del documento, donde se desarrollaron conceptos básicos, como la marca, branding, identidad de marca y cómo crearla. También se incorporaron una serie de aplicaciones gratuitas que podrían ayudar al negocio de los emprendedores, se buscaron aplicaciones que tuvieran una interfaz amigable, que su uso fuera gratuito y que pudieran usarse desde un celular, algunas de estas apps fueron Planoply, CapCut, Canva, entre otras, se realizó una síntesis de los usos de cada una de ellas, resaltando los puntos más importantes y beneficiosos para los pequeños negocios.

Para el desarrollo de esta guía, cada una de las gestoras cumplió con distintas tareas asignadas, desde la edición digital, el diseño de las páginas y la transcripción, siempre se tuvo en cuenta que debía ser un documento accesible y de fácil comprensión.



Imágenes 30, 31. Capturas de pantalla de contenido de Guía técnica de herramientas digitales. Tomadas por: Diana González.

Para finalizar en la última etapa, la educativa; se hace la entrega de la guía técnica a las emprendedoras de manera virtual a través de una reunión grupal en donde se hicieron presentes todas las beneficiarias participantes del proyecto. Para esta reunión se detalló cada uno de los apartados que comprendía la guía, se abrió un espacio de preguntas, donde la emprendedoras expresaron algunas interrogantes respecto a conceptos o sobre las aplicaciones, se realizó la

retroalimentación para abordar esas dudas y así darles respuesta. Al finalizar la reunión se procedió a compartir la guía con cada una de ellas a través del correo electrónico, para que pudieran utilizarlo en los momentos que lo necesitaran y al mismo tiempo que pudieran compartirlos con otras emprendedoras que van iniciando su negocio. Luego, para cerrar esta etapa, después de un tiempo se les envió un formulario a cada beneficiaria para poder medir los resultados de la guía de manera cualitativa, donde ellas nos expresaron sus valoraciones y funcionalidad de esta misma.

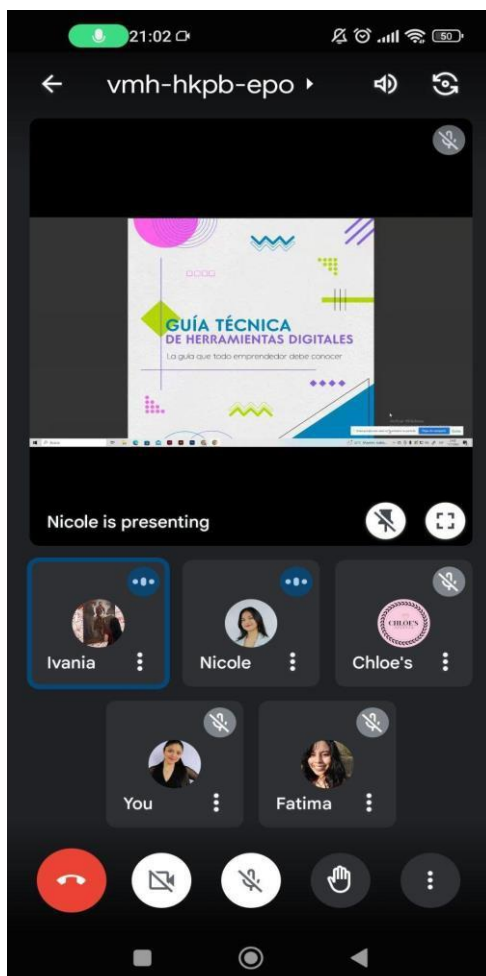
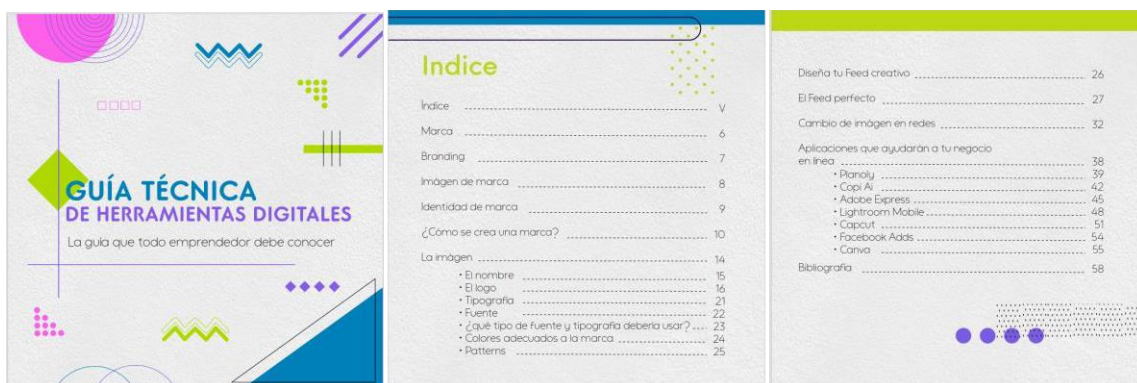


Imagen 32. Captura de pantalla de reunión virtual en meet con todas las emprendedoras para presentación de la guía técnica de herramientas digitales. Tomada por: Diana González.

4.1.1 GUÍA TÉCNICA DE HERRAMIENTAS DIGITALES



Imágenes 33, 34, 35. Capturas de pantalla de contenido de Guía técnica de herramientas digitales. Tomadas por: Diana González.

La “Guía Técnica de Herramientas Digitales” es un recurso integral diseñado para proporcionar a emprendedores una serie de herramientas digitales y estrategias que les permitan optimizar sus operaciones y presencia en línea. Esta guía se creó con el propósito de ayudar a los emprendedores a navegar por el cada vez más complejo y competitivo entorno digital, brindándoles una orientación efectiva en la utilización de elementos gráficos, tecnologías y plataformas digitales.

Esta guía contiene una variedad de temáticas esenciales, entre los que se incluyen:

- Preguntas fundamentales para la creación de una marca.
- Conceptos básicos y esenciales que conlleva crear la identidad gráfica de una marca.
- Herramientas y aplicaciones para las artes en redes sociales y su

gestión. La guía se creó a través de una investigación detallada de fuentes pertinentes al área de diseño gráfico, basada en la recopilación de información actualizada y relevante.

En resumen, la guía es una herramienta valiosa que brinda información y orientación necesaria para aprovechar al máximo el potencial del entorno digital en sus negocios, permitiéndoles tener mejor presencia en el mercado en línea, alcanzar mayor audiencia de manera efectiva y mantenerse competitivos en un mundo cada vez más digitalizado.

4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS

En retrospectiva los resultados obtenidos de la ejecución de este proyecto fueron positivos, puesto que los objetivos y etapas planteadas para el trabajo se desarrollaron de manera exitosa y con resultados favorables, a pesar de algunos contratiempos que se presentaron, como la deserción de una de las emprendedoras al casi finalizar con la ejecución del proyecto.

Al momento de entrevistar a las emprendedoras, ellas mencionaban que no tenían una identidad gráfica definida, únicamente contaban con un logo que no representaba bien la imagen de su marca ni de lo que vendían en realidad. A su vez esto lo confirman al momento de responder el formulario que se compartió a modo de diagnóstico.



Imagen 36. Captura de pantalla de formulario de diagnóstico de emprendimientos. Tomado por. Diana González.

Es por ello que, al ver estas necesidades, se diseñó una nueva identidad visual para cada una de las beneficiarias donde se enfocó en esos aspectos que se necesitaban cubrir, donde se hizo un cambio radical en la imagen de sus negocios, logrando hacer de ellos emprendimientos únicos, llamando la atención de nuevos consumidores y de su público meta. Todos estos nuevos elementos gráficos y cambios se recopilaron en un manual de marca, que sirvió como una guía de uso personal y de aspectos importantes a considerar al momento de emplear la identidad visual actualizada.

Partiendo de los objetivos específicos, las emprendedoras comprendieron la importancia de tener una identidad visual proyectada correctamente, que representara fielmente la esencia de su marca, inicialmente este fue uno de los principales problemas que se pudieron observar, en una de las encuestas

compartidas posterior a la entrega de sus manuales de marcas, ellas exhortaron que antes de la ejecución de este trabajo tenían un logo equívoco, usaban cualquier tipo de fuente tipográfica, el feed que tenían en ese entonces no les era funcional y tampoco llamaba la atención de nuevos consumidores.

¿Cuál era su situación antes de participar en el proyecto y de creación de su manual de marca?

3 respuestas

- No tenía un logo específico, no tenía un tipo de letra para editar mis fotos, y tampoco tenía información en físico para entregar a mis clientes.
- No teníamos ventas porque nuestra imagen no llamaba mucho la atención
- No tenía una línea gráfica y mi feed se miraba desordenado

Imagen 37. Captura de pantalla de formulario sobre evaluación de resultados de manual de marca. Tomada por: Nicole Ventura.

Nuevamente las beneficiarias a través de los instrumentos de evaluación nos compartieron sus comentarios de cómo ese nuevo cambio de imagen tuvo repercusiones positivas en sus negocios, expresaron que dentro de sus feed la estética tuvo un cambio significativo, mejorando la parte visual. Así mismo, con la construcción de papelería como lo fueron las tarjetas, sticker y patrones se logró que los clientes puedan identificar a los negocios y de esta manera que pudieran diferenciarse de otros.

¿En qué medida le ha sido útil el manual de marca proporcionado en el proyecto?

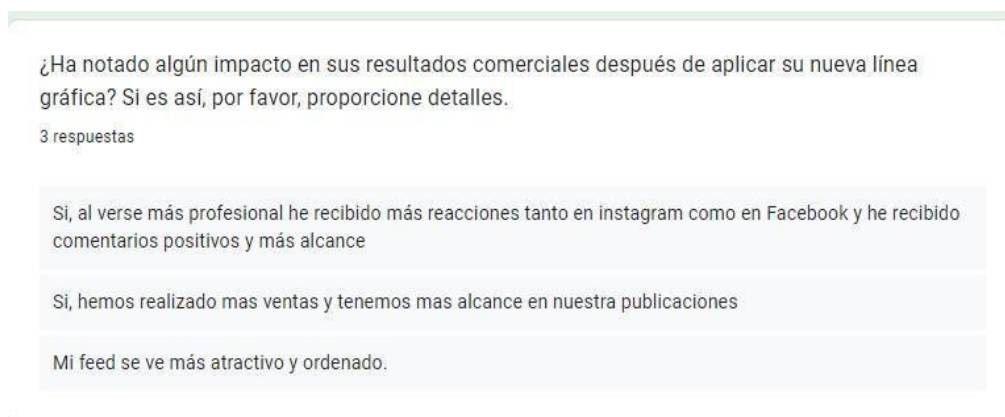
3 respuestas

- Ha sido útil en mi página de Instagram porque se ve más estética, también tengo material adicional para poder entregar a mis clientes con el producto y ahora tengo una base de cómo mejorar en presentación
- En que le dio una mejor imagen a la marca, una imagen más fresca y elegante
- Ha sido demasiado útil a la hora de escoger los colores y textos porque ahora tengo una identidad que sobresale y me diferencia de otros emprendimientos

Imagen 38. Captura de pantalla de formulario sobre evaluación de resultados de manual de marca. Tomada por: Nicole Ventura.

También en la labor de ventas se notó un cambio significativo, puesto a que una imagen vale más que mil palabras, con un feed actualizado, mejorado y sobre todo funcional, las emprendedoras comenzaron a tener un mejor alcance, las personas empezaron a interactuar con sus publicaciones y nuevos clientes

llegaron a sus negocios.



¿Ha notado algún impacto en sus resultados comerciales después de aplicar su nueva línea gráfica? Si es así, por favor, proporcione detalles.


3 respuestas

- Si, al verse más profesional he recibido más reacciones tanto en Instagram como en Facebook y he recibido comentarios positivos y más alcance
- Si, hemos realizado más ventas y tenemos más alcance en nuestras publicaciones
- Mi feed se ve más atractivo y ordenado.

Imagen 39. Captura de pantalla de formulario sobre evaluación de resultados de manual de marca. Tomada por: Nicole Ventura.

Al tener solvente la parte de la identidad visual, fue necesario cubrir otras de las problemáticas que se habían presentado, herramientas y conceptos que fueran accesible para los emprendedores emergentes, por ello se construyó una guía, en la cual se recopiló información fundamental de conceptos básicos de diseño, también se añadieron aplicaciones que fueran amigables al usuario y gratuitas, todo esto con la finalidad de que esta guía sirviera de apoyo, para potenciar la visibilidad de las marcas, enfocándose siempre en el incremento de las ventas y alcanzar un público más amplio y diverso.

Dicha guía cumplió con el objetivo planteado, al recopilar algunas de las respuestas del formulario que sirvió como herramienta para recopilar resultados; por otra parte, las beneficiarias hicieron mención de cómo la guía les había sido de utilidad para ellas y para sus negocios.



¿De qué manera considera que le ha funcionado la guía técnica de herramientas digitales?

2 respuestas

- Para tener una mejor imagen en mis redes sociales y tener más visualizaciones
- Me ha ayudado a comprender que la presentación digital de un producto o servicio influye mucho en cómo este se venderá, que la presencia y posicionamiento son importantes y por eso debe definirse un concepto que nos identifique del resto.

Imagen 40. Captura de pantalla de formulario sobre valoración de guía técnica. Tomada por: Diana González.

Unas de las metas que este proyecto buscaba era que las beneficiarias pudieran implementar estos conocimientos en sus negocios, sin ayuda de los gestores, y efectivamente se logró, las emprendedoras lograron continuar trabajando en la mejora de la imagen de sus negocios a través de lo aprendido de la guía, donde hicieron mención de ello en los formularios y como beneficiarias expresaron que la guía fue un material de apoyo necesario.

¿Cuál ha sido su experiencia al implementar esos conocimientos en su negocio?

2 respuestas

Para mí las fotos se ven mejores teniendo un logo definido, la presentación de las redes sociales tienen colores que combinan entre sí, y crea una armonía para el comprador

Pude darle un mejor aspecto a mis productos, los clientes suelen hacer cumplidos a la presentación tanto digital como física, pude definir mi identidad como marca y mejorar la presencia de mis productos.

Imagen 41. Captura de pantalla de formulario sobre valoración de guía técnica. Tomada por: Diana González.

¿Considera que la guía fue/es un material necesario de apoyo? Explique por qué.

2 respuestas

Sí porque explican muy bien como usar las imágenes según el formato, y los documentos que son para imprimir y dar una presentación más profesional al entregar el producto terminado

Sí, habían muchas cosas que yo no estaba tomando en cuenta en mi emprendimiento, como una paleta de colores y tipo de letra específico, lo cual hacía ver desordenado mi feed, con la guía aprendí a mantener la armonía y mejorar el aspecto de mi tienda online.

Imagen 42. Captura de pantalla de formulario sobre valoración de guía técnica. Tomada por: Diana González.

El proyecto pudo concretarse sin mayores dificultades, existieron pequeños inconvenientes respecto a los tiempos de reuniones en equipo, debido a las circunstancias distintas de cada miembro, pero los resultados que se obtuvieron indican que las gestiones realizadas y los productos que se entregaron fueron los que se esperaban desde un inicio, cumpliendo con las expectativas de las beneficiarias.

V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO

Este proyecto estuvo enfocado en poder beneficiar a un sector con alguna problemática en específica, con el diagnóstico que se realizó en un inicio se pudo identificar que existía una necesidad en las emprendedoras artesanales, sobre todo aquellas que iban iniciando su negocio, es por ello que este trabajo se enfocó en buscar una solución a unas de las principales problemáticas presentadas, como lo es la parte de la identidad gráfica, se ejecutaron una serie de actividades en diferentes etapas, de las cuales llegamos a concluir los siguientes puntos respecto a la ejecución de dichas actividades:

El proceso de refrescamiento de marca demostró ser efectivo en la mejora de la identidad de los emprendimientos, la actualización de su imagen de marca ha logrado transmitir un mensaje más claro y atractivo, alineado con los valores y esencia de cada negocio.

Por ende, las emprendedoras lograron llegar a una audiencia más amplia y diversa, lo que permitió que su visibilidad en el mercado creciera.

El factor más significativo para el éxito del proyecto fue que los emprendimientos además de recibir comentarios positivos por parte de sus clientes también aumentaron sus ventas, es decir, que la gestión pertinente para la creación de sus marcas tuvo impacto en la rentabilidad de los negocios.

A través de la guía, las emprendedoras han adquirido conocimientos y herramientas valiosas para gestionar su presencia en línea de manera efectiva, que no sólo beneficia sus negocios sino también las empodera en su crecimiento empresarial.

Cada una de las actividades que se desarrollaron, lograron cumplirse con las entregas establecidas, existieron contratiempos, pero se supo manejar de la mejor manera gracias a las gestiones que se realizaron. Las planificaciones que se plantearon desde el comienzo orientaron la correcta finalización del proyecto.

Respecto al papel como gestoras culturales se obtuvieron aprendizajes durante todo el proceso del trabajo de grado, como la importancia de una planificación

rigurosa, el buen manejo de los tiempos, pero, sobre todo, saber cómo ayudar a través del conocimiento y poder compartirlo.

Es por ello, que para poder darle continuidad al proyecto se decidió, que la guía técnica que se desarrolló pueda ser de dominio público, para todo emprendedor emergente que necesite un apoyo teórico y sobre cómo iniciar y ejecutar una identidad visual por sus propios medios, donde se le proporciona aspectos básicos de cómo construir elementos gráficos y al mismo tiempo se le facilitan aplicaciones que funcionen como herramientas. De igual manera, esta guía fue hecha como referencia para futuros gestores que lleguen a desarrollar proyectos similares y que puedan encontrar en ella información fundamental y accesible.

VI. RECOMENDACIONES

Se realizan las siguientes recomendaciones desde una perspectiva académica, profesional y desde la experiencia, todo esto para futuros proyectos para que puedan desarrollarse con éxito:

Al momento de construir una identidad visual es de suma importancia realizar un brief, para obtener la información necesaria, y de esa forma entender cuáles son las necesidades por cubrir.

En caso de crear una marca desde cero, es recomendable leer la guía técnica para conocer los lineamientos que no se tenían en cuenta antes pero que son muy importantes, esto con el fin de que, tomada una decisión se acuda a un profesional en el área de diseño gráfico que sepa interpretar correctamente sus necesidades y expectativas.

La comunicación siempre tiene que ser primordial entre el beneficiario y el gestor, para cualquier tipo de aprobación y/o cambio que resulte en el proceso de cualquier diseño a ejecutarse. Se debe de establecer siempre una planificación y tiempos de entrega, para una correcta gestión, de esa manera se evitan los contratiempos.

Para poder trabajar con emprendedores emergentes, tomar en cuenta que muchos de ellos no tienen conocimientos previos respecto al tema, por ende, sus peticiones pueden llegar a ser vagas, de modo que es necesario brindarles asesoramiento para que puedan exhortar de mejor manera las ideas que tienen en mente.

Se sugiere al Curso de especialización, seguir promoviendo proyectos dirigidos a emprendimientos emergentes, de manera que estos esfuerzos logren mejores proyecciones a los productos que ofrecen, particularmente aquellos de orden artesanal. Se espera que la Escuela de Artes, pueda dar continuidad a los diferentes proyectos artístico-culturales iniciados en el Curso de especialización.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Andino. G., Merino, J., Monge, A., Schellenberger, A. (2018). Empresarialidad Femenina en El Salvador, Sector artesanal de los municipios de Nahuizalco e Ilobasco. *Realidad Empresarial*, (5), 19–24. Obtenido de:
<https://doi.org/10.5377/reuca.v0i5.6105>

CONAMYPE (1 de marzo de 2022). Emprendimiento. CONAMYPE Gobierno de El Salvador. Obtenido de:
<https://www.conamype.gob.sv/blog/servicios/emprendimiento/>

EUROINNOVA (2004-2023). ¿Qué son los fundamentos teóricos? International Online Education, Argentina. Obtenido de:
<https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-los-fundamentos-teoricos#>

FUSADES (2014). Informe de coyuntura legal e institucional. Primer semestre 2014. Antiguo Cuscatlán: Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social, El Salvador. Obtenido de:
<https://fusades.org/informes-estrategicos-y-de-coyuntura>

Gallegos, A. (3 de octubre de 2019). ¿Qué es la identidad corporativa de una empresa y cómo crearla? Obtenido de www.adrinagallegos.es, disponible en:
<https://www.adrianagallegos.es/que-es-la-identidad-corporativa/>

Gutiérrez, Guillermo. 2012. “El fenómeno del emprendedurismo en El Salvador: comparativa con países GEM”. *Retos*, Año 2, Núm. 3, pp. 17-36. Abya Yala, Quito. Obtenido de:
<https://reunir.unir.net/handle/123456789/5964?show=full>

IES Colombia (15 de julio de 2022). Que son las herramientas digitales y cuáles son las más usadas hoy. *Busca Carrera, Orientación y Formación profesional*. Colombia. Recuperado de:
<https://buscacarrera.com.co/articulos/que-son-las-herramientas-digitales-y-cuales-son-las-mas-usadas-hoy.html>

ITU (1 de octubre 2018). Statistics. Retrieved from New data visualization on Internet users by region and country, 2010-2016 International Telecommunication Union, Ginebra.

Mora, C. F. (04 de abril de 2023). El Banco Mundial en El Salvador. Obtenido de El Banco Mundial. Obtenido de:
<https://www.bancomundial.org/es/country/elsalvador/overview>

MUJER-ES (2023). Asociación Red de Mujeres Empresariales. Recuperado de:
<https://www.redmujer-es.org/index.php>

Pedró, F. (2018). Tendencias internacionales en innovación educativa: retos y oportunidades en Rey, F. y Jabonero, M. (Ed.) Sistemas Educativos Decentes (pp. 71-99). Obtenido de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7948658>

ANEXOS

ANEXO 1. OFERTA TÉCNICA Y ECONÓMICA

Nombre de la Asistencia Técnica o Capacitación (Proyecto):

"GUÍA TÉCNICA DE HERRAMIENTAS DIGITALES EN REDES SOCIALES PARA POTENCIAR EMPRESARIOS ARTESANALES DE MUJERES, EN SAN SALVADOR, 2023"

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre de Ofertantes:

-González Morales, Diana María
-Ramírez Ramírez, Ivania Violeta
-Ventura Parada, Graciela Nicole

Número de carnet:

GM16051 RR17043
VP17007

II. OFERTA TÉCNICA

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

- **Chloe's Joyería:** crea accesorios hechos a mano como aretes, pulseras, collares y bolsos tejidos con imitaciones de piedras Swarovski.
- **Cinnammon:** negocio manejado por dos hermanas, donde crean bisutería y figuras de crochet o también conocidas como "amigurumis".
- **Deby Crochet:** realiza productos elaborados con la técnica de crochet, como figuras o personajes tejidos, también conocidos como "amigurumis".

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo general de la asistencia técnica/capacitación

- Posicionar emprendimientos artesanales aplicando una guía específica a tres negocios administrados por mujeres en San Salvador y hacer frente a los desafíos actuales del mercado digital.

2.2 Objetivos específicos

- Comprender la importancia de tener una identidad visual proyectada correctamente que sintetice y represente fielmente la esencia de la marca para atraer la atención de los consumidores y contextualizando los emprendimientos salvadoreños.
- Diseñar una nueva identidad visual para cada uno de los emprendimientos, enfocándose en los aspectos que los hacen únicos y atractivos a su público objetivo.
- Crear una guía técnica de herramientas digitales, a fin de potenciar la visibilidad de las marcas de los negocios estudiados para incrementar sus ventas y atraer a un público más amplio y diverso.
- Evaluar la viabilidad de aplicar la guía a nuevos emprendimientos evaluando los resultados de la misma con los negocios estudiados.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

Para llevar a cabo la ejecución de este proyecto, los ofertantes se reunirán en línea para discutir primero con las emprendedoras de manera individual para reunir la información necesaria, luego se hará una reunión con el equipo de trabajo para formular diferentes propuestas de líneas gráficas que después serán expuestas a cada emprendedora para delimitar y sugerir cambios.

Para la guía técnica de herramientas digitales en redes sociales, se hará una reunión personal con un especialista en el área para recopilar información para dicha guía. Por último, se hará una presentación y entrega de su respectivo manual de marca y la guía, a cada emprendedora.

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

Dentro de la ejecución del proyecto se entregarán:

- Tres propuestas de línea gráfica a cada uno de los tres emprendimientos con los que se trabajará.
- Un manual de marca por emprendedora con la línea gráfica delimitada, donde se explicará el uso adecuado de los elementos gráficos
- Archivos digitales para redes sociales y medios impresos.
- Archivo PDF de la guía técnica de herramientas digitales en redes sociales del cual se hará la presentación y entrega a cada emprendedora.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

El inicio del proyecto se lleva a cabo desde el 25 de abril, y se planea finalizar el 30 de junio del presente año, resultando así un plazo de 10 semanas.

6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SEMANAS										HORAS TOTAL ES	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Reunión grupal con los emprendimientos	x											1
Reunión individual con los emprendimientos para recopilación de información		x										3
Creación de propuestas para líneas gráficas			x	x								30
Reunión con un profesional en el área de diseño.				x								2
Presentación de propuestas de líneas gráficas a las emprendedoras				x								3
Diseño de los tres manual de marca					x	x						50
Entrega de manual de marca a cada emprendimiento							x					3
Diseño y construcción de guía técnica							x	x	x			45
Presentación y entrega de guía técnica a cada emprendedora									x			3
Creación del informe final del proyecto										x		15
TOTALES	1	3	15	20	25	25	18	15	18	15	155	

III. OFERTA ECONÓMICA

1. COSTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA O CAPACITACIÓN

Detalle	Dólares	%
Costo de asistencia técnica	\$864	90%
Impuestos	\$96	10%
TOTAL	\$960	100%

2. DURACIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia tendrá una duración de 155 horas efectivas en un plazo no mayor a 10 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	
Reunión grupal con los emprendimientos	1		1	\$6.74
Reunión individual con los emprendimientos para recopilación de información	3		3	\$18.57
Creación de propuestas para líneas gráficas		30	30	\$185.7
Reunión con un profesional en el área de diseño.	2		2	\$12.38
Presentación de propuestas de líneas gráficas a las emprendedoras	3		3	\$18.57
Diseño de los tres manual de marca		50	50	\$309.5
Entrega de manual de marca a cada emprendimiento	3		3	\$18.57
Diseño y construcción de guía técnica		45	45	\$278.55
Presentación y entrega de guía técnica a cada emprendedora	3		3	\$18.57
Creación del informe final del proyecto		15	15	\$92.85
Total	15	140	155	\$960

4. PERSONAL ASIGNADO

ACTIVIDAD	Consultor asignado	Funciones en el Proyecto	Horas Consultor Comprometidas	COSTO
Reunión grupal con los emprendimientos	Diana González Ivania Ramírez Nicole Ventura	Consultor	1	\$6.74
Reunión individual con los emprendimientos para recopilación de información		Consultor	3	\$18.57
Creación de propuestas para líneas gráficas		Consultor	30	\$185.7
Reunión con un profesional en el área de diseño.		Consultor	2	\$12.38
Presentación de propuestas de líneas gráficas a las emprendedoras		Consultor	3	\$18.57
Diseño de los tres manual de marca		Consultor	50	\$309.5
Entrega de manual de marca a cada emprendimiento		Consultor	3	\$18.57
Diseño y construcción de guía técnica		Consultor	45	\$278.55
Presentación y entrega de guía técnica a cada emprendedora		Consultor	3	\$18.57
Creación del informe final del proyecto		Consultor	15	\$92.85
Total				155

Hojas de vida de los ofertantes.



DIANA GONZÁLEZ

Diana María González Morales

San Jacinto, San Salvador
Tel: 7019 8725
e-mail: dianagonzalez50@gmail.com

Egresada de la Licenciatura de Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico. Brindo excelentes resultados en el área de branding y fotografía de productos, gracias a mis competencias y capacidades dentro del área.

ESTUDIOS

- Universidad de El Salvador
Licenciatura en Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico.
(2016 - actualidad)
Calidad de Egresada.

EXPERIENCIA LABORAL

- BERG - Diseñadora Gráfica
(febrero 2023 - actualidad)
Desarrollar contenido para redes sociales y otros gráficos.
- China Inn - Diseñadora Gráfica
(Noviembre 2021 - Abril 2022)
Desarrollar contenido para redes sociales.

HABILIDADES

- Photoshop
- Illustrator
- InDesign
- Lightroom
- Premiere
- Fotografía

IDIOMAS

- Español - Nativo
- Inglés - Intermedio



IVANIA RAMÍREZ

Ivania Violeta Ramírez Ramírez

Santiago Texacuangos, San Salvador
Tel: 6025 6084
e-mail: ivaniar98@gmail.com

Egresada de la Licenciatura de Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico. Poseo excelentes habilidades en la ilustración digital y tengo capacidad de comunicación profesional a nivel interpersonal y expresión escrita.

ESTUDIOS

- Universidad de El Salvador
Licenciatura en Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico.
(2017 - actualidad)
Calidad de Egresada.

EXPERIENCIA LABORAL

- Sala Nacional de Exposiciones Salarué.
(Noviembre 2021 - Noviembre 2022)
Mediadora en exposición de memoria histórica y derechos humanos: "Imborrable".
- Centro Escolar "Fernando Lloré"
(agosto - octubre 2019)
Tallerista de Artes Plásticas para niños.

HABILIDADES

- Photoshop
- Illustrator
- InDesign
- Programas Office

IDIOMAS

- Español - Nativo
- Inglés - Básico



NICOLE VENTURA

Graciela Nicole Ventura Parada

Cima 4, San Salvador
Tel: 7354 9145
e-mail: gracielaventura909@gmail.com

Egresada de la Licenciatura de Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico. Con capacidad de aprendizaje rápido y dispuesta a aprender cosas nuevas.

ESTUDIOS

- Universidad de El Salvador
Licenciatura en Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico.
(2017 - actualidad)
Calidad de Egresada.
- Escuela Alemana
Curso regular del idioma alemán.
(Enero 2022 - actualidad)
Estudiante de curso B1.

EXPERIENCIA LABORAL

- Auxiliar de Edición de Fotografías.
(Marzo 2023)
Auxiliar de edición de fotografías gastronómicas de Hunan, Hunan Gourmet y Hanami.

- Grupo Index SA de CV
(Octubre 2021)
Transcribir y vectorizar tablas de un libro de matemáticas para la Universidad José Matías Delgado.

HABILIDADES

- Photoshop
- Illustrator
- InDesign
- Fotografía

IDIOMAS

- Español - Nativo
- Inglés - Intermedio
- Alemán - A2

Imagen 43,44,45. Captura de pantalla hojas de vida de los ofertantes. Tomado por: Nicole Ventura.

ANEXO 2. EVIDENCIA FOTOGRÁFICA

Sesiones y reuniones virtuales con las emprendedoras.

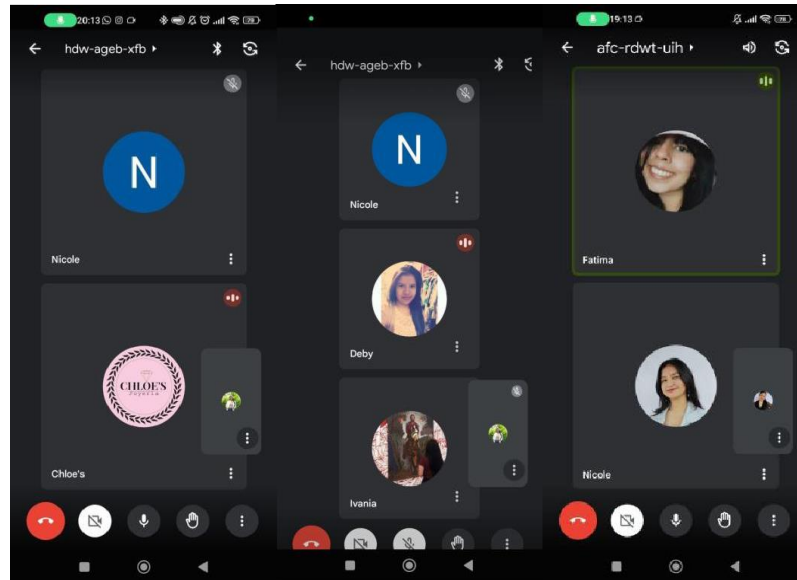


Imagen 44. Captura de pantalla sesiones virtuales con las emprendedoras. Tomado por. Diana González.

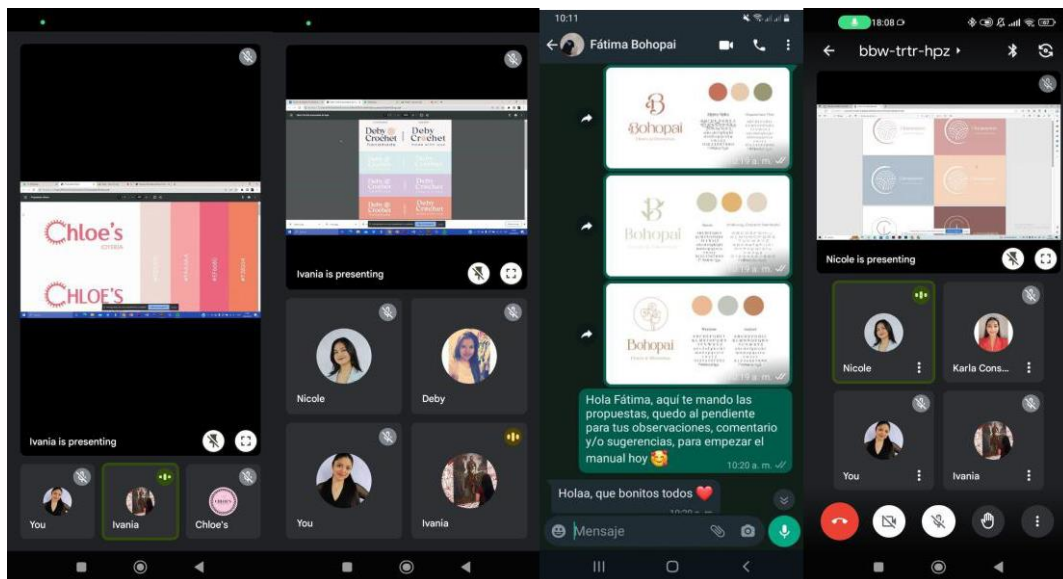


Imagen 45. Capturas de pantalla sesiones virtuales con las emprendedoras. Tomado por. Diana González.

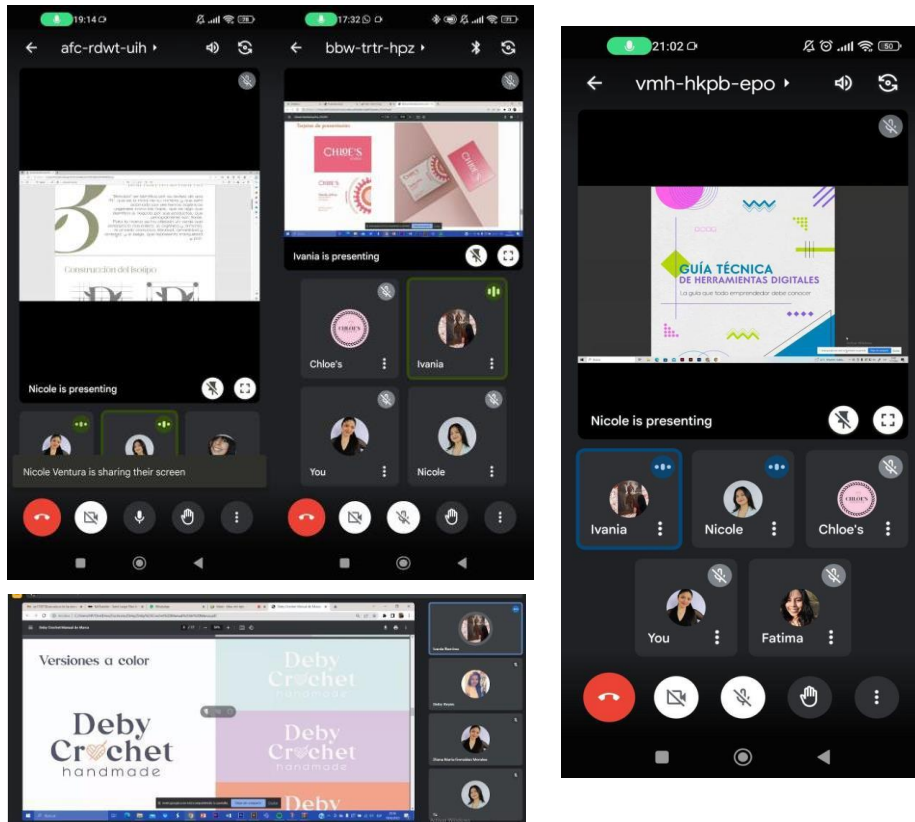


Imagen 46,47,48. Capturas de pantalla de reuniones virtuales con las emprendedoras. Tomado por. Diana González

Formulario de Diagnóstico de emprendimientos.

2/9/23, 23:31 DIAGNÓSTICO DE EMPRENDIMIENTOS

DIAGNÓSTICO DE EMPRENDIMIENTOS

Este formulario pretende recopilar valiosa información acerca de las limitantes que atraviesan los emprendedores artesanales sobre la venta en línea, específicamente en redes sociales, con el objetivo de examinar el contexto y establecer de manera técnica estrategias para impulsar dichos negocios.

1. ¿Cuál es el nombre de tu emprendimiento?

2. ¿Qué productos ofreces? Describe tu negocio.

3. ¿Posees algún espacio físico donde promuevas tu negocio, y/o entregues pedidos?
Marca solo un óvalo.

Sí

No

4. ¿Cuánto tiempo lleva operando tu negocio?

<https://docs.google.com/forms/d/1v8G0EFGMFWnVQw8Ew0t13JLkLWqnsSrtuFMIJSRt/edit> 1/11

2/9/23, 23:31 DIAGNÓSTICO DE EMPRENDIMIENTOS

16. ¿Te has planteado algún plan de negocio para un mejor manejo de las ventas?
Marca solo un óvalo.

Sí

No

17. ¿Consideras que las ganancias son acordes a tu plan de ventas?
Marca solo un óvalo.

Sí

No

18. A nivel gráfico, ¿Cuáles son los puntos que te gustaría mejorar de tu negocio?

19. ¿Cuál es el nombre de tu emprendimiento?

20. ¿Qué productos ofreces? Describe tu negocio.

<https://docs.google.com/forms/d/1v8G0EFGMFWnVQw8Ew0t13JLkLWqnsSrtuFMIJSRt/edit> 5/11

2/9/23, 23:31 DIAGNÓSTICO DE EMPRENDIMIENTOS

8. ¿En que plataforma digital operas tu negocio?
Selecciona todos los que correspondan.

Facebook

Instagram

Tik Tok

Página web

Todas las anteriores

9. ¿Qué es lo que te diferencia de los demás emprendimientos del mismo rubro?

10. ¿Tienes una línea gráfica y concepto de tu marca bien definidos?
Marca solo un óvalo.

Sí

No

Únicamente Logo

11. ¿Cuántos pedidos recibes durante la semana?
Marca solo un óvalo.

1 - 3

3 - 5

6 - 10

<https://docs.google.com/forms/d/1v8G0EFGMFWnVQw8Ew0t13JLkLWqnsSrtuFMIJSRt/edit> 3/11

2/9/23, 23:31 DIAGNÓSTICO DE EMPRENDIMIENTOS

25. ¿En qué zonas del país realizas las entregas?

26. ¿En que plataforma digital operas tu negocio?
Selecciona todos los que correspondan.

Facebook

Instagram

Tik Tok

Página web

Todas las anteriores

27. ¿Qué es lo que te diferencia de los demás emprendimientos del mismo rubro?

28. ¿Tienes una línea gráfica y concepto de tu marca bien definidos?
Marca solo un óvalo.

Sí

No

Únicamente Logo

<https://docs.google.com/forms/d/1v8G0EFGMFWnVQw8Ew0t13JLkLWqnsSrtuFMIJSRt/edit> 7/11

Formulario de Conocimiento de manual de marca.

2/9/23, 23:15 Conocimientos del Manual de Marca

Conocimientos del Manual de Marca

El presente formulario tiene el propósito de saber cómo ha funcionado la nueva línea gráfica de su marca y qué ha aportado para la mejora de la imagen de su marca. Todo esto con el fin de evaluar el impacto y la efectividad del proyecto en impulsar los negocios en línea salvadoreños.

* Indica que la pregunta es obligatoria.

1. Nombre de su negocio *

2. ¿Cuál era su situación antes de participar en el proyecto y de creación de su manual de marca? *

3. ¿En qué medida le ha sido útil el manual de marca proporcionado en el proyecto? *

4. ¿Ha implementado las recomendaciones y consejos del manual de marca en su negocio? Por favor, describa los cambios específicos que ha realizado. *

https://docs.google.com/forms/d/1PHU3SKW7YZ7P00G97P-u8u_2tQWMP3y0YhF65uEdt/ 16

2/9/23, 23:15 Conocimientos del Manual de Marca

9. ¿En qué canales o plataformas en línea ha aplicado los cambios de marca? (por ejemplo, sitio web, redes sociales, tienda en línea, etc.) *

Selecciona todos los que correspondan.

WhatsApp

Instagram

Facebook

Tik Tok

Todas las anteriores

10. ¿Qué sugerencias o mejora haría al manual de marca o al proceso de refresh de marca que se llevó a cabo? *

11. ¿Recomendaría este proyecto refresh de marca y creación de manual de marca a otras emprendedoras artesanales que van emergiendo? ¿Por qué? *

12. Nombre de su negocio *

2/9/23, 23:15 Conocimientos del Manual de Marca

5. ¿Ha notado algún impacto en sus resultados comerciales después de aplicar su nueva línea gráfica? Si es así, por favor, proporcione detalles. *

6. ¿Qué aspectos específicos del manual de marca encontró más útiles o relevantes para su negocio? *

7. ¿Ha recibido comentarios positivos de sus clientes o seguidores sobre los cambios realizados en su marca? Marca solo un óvalo. *

Sí

Por el momento No

8. ¿En qué medida se siente más confiada en su presencia como negocio en línea y la imagen de su marca, después de haber recibido el refresh de marca? *

https://docs.google.com/forms/d/1PHU3SKW7YZ7P00G97P-u8u_2tQWMP3y0YhF65uEdt/ 26

2/9/23, 23:15 Conocimientos del Manual de Marca

13. ¿Cuál era su situación antes de participar en el proyecto y de creación de su manual de marca? *

14. ¿En qué medida le ha sido útil el manual de marca proporcionado en el proyecto? *

15. ¿Ha implementado las recomendaciones y consejos del manual de marca en su negocio? Por favor, describa los cambios específicos que ha realizado. *

16. ¿Ha notado algún impacto en sus resultados comerciales después de aplicar su nueva línea gráfica? Si es así, por favor, proporcione detalles. *

Formulario de valoración de guía técnica para herramientas digitales.

2923, 23/25

Valoración de guía técnica de herramientas digitales

Valoración de guía técnica de herramientas digitales

Este formulario tiene como objetivo obtener una valoración general sobre la guía técnica compartida con las distintas emprendedoras que formaron parte de este proyecto, para un análisis de resultados.

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿De qué manera considera que le ha funcionado la guía técnica de herramientas digitales? *

2. ¿Tenía conocimiento de los temas que se abordaron en el documento? *

Marca solo un óvalo.

Sí
 No

3. ¿Considera que la guía fue/es un material necesario de apoyo? Explique por qué. *

2923, 23/25

Valoración de guía técnica de herramientas digitales

4. ¿Qué temas le hubiera gustado ver dentro del documento que considera serían de mucha utilidad para los emprendedores? *

5. ¿Cuál ha sido su experiencia al implementar esos conocimientos en su negocio? *

6. ¿Cuál considera que es la importancia de tener una identidad visual definida? *

7. ¿Reconoce la diferencia entre Branding e Identidad gráfica? *

https://docs.google.com/forms/d/1C0C5P8LdN8WnoCAZG5x-cCM5LcyN84R0YHhyjL_s/edit

10

https://docs.google.com/forms/d/1C0C5P8LdN8WnoCAZG5x-cCM5LcyN84R0YHhyjL_s/edit

23

2923, 23/25

Valoración de guía técnica de herramientas digitales

8. ¿Considera que la guía aborda temas muy complejos? *

Marca solo un óvalo.

Sí
 No

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios

https://docs.google.com/forms/d/1C0C5P8LdN8WnoCAZG5x-cCM5LcyN84R0YHhyjL_s/edit

30

ANEXO 3. PROTOCOLO

1. TÍTULO

"Guía técnica de herramientas digitales en redes sociales para potenciar emprendimientos artesanales de mujeres, en San Salvador, 2023"

2. ELEMENTOS CONTEXTUALES.

a. Público beneficiario.

El público beneficiario de este proyecto son cuatro personas que dirigen un emprendimiento artesanal, específicamente mujeres entre las edades de 20 a 35 años, ubicadas en el municipio de San Salvador.

Estos negocios son manejados en línea, a través de las redes sociales, principalmente Instagram y Facebook, en el cual promueven diferentes tipos de productos como bisutería y figuras hechas con crochet.

Al apoyar a estos emprendimientos, se pretende potenciar e impulsar el negocio local y el rubro artesanal, el cual se encuentra desvalorizado actualmente. Por lo que a través de la creación de sus propias identidades visuales se pretende al mismo tiempo, dar apogeo a todo lo hecho a mano. Además de eso, el brindarles una guía técnica sobre herramientas digitales, reforzará la manera en cómo manejan la imagen que desean proyectar en sus cuentas de Instagram y Facebook, permitiendo tener mayor alcance y presencia en el mercado.

b. Dinámica territorial.

El Salvador ha experimentado un crecimiento económico modesto en las últimas décadas, con un crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) anual que superó el 3 por ciento solo tres veces entre 2000 y 2022. Aun así, el país logró una disminución significativa de la pobreza y la desigualdad.

El COVID - 19, tuvo un impacto negativo en los salvadoreños y sus ingresos. Aumentando 5 puntos porcentuales de pobreza entre 2019 y 2020, aunque esto no ha cambiado, ya que las cifras siguen siendo superiores a las de antes de la pandemia. En 2021, creció un 10,3%, moderándose hasta el 2,8% en 2022 y se espera que alcance una media del 2.3% en 2023.

El Salvador requiere una consolidación fiscal para mejorar el flujo de ingresos y aumentar la eficacia de los gastos, protegiendo a su vez la recuperación económica y las personas en pobreza.

A pesar de esto, los salvadoreños poseen un gran potencial para impulsar un crecimiento económico dinámico, inclusivo y resiliente. El Salvador puede mejorar la inversión pública y privada, promover empleos de alta calidad y fomentar un sector privado más dinámico, competitivo e innovador.

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), cumple un rol importante en este contexto, ya que promueve y fomenta los negocios de la micro y pequeña empresa en el sector artesanal, permiten que los negocios puedan construirse en un entorno de desarrollo económico nacional. Todo eso es posible, ya que ellos brindan apoyo mediante diversos programas e instrumentos que acerquen los servicios de desarrollo empresarial a emprendedores y empresarios, en las zonas donde se encuentren. Cabe mencionar que tienen una Unidad llamada "Unidad Especializada de Empresarialidad Femenina", que promueve un programa, el Diplomado "Mujer y Negocios", que brinda herramientas prácticas y orientación técnica para construir y validar el modelo de negocios, en el cual puede participar cualquier mujer emprendedora. El total de emprendedores activos en El Salvador es de 31.2 % de la población entre 18 y 64 años, lo cual significa que casi uno de cada tres salvadoreños en edad laboral es emprendedor.

c. Dinámica sectorial.

El sector artesanal en San Salvador es diverso y ofrece una amplia gama de productos únicos y de alta calidad. Sin embargo, muchas veces estos productos no son suficientemente conocidos o valorados por el público en general.

Este proyecto buscará mejorar la identidad visual de tres emprendimientos artesanales que se tomaron como muestras en ciertas zonas de San Salvador cercanos a las residencias de cada integrante del grupo encargado del proyecto, con el fin de ayudarles a destacarse en el mercado y atraer a más clientes potenciales con una buena imagen. Entre los tres emprendimientos con los que se desarrollará el proyecto se encuentran, "Chloe's Joyería", gestionado por Michelle, una mujer en un rango de edad de 29 - 35 años, quien inició su negocio desde hace dos años, realiza accesorios hechos a mano como aretes, pulseras, collares y bolsos tejidos con cuencas. Opera su negocio por medio de sus redes sociales y su público objetivo son principalmente mujeres jóvenes que rondan entre los 20 a 45 años de edad. Suele realizar entregas de sus pedidos en centros comerciales, sobre todo alrededor de la zona donde vive.

Por otro lado, se presenta el emprendimiento "Deby Crochet", que es gestionado por Debora, una emprendedora joven en el rango de edad de 23 a 28 años. Desde hace tres años, ha estado dirigiendo su negocio por medio de su cuenta de Instagram y Facebook, por medio de los cuáles le solicitan los pedidos. En su negocio ofrece productos elaborados con la técnica de crochet, como figuras o personajes tejidos. El público objetivo principal de su emprendimiento son hombres jóvenes, padres y madres de familia.

En tercer lugar, se encuentra el emprendimiento "Cinnammon.sv", el cual es dirigido por Karla, una emprendedora joven de 20 años de edad que ha estado operando su negocio durante un año. Su especialidad es la creación de amigurumis y bisutería utilizando la técnica de crochet. El público objetivo principal de su emprendimiento son personas entre las edades de 20 a 35 años.

Las características que tienen en común estas emprendedoras son que manejan sus negocios a través de las redes sociales, no poseen una línea gráfica definida más que su logo, realizan sus entregas en lugares públicos como centros comerciales cercanos a su domicilio, y su marca no está registrada.

El resultado final de la guía técnica les permitirá manejar la presencia de sus negocios en línea y vender sus productos de forma más atractiva y eficaz. De esta manera, se espera contribuir al fortalecimiento del sector artesanal y a la economía local.

3. DIAGNÓSTICO.

Para poder realizar éste diagnóstico, se llevó a cabo una selección minuciosa de emprendimientos que cumplieran con algunos requisitos tales como, ser gestionados por mujeres, que ofrecieran productos artesanales hechos a mano, no tener una identidad visual actualizada ni una presentación de sus productos formales o estratégicos, y que sus cuentas de Instagram y Facebook tuvieran un alcance limitado. Al tener una respuesta positiva de parte de los negocios seleccionados se procedió a realizarles una serie de preguntas referentes a sus negocios a través de un formulario, para profundizar con la información necesaria.

Por tanto, se presenta la siguiente tabla con las necesidades/problemas que se identificaron según dicho formulario.

NECESIDAD O PROBLEMA	CAUSAS DEL PROBLEMA	PRIORIDAD DEL PROBLEMA
Identidades visuales desactualizadas	No poseen las herramientas o conocimientos para	1

	desarrollar la construcción de estos elementos gráficos	
El packaging actual de los productos de los emprendimientos carece de un diseño atractivo y no se ajusta a la imagen que se desea proyectar.	Identidad visual poco consolidada. No hay un concepto ni valores bien definidos de las marcas.	2
Nulo conocimiento de prácticas en el manejo de estrategias y construcción de elementos gráficos que aporten al negocio.	No cuentan con herramientas que sean accesibles, prácticas y fáciles de comprender sobre estos temas.	3
Bajo alcance de segmentación en la cuenta de redes sociales.	No hay una continuación regular de contenido de valor, ni buen manejo de estrategias de marketing digital.	4

Tabla 1. *Identificación de necesidades y/o problemas de los beneficiarios.
Elaboración propia.*

Expuestas las necesidades y/o problemas, se deduce que al mantenerse en la misma situación podrían ocurrir consecuencias como el cierre o estancamiento de sus negocios debido a la inconstancia al subir contenido de valor, por lo que las expectativas de ventas e ingresos no se logren.

Para solucionar esta problemática, se propone la creación de una guía técnica de herramientas digitales que orienten a las emprendedoras sobre cómo mejorar su imagen, estrategia y visibilidad en línea. Con esta guía, las emprendedoras podrán aprender a diseñar su identidad gráfica, mejorar sus perfiles en redes sociales y a utilizar diferentes técnicas para aumentar su alcance en línea y destacar entre la competencia.

4. OBJETIVO GENERAL.

- Aplicar herramientas digitales para posicionar emprendimientos artesanales aplicando una guía específica a tres negocios administrados por mujeres en San Salvador y hacer frente a los desafíos actuales del mercado digital.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Comprender la importancia de tener una identidad visual proyectada correctamente que sintetice y represente fielmente la esencia de la marca para atraer la atención de los consumidores y contextualizando los emprendimientos salvadoreños.
- Diseñar una nueva identidad visual para cada uno de los emprendimientos, enfocándose en los aspectos que los hacen únicos y atractivos a su público objetivo.
- Crear una guía técnica de herramientas digitales, a fin de potenciar la visibilidad de las marcas de los negocios estudiados para incrementar sus ventas y atraer a un público más amplio y diverso.
- Evaluar la viabilidad de aplicar esa guía a nuevos emprendimientos evaluando los resultados de la misma con los negocios estudiados.

6. FUNDAMENTACIÓN.

El emprendimiento no es un fenómeno que se produce en forma espontánea e independiente del entorno. Emprender es una decisión que toman las personas, que depende de factores internos del individuo (capacidades, actitudes, percepciones y aspiraciones), de su dotación de recursos (capital humano, capital social, capital financiero) y de las condiciones del entorno (sociales, políticas, legales, económicas, etc.)

En El Salvador estos emprendimientos se desarrollan en un 60,8% por una necesidad (consumo familiar) y en un 37,6% por aprovechar una oportunidad.

Un estudio concluye que un emprendimiento motivado por la “oportunidad” tiene mayores perspectivas de permanecer en el mercado y acceder al éxito que un emprendimiento movido por la “necesidad” (Gutiérrez, Guillermo. 2012.). Esto conlleva a que en el país deben desarrollarse programas de fomento de emprendimientos que aprovechen una oportunidad en el mercado, para que las empresas se posicionen y crezcan a mediano y largo plazo, incrementando el empleo y la competitividad nacional. Los negocios más comunes en El Salvador operan en los giros de comercio y servicios, en especial en la preparación de alimentos. La venta de alimentos preparados (sin local) las tiendas de productos básicos son los negocios más comunes en el país. El 87 % de la TEA y el 74 % de los negocios establecidos pertenecen al comercio y venta de alimentos. (FUSADES, 2014).

Dentro de estas cifras se encuentran otro pequeño porcentaje de negocios, los cuales giran alrededor de la elaboración de productos hechos a mano o artesanales, los cuales luchan por abrirse y mantenerse dentro del mercado, esto debido a diversos factores. Uno de ellos es lo infravalorado que es este rubro y la falta de rentabilidad que puede llegar a tener al siempre estigmatizar que lo hecho a mano no tiene un costo de producción alto y que por ello sus precios deberían ser bajos. Es muy común escuchar comentarios que giran en torno al tema de que los precios son muy elevados siendo productos aparentemente “sencillos”.

El fenómeno de los emprendimientos es un tema complejo de abarcar, desde las capacidades, percepciones y oportunidades que se puedan llegar a tener para emprender, los tipos, competencias y tamaños de los negocios, sus ventajas y por supuesto, los obstáculos dentro los cuales cabe mencionar la falta de programas de apoyo, el tamaño de mercado y la cultura poco favorable a emprender.

Es por ello que este proyecto busca la manera de ser un aporte para esos emprendimientos, principalmente a los que se categorizan como emprendedores emergentes al no llevar más de 42 meses dentro del mercado, enfocándose exclusivamente a quienes se dedican a la elaboración de productos hechos a mano.

Como se mencionó anteriormente, hay diversos obstáculos los cuales hacen que un emprendimiento no tenga éxito, por ende, este proyecto pretende aportar soluciones a los problemas relacionados a la parte gráfica, visual y estratégica áreas de las que se poseen conocimientos necesarios para poder solventar las necesidades que se identifiquen.

El proyecto se focaliza en el área metropolitana del municipio de San Salvador, donde se contactó con un grupo de emprendedoras artesanas quienes enfrentan diversos desafíos y retos respecto a la promoción y comercialización de sus productos y al mismo tiempo se identifica un desfase en la línea visual de sus negocios.

Una de las razones por las cuales se insiste en tener una identidad gráfica establecida y fuertemente definida en un emprendimiento es por el hecho de que ayudará al negocio a diferenciarse de la competencia y a ser fácilmente recordada.

Y es que hay que mencionar que la identidad visual es la representación gráfica de una marca, sus objetivos y valores. Esta construcción refleja el posicionamiento en la mente del consumidor.

Esta identidad es la suma de todo lo que el público tendrá a la vista cuando vea un negocio, por lo cual se debe manejar con cuidado cada uno de esos elementos gráficos que identifican y diferencian la marca (fuentes tipográficas, logotipo, logo-símbolo,

colores e ilustraciones entre otros) y trabajarlos en concordancia con la identidad verbal (conformada por el tipo de lenguaje que usa la marca como el naming, el eslogan o tagline, el tono y el storytelling).

El objetivo de tener una identidad visual clara, es que justamente se convierta en la identidad del emprendedor. Que se mantenga de forma consistente para que sus seguidores y potenciales clientes puedan reconocerlo cuando una publicación se trata de su marca. (Gallegos, 2019).

Es por ello que la importancia de este proyecto radica en poder instruir a las emprendedoras artesanales emergentes, sin una identidad visual estable y representativa, con el propósito de crearles esa imagen con un mayor impacto en los usuarios, partiendo en primer lugar con la definición de valores o concepto que cada una de ellas busque reflejar en su marca. Ya que actualmente la identidad visual de cada emprendedora no refleja adecuadamente la calidad y originalidad de sus productos, algo que los caracterice, ese elemento diferenciador frente a la competencia, lo que limita su capacidad para atraer nuevos clientes y expandir sus negocios.

Ahora bien, la creación y actualización de la identidad visual de estos emprendimientos y el diseño de la guía técnica, permitirá mejorar su imagen, estrategia y visibilidad en línea. Utilizando herramientas digitales fáciles de usar y accesibles para cualquiera que no posea un presupuesto para pagar por servicios profesionales, es decir, ayudar a las emprendedoras a impulsar sus marcas de forma sencilla y con lo que tengan a su alcance. Creando una identidad visual fuerte, atractiva y una estrategia bien definida que las ayudará a destacarse en el mercado y atraer a un público más ideal.

Los recursos digitales que se pretenden implementar en dicho documento (guía) son las siguientes:

- Canva (Diseño y creación de artes para publicidad, post, stories)
- Planoly (Programador de publicaciones)
- Copy Ai (Redactor de Copys para las publicaciones)
- Spark Post (Interviene la imagen)
- Lightroom móvil (Edición y retoque fotográfico)
- Capcut (Edición de videos, reels, stories, Tik Toks)
- Facebook Ads (Herramienta para anunciarse en redes sociales)

Existen muchos estigmas alrededor del uso de estas herramientas al no considerarse dentro del medio como profesionales, pero es un hecho que muchas de ellas ofrecen soluciones que ahorran tiempo, son prácticas y poseen una interfaz amigable con el usuario. En el caso de Canva es un software y sitio web de herramientas de diseño gráfico simplificado. Utiliza un formato de arrastrar y soltar e incluso permite de manera proporcionada hacer grandes y pequeñas las figuras y proporciona acceso a más de 60 millones de fotografías y 5 millones de vectores, gráficos y fuentes. (Pedró, 2018).

Ahora bien, si hablamos de edición de imagen o retoque fotográfico tenemos dos programas que son de mucha utilidad como es el caso de Spark Post y Lightroom mobile,

el primero está diseñado para ayudar a emprendedores individuales y pequeños negocios a alcanzar el éxito al ser una aplicación móvil iOS que permite a todo tipo de usuarios crear contenidos y gráficos en cuestión de segundos, mientras que Lightroom es una aplicación de edición fotográfica gratis para dispositivos móviles, que permite ajustar la saturación de los colores, el balance de blancos, la intensidad, textura, la escala tonal y claridad de la foto.

Cabe recalcar que un buen diseño siempre tiene que ir acompañado de un buen copy, que capte la atención de las personas, por eso Copy Ai es una buena alternativa para generarlos, se trata de una herramienta de optimización de contenidos que utiliza el aprendizaje para automatizar el proceso de redacción.

Una vez se tiene los artes diseñados y un buen copy que los acompañe se continúa con la publicación de estos para buscar posicionarse dentro del mercado, el ser constante puede ser un problema si no se cuenta con el tiempo suficiente siendo ese el caso, Planoly es una aplicación para planificar y programar contenido social en TikTok, Instagram, Pinterest, Facebook, Twitter y YouTube. Se edita, se puede obtener una vista previa, programar, publicar y analizar el contenido de redes sociales sobre la marcha. Y para lograr incluso un mayor alcance dentro de las redes está Facebook ADS el cual permite pagar anuncios en Facebook, que pueden aparecer en el Feed de Noticias y en la columna de la derecha de la red social. Además, usando la plataforma de ads de Facebook es posible publicar anuncios en Instagram, Audience Network y Messenger. (ITU, 2018).

En resumen, este proyecto tiene como finalidad contribuir al crecimiento y desarrollo de los emprendimientos artesanales en San Salvador, dándoles las herramientas necesarias para el mejoramiento de su imagen y presencia como e-commerce para que puedan expandir su negocio.

7. DESCRIPCIÓN.

El proyecto “Guía técnica de herramientas digitales en redes sociales para potenciar emprendimientos artesanales de mujeres, en San Salvador, 2023”; consiste en actualizar la identidad visual de tres emprendimientos artesanales dirigidos por mujeres en representatividad para la difusión de una guía técnica de herramientas digitales, para otras emprendedoras de San Salvador. Estos negocios ofrecen productos meramente artesanales, por ejemplo, “Deby Crochet” y “Cinnamon” se dedican a la elaboración de figuras elaboradas con crochet o también conocidas como “amigurumis”, y “CHLOE’S” en el diseño de accesorios con técnicas de bisutería.

El proyecto pretende ayudar a emprendimientos de San Salvador, específicamente que operan sus negocios con cuentas de redes sociales, con la creación o refresh de marca para promover sus emprendimientos en el rubro artesanal. Todo esto con el fin de que tengan mayor popularidad en su público meta, y permita mayor posicionamiento y crecimiento.

Dentro del proyecto se pretende también, realizar un manual o guía técnica que sirva de apoyo que para los emprendimientos puedan construir sus propios elementos gráficos y al mismo tiempo aprender a manejar estrategias para posicionar su negocio dentro del mercado, todo diseñado de manera práctica para que sea de fácil comprensión y que cada emprendedor pueda llevarlo a cabo sin ningún problema y con herramientas accesibles, que estén a su alcance.

Para ello, se necesitará de tres emprendimientos del rubro artesanal, (como zapatos, bisutería, decoraciones, cerámica, velas, entre otros), que estén interesados en participar. Luego se realizará una reunión general en donde se discutirán los puntos necesarios para llevar a cabo la primera fase del proyecto, que sería la creación de línea gráfica de cada negocio, para luego proceder con la entrega del manual.

Se espera que el grupo participe de manera activa, contribuyendo asertivamente con el desarrollo del proyecto. Para poder efectuar el trabajo, se hará uso de recursos digitales como los programas pertinentes de diseño gráfico para cubrir las necesidades, Illustrator, Photoshop, Premiere. En cuanto al tiempo, se estima que el proyecto se

desarrolle en el periodo comprendido de los meses de mayo a julio del presente año 2023.

Se considera que cada negocio pueda administrar sus redes sociales de una manera más asertiva y eficaz luego de haber finalizado el proyecto, brindándoles las herramientas y conocimientos necesarios para que puedan continuar con su crecimiento profesional.

El proyecto se desarrolla en las siguientes etapas:

- a) **ETAPA 1** - Recopilación de información para conocer los emprendimientos y sus necesidades: Se compartirá un formulario en línea con algunas preguntas pertinentes al tema. Se realizará una reunión con los negocios para informarles sobre el proceso y su propósito, además, de conocerlos y organizar las próximas reuniones.
- b) **ETAPA 2** - Desarrollo de las identidades visuales de cada emprendimiento, según las necesidades comunicadas por ellos mismos: Para ellos se organizará una reunión en línea e individual, donde se dé a conocer toda la información que permita el desarrollo de la actividad, tales como colores, público meta, valores de la marca, etc.
- c) **ETAPA 3** - Presentación de manual de marca: se construirá el manual de marca, donde se presentarán todas las reglas a seguir para el uso correcto de la línea gráfica.
- d) **ETAPA 4** - Estructuración, diseño y elaboración de guía técnica: se creará una guía que contenga herramientas y estrategias digitales que orienten a las emprendedoras artesanales emergentes en el mercado a desarrollar una marca más profesional, consolidada y con más presencia en las redes sociales.
- e) **ETAPA 5** - Entrega de guía técnica para el manejo de negocios en línea: guía técnica finalizada donde se explique a grandes rasgos cómo manejar de manera gráfica los negocios en línea. En esta etapa se evaluará la pertinencia y utilidad práctica de la guía.

8. PROPUESTA GENERAL DE EJECUCIÓN

a) **Productos esperados.**

Como resultado de la ejecución de este proyecto se tiene previsto el desarrollo de dos productos en concreto, el primero de ellos será la construcción de una identidad gráfica para cada uno de los emprendimientos los cuales serán parte de la muestra para el diseño de nuestro segundo producto, la guía técnica, con ésta se espera que pueda compartirse con otros emprendedores emergentes para que sea de utilidad para ellos al momento de crear sus elementos gráficos para sus negocios y al mismo tiempo su posicionamiento dentro de las redes sociales.

b) **Aportes originales del proyecto**

El proyecto busca poder beneficiar a las mujeres emprendedoras emergentes, al momento de iniciar un negocio es complicado solventar todas las necesidades del área gráfica, visual y estratégica, ya sea por diversos factores, al no poseer el conocimiento o herramientas necesarias, además el costo que puede implicar buscar a una persona externa quien pueda cubrir estas necesidades.

Es por ello, que el proyecto como manera de aporte pretende diseñar una guía técnica que contenga temas elementales de fácil comprensión, facilitándoles el material y herramientas básicas para que las emprendedoras puedan crear sus propios recursos gráficos de sus marcas y al mismo tiempo desarrollar pequeñas estrategias para el crecimiento de su negocio, procurando que todo esto sea accesible para ellas. Esta guía se reproducirá de manera digital, dando acceso a sitios online gratuitos, que posean una interfaz amigable para el usuario para que de esta manera la emprendedoras de manera autónoma puedan diseñar, planificar y ejecutar la parte visual y estratégica de sus emprendimientos.

c) **Proceso de creación**

Como proceso de creación siempre se da inicio con una investigación previa, para una adecuada ejecución.

Para el desarrollo de las identidades visuales se realiza una reunión con cada emprendedora para poder crear un brief que sirva de respaldo para la construcción de la identidad de cada una de ellas, luego se procede a la realización de las propuestas, por consiguiente estas propuestas se presentan a cada emprendedora por individual para que ellas den la aprobación de los resultados para poder continuar con el respectivo manual de marca que contendrá a detalle todo lo que respecta a la construcción de su identidad de marca.

Para el desarrollo de la guía técnica se tomarán de muestra los recursos gráficos anteriormente creados, de igual forma se comenzará con la investigación de cada tema y apartado que la guía contendrá, se buscarán referencias que puedan favorecer a la diagramación del documento para que de ese modo facilite la lectura al usuario, se realizarán las primeras propuestas y al definirse una de ellas se procederá a diseñar la guía en su totalidad.

Cada proceso de creación se desarrolla con programas de diseño de la suite de adobe para lograr un mejor resultado en cada una de las actividades que se llevarán a cabo.

d) Impacto

El principal impacto que el proyecto pretende es crear una herramienta que pueda facilitar los procesos de creación de elementos y recursos gráficos para toda aquella emprendedora que necesite resaltar la línea visual de su negocio, así mismo que sean capaces de realizar estrategias que ayuden a mejorar el posicionamiento de su marca en redes sociales, se trata de hacer accesible las formas, métodos y conocimientos para que así de manera autónoma puedan solucionar y solventar cualquier problema respecto al área gráfica y estratégica.

e) Creadores que participarán en el proyecto.

En la ejecución de este proyecto participan tres estudiantes egresadas de la Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico, Diana González, Ivania Ramírez y Nicole Ventura. Encargadas de planificar y desarrollar dicho proyecto, recopilando la información pertinente y contactando a los futuros beneficiarios para su participación en la iniciativa.

Es decir que se contará con la intervención de los emprendimientos liderados por mujeres artesanas para colaborar brindando la información necesaria de las necesidades y/o problemas que conlleva tener negocios en línea, así como también los datos importantes acerca de cada uno de sus emprendimientos.

Como tercera participación se cuenta con el apoyo del Licenciado Carlos Cartagena de la Escuela de Artes, de la Universidad de El Salvador, para el aporte sobre conocimientos básicos sobre herramientas digitales y consejos sobre una buena identidad visual como potenciador de una marca.

9. ACTIVIDADES Y TAREAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS.

A continuación, se presenta un cuadro que divide las cinco etapas en las que se desarrollará el proyecto: investigativa, creativa, formativa, ejecutiva y educativa. Cada etapa describe una serie de actividades generales que se deben llevar a cabo, y los resultados que se esperan que cada etapa produzca.

Luego se explican a manera de detalle, el procedimiento a realizar en cada etapa.

	ETAPAS	ACTIVIDADES	RESULTADOS ESPERADOS
--	--------	-------------	----------------------

1	<p>“Investigativa”</p> <p>Recopilación de información para conocer los emprendimientos y sus necesidades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollo de formulario de preguntas para conocer a los emprendimientos y necesidades ● Reunión con los emprendimientos. 	<p>Aclarar las expectativas y necesidades que cada emprendedora tiene, y el proceso del proyecto.</p>
2	<p>“Creativa”</p> <p>Desarrollo de las identidades visuales de cada emprendimiento, según las necesidades comunicadas por ellos mismos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Reuniones con los emprendimientos. ● Reunión con el equipo. ● Creación de propuestas. 	<p>Cumplir con los objetivos esperados por los emprendimientos y crear propuestas acorde al brief de cada una de ellas.</p>
3	<p>“Formativa”</p> <p>Los emprendimientos recibirán instrucciones para el buen manejo de su nueva identidad gráfica a través del material a entregarles.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Creación y entrega digital de manual de marca de cada emprendimiento. 	<p>Solventar toda duda relacionada con el manejo de su marca.</p>
4	<p>“Ejecutiva”</p> <p>Se llevará a cabo la estructuración de la guía técnica, incluyendo de manera representativa las nuevas identidades visuales de los 3 emprendimientos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboración de guía técnica para el manejo de negocios en redes sociales. 	<p>Mejorar la visibilidad y la presencia en línea de las emprendedoras, lo que a su vez se espera que ayude a impulsar sus ventas y aumentar la sostenibilidad de sus negocios.</p>
5	<p>“Educativa”</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrega y difusión de material formativo, guía técnica de herramientas digitales para emprendimientos artesanales en línea. 	<p>Proporcionar instrucciones precisas a través de un documento digital, que recopile aspectos básicos y esenciales sobre herramientas digitales para un buen manejo de los negocios en línea.</p>

Tabla 2. Descripción de las etapas del proyecto y sus respectivas actividades.
Elaboración propia.

En esta primera etapa *investigativa*, el equipo debe realizar una investigación exhaustiva para recopilar información relevante y útil. Se espera que esta etapa produzca una comprensión clara y completa del problema o desafío que el proyecto busca resolver.

ETAPA 1: Investigativa.		
	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2
ACTIVIDADES	-Realizar una encuesta en línea para las emprendedoras.	-Reunirse con los emprendimientos para explicarles el proyecto. -Realizar reuniones individuales con las emprendedoras.
GESTIÓN DE RECURSOS	Aplicación de Google para crear encuesta.	Google Meet
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	Realizar la encuesta a cada uno de los emprendimientos.	Envío del enlace de la reunión.
REALIZACIÓN DE LA MUESTRA	Difusión por medio de mensajes de texto vía WhatsApp.	WhatsApp y Google Meet
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Reunión de grupo para analizar las respuestas de las encuestas	Reunión para informar del proyecto y organizar futuras reuniones con cada emprendimiento por separado.

Tabla 3. Especificación de actividades que se realizarán en la primera etapa del proyecto.
 Elaboración propia.

En esta segunda etapa *creativa*, el equipo debe utilizar la información recopilada durante la etapa investigativa para generar ideas y soluciones creativas para poder diseñar cada identidad gráfica. Se pretende que esta etapa genere una serie de soluciones innovadoras y viables para el problema o desafío identificado.

ETAPA 2: Creativa.		
	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2
ACTIVIDADES	Desarrollar propuestas de línea gráfica a cada emprendimiento.	Reunirse con los emprendimientos por separado, para mostrarles las propuestas.
GESTIÓN DE RECURSOS	Programas de Adobe Suite.	Google Meet
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	Adobe Acrobat PDF	Envío del enlace de la reunión.
REALIZACIÓN DE LA MUESTRA	Correo electrónico	WhatsApp y Google Meet
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Reunión de grupo para analizar las propuestas antes de presentarlas a los	Reunión para mostrar las propuestas y debatir cambios y sugerencias.

	emprendimientos.	
--	------------------	--

Tabla 4. Especificación de actividades que se realizarán en la segunda etapa del proyecto.
Elaboración propia.

Como siguiente etapa se encuentra la *formativa*, en la que se debe seleccionar la mejor solución o propuesta que se obtuvo en la etapa creativa y desarrollarla en un manual de marca para la inducción a las emprendedoras de cómo manejar su línea gráfica. Se espera que esta etapa produzca un documento detallado y realista para la implementación como solución.

ETAPA 3: Formativa.		
	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2
ACTIVIDADES	Realizar entrega del manual de marca digital a cada emprendedor.	Realizar una reunión individual con cada una de las emprendedoras para aclarar dudas sobre el manejo del manual.
GESTIÓN DE RECURSOS	Adobe Acrobat PDF	Google Meet
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	Correo electrónico	Envío del enlace de la reunión.
REALIZACIÓN DE LA MUESTRA	Difusión por medio de mensajes de correo electrónico.	WhatsApp y Google Meet
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Reunión de grupo para entregar los resultados de los manuales de marca.	Explicación a detalle por individual con cada emprendedora, sobre el manual de marca.

Tabla 5. Especificación de actividades que se realizarán en la tercera etapa del proyecto.
Elaboración propia.

En la etapa siguiente la *ejecutiva*, se debe llevar a cabo la planificación, el desarrollo, diseño y creación de la guía técnica como material didáctico dirigido a emprendedoras artesanales emergentes en los negocios en línea. Se busca crear una solución a las necesidades que enfrentan dichos emprendimientos.

ETAPA 4: Ejecutiva.		
	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2

ACTIVIDADES	-Reunión con el equipo de trabajo para iniciar la guía técnica. -Sesión con el profesional en diseño gráfico para su aporte informativo a la guía técnica.	-Desarrollo y maquetación de la guía técnica. -Incluir los datos recopilados con el profesional, en la guía técnica.
GESTIÓN DE RECURSOS	Páginas web para recopilar información acerca de estrategias digitales.	Programas de Adobe Suite.
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	Documentos de Google	Google Meet.
REALIZACIÓN DE LA MUESTRA	Documentos de Google.	Programas de Adobe Suite.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Recopilación de toda la información necesaria para llevar a cabo la guía técnica.	Resultado final del material didáctico(en digital).

Tabla 6. Especificación de actividades que se realizarán en la cuarta etapa del proyecto.
Elaboración propia.

Finalmente, en la etapa educativa, el equipo debe documentar los resultados de la solución implementada. Las actividades generales incluyen la entrega del documento final, la guía técnica a las emprendedoras implicadas en el proyecto y la difusión de la misma a los demás emprendimientos de san salvador a través de redes sociales. Y a su vez se pretende que esta etapa produzca una comprensión clara y completa de los resultados obtenidos.

ETAPA 5: Educativa.		
	ACTIVIDAD 1	ACTIVIDAD 2
ACTIVIDADES	Entrega de la guía técnica de herramientas digitales a emprendedoras que forman parte de la muestra.	Difusión de la guía técnica a nuevos emprendedores emergentes
GESTIÓN DE RECURSOS	Adobe Acrobat PDF	Adobe Acrobat PDF
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN	Enviar el enlace con la guía a las tres emprendedoras.	Envío del enlace de la guía técnica.
REALIZACIÓN DE LA MUESTRA	Difusión por medio de mensajes de texto vía whatsapp y correo electrónico.	Difusión por medio de mensajes de texto vía whatsapp y grupos de emprendedores en redes sociales.
EVALUACIÓN DE RESULTADOS	Reunión de grupo para ver los resultados del proyecto.	Reunión para visualizar los resultados de difusión y la receptividad por parte de las emprendedoras.

Tabla 7. Especificación de actividades que se realizarán en la quinta etapa del proyecto.
Elaboración propia.

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

La siguiente tabla representa un cronograma de actividades que muestra una lista detallada de las tareas que se deben llevar a cabo en el proyecto, junto con la fecha y horas de cada actividad. El objetivo del cronograma es ayudar a que el equipo planifique y organice el trabajo de manera que se puedan cumplir con los plazos y objetivos planteados.

Cronograma de actividades

Actividades	Fechas (Día y Mes)	Horas
Reunión virtual informativa con los emprendimientos, como introducción al proyecto y definición de actividades a realizar.	25/ abril/ 23	1 hora
Reuniones individuales con cada emprendedora, para el inicio de las creación de sus identidades visuales.	2 - 5/ Mayo/ 2023	1 hora por emprendimiento (3 horas)
Desarrollo de propuestas línea gráfica de los emprendimientos.	8/mayo/ 2023 a 19/ mayo/ 2023 (10 días)	30 horas por tres propuestas de líneas gráficas.
Presentación de propuestas a los emprendimientos.	20/mayo/ 2023 a 21/mayo/ 2023 (2 días)	1 hora por emprendimiento
Desarrollo de las identidades visuales seleccionadas.	22/mayo/ 2023 a 2/junio/ 2023 (11 días)	50 horas por el desarrollo de tres identidades visuales
Reunión con profesional en el área de diseño gráfico	/mayo/23	2 horas
Presentación y entrega de manual de marca para cada emprendimiento	5/junio/ 2023 a 6/junio/ 2023	3 horas por los 3 emprendimientos
Desarrollo y creación de una guía técnica con herramientas digitales para orientar a emprendedoras en el buen manejo de negocios en redes sociales.	7/junio/2023 a 21/junio/ 2023 (15 días)	3 horas por día 45 horas
Reunión con los emprendimientos para entrega de guía técnica y explicación de ella.	24/junio/2023	3 horas

Tabla 8. Especificación de actividades en general de todo el proyecto detallando fechas y horas de ejecución. Elaboración propia.

155 horas en total.

11. RECURSOS

En este apartado se describen todos aquellos recursos a utilizar para el desarrollo del proyecto, tales como humanos, materiales, financieros, técnicos o tecnológicos.

RECURSOS	TIPO	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
Humanos	Diseñadores voluntarios	Equipo de tres diseñadoras gráficas.	Total: \$1080.0
Materiales	Mobiliario	Equipo de oficina (escritorio y silla)	Total: \$425.00
Financieros	Propios	Luz, agua, internet	Total: \$214.00
Tecnológicos o técnicos	Varios	Computadoras, Tablet Wacom, Disco Duro, Teléfonos celulares.	Total: \$1,479.00
			Total general: \$3,198.00

Tabla 9. Tipos de recursos que se requerirán para la ejecución del proyecto. *Elaboración propia.*

12. PRESUPUESTO


En este apartado, a través de una tabla se detallan los costos estimados de todas las actividades y recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, incluyendo servicios necesarios, la mano de obra requerida para el proyecto, y los equipos e inmobiliarios necesarios, así como los programas de la suite de Adobe. El cuadro es una herramienta importante que ayudará a planificar y controlar los gastos del proyecto.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Administración			
Internet	4 meses	\$36.00 \$38.00 \$25.00	\$90.00
Luz	4 meses	\$45.00 \$25.00 \$45.00	\$150.00
Subtotal: \$240.00			
Operación			
Adobe Illustrator	2 meses	\$20.00 \$20.00 \$20.00	\$60.00
Adobe Photoshop	2 meses	\$20.00 \$20.00 \$20.00	\$60.00
Adobe Indesign	1 mes	\$20.00 \$20.00 \$20.00	\$60.00
Subtotal: \$180.00			
Equipamiento			

Computadora	3	\$300.00 \$300.00 \$300.00	\$900.00
Teléfonos Celulares	3	\$200.00 \$99.00 \$150.00	\$449.00
Tablets/wacom	3	\$50.00 \$80.00 \$50.00	\$180.00
Subtotal: \$1,529			
			TOTAL: \$1,949.00

Tabla 10. Detalle del presupuesto designado para la elaboración del proyecto.
Elaboración propia.

13. RESEÑA DE LOS RESPONSABLES DEL PROYECTO.



DIANA GONZÁLEZ
Diana María González Morales

San Jacinto, San Salvador
Tel: 3098 8725
e-mail: dianagonzalez008@gmail.com

Egresada de la Licenciatura de Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico. Brindo excelentes resultados en el área de branding y fotografía de productos, gracias a mis competencias y capacidades dentro del área.

ESTUDIOS

- Universidad de El Salvador
Licenciatura en Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico. (2016 - actualidad)
Calidad de Egresada.

EXPERIENCIA LABORAL


- BERG - Diseñadora Gráfica (febrero 2023 - actualidad)
Desarrollar contenido para redes sociales y otros gráficos.
- China Inn - Diseñadora Gráfica (Noviembre 2023 - Abril 2023)
Desarrollar contenido para redes sociales.

HABILIDADES

- Photoshop
- Illustrator
- InDesign
- Lightroom
- Premiere
- Fotografía

IDIOMAS

- Español - Nativo
- Inglés - Intermedio



IVANIA RAMÍREZ
Ivania Violeta Ramírez Ramírez

Santiago Teacuangos, San Salvador
Tel: 6123 6164
e-mail: ivaniam98@gmail.com

Egresada de la Licenciatura de Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico. Peseo excelentes habilidades en la ilustración digital y tengo capacidad de comunicación profesional a nivel interpersonal y expresión escrita.

ESTUDIOS

- Universidad de El Salvador
Licenciatura en Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico. (2017 - actualidad)
Calidad de Egresada.

EXPERIENCIA LABORAL


- Sala Nacional de Exposiciones Salarruá. (Noviembre 2021 - Noviembre 2022)
Mediadora en exposición de memoria histórica y derechos humanos "Imborrable".
- Centro Escolar "Fernando Llorf" (agosto - octubre 2019)
Tallerista de Artes Plásticas para niños.

HABILIDADES

- Photoshop
- Illustrator
- InDesign
- Programas Office

IDIOMAS

- Español - Nativo
- Inglés - Básico



NICOLE VENTURA
Graciela Nicole Ventura Parada

Cima 4, San Salvador
Tel: 2554 0465
e-mail: gracielaventura009@gmail.com

Egresada de la Licenciatura de Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico. Con capacidad de aprendizaje rápido y dispuesta a aprender cosas nuevas.

ESTUDIOS

- Universidad de El Salvador
Licenciatura en Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico. (2017 - actualidad)
Calidad de Egresada.
- Escuela Alemana
Curso regular del idioma alemán. (febrero 2022 - actualidad)
Estudiante de curso BI.

EXPERIENCIA LABORAL

- Auxiliar de Edición de Fotografías. (Marzo 2023)
Auxiliar de edición de fotografías gastronómicas de Human Human Gourmet y Huanani.

HABILIDADES

- Photoshop
- Illustrator
- InDesign
- Fotografía

IDIOMAS

- Español - Nativo
- Inglés - Intermedio
- Alemán - BI

OTROS

Manuales de marca de emprendimientos Deby Crochet, Chloe´s, Bohopai y Cinnamon.

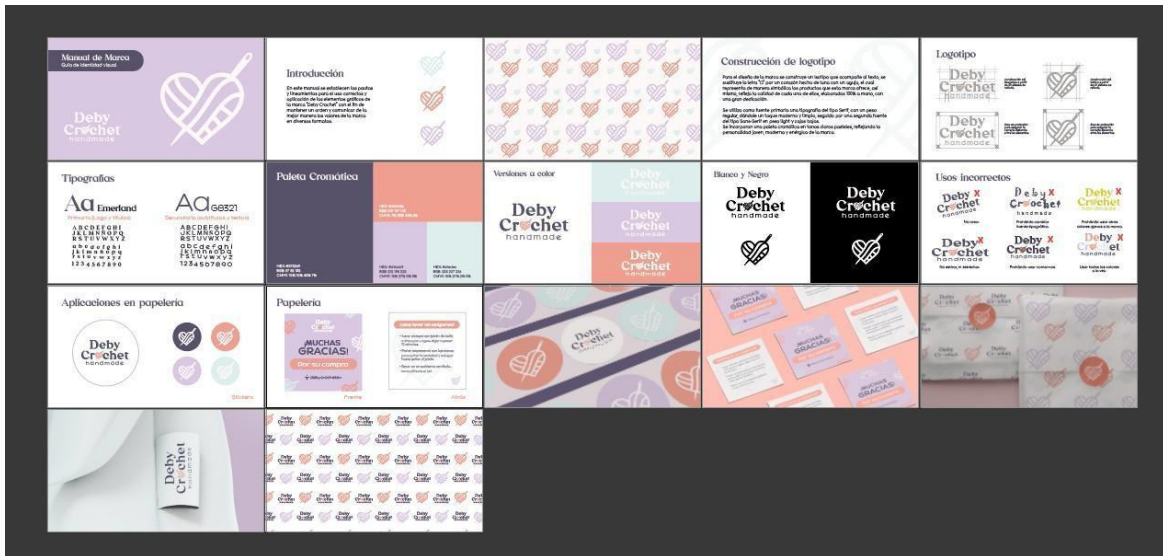


Imagen 49. Capturas de pantalla del manual de marca de Deby Crochet. Autor. Ivania Ramírez

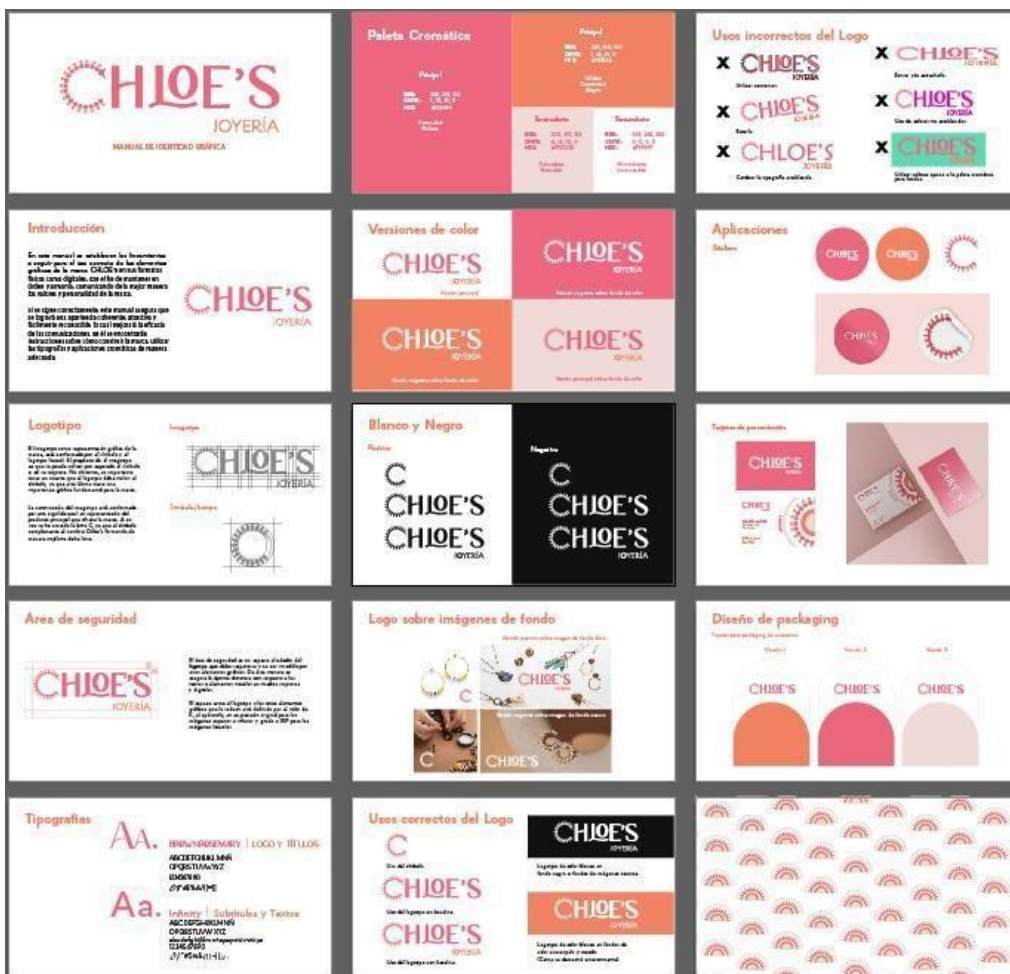


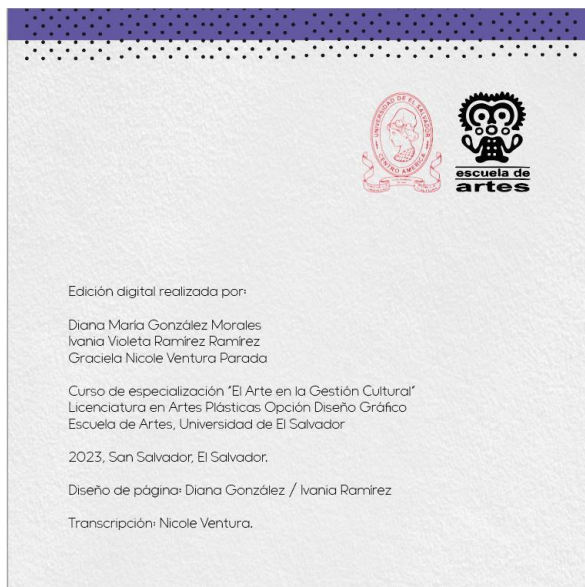
Imagen 50. Capturas de pantalla del manual de marca de Chloes Joyería. Autor. Diana González

GUÍA TÉCNICA DE HERRAMIENTAS DIGITALES EN REDES SOCIALES PARA POTENCIAR EMPRENDIMIENTOS ARTESANALES DE MUJERES, EN SAN SALVADOR, 2023



Imagen 51 y 52. Capturas de pantalla de los manuales de marca de Bohopai y Cinnamon. Autor Nicole Ventura

Guía técnica de herramientas digitales.



Indice

Introducción	IV
La Guía	5
Marca	6
Branding	7
Imagen de Marca	8
Identidad de Marca	9
¿Cómo se crea una marca?	10
¿Qué sigue?	14

La Imágen	15
• El nombre	16
• El logo	17
• Logotipo	18
• Isotipo	19
• Imagotipo	20
• Isologo	21
• ¿Cómo debería ser mi logo?	22
• Mascotas publicitarias	23
• Tipografía	26
• Fuente	27
• ¿Qué tipo de fuente y tipografía debería usar?	29

• Colores adecuado a la marca	30
• Patterns	32
Diseña tu feed creativo	34
• El feed perfecto	35
• Cambio de imagen en redes	36
Aplicaciones que ayudarán a tu negocio en línea	42
• Planoly	43
• Copy.ai	46
• Adobe Express	49
• Lightroom Mobile	52
• Capcut	55
• Facebook Adds	58
• Canva	61
Bibliografía	64

Introducción

En esta guía encontrarás conocimientos que te ayudarán a aprovechar al máximo las herramientas digitales y las redes sociales para fortalecer la visibilidad, el alcance y las ventas de tu emprendimiento artesanal en el entorno virtual.

A lo largo de este documento, te proporcionaremos información detallada sobre la construcción de una identidad visual sólida, desde la creación de un logotipo distintivo hasta la elección adecuada de colores, tipografías y elementos visuales que reflejen la esencia de tu marca, generando una imagen profesional y atractiva para tu audiencia.

Es un gusto acompañarte en este viaje hacia la potenciación de tu emprendimiento artesanal a través del uso efectivo de las herramientas digitales y el diseño gráfico. Esperamos que esta guía sea una fuente de inspiración y conocimiento que te impulse a alcanzar nuevos niveles de éxito en el mundo digital.

IV

La Guía

Antes de consultar la guía, los emprendedores deben definir claramente sus objetivos y necesidades digitales, lo que les permitirá buscar información específica que sea relevante para su situación.

Esta guía está alineada con las necesidades y el nivel de experiencia de un emprendedor que inicia o que también busca subir de nivel.

Los contenidos impartidos en esta guía deben estudiarse antes de ser aplicados, y en caso de tener dudas consultar con un profesional en diseño gráfico o material pertinente.

Una vez adquirido el conocimiento, será hora de ponerlo en práctica en el negocio, lo que implica la implementación de los conceptos, herramientas digitales y la evaluación continua de su eficacia.

Dado que la tecnología avanza constantemente, los emprendedores deben mantenerse actualizados consultando regularmente la guía técnica y explorando nuevas herramientas y tendencias.

5

MARCA

La marca es aquello que identifica un producto o servicio de una empresa y sus competidores, que también es una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual.

La marca garantiza un mejor posicionamiento en el mercado cuando se construye una verdadera identidad y relación empática con los consumidores.

BRANDING

Es una forma de gestionar las estrategias de marca de una empresa, que implica su planificación a largo plazo, crear y gestionar los elementos de la marca para aprovechar la percepción del público.

Esto permite que una marca crezca de manera inteligente y duradera, sin perder su orientación.

7

IMÁGEN DE MARCA

Es el conjunto de apreciaciones, valores y emociones que los consumidores relacionan con una empresa o negocio, es decir, la percepción que tiene el público meta sobre la marca.

Esto se debe a una estrategia de branding que genera una respuesta emocional y trata de dejar una impresión muy clara.

8

IDENTIDAD DE MARCA

+ Son todos los elementos que forman la marca como su paleta de colores, los productos, su branding, la forma en que se dirige a los clientes, todo en función de consolidar una percepción determinada por los consumidores.


+ +

9


¿Cómo se crea una MARCA?

Para empezar se deben hacer las siguientes preguntas:

10


01. 

¿Cuál es el rubro al que me quiero dedicar?


02. 

¿Qué producto o servicio quisiera desarrollar que resuelva una necesidad?

11


03. 

¿Qué necesidades estoy resolviendo?


04. 

¿Quiénes son mis clientes potenciales?

12


05. 

¿Cuál va a ser la idea x: 2382,7 px y: 478,85 px per sonalidad que va a tener mi empresa?

06. 

¿Qué valores quiero comunicar con mis productos o servicios?

13

¿QUÉ SIGUE? 

Luego de tener respuestas claras a las preguntas anteriores, es momento de pasar a la parte gráfica donde las ideas y expectativas empiecen a tener forma y las necesidades sean resueltas.

14

La Imágen





15

El Nombre

Hay que tener en cuenta que para iniciar este proceso se debe tener definido un nombre, uno corto y fácil de recordar y de pronunciar, para que este tenga mayor impacto.

Es importante que el nombre no tenga palabras muy utilizadas en el mercado como "los mejores", "store", "boutique", "art" u otros nombres que no comunican o no tienen relación con lo que se oferta, por lo que esto no se debe tomar a la ligera.



16



El Logo

Son representaciones gráficas o simbólicas de las marcas, esto es con el fin de IDENTIFICARLA más no de promocionarla. Lo que permitirá a los clientes identificarte.

Estos deben ser simples, legibles, representativos y originales, para que perdure en el tiempo, sea memorable y relevante.

17



Existen 4 tipos de logos:

01. Logotipo

En este se usan las palabras, o una composición de las palabras como sus iniciales en algunos casos. Ejemplos de este tipo de logo son Coca-Cola, Google y Chloe's.



18



02. Isotipo



Este es un símbolo o representación gráfica que comunica algún significado, valor o concepto de la marca. Para esto se requiere de tiempo y estudio, ya que funcionaría independientemente al texto o nombre, como Apple, Nike o marcas de carros.

19



03. Imagotipo

Es la unión del logotipo y el isotipo, ambos deben estar perfectamente equilibrados y en armonía. Es una representación gráfica de un texto junto a un símbolo, ambas tanto la tipografía como la "ilustración" se pueden separar pero conviven en armonía.



20



04. Isologo



Es la unión del logotipo y el isotipo, con la diferencia que en este caso ambas partes no se pueden separar. La representación gráfica del texto se encuentra tan integrada que funciona como símbolo también.

21

¿Cómo debería ser mi logo?

Al momento de realizar nuestro logo debemos tener en cuenta los siguientes puntos:

- Tener definido los valores, identidad de la marca, personalidad y público objetivo.
- Un logo simple es la mejor opción, elementos muy complicados o con mucho detalle pueden confundir a la audiencia.
- Debe ser distinto y diferente de otros que se encuentren en el mercado, por lo que es mejor evitar copiar o imitar.
- No es necesario que el logo lleve todos los colores de la línea gráfica.
- Debe ser adaptable a cualquier formato de todos los tamaños a trabajar, logo para perfil de redes sociales, tarjetas de presentación, etc.
- Siempre deben tener su versión blanco y negro.
- Pide retroalimentaciones de especialistas y a tu audiencia, para ayudar a mejorar el diseño.

22

Mascotas publicitarias

Una mascota publicitaria es un personaje que personifica una marca y crea un vínculo entre el producto o servicio y el consumidor. Estos personajes, que pueden ser personas, animales u objetos caricaturizados, son utilizados en estrategias de marketing para humanizar la marca y establecer una conexión más amigable con los consumidores. Esto es especialmente efectivo cuando las marcas desean superar barreras de seriedad o desconfianza, ya que las mascotas generan emociones y conexiones emocionales más fuertes que los argumentos racionales, influyendo en las decisiones de compra.

23

Los vínculos que se deben generar en la creación de una mascota publicitaria son los siguientes:

Vínculo por tema:
Se determina la asociación que se desea generar con la mascota y el producto o servicio, ya sea educativo, diversión, fantasía, etc.

Vínculo por Forma:
Puede utilizarse la forma del producto o la forma del logo, de tal manera que el público objetivo haga una asociación casi automática.

Vínculo por Color:
Los colores corporativos son utilizados en el diseño del personaje, para conservar la asociación con la marca.

24

Algunos ejemplos de marcas que poseen una mascota son 'Pizza Hut', 'Pollo Campero', 'Duracell', y 'Bic'.



25

Tipografía

Este es un pilar del diseño, ya que funciona para expresar sensaciones con las formas de letras para diferentes estilos de comunicación. Con esto, también se pueden generar emociones que influyan en el público. Les da forma a nuestros mensajes en el aspecto visual. Es tan importante que un cambio o mal uso podría dar un mensaje confuso o equivocado al que queremos difundir, sin importar su medio y contexto.

26

Fuente

Esta se refiere a la colección de letras y caracteres, es la representación tangible, como decir 'Arial' y 'Times New Roman'.

En las fuentes se pueden encontrar familias como Italic, Bold, Italic Bold, Regular, etc.. además de que pueden sufrir diversos tamaños que se le conocen como 'puntos'. Es importante que al elegirlos tengan sus versiones ortográficas como tildes, numeración, signos ortográficos, mayúsculas y minúsculas.

27

Ejemplo:

Principal

Tipografía: Serif
Fuente: Masvis

Secundaria

Tipografía: Sans Serif (sin serifa)
Fuente: Walkway Expand Semi Bold

28

¿Qué tipo de fuente y tipografía debería usar?

Esto dependerá de los valores de la marca, y tratar de que estos no sean muy populares que cualquier negocio inicial utilice.

Además de eso se deben elegir dos tipografías que se complementen, teniendo en cuenta que la principal con la que se trabaja el logo y sus títulos debe ser el personaje principal y la segunda, usada para textos que brinden un cierto descanso visual.

29

Colores adecuados a la marca

Es importante que para las marcas se trabaje máximo tres colores, que tengan armonía y relación entre sí como con los valores de la misma, que a su vez debe ser muy cuidadosa su elección por lo que hay que tener en cuenta la "Psicología del color", una teoría que nos dice qué significa y comunica cada color. Al tener esto en cuenta ayudará a definir de mejor manera la identidad de la marca.

30

Un breve ejemplo de psicología del color con los colores primarios:

-  El azul es el color del cielo y del agua, y representa la tranquilidad, la frescura y la inteligencia.
-  Suele relacionarse con la felicidad, la riqueza, el poder, la abundancia, la fuerza y.
-  El rojo se asocia a la estimulación, la pasión, la fuerza, la revolución, la virilidad y el peligro.

31

Patterns

Un pattern o patrón es un elemento que se repite de manera ilimitada, es decir, una imagen que podemos aplicar a cualquier superficie de manera infinita. El elemento básico que se repite es el rapport, es decir, cada una de las partes que se repiten de esa imagen.

Los patterns se pueden utilizar en fondos o detalles para dar un plus de calidad al packaging, papelería o demás material corporativo de tu marca.

32



Bohopai

Chloe's Joyeria

Deby Crochet

33

Diseña tu feed creativo

En un inicio, es cierto que puede resultar abrumador querer estar a la altura de las grandes marcas en Instagram. Sin embargo, este es un objetivo completamente alcanzable.

De hecho, puedes hacerlo tú mismo sin gastar ni un centímetro en contratar a un diseñador profesional. A la hora de destacar frente a la multitud de cuentas que están activas hoy en día y no emplear el tiempo en crear este contenido en vano, el diseño juega un papel fundamental.

Mantener activa una cuenta de Instagram puede parecerse imprescindible. Sin embargo, hacerlo sin una estrategia definida solo te llevará a navegar a la deriva y a desperdiciar tiempo y recursos.

34

El Feed perfecto


Las marcas que tienen un feed perfecto suelen hacer bien, al menos, alguna de estas cosas:

Su contenido tiene alto valor, es inspirador, informativo o entretenido, es decir, que le aportan algo positivo a su público objetivo.

35

A

Tienen una identidad de marca muy definida, que permite al usuario reconocerla de un simple vistazo incluso antes de leer la primera palabra del post. Y es precisamente esta identidad la que le permite diferenciarse del resto de cuentas personales que aparecen en tu Smartphone al hacer scroll.



36

B

Hablan de unos temas concretos. En tu perfil de Instagram no puedes hablar de todo y con todos. Por ello, las marcas eligen algunas temáticas recurrentes que pueden resultar interesantes para su audiencia, que tienen relación con sus productos y con sus valores.

Es precisamente en el punto en el que estos tres factores se entrelazan en el que puede surgir una conversación coherente en redes sociales.

37

C

Valoran la estética del feed. Las marcas que funcionan bien en redes sociales tienen contenido de calidad que, a su vez, llama la atención.

Por ejemplo, fotos bonitas, diseños divertidos, colores llamativos, tipografías y gráficos que hacen que una publicación pase de ser una simple foto a una especie de obra de arte.

De hecho, algunas marcas consideran su feed de Instagram como una especie de galería en constante evolución.



38

D

Existe un ritmo de publicación definido. Ya sea 3 veces al día o 3 veces a la semana, es más probable que una marca aparezca en nuestros feeds si tiene una rutina de publicación regular. De hecho, parece que esta asiduidad también la recompensan la mayoría de los algoritmos.

39

Cambio de imagen en redes

Cuando quieres realizar un cambio de imagen en redes sociales, hay cinco pasos fundamentales que debes seguir para conseguir un feed perfecto. Y, cada uno, tiene asociadas una serie de preguntas a las que debes darle respuesta.

40

01.

Ten claro tu objetivo.

¿Por qué estás en redes sociales? ¿Qué objetivos quieres conseguir? ¿Es Instagram una plataforma adecuada para lograrlo? Recuerda que no tienes por qué tener presencia en todas las plataformas sociales. Ten en cuenta qué ha funcionado en el pasado y qué acciones no lo han hecho. Sé honesto y aprende de tus errores y, como no, de tus éxitos.



41

02.

Encuentra un estilo para tu marca.

Nadie conoce tu marca mejor que tú. Entonces, plantéate cuál es la personalidad de tu marca. ¿Es una marca atrevida y rebelde, o más clásica y elegante? ¿Cómo quieres que te perciba tu público objetivo? Además, recuerda que el estilo de tu marca está ligado a tu audiencia. Tu imagen de marca refleja una visión del mundo, no solo una mirada estética.



42

03.

Personaliza tu feed.

Las colecciones de diseño hacen que este proceso sea aún más sencillo. Así, puedes acceder a un paquete completo de plantillas que tienen un mismo estilo en distintos formatos.

Personaliza las plantillas usando los elementos gráficos, las fuentes tipográficas, los colores, el logotipo de tu marca o imágenes exclusivas para conseguir un diseño profesional.



43

04.

Creación de un calendario editorial.

Planifica tus contenidos con antelación:

Contenido para una semana:

Elige algunos tipos de contenidos para redes que produzcas de manera habitual. Estos pueden incluir temas de debate, características de algunos productos, una muestra de los mismos, enlaces a tu blog, citas motivacionales, etc. Hay multitud de opciones, pero redúcelas para mantener la coherencia del mensaje de tu marca.



44

Planifica contenido para un mes:

Identifica los próximos días especiales, los festivos o los eventos culturales que puedan serte útiles para crear contenido relevante para tu marca.

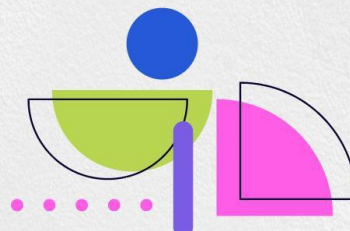
Contenido para un año:

En este caso, al igual que en el anterior, debes identificar tanto días festivos como temporadas o eventos clave que tengan potencial para ser buenos en términos de marketing.



45

Aplicaciones que ayudarán a tu negocio en línea




46


Planoly

Adecuado para los propietarios de negocios que no poseen el tiempo suficiente para mantener sus redes, ya que esto les permite programar fecha y hora de su publicación, además de editar su descripción agregando hashtags, y teniendo una previsualización de cómo se verán en su feed.

PLANOLY



- Cuenta con una versión gratuita y varios planes de pago (con diferentes funcionalidades en cada caso).
- Para comenzar a usar Planoly debes ingresar a <https://www.planoly.com/> crear tu cuenta y conectarla con tu perfil de Instagram. ¡Listo! Ya podrás empezar a explorar esta herramienta.
- En el costado izquierdo podrás ir visualizando tu feed, tanto lo que ya está publicado como lo que vayas a programar, también podrás programar historias y, en la versión de pago, programar reels.
- Para programar un nuevo posteo puedes hacer clic en la imagen o arrastrar la imagen hasta el día y horario que prefieras en el calendario. La versión gratuita te permite programar sólo fotos o galerías de fotos.



- Esta herramienta cuenta con una sección donde podrás acceder a las métricas de tu cuenta, podrás ver un informe histórico de cantidad de posteos, likes totales y por posteo, comentarios totales y por posteo y nuevos seguidores.

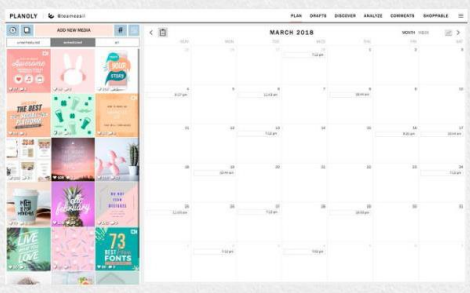
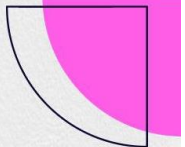


Imagen 1: <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/programar-publicaciones-instagram/>


Copy Ai

Redacta copys para tus publicaciones, esto con el fin de mejorar la fluidez del lenguaje de ventas.

copy.ai



- Necesitas abrir una cuenta en Copy Ai si quieres tener acceso ilimitado, aunque te permite una opción gratuita que permite producir hasta 2,000 palabras al mes.
- Con Copy.ai puedes crear correos electrónicos, publicaciones para redes sociales, textos para blog o descripciones de producto. Por ello es una herramienta única para cubrir todas las áreas de tu negocio: desde marketing hasta seguimiento al cliente.
- Al hacerle una pregunta o darle información, brindará respuestas instantáneas que pueden ser usadas para producir contenido.
- Puede procesar y producir textos en más de 29 idiomas, entre los que destaca el inglés, español, alemán, portugués y francés.



- Sólo tiene que iniciar una conversación con la herramienta y afina sus preguntas.
- El panel izquierdo es similar a ChatGPT, y el derecho presenta un editor de documentos en línea que le permite cortar, copiar, pegar y editar su contenido para crear rápidamente contenido largo.

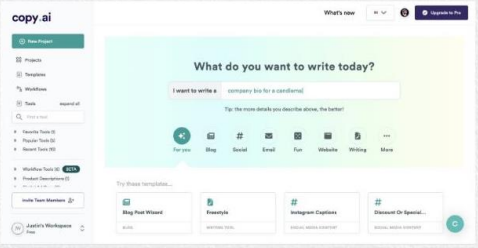


Imagen 2: <https://images.app.goo.gl/nwF5CeHhQd7v8>

Adobe Express

Facilita la edición de fotos con plantillas para crear anuncios, logos y folletos.



Adobe Express

53

- Con Adobe Express, tiene todo lo que necesita para crear gráficos para redes sociales, folletos, logotipos, carteles, anuncios, banners, tarjetas de visita y mucho más.
- El plan gratuito de Adobe Express, tanto para web como para aplicaciones móviles, es gratis. El plan Premium es la versión completa de la aplicación, que incluye todas las funciones premium que le permite crear contenido de marca con su propio logotipo, colores y fuentes.
- Ayuda a editar fotos y videos de manera inteligente.
- Puede crear Logotipos. Seleccione entre varias opciones de fuentes, colores, estilos e iconos, y luego publique instantáneamente su logotipo para presentar su marca.

54

- Cree banners personalizados para redes sociales, sitios web, correos electrónicos y cualquier otra plataforma en línea. Todos los banners pueden cambiar de tamaño para adaptarse a las dimensiones de la plataforma que necesite.
- Descubra plantillas, cargue sus fotos y diseñe historias o publicaciones de Instagram según lo que necesite para sus creaciones.



Imagen 3: <https://helpx.adobe.com/content/dam/express-es.png>

55

Lightroom Mobile

Editar y retoca fotografías, con balance de colores, sombras, iluminaciones, dándoles otro efecto de la foto original.



56

Dentro de las funciones que podemos realizar con la aplicación móvil de Lightroom Mobile podemos destacar:

- La aplicación de Lightroom Mobile está disponible en versión móvil tanto para sistemas Android como iOS y esto permite que en ambos software tengamos la posibilidad de editar de forma profesional nuestras imágenes.
- Edición completa de foto y video desde un dispositivo móvil.
- La clave de Lightroom Mobile es que nos permite hacer ediciones básicas de los diferentes componentes de nuestra imagen como brillo, contraste, color o luz y conseguir así imágenes totalmente diferentes a las originales.

57

- Eliminar elementos no deseados en la fotografía gracias al panel de Corrección.
- Hacer comparaciones de imagen original y editada en tiempo real.



Imagen 4: <https://ixthephot.com/blog/UserFiles/Image/222/5/31/1/lightroom-mobile-app-interface.jpg>

58

Capcut

Con esta aplicación se pueden editar videos, agregandoles efectos para mayor dinamismo y que funcionen para reels o stories en las redes sociales.



59

A continuación, te presentamos las funciones principales que ofrece la aplicación:

- Recortar video clips, consiste en quitar y cortar el inicio de un video con una herramienta de recorte.
- Dividir videos, puedes dividir fácilmente archivos de video grandes en segmentos más pequeños.
- Cambio de tamaño, es posible que necesites modificar o ajustar la relación de aspecto del video para cargarlo en Instagram o cambiar el tamaño del clip de video para adjuntarlo a un correo electrónico.
- Agregar audio, si estás buscando establecer el estado de ánimo para tu audiencia, el audio puede dar más contexto al video.

60

- Agregar texto, el texto que aparece en los videos proporcionará al usuario una señal adicional que le permitirá retener y comprender mejor la información en un video.
- Cámara lenta, es una técnica de edición de video que ralentiza el movimiento y la velocidad de un video, aumentando así la duración del video y haciéndolo más interesante.

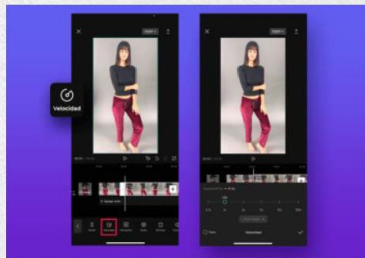


Imagen 5: <https://aleissaaedra.com/wp-content/uploads/2022/01/velocidad-en-video.png>

61

Canva

Editar y crear artes para publicidad, post para feed de redes sociales, y stories.



62

Entre sus principales funciones podemos citar:

- Logotipos el primer paso para quien está empezando es definir su identidad visual. Hay varios modelos listos, ¡solo tienes que ponerles el nombre que elijas! O, si lo prefieres, puedes crear tu logo desde cero.
- Post para redes sociales Canva posee muchos recursos para Redes Sociales. Con esta herramienta, puedes crear imágenes e historias para Facebook e Instagram, anuncios en todos los formatos, publicaciones para Twitter, pin de Pinterest, banner para LinkedIn y YouTube, memes ¡y mucho más!
- Folletos y carteles para quien desea divulgar eventos o negocios locales, es una excelente idea aprovechar los modelos listos.

Canva pone a tu disposición algunos recursos específicamente para teléfonos celulares, que puedes filtrar por:

Videos para móviles, Presentación para móviles, Fondo de pantalla para teléfono, Prototipo de móvil, Mensaje en video para móviles, Anuncio de banner para móviles.



Imagen 6: <https://hotmart.com/es/blog/canva-tutorial>

64

◆
◆
◆
◆

Para empezar a usar todas estas aplicaciones, debes ingresar a las siguientes direcciones:

- Planoly:
<https://www.planoly.com/>
- Copy.ai:
<https://www.copy.ai/?via=start>
- Adobe Express:
<https://www.adobe.com/es/express/>
- Lightroom mobile en la Play store, una aplicación de edición fotográfica gratis para dispositivos iPhone, iPad y Android.
<https://www.capcut.com/es-es/login>
- También puedes encontrar CapCut en la Play store gratis para dispositivos iPhone y Android.
https://www.canva.com/es_419/

Todas compatibles con Android y iOS.

65

Bibliografía

- "Logos: Qué son, qué tipos existen y cuál escajo para mi marca", Imborrable (2023).
Recuperado de: <https://imborrable.com/blog/logos-uso-y-tipos/>

- "¿Qué es una tipografía, para qué sirven y qué tipos existen", Diego Santos (2023).
Recuperado de: <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-tipografia>

- "¿Qué es una paleta de colores? ¿Cómo crear una y para qué sirve?", AD Magazine (2021).
Recuperado de: <https://www.admagazine.com/interiorismo/paleta-de-cores-que-es-para-que-sirve-y-como-hacerla-20210614-8647-articulos>

- "Descubre qué es identidad de marca y transmite la esencia de tu empresa", Lorena Paez (2021).
Recuperado de: <https://www.crehana.com/blog/negocios/que-es-identidad-marca/>

66

- "Branding: aprende cómo hacer una gestión de marca increíble", Paulino Sutz (2019).
Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/branding/>

- "¿Qué es una marca?", GestioPolis.Com (2002)
Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/que-es-una-marca/>

- "¿Cómo crear un feed de Instagram creativo y bonito para tu marca?", GoDaddy (2023).
Recuperado de: <https://es.godaddy.com/blog/crear-feed-de-instagram/>

- "¿Qué es un pattern?", Domestika (2020).
Recuperado de: <https://www.domestika.org/es/blg/2089-que-es-un-pattern>

- "Patterns: ideas, estilos y cómo usarlos en tus diseños", LaKarulina (2019).
Recuperado de: <https://lakarulina.com/patterns-ideas-estilos-y-como-usarlos-en-tus-disenos/>

67

- "Funciones de Lightroom", Solvetic (2023)
Recuperado de: <https://www.solvetic/tutoriales/articulo/12410-que-es-y-para-que-sirve-lightroom-mobile/>

- "Planoly como herramienta", Milagros Muzic (2019)
Recuperado de: <https://www.agenciasoen.com/post/planoly-tu-aliado-para-instagram>

- "Adobe Express, creador de gráficos", Adobe (2023)
Recuperado de: <https://helpx.adobe.com/es/express/using/express-over-view.html>

- "¿Cómo usar Canva?", hotmart Blog (2023)
Recuperado de: <https://hotmart.com/es/blog/canva-tutorial>

68

2023

GUÍA TÉCNICA DE HERRAMIENTAS DIGITALES

La guía que todo emprendedor debe conocer

Este documento ha sido creado con el objetivo de brindar a las emprendedoras emergentes una herramienta concreta y práctica para impulsar sus negocios en línea, destacando la importancia del diseño gráfico como elemento clave en su estrategia digital.

69

Imagen 53-123. Capturas de pantalla sobre contenido de guía técnica de herramientas digitales. Tomadas por: Nicole Ventura.