

# *UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR*

**FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES  
ESCUELA DE ARTES  
CURSO DE ESPECIALIZACIÓN “EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL”**



**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN  
CURSO INDUCTIVO PARA EL FORTALECIMIENTO DE EMPRENDIMIENTOS DE LA  
ZONA METROPOLITANA DE SAN SALVADOR MEDIANTE LA CREACIÓN DE  
CONTENIDO MULTIMEDIA.**

**PRESENTADO POR:**

NUNFIO SALAZAR, ADRIANA LISSETTE	CARNET NS17002
QUINTANILLA MANGANDI, JONATHAN GERARDO	CARNET QM15003
VÁSQUEZ PACHECO, ERIKA LISSETH	CARNET VP19027

**INFORME FINAL DE RESULTADOS DEL PROYECTO  
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADOS EN ARTES PLÁSTICAS OPCIÓN  
DISEÑO GRÁFICO  
MSC.**

**DOCENTE ASESOR/A**

**LIC. VICTORIA ESTEFANIA CALDERON TENORIO**

**LIC. LUIS EDUARDO GALDAMES CONTRERAS  
COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

**19 DE AGOSTO DEL AÑO 2025  
CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR**

**AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR**

Ing. Juan Rosa Quintanilla Quintanilla

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

Dra. Evelyn Beatriz Farfán

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

MSc. Roger Armando Arias Alvarado

**SECRETARIO GENERAL**

Lic. Pedro Rosalío Escobar Castaneda

**AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**DECANO**

MSc. Julio César Grande Rivera

**VICEDECANA**

MSc. María Blas Cruz Jurado

**SECRETARIA**

MSc. Natividad de la Mercedes Teshé Padilla

**AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES**

**DIRECTOR ESCUELA DE ARTES**

Lic. Miguel Ángel Mira Mira

**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

Lic. Luis Eduardo Galdámez Contreras

**DOCENTE DIRECTORA**

Mtra. /Mtro.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco principalmente a Dios por darme vida para poder culminar mis estudios, a mi familia, por su apoyo incondicional en cada etapa de este proceso, a nuestra alma mater y a mis compañeros de trabajo de grado por todo el esfuerzo, dedicación, comprensión y paciencia que conllevó este proyecto al fin lo logramos, a cada docente que nos apoyó en este trabajo y en nuestra formación a lo largo de la carrera, y a todas aquellas personas que estuvieron ahí durante todo este tiempo.

Agradezco primeramente a Jehová, por permitir que sin importar el tiempo, dificultades y condiciones variables en el transcurso tanto de este proyecto como la carrera misma, me ha permitido al día presente llegar con la determinación inquebrantable de salir adelante y poder dar cierre a un período de mi vida que siembra hoy las bases para un futuro como profesional; Agradezco profundamente a mis padres por el apoyo inalterable, que en toda situación me dieron sin dudarlo, esperando a mi lado con amor el logro al culminar hoy con este trabajo; y finalmente quiero agradecer a esa versión de mí mismo ahora en el pasado, que ante la adversidad y las dificultades no se dió por vencido, confiando plenamente en que con desvelo, sudor, lágrimas y esfuerzo se podría lograr.

— Jonathan Gerardo Quintanilla Mangandi

### **Trabajo de grado presentado por:**

Nunfio Salazar Adriana Lissette, Licenciatura en Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

Quintanilla Mangandi Jonathan Gerardo QM15003, Licenciatura en Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

Vásquez Pacheco Erika Lisseth, Licenciatura en Artes Plásticas, opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

### **RESUMEN**

En la presente investigación de trabajo de grado, se observan las diferentes estrategias que se pueden aplicar en el plan de estudio de la carrera de la Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico, Escuela de Artes, Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador para poder incorporar el enfoque del diseño universal, con la idea de que los futuros profesionales del Diseño Gráfico puedan desarrollar sus trabajos teniendo en cuenta la accesibilidad de todos.

Así como conocer el contexto actual de la inclusión social en el país, en especial en la educación superior, y con ello poder determinar las diferentes alternativas para poder desempeñar los docentes para el desarrollo de sus clases y en la enseñanza misma y poder recabar la información necesario para conocer cada detalle se realizó una etapa de entrevistas a diseñadores curriculares, docentes de la Escuela de Artes, estudiantes y profesionales en el Diseño Gráfico para poder recabar experiencias e información de diferentes contexto para poder idear aportes para el Plan de Estudio.

Los aportes curriculares se idearon a partir de la necesidades según lo que los entrevistados compartieron, la propuesta consiste en brindar aportes de cambios para el desarrollo de un currículo educativo más inclusivo de acuerdo a las teorías del diseño universal, es decir, que se revisó del Plan de Estudio actual y se retoman aquellos apartados en los que era posible incorporar este enfoque de inclusión, desde las bases fundamentales que sustentan el currículo, hasta adecuaciones en cuanto a la infraestructura para que estos puedan ser mucho más equitativo y de beneficio para la población estudiantil en general.

Palabras claves: Diseño, Universal, Inclusión, Estrategias, Plan, Enfoque.

## **ABSTRACT**

In this thesis research, we examine the different strategies that can be applied to the curriculum of the Bachelor of Fine Arts, Graphic Design Option, at the School of Arts, Faculty of Sciences and Humanities, University of El Salvador, to incorporate a universal design approach. The goal is to enable future graphic design professionals to develop their work while taking into account accessibility for all.

In addition to understanding the current context of social inclusion in the country, especially in higher education, and thereby identifying different alternatives for teachers to implement in their classes and in teaching, and gathering the necessary information to understand every detail, we conducted interviews with curriculum designers, faculty from the School of Arts, students, and graphic design professionals to gather experiences and information from different contexts to develop contributions to the curriculum.

The curricular contributions were designed based on the needs shared by the interviewees. The proposal consists of providing input into changes for the development of an educational curriculum that is even more in line with universal design theories. That is, the current Curriculum was reviewed and those sections where it was possible to incorporate this inclusion approach were reintroduced, from the fundamental foundations that support the curriculum to infrastructure adjustments so that these can be much more equitable and beneficial to the student population at large.

Keywords: Design, Universal, Inclusion, Strategies, Plan, Approach.

## ÍNDICE

HOJA DE AUTORIDADES.....	i
AGRADECIMIENTOS .....	ii
RESUMEN .....	iii
ABSTRACT .....	iv
ÍNDICE .....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	vi
INTRODUCCIÓN .....	1
I. CONTEXTO GENERAL .....	3
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	4
1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES .....	
II. OBJETIVOS.....	
2.1 GENERAL.....	
2.2 ESPECÍFICOS.....	
III. CONTENIDO GENERAL.....	
3.1 FUNDAMENTACIÓN.....	
3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA -CULTURAL .....	
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.....	
4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.....	
V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.....	
VI. RECOMENDACIONES.....	
BIBLIOGRAFÍA .....	
ANEXOS.....	

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 .....	Pag. 22
Figura 2 .....	Pag. 23
Figura 3 .....	Pag. 23
Figura 4 .....	Pag. 24
Figura 5 .....	Pag. 24
Figura 6 .....	Pag. 25
Figura 7 .....	Pag. 25
Figura 8 .....	Pag. 26
Figura 9 .....	Pag. 26

## INTRODUCCIÓN

En el contexto actual, donde la imagen de marca y la comunicación visual se han convertido en factores clave para el éxito de cualquier emprendimiento, el diseño gráfico adquiere un papel fundamental como herramienta estratégica. Muchos emprendedores, especialmente aquellos que se encuentran en las primeras etapas de desarrollo de sus negocios, enfrentan limitaciones en cuanto al conocimiento y manejo de recursos visuales que les permitan presentar sus productos o servicios de manera atractiva, coherente y profesional.

Ante esta necesidad, surge la iniciativa de implementar un taller básico de diseño gráfico orientado a emprendedores, con el objetivo de fortalecer sus habilidades en esta área y brindarles herramientas prácticas para mejorar la identidad visual de sus marcas. Este taller será desarrollado y facilitado por estudiantes universitarios, quienes pondrán en práctica sus conocimientos académicos al servicio de la comunidad emprendedora, fomentando así el vínculo universidad-sociedad y promoviendo la formación integral tanto de los estudiantes como de los participantes.

La presente investigación tiene como propósito diseñar, ejecutar y evaluar dicho taller como una propuesta formativa que contribuya al crecimiento de los emprendimientos participantes, a través del aprendizaje de conceptos fundamentales de diseño, el uso de plataformas digitales accesibles, y la aplicación práctica en la creación de materiales visuales propios. Asimismo, se busca que los emprendedores adquieran mayor autonomía en la gestión de su marca, generando un impacto positivo en su proyección comercial.

## I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO.

### 1. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

Se plantea una estrategia integral orientada sobre la implementación a un grupo inicial reducido de 3 emprendimientos, para una formación básica en conocimiento de diseño y marketing digital, adaptada a las necesidades de cada emprendimiento. A través de la creación de contenido multimedia, instrucción sobre objetivos en cuanto a imagen de marca, mejora del contenido existente de los emprendimientos, y creación de un plan de estudio replicable, se busca no solo potenciar la visibilidad de cada emprendimiento, sino también sentar las bases para una cultura de la valorización del trabajo profesional en el área.

Estructurado en tres etapas (vinculación, desarrollo, y entrega de resultados) se contempla impacto a corto y largo plazo para los beneficiarios directos, y también en futuras réplicas coordinadas por CDMYPE en base al documento guía que se les entregará. Con la finalidad de fomentar la contratación de profesionales en el área del diseño y la estimulación al crecimiento sostenible de la economía creativa.

El curso tiene una duración de entre 5 o 8 semanas (2-3 de estas serían dedicadas a l conocimiento de las marcas implicadas y la generación del plan específico para cada una y material inicial de propuestas gráficas) en las cuales se ha visto bien impartir de manera híbrida (virtual y presencial, dependiendo de disposición por parte de nuestra alianza estratégica de un espacio físico) o bien de manera completamente virtual esto dependiendo de la disponibilidad de horarios y transporte de los emprendedores, ya que buscamos que sea accesible para todos los implicados. Como bien sabemos las redes sociales juegan un papel fundamental hoy en día y al tener un buen manejo de ellas es llamativa al público, por eso mismo queremos que esto lleve al crecimiento de los emprendimientos de esta manera que lleguen al punto de generar empleo a otras personas como diseñadores y mercadólogos.

## 1. PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES.

El emprendimiento surge como un fenómeno de desarrollo económico-cultural, con finalidad principalmente económica, centrado en la innovación en distintos rubros. “La actividad emprendedora es la gestión del cambio radical y discontinuo, o renovación estratégica, sin importar si esta renovación da lugar, o no, a la creación de una nueva entidad de negocio” (María Marta Fomichella, 2004).

El emprendedor se caracteriza principalmente por su inclinación a la creación, la creatividad, la generación de bienes y servicios tanto de primera como segunda necesidad, ante el interés social sobre el producto como tal, pudiendo este ser de casi cualquier índole mientras se refiera a suplir sea objetos o experiencias determinadas. El individuo emprendedor corre con el riesgo del mercado de la micro y mediana empresa en la que la competencia suele ser tan abrumadora en cuanto a cantidad de nombre, producto similar y espacio, por lo que se ve en la necesidad de destacar de alguna manera para lograr sobrevivir en la marabunta de opciones. Riesgo que a la larga se ve recompensado si es bien tratado.

En este punto es muy importante que el emprendedor conozca su entorno, y sepa adaptarse ante las adversidades y necesidades generadas por su propio negocio. En resumen, ser emprendedor es crear pequeños negocios con una visualización de crecimiento y estabilización con base en conocimientos, habilidades y actividades desarrolladas específicamente por el emprendedor y su equipo laboral que puede bien ir desde el individuo hasta un grupo mediano de personas. Siendo ante todo capaz de adaptar tanto la producción como la capacidad del cuerpo de trabajo a la necesidad del público atendido.

## Problemas y necesidades existentes:

Con respecto al enfoque de destacar por sobre la competencia se encuentra la principal limitante a tratar con el presente proyecto, dado que los emprendedores no tienden a ser personas capacitadas en el área publicitaria ni de mercadeo, se trata normalmente de personas con conocimiento profundo en el oficio, actividad o producto que ofrecen, pero a la vez tienen que desempeñar la labor de publicista y mercadólogo ya que en muchas ocasiones el presupuesto con que se cuenta no toma como parte la contemplación salarial de estos puestos.

Necesitando por ende el acceso bajo un programa especial a los servicios /o conocimientos de personas preparadas en el área de diseño y mercadeo, que puedan dar una instrucción básica sobre dichos temas con la finalidad que el emprendedor por su parte logre desenvolverse en una modalidad básica estos roles.

Y congruentemente con lo anterior, en las entrevistas realizadas al inicio del proceso se contempla la necesidad del apoyo en los temas de publicidad y manejo de herramientas de edición que se encuentren a la mano de los emprendedores participantes, a la vez que se ha contemplado según las respuestas obtenidas el interés por el desarrollo de temas específicos en el plan de estudio de los talleres, por lo que se decidió integrar a los mismos una ponencia sobre fotografía de producto con teléfono celular.

## II. OBJETIVOS.

### 1. GENERAL

Diseñar e implementar un curso virtual que brinde a emprendedores salvadoreños habilidades básicas en diseño e identidad de marca, fortaleciendo así sus capacidades para gestionar de forma autónoma sus marcas hasta que puedan acceder a servicios profesionales.

### 1. ESPECÍFICOS

- Diseñar un instrumento de formación que prepare a los emprendedores para desenvolverse en el ámbito comercial mediante el fortalecimiento de su identidad de marca.
- Fomentar la autonomía en la gestión de marca, brindando estrategias visuales y comunicativas acordes a sus necesidades.
- Capacitar en herramientas básicas de diseño digital para facilitar la aplicación práctica de los contenidos del curso.
- Guiar sesiones prácticas donde los participantes desarrollen contenido multimedia aplicable a sus propios emprendimientos

### III. CONTENIDO GENERAL.

#### 1. FUNDAMENTACIÓN

Actualmente muchos emprendedores salvadoreños enfrentan el desafío de posicionar y consolidar sus marcas en un entorno competitivo, sin contar con los recursos suficientes para acceder a servicios profesionales en áreas como el diseño gráfico o marketing. Esto limita su capacidad para proyectar una imagen sólida y coherente, dificultando el crecimiento y la sostenibilidad de sus negocios.

El estudio GEM en El Salvador se basa en dos encuestas: una a la población adulta (APS) y otra a expertos nacionales (NES). La APS mide la tasa de emprendimiento y analiza características como motivaciones y tipo de negocio. En 2014, se entrevistó a 2,014 personas entre 18 y 64 años. La NES recoge opiniones de 31 expertos sobre el entorno emprendedor, incluyendo obstáculos y oportunidades.

El estudio reveló que el 19.5 % de los adultos están en emprendimientos tempranos (con hasta 42 meses de operación) y el 12.7 % tienen negocios establecidos. En total, el 31.2 % de los adultos son emprendedores. Además, el 10.8 % cerró un negocio el año anterior. Aunque El Salvador tiene una alta actividad emprendedora, también presenta la tasa más alta de abandono de negocios en la región, lo que refleja un entorno desafiante para los emprendedores.

*Sanchez, 2014, El emprendimiento en El Salvador, ESEN, pag. 10*

El enfoque DesignThinking (DT) o pensamiento de diseño promueve en los instrumentos de apoyo para los emprendedores el desarrollo de la capacidad de análisis, solución de problemas y desarrollo de procesos re-innovación que utiliza la creatividad como elemento fundamental. Según Tim Brown, uno de los máximos teóricos del DT, “el pensamiento de diseño puede ser descrito como una disciplina que utiliza la sensibilidad y el método de los diseñadores para dar respuesta a las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y una estrategia

de negocios viable que pueda convertirse en valor agregado para los consumidores y en una oportunidad de mercado

*Sobre Desing Thinking, Innovación y otras ideas extrañas. Por Juan Sobejano*

Ante esta realidad, surge la necesidad de desarrollar un curso virtual accesible que les proporcione habilidades básicas en diseño e identidad de marca. Al contar con estos conocimientos, los emprendedores podrán trabajar de forma autónoma en la construcción visual de sus marcas, mejorar su presencia en medios digitales y físicos, así como comunicar de forma más efectiva el valor de sus productos o servicios.

Este tipo de formación no solo resuelve una necesidad urgente, sino que también fortalece la autonomía y la toma de decisiones estratégicas en torno a la publicidad y comunicación visual de cada emprendedor aplicado a las tendencias e innovando según las edades a las que esté orientado. Además, contribuye al desarrollo integral de los emprendimientos, permitiéndoles

avanzar hacia un nivel más profesional sin depender exclusivamente de recursos externos.

El proyecto representa una mayor oportunidad para que más personas puedan competir en igualdad de condiciones en cuanto a la publicidad, generando impacto tanto en lo económico como en lo social.

Para hacer frente a la falta de acceso a servicios profesionales en diseño gráfico que enfrentan muchos emprendedores salvadoreños, se propone la creación de un curso virtual, práctico y accesible, enfocado en brindar herramientas básicas pero fundamentales en esta área.

El curso estará diseñado específicamente para personas emprendedoras que están en etapas iniciales de sus marcas y que por limitaciones económicas no pueden contratar profesionales del diseño. A través de módulos progresivos se enseñarán conceptos clave de identidad visual, uso de colores, tipografías, composición, fotografía, creación de logotipos y uso de herramientas digitales gratuitas o de bajo costo que en la actualidad son muy comunes de usar.

Además, se incluirán ejercicios prácticos y ejemplos aplicados al contexto salvadoreño, con el objetivo de que cada participante pueda aplicar lo aprendido directamente en su emprendimiento. La modalidad virtual permitirá que el contenido sea replicable y accesible desde cualquier parte del país, facilitando la participación de personas con distintas realidades y horarios.

Este taller no solo representa una solución accesible y práctica para los emprendedores salvadoreños que enfrentan limitaciones económicas, sino que también actúa como una herramienta de fortalecimiento al adquirir habilidades en diseño gráfico e identidad de marca, los participantes no solo fortalecen su capacidad para competir en el mercado, sino que también ganan independencia creativa. Esto permite una mayor adaptabilidad frente a los desafíos del entorno empresarial actual, fomentando una cultura de innovación continua. Al contar con estos conocimientos, los emprendedores pueden mejorar significativamente

la percepción de sus negocios, abrir nuevas oportunidades de mercado y aumentar su impacto tanto a nivel local como nacional.

Desde una perspectiva social, este proyecto contribuye a la reducción de la brecha digital y a la inclusión económica, brindando oportunidades reales a sectores tradicionalmente excluidos del acceso a formación profesional. Al facilitar herramientas concretas que promueven el desarrollo de micro y pequeñas empresas, se estimula el crecimiento económico desde las bases, se fomenta el empleo y se impulsa el desarrollo sostenible de comunidades enteras.

De esta manera, el curso no solo beneficia a cada emprendedor de forma individual, sino que también genera un efecto multiplicador positivo en la sociedad salvadoreña, fortaleciendo al emprendedor y creando un entorno más equitativo e innovador.

Con esta propuesta, no solo se busca resolver una necesidad inmediata en el desarrollo visual de sus marcas, sino también fortalecer la capacidad de los emprendedores para comunicar mejor sus productos o servicios, conectar con su público objetivo y proyectar una imagen profesional que inspire confianza.

Este curso representa una oportunidad de transformación para los pequeños emprendimientos salvadoreños, al empoderarse en áreas clave como el diseño y la comunicación visual. Con ello, se contribuye al fortalecimiento del tejido emprendedor local y al impulso de la economía creativa del país.

## **1. DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA - CULTURAL**

### **IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.**

Se plantea una estrategia integral orientada sobre la implementación a un grupo inicial reducido de 3 emprendimientos, para una formación básica en conocimiento de diseño y marketing digital, adaptada a las necesidades de cada emprendimiento. A través de la creación de contenido multimedia, instrucción sobre objetivos en cuanto a imagen de marca, mejora del contenido existente de los emprendimientos, y creación de un plan de estudio replicable, se busca no solo potenciar la visibilidad de cada emprendimiento, sino también sentar las bases para una cultura de la valorización del trabajo profesional en el área.

Estructurado en tres etapas (vinculación, desarrollo, y entrega de resultados) se contempla impacto a corto y largo plazo para los beneficiarios directos, y también en futuras réplicas coordinadas por CDMYPE en base al documento guía que se les entregará. Con la finalidad de fomentar la contratación de profesionales en el área del diseño y la estimulación al crecimiento sostenible de la economía creativa.

#### **1. Productos esperados.**

- Producción de contenido multimedia enfocado en los emprendimientos afiliados al proyecto, que a su vez fungirá como recurso didáctico en la replicación del curso a futuros grupos de emprendedores.

- Mejora en el material existente de los emprendedores. Enfocando el mismo tanto a eventos especiales a lo largo del año, como para el día a día en sus medios digitales.
- Generar la necesidad real de contratación de diseñadores en el área del emprendimiento.
- Una guía y plan de estudio sólidos con conocimientos replicables (proyectando entre 5 a 10 años para la replicabilidad de esta).

#### 1. Aportes originales del proyecto.

La ejecución de este proyecto innova en principalmente dos áreas, su adaptabilidad, y el trasfondo de su finalidad.

Por un lado, se tiene presente que el medio en el que se está basando el mismo, es uno de rápida evolución y constante cambio, para ello es deseable la adaptabilidad e investigación que mantenga al día el conocimiento sobre diseño y marketing. Y tomando lo mismo como base, se desarrolla para la realización de los talleres, un plan de estudios no solamente personalizado a las necesidades individuales de cada emprendimiento (grupo focal inicial), también que sea conocimiento adaptable, con factibilidad para la modificación.

Ya que se estará tratando el curso como una inducción a un área básica del conocimiento sobre diseño, se puede establecer adecuadamente puntos a considerar como importantes que aún en un área de conocimiento donde emergen diferentes corrientes y opciones, se pueda mantener estable o con un mínimo cambio resultar de mucho apoyo para la comprensión de dichas corrientes, permitiendo que todo aquel que se presente al curso tenga una comprensión base que le permita navegar en los cambios de tendencia y ajustarse a lo que el mercado de la publicidad digital requiere para una buena exposición.

Y en cuanto al trasfondo y finalidad del proyecto, por sobre el apoyo a la economía creativa con los emprendimientos como exponente en el caso del actual proyecto (cabe destacar que esto es también de gran importancia ya que se promueve un mercado

más justo en cuanto a publicidad y exposición requerida por las empresas micro, pequeñas y medianas), al cursar por la serie de talleres que conforman el proyecto, se genere una necesidad intrínseca en los emprendedores que tengan contacto tanto en el grupo inicial, como en las réplicas proyectadas del curso a números más grandes de emprendedores, de contratar personal profesional enfocado en diseño gráfico y marketing.

Se contempla lo anterior dado que el curso busca brindar un conocimiento básico y dar implementación a un plan de marca que a lo largo del curso permita generar un impacto importante en el movimiento económico de los emprendimientos. Y ya que el conocimiento que obtendrán será de un nivel básico y habiendo visto lo que se puede lograr con el manejo adecuado de los medios publicitarios, no solo aprendan a manejar de una mejor manera su marca, también que puedan buscar a profesionales que les ayuden a impulsar su marca de la manera más adecuada.

#### 1. Proceso de creación.

Partiendo de 3 etapas en la generalidad del proyecto se tiene la siguiente consideración.

Vinculación: En esta etapa se llevarán a cabo los contactos tanto con la empresa seleccionada (CDMYPE), como con los emprendimientos asignados por la misma para el desarrollo del curso. Se establece contacto directo, se presenta el plan de trabajo, y se llega a un acuerdo con ambas partes de conformidad y compromiso con el proyecto para asegurar que el mismo sea llevado a cabo y ejecutado de manera adecuada.

Habiendo hecho los acuerdos pertinentes se procede con la generación de medios de comunicación grupal para un contacto inmediato entre todas las partes para el intercambio de información y procesos realizados. Se entrega un formulario a los emprendedores, teniendo como finalidad obtener la información pertinente para el contacto y entrega formal de documentos didácticos, los cuales quedarán a modo de respaldo como medio de registro de esta y la siguiente fase.

Procediendo luego con las entrevistas y el desarrollo del plan de estudio adecuado a las necesidades del grupo de emprendimientos.

Desarrollo y ejecución: A este punto se da comienzo directamente al acabar la redacción del plan de estudio adecuado para el grupo perteneciente al proyecto, comunicando la fecha de la primera reunión presencial en la que se presentará a los asistentes de los distintos emprendimientos y el personal designado de CDMYPE las fechas destinadas para el desarrollo del curso, y el temario a abordar en conjunto con los datos iniciales de cada marca como punto de partida para tomar de referencia con respecto al final del curso y cómo ha cambiado el impacto de las marcas al concluir el mismo. Generando un espacio en el que se puedan conocer todas las partes implicadas.

Prosiguiendo con el desarrollo del mismo temario en talleres de 1 hora y media por semana, a lo largo de 4 semanas. Y concluyendo esta etapa con una última reunión presencial con todos los implicados, mostrando el avance realizado por cada emprendimiento y el impacto generado en cada caso.

En esta etapa el medio principal de registro serán los documentos entregados a las partes implicadas por medios oficiales en conjunto de la toma de fotografías y capturas de pantalla correspondientes a los talleres virtuales. Sumando además las entregas de proyectos realizados por los emprendimientos.

Entrega de resultados: Concluyendo con la recopilación de datos obtenidos a lo largo del curso y juntando la documentación del plan de estudio, los resultados y el impacto obtenido en los emprendimientos, se genera una guía que servirá como documento para la replicación del curso en grupos de mayor tamaño por parte de CDMYPE. Documento que se entregará al personal encargado de CDMYPE para la futura implementación de este y queda anexo en el documento final como medio de registro.

Impacto.

Luego del desarrollo del proyecto, se espera haber generado un impacto en varias ramas. Por un lado, se contempla el apoyo al emprendedor afiliado al proyecto, y la mejora en el nivel de exposición que su marca tiene, permitiendo llegar de una manera más acorde a sus objetivos, al público meta que tiene y generando interés en el público general sobre su opción de producto. Esto aparte de ser un impulso a la economía creativa del grupo inicial de emprendimientos, se solapa a futuro con la implementación de réplicas del plan con grupos de por lo menos 5 veces el tamaño del inicial, y en más de una ocasión, generando un efecto cascado que implemente el mismo beneficio a los emprendedores que en futuras aplicaciones del curso se adscriben al proyecto con CDMYPE.

Gracias a esto, se puede esperar de igual manera que CDMYPE se vea beneficiado como institución, ya que al brindarse un documento guía replicable, podrán tener bajo sus actividades la posibilidad de crear espacios que den un mayor impulso a las empresas micro, pequeñas y medianas que trabajan con ellos.

El proyecto tanto a corto como a largo plazo, siembra en los emprendimientos la necesidad de contratar profesionales del área de diseño y marketing para que puedan manejar de forma eficiente las marcas de cada emprendedor, generando así empleo a futuro para esos profesionales. A la vez que se concientiza al emprendedor de cómo el Diseñador está preparado para llevar adecuadamente una marca, evitando situaciones en las que el empleador impone su punto de vista ante la visión del profesional de imagen, y termina retrasando o dañando el proceso de creación e impacto de la imagen de marca.

## 2. Creadores que participan en el proyecto.

Como primera parte del proyecto se encuentran los integrantes del grupo de investigación, quienes se encargan de la organización del taller, contacto directo con

personal encargado de CDMYPE, y con los emprendedores; suministrar contenido didáctico para los talleres, creación de contenido multimedia según las necesidades individuales de cada emprendimiento; creación del plan de estudio; asignación, revisión y retroalimentación de proyectos creados por los emprendedores; y la recopilación de datos y documentos para generar la guía de proyecto para replicación del curso.

CDMYPE como alianza estratégica para el desarrollo del proyecto, con Lic Kenia Arévalo como representante de dicha institución. Encargada de labores como lo son la mediación y facilitación del grupo de emprendedores para la realización del curso, y como pieza fundamental con su presencia en el curso para el análisis de proyecto y futura implementación en réplicas por parte de CDMYPE.

Emprendimientos, como público objetivo a forma de grupo focal inicial para la implementación del curso. Con su asistencia y compromiso con la realización del proyecto se comprobará el impacto de este en las marcas de cada uno, despertando en ellos el interés y la necesidad de la contratación de profesionales en el área para que desarrollen e implementen de la manera más acertada posible el desarrollo de sus marcas.

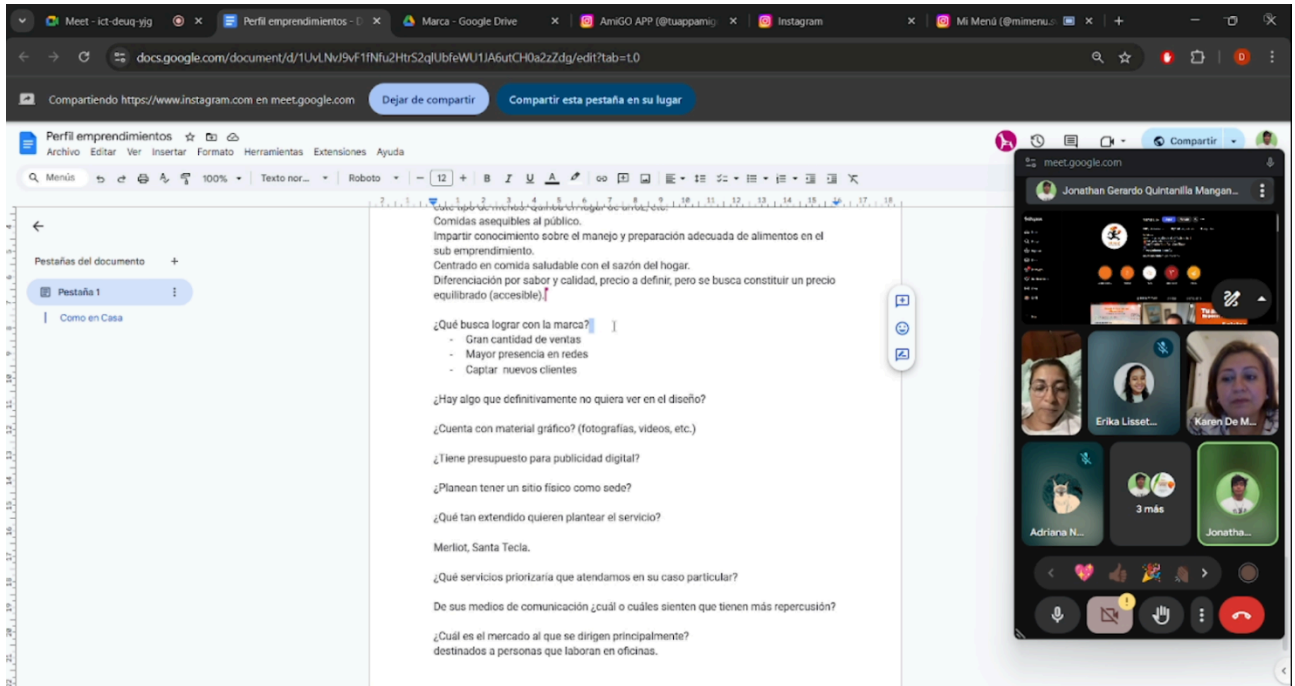
## **1. ACTIVIDADES REALIZADAS.**

Se han ejecutado diversas actividades según el plan de trabajo. Entre ellas destacan: talleres, reuniones con actores clave, procesos de diagnóstico participativo y desarrollo de propuestas creativas.

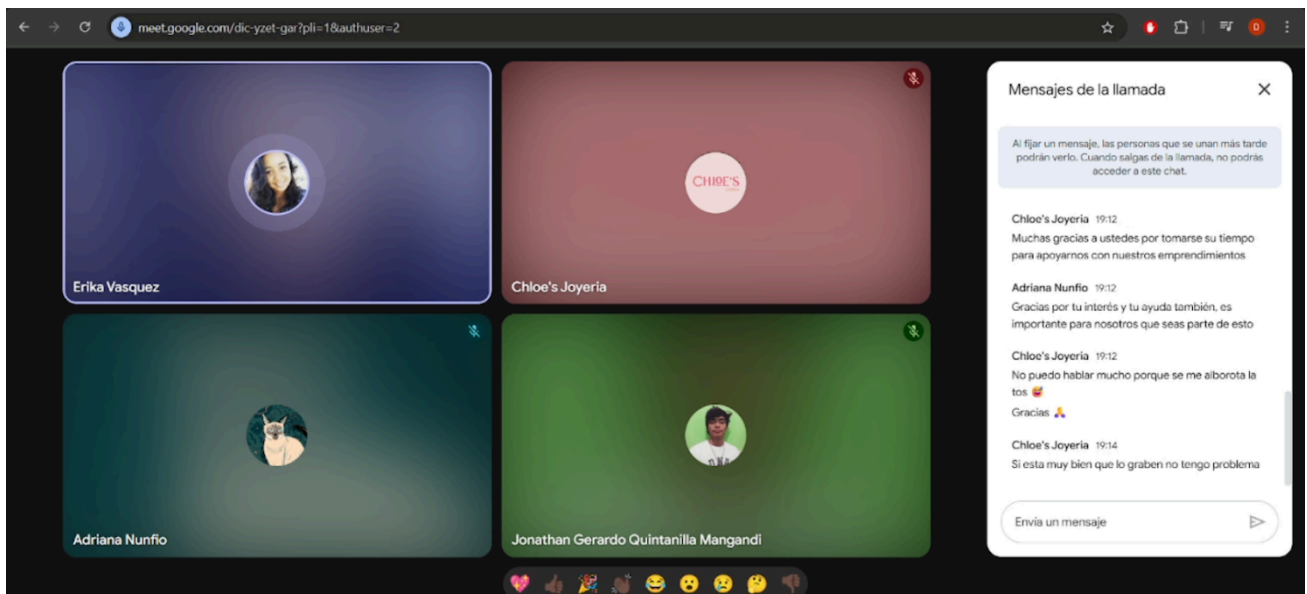
A continuación, se presenta una tabla resumen:

Actividad	Objetivo vinculado	Fecha	Responsable(s)	Resultado parcial
Primer contacto con CDMYPE	Objetivo general del proyecto	10/04/202 5	Erika Vásquez	Positivo
Primer contacto con emprendedores		24/04/202 5	Adriana Nunfio	Positivo
Medio de contacto grupal		12/05/202 5	Adriana Nunfio	Positivo
Entrevista inicial		02/06/202 5	Adriana Nunfio Erika Vásquez Jonathan Mangandi	Positivo
Primera reunión presencial con emprendimientos		03/07/202 5	Adriana Nunfio Erika Vásquez Jonathan Mangandi	Intermedio No asistieron algunos emprendedores
Primer taller		08/07/202 5	Adriana Nunfio	Positivo
Segundo taller		16/07/202 5	Adriana Nunfio Erika Vásquez	Positivo
Tercer taller		23/07/202 5	Erika Vasquez	Positivo
Tercer taller		30/07/202 5	Erika Vasquez Jonathan Mangandi	Positivo
Cuarto taller			14/08/202 5	Jonathan Quintanilla

				Por motivos ajenos no se pudo realizar de manera presencial
--	--	--	--	---



**Figura 1.** Screenshot del proceso de entrevistas individuales con cada emprendimiento. En adición al archivo de “Perfil de emprendimiento” realizado para cada uno.



**Figura 2.** Screenshot proceso de entrevistas a un emprendimiento distinto.



Figura 5. Screenshot de primer taller virtual sección teórica “Canva para emprendedores”.

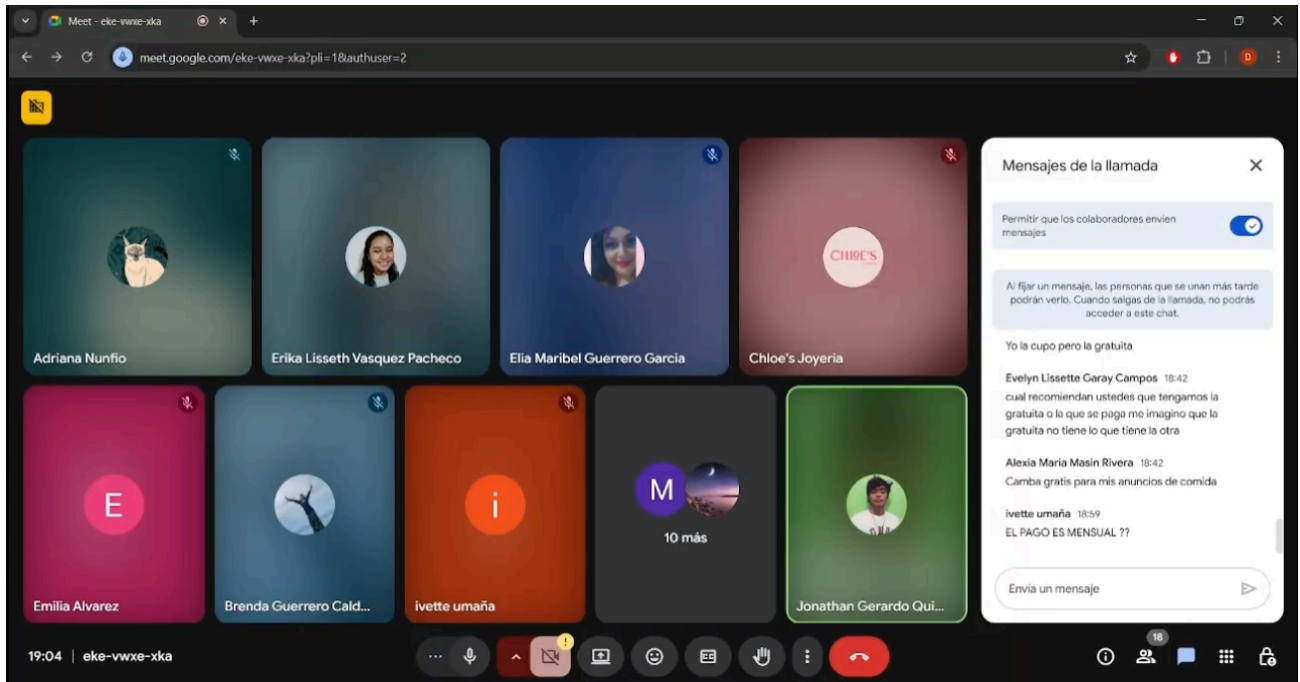


Figura 6. Screenshot primer taller. Evidencia del grupo alcanzado con este primer taller con respecto a todos los implicados.

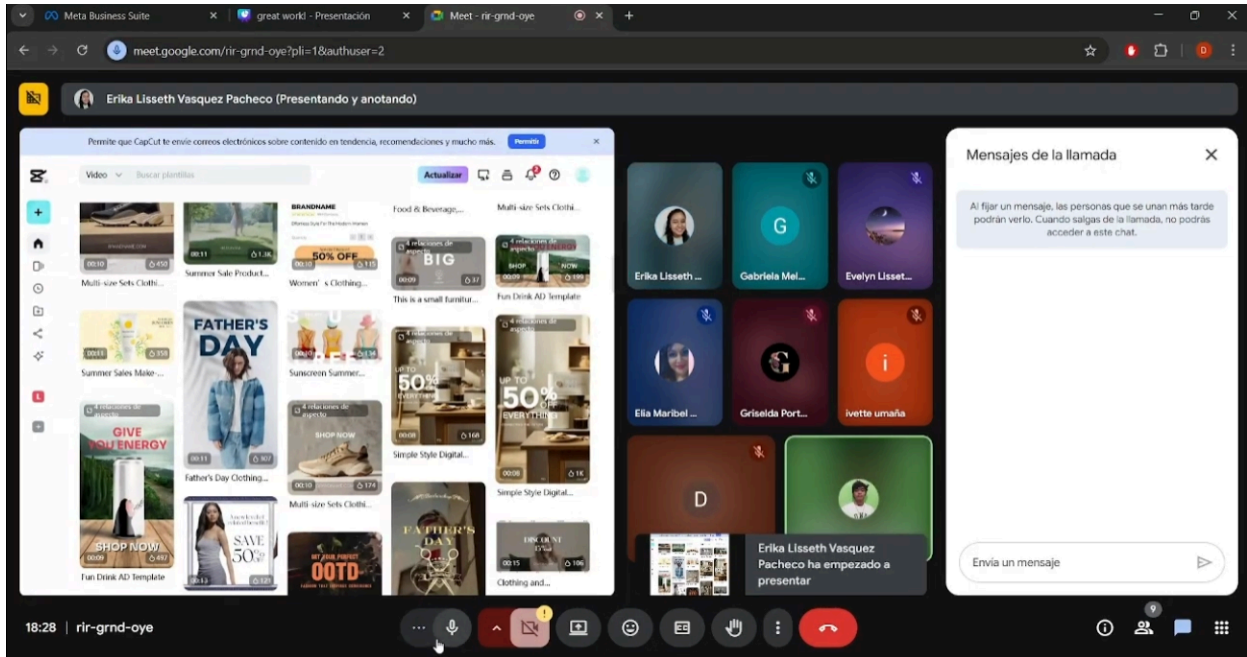


Figura 7. Screenshot tercer taller virtual, sección práctica “Edición creativa con Cap Cut”.

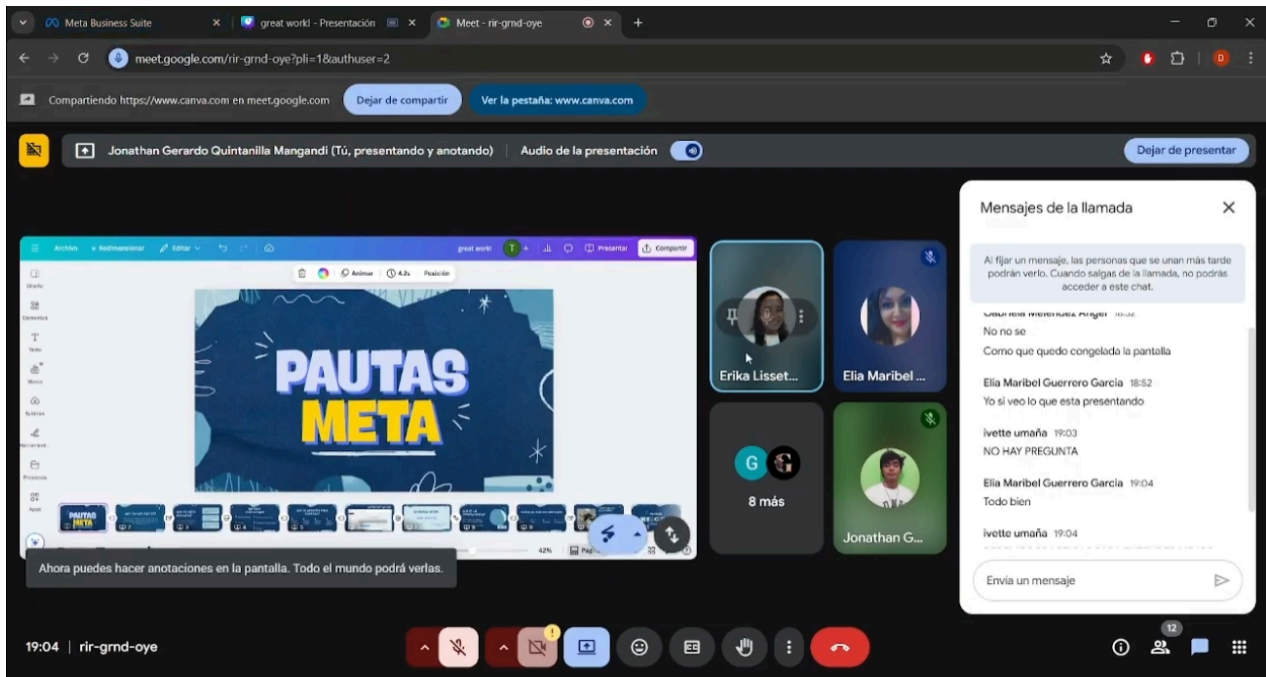
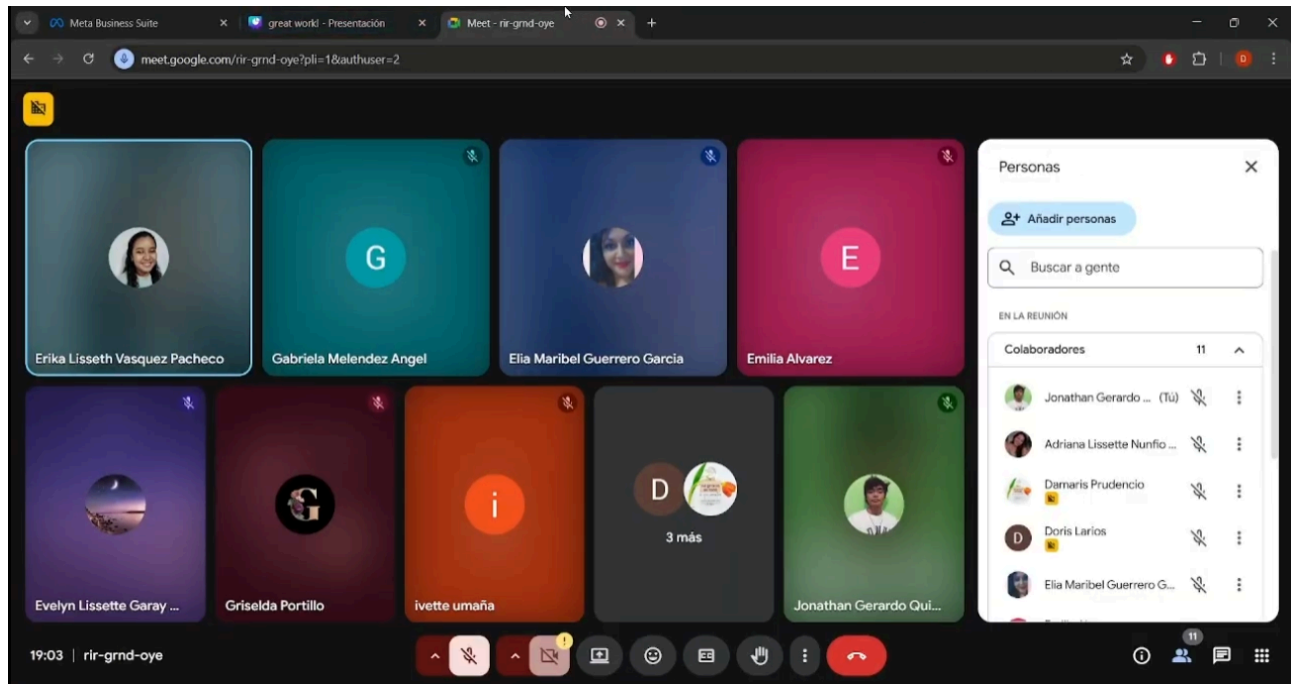


Figura 8. Screenshot tercer taller virtual, sección teórica “Pautas META”.



**Figura 9.** Screenshot tercer taller virtual. Evidencia del grupo alcanzado con este primer taller con respecto a todos los implicados.

## 1. EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

- Logros: avance del 80% del plan ya que faltan pocos talleres para terminar el curso completo para los emprendedores, poseemos las 3 marcas en la etapa del diseño en la que se tomarán decisiones definitivas de parte de los emprendedores para poder terminar su identidad de marca y que al finalizar el taller puedan aprender a usarla e incorporarse a ella.

- Dificultades: Debido a que los talleres son virtuales, el clima no ha estado a favor de nosotros ya que con las lluvias se dificulta que podamos conectarnos todos, sobre todos los emprendedores y también el interés que ellos ponen para hacer las prácticas del taller debido a las edades o la falta de experiencia se limitan en poder practicar en las plataformas que se muestran.

- Ajustes: Reprogramamos la actividad del martes 22 al miércoles 23 debido a condiciones climáticas y límite de la conexión a internet.

## **V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.**

Habiendo llevado a cabo satisfactoriamente el desarrollo del proyecto en sus dos principales etapas, se puede destacar el interés del sector emprendedor en iniciativas a la talla del proyecto presente, que, siendo no solamente un apoyo al trabajo del emprendedor, además un estándar de valorización para el trabajo del profesional en el diseño gráfico. Con ello se ha fomentado un conocimiento más amplio además en cuanto a la labor del diseñador y la importancia de este mismo en una institución laboral, para generar una cara al público que resulte en un mejoramiento del proceso económico.

Partiendo de lo meramente relacionado a la puesta en práctica de los talleres, fue de un amplio beneficio el comenzar todo con un diagnóstico flexible en el que se incluían entrevistas con los emprendimientos, siendo que estos mismos por su parte determinaron el rumbo a tomar y el nivel requerido en la complejidad conceptual y material teórico abordado a lo largo del curso en cada uno de sus talleres. Aún ante la adversidad de los tiempos disponibles, se logró concebir un horario que fuese de beneficio para todos los integrantes, y con la flexibilidad aplicada en aquellas ocasiones en la que el clima no disponía, se logró acelerar el proceso y culminar con todos los talleres planificados antes de tiempo de manera satisfactoria.

A raíz de los objetivos planteados se sostiene en consecuencia que al momento de esta redacción faltando solamente la compilación y entrega del archivo “manual de marca” para cada emprendimiento, se logró alcanzar el número total de los talleres planteados en cronograma con finalización adecuada, siendo que los emprendedores participantes se consideran capacitados en el conocimiento sobre el manejo y

desarrollo de contenido gráfico para sus empresas, en una categoría básica de lo relacionado a diseño.

Fueron analizados y aplicados conocimientos en teoría como en práctica por parte de los participantes, como muestra de la absorción lograda sobre el contenido general de los talleres. Habiendo visto en materia tanto conceptos como herramientas digitales disponibles y sus distintos beneficios para el desarrollo de contenido.

Sostenemos por ello que posterior al desarrollo del proyecto se fomenta el conocimiento de personas dedicadas al emprendedurismo en El Salvador, capacitando por lo tanto a los mismos en materia de diseño digital a un nivel básico, que será de mucha ayuda para destacar dentro del mercado competitivo en cada una de sus ramas respectivas empresariales.

En el campo del conocimiento del equipo de investigación se destaca por sobre todo la aplicación de materia en campo sobre capacidades laborales requeridas a futuro como profesionales independientes.

Concluyendo por ende que se trata de un curso completamente replicable, y de fructuoso resultado, destacando el hecho de que el beneficio será a mayor escala en cuanto se cuente con la instalación y personal necesario para replicar más ampliamente un proyecto similar.

Añadiendo como parte de las sugerencias a la adaptabilidad del proyecto, que pinta a futuro como una relación sólida y estable entre la Universidad de El Salvador y CDMYPE, si se hace el planteamiento adecuado y hay interés por parte de la primera en sostener un programa a largo plazo, que rendiría como un gran capacitador para los profesionales del área de Diseño Gráfico gestados en el alma mater.

## **VI. RECOMENDACIONES.**

Habiendo desarrollado este proyecto como un primer experimento, se puede concluir que posee un alto potencial de replicabilidad, dado el éxito alcanzado en términos de comprensión de los emprendimientos participantes, tanto en el conocimiento adquirido y retenido, como en la aplicación práctica de las habilidades desarrolladas durante los talleres. Con base en la observación de los resultados obtenidos en el período establecido, se recomienda ampliar su implementación a grupos más numerosos de emprendedores, ya sea desde la institución CDMYPE o por medio de grupos de investigación interesados en proyectos culturales similares

Asimismo, se propone la incorporación de la Universidad de El Salvador como ente institucional que respalde y dé continuidad al proyecto. Esta participación puede concretarse a través del apoyo a CDMYPE en futuras réplicas, además de ofrecer a los estudiantes de carreras como Diseño Gráfico, Mercadeo y Relaciones Internacionales la oportunidad de integrarse en calidad de servicio social, prácticas académicas o como parte de proyectos de investigación y desarrollo cultural. De manera particular, se hace un llamado a la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador para establecer vínculos de cooperación con CDMYPE. La finalidad es mantener activo el proyecto e incentivar la participación de más profesionales y estudiantes en formación, quienes pueden desempeñarse como ejecutores de la guía de estudio y del plan de trabajo. De esta forma, se proyecta un beneficio mutuo para ambas instituciones, con miras a consolidar su aporte al desarrollo cultural y al fortalecimiento de la Economía Naranja en el país.

Para asegurar la sostenibilidad del proyecto en el tiempo, se recomienda diseñar un plan de formación escalonado, que permita ofrecer contenidos básicos, intermedios y avanzados en diseño gráfico, de modo que los emprendedores puedan integrarse según sus niveles de conocimiento y continuar en un proceso progresivo de aprendizaje. A la par, sería pertinente considerar que el taller forme parte de los proyectos integradores o asignaturas prácticas de la carrera de Diseño Gráfico,

garantizando así que cada ciclo académico contribuya con nuevas generaciones de estudiantes que den continuidad a la iniciativa. También se sugiere establecer convenios con asociaciones de emprendedores, cooperativas y cámaras de comercio, lo cual permitiría mantener una participación constante y al mismo tiempo abrir oportunidades de financiamiento o patrocinio que refuercen la ejecución.

Otra recomendación valiosa consiste en desarrollar una plataforma digital complementaria que sirva como repositorio de materiales, guías, plantillas y tutoriales, para que los emprendedores continúen su formación más allá del espacio presencial. En este mismo sentido, la implementación de un sistema de mentoría, en el que estudiantes de Diseño Gráfico den seguimiento a los emprendedores en la aplicación práctica de lo aprendido, fortalecería los lazos entre ambas partes y garantiza una mayor aplicabilidad de los conocimientos.

Es importante además mantener procesos de evaluación continua mediante encuestas y entrevistas, con el fin de conocer el impacto del taller en los negocios participantes y ajustar los contenidos a sus necesidades reales. En la misma línea, se recomienda incorporar herramientas digitales actualizadas y de fácil acceso, como software libre o plataformas en línea, de manera que los emprendedores puedan poner en práctica lo aprendido sin depender de programas costosos. Documentar y difundir casos de éxito de emprendedores que hayan mejorado su imagen de marca gracias al taller también representa un factor clave, pues da mayor visibilidad al impacto del proyecto, motiva a más participantes y posiciona a la universidad y a CDMYPE como instituciones comprometidas con el desarrollo cultural y empresarial.

Finalmente, la continuidad del proyecto también puede verse fortalecida mediante la gestión de financiamiento externo, proveniente de instituciones públicas, ONG o empresas privadas, que apoyen con recursos para la adquisición de materiales, espacios o plataformas digitales. Con el tiempo, el proyecto podría ampliarse hacia nuevas temáticas complementarias como branding, fotografía de producto, marketing

digital y gestión de redes sociales, con lo que los emprendedores recibirán una formación más integral.

Se reafirma así la importancia de que CDMYPE impulse la replicabilidad del curso a mayor escala, disponiendo de más espacio y personal dedicado a mantener el contacto directo con los emprendedores. En este sentido, resulta clave el apoyo de la Universidad de El Salvador, la Escuela de Artes y su comunidad estudiantil, quienes pueden convertirse en un respaldo sólido para garantizar la calidad y sostenibilidad del proyecto en el tiempo. Se invita también a los estudiantes de la Escuela de Artes y de carreras afines al Diseño Gráfico, tanto dentro como fuera de la Universidad, a tomar como referencia la información aquí presentada para fortalecer sus propios proyectos en esta misma línea temática, deseándoles los mejores resultados en su ejecución.

## BIBLIOGRAFÍA

Gob.sv. Recuperado el 20 de agosto de 2025, de  
<https://www.conamype.gob.sv/wp-content/uploads/2014/08/Poli%CC%81tica-de-Empre-ndimiento.pdf>

Edu.sv. Recuperado el 20 de agosto de 2025, de  
<https://esen.edu.sv/wp-content/uploads/2019/11/RESUMEN-GEM-2019.pdf>

González, M. (2023, mayo 2). Luces y sombras de los emprendedores. *Noticias de El Salvador, de*  
<https://www.elsalvador.com/opinion/editoriales/emprendedor-emprendimiento-/1058098/2023/>

## ANEXOS

- Anexo 1. Evidencia fotográfica.







**BANNER XPRESS**



#009cdd

#006d8e

#2d1a99

#150c39

#fff7f7



**POPPINS BOLD** - Tipografía principal

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890



**GOTHAM** - Tipografía secundaria

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
1234567890

## PARTES DEL LOGOTIPO

**Arco:** El arco es una forma abstraída de un horno de piedra, simulando la entrada a la cueva que este cre, llevandonos al calor interno que es la comida con sabor hogareño

**Tipografía:** De tipo rústica, emblemática de la escritura a mano de las recetas de mamá.

**S:** Con el ícono de la letra "S" representando la llama que arde en el horno.

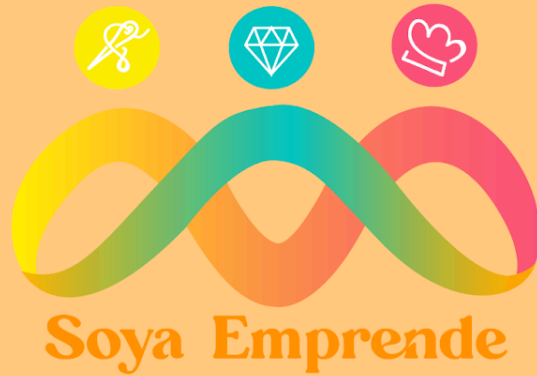


## COLORIMETRÍA

Se optó por una paleta de cinco colores, siendo 2 de estos dedicados únicamente para la línea alimenticia KETO (verde y beige), mientras que el mismo beige es utilizado con los otros colores para la gama completa de la línea gráfica. Se añaden los códigos de color en RGB:

Beige: #FAE6D3  
Verde: #6A9254  
Amarillo: #F0AB43  
Cafe: #714230  
Azul: #384556





#23DFE1

#FF9400

#FFEE00

#FF01A1

### Carena Regular

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z  
 A B C E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z  
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



# Taller:

## ¿Dónde publicitar? - Introducción a Canva.

### INTRODUCCIÓN A CANVA

Canva es una herramienta en línea de diseño gráfico gratuita (con opción Pro) que te permite crear materiales visuales de forma fácil, sin necesidad de ser diseñador. Está pensada para emprendedores, negocios y creadores de contenido que necesitan:

- Publicidad para redes sociales.
- Flyers, posters y tarjetas.
- Videos y presentaciones.
- Material de marca como logos o catálogos.

Con Canva puedes arrastrar y soltar elementos, usar plantillas listas para usar y personalizar con tus propios colores, imágenes y textos.

---

### Objetivos del Taller

- Conocer la interfaz de Canva y sus funciones básicas.
- Aprender a crear diseños desde cero y con plantillas.
- Diseñar publicaciones atractivas para redes sociales.
- Aplicar identidad visual de tu negocio en tus diseños.
- Explorar herramientas adicionales (animaciones, videos, impresión).

---

## CONOCIENDO LA PLATAFORMA

Al entrar en [www.canva.com](http://www.canva.com) encontrarás:

**Inicio** → accesos directos a diseños recientes y plantillas recomendadas.

**Plantillas** → secciones para cada formato (Instagram, Facebook, posters, tarjetas, etc.).

**Proyectos** → tu biblioteca con todos tus diseños guardados.

**Kit de Marca ( Plan Pro)** → donde subes tu logo, colores y tipografías.

**Barra de búsqueda** → para encontrar plantillas, elementos gráficos o fotos.

---

## FUNCIONES PRINCIPALES DE CANVA

### A. Diseño y plantillas

Miles de plantillas listas para usar en redes sociales, presentaciones, volantes, etc.

Diseños adaptados a medidas estándar (post de Instagram **1080x1080**, flyer A4, etc.).

### B. Elementos

Formas, íconos, ilustraciones, stickers y líneas.

Fotos y videos de stock.

Gráficas y tablas.

### C. Texto

Estilos tipográficos ya combinados.

Fuentes gratuitas y personalización de tamaño, color, sombreado.

#### **D. Subidas**

Puedes subir fotos de tus productos, tu logo, o incluso videos.

#### **E. Edición avanzada**

- Fondos: colores sólidos, gradientes o imágenes.
- Animaciones: textos y elementos en movimiento.
- Recorte de imágenes: forma circular, marcos personalizados.
- Filtro y edición: brillo, contraste, saturación.

#### **F. Exportación y formatos**

PNG (para calidad alta).

JPG (más ligero).

PDF (para impresión o catálogos).

MP4/GIF (para videos y animaciones).

---

### **APLICANDO CANVA A TU NEGOCIO**

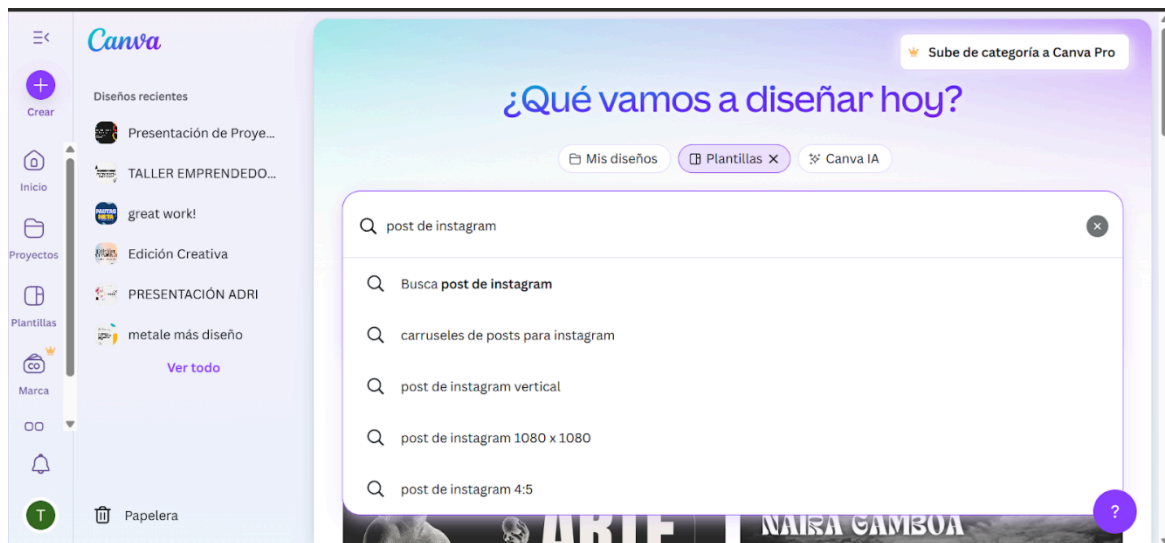
- Ejemplos prácticos de lo que puedes hacer:
- Redes sociales: publicaciones, historias y reels.
- Publicidad impresa: flyers, tarjetas de presentación, menús.
- Branding: logo, paleta de colores, plantillas personalizadas.
- Catálogos digitales: PDFs con tus productos y precios.

---

## EJERCICIOS PRÁCTICOS

### EJERCICIO 1: PRIMER POST EN REDES SOCIALES

Busca "Post de Instagram".



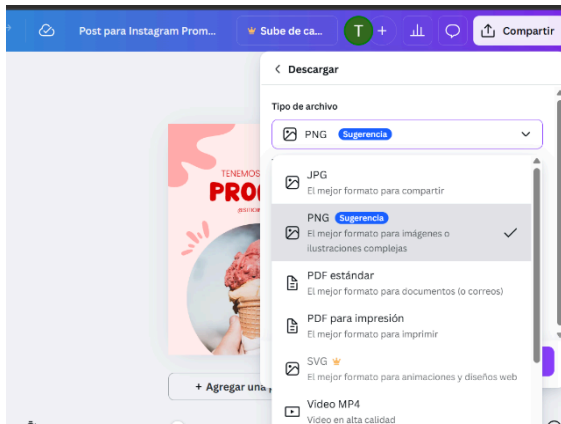
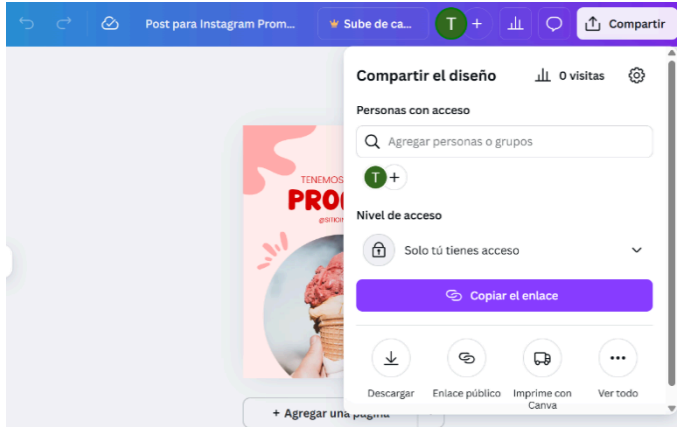
Elige una plantilla.

Cambia colores por los de tu negocio.

Agrega tu logo y una foto de tu producto.

Escribe un texto breve y llamativo.

Descarga en PNG y súbelo a tus redes.



## EJERCICIO 2: FLYER PROMOCIONAL

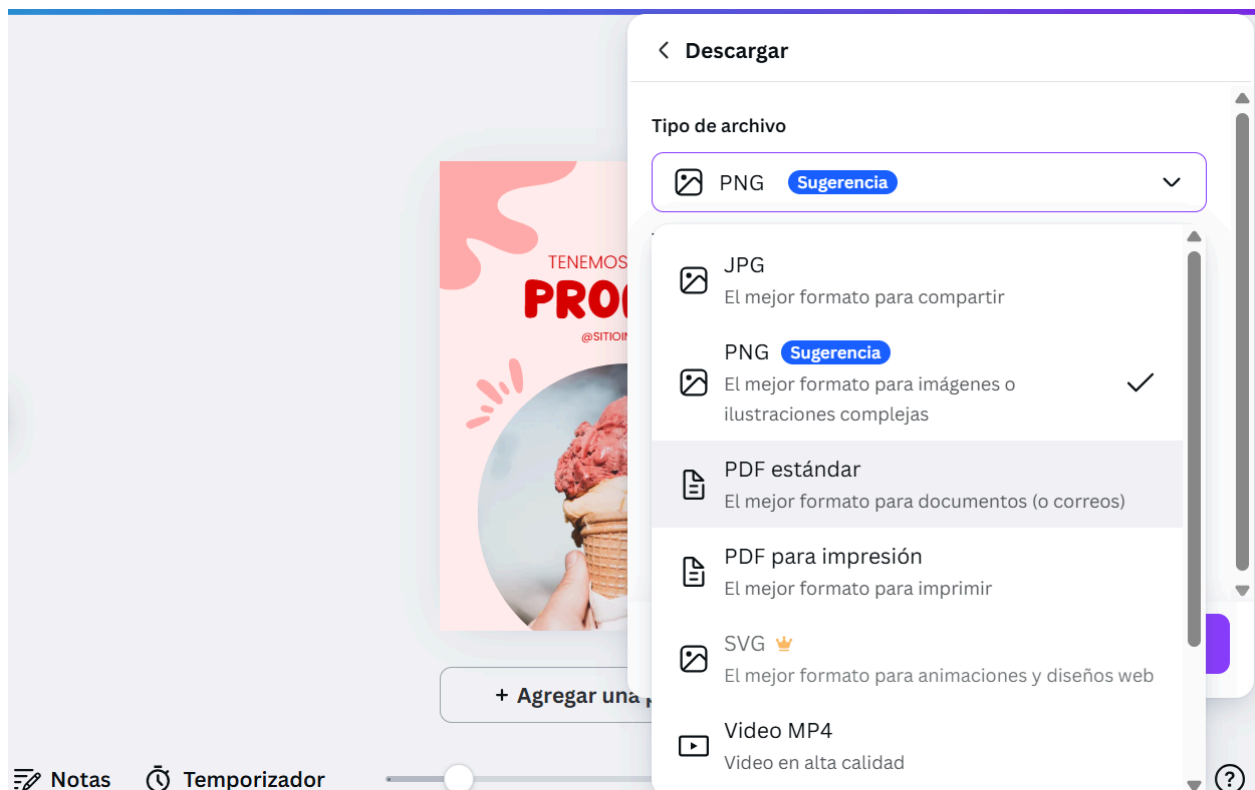
Selecciona "Flyer A4".

Escoge una plantilla con espacio para texto.

Agrega tu oferta o promoción.

Incluye teléfono y dirección.

Descarga en PDF listo para impresión.



## EJERCICIO 3: HISTORIA ANIMADA PARA INSTAGRAM

Busca "Historia de Instagram animada".

Personaliza colores y textos.

Usa animaciones para que tu anuncio se vea dinámico.

Exporta como MP4 y súbelo a tu historia.

---

## **TIPS DE DISEÑO PARA PUBLICIDAD**

- Usa máximo 2 tipografías (una para títulos y otra para texto).
  - Mantén una paleta de 2-3 colores coherente con tu marca.
  - Deja espacio en blanco, no satures el diseño.
  - Utiliza imágenes de buena calidad (mejor si son propias).
  - Mensajes claros y cortos: menos texto, más impacto.
- 

## **HERRAMIENTAS EXTRA EN CANVA**

Calendario de contenido (Pro): programa tus publicaciones en redes.

Colaboración en equipo: comparte diseños para editar en grupo.

Mockups: ver tu diseño en una camiseta, taza o cartel.

Canva Print: mandar a imprimir tus diseños directamente.

---

## **CIERRE Y RECOMENDACIONES**

Explora plantillas y guarda las que más uses.

Dedica 1 hora semanal a crear todo tu contenido del mes.

Usa siempre tu logo y colores para mantener la consistencia visual.

Prueba Canva desde la computadora (más cómodo) y también la app en el teléfono.

# Edición creativa - CapCut e Instagram

---

## OBJETIVOS DEL TALLER.

- Guiar a los participantes en el uso de herramientas de Instagram (stories, reels y publicaciones) como medios de difusión estratégica de contenidos.
- Fomentar la integración de recursos visuales y sonoros para la construcción de narrativas audiovisuales coherentes y atractivas.
- Motivar la creatividad y la experimentación en la edición, promoviendo la identidad visual propia de cada participante.

---

## INTRODUCCIÓN A CAPCUT

Es una herramienta de edición de vídeo versátil todo en uno diseñada para atender tanto a principiantes como a usuarios experimentados. Ofreciendo una gama de potentes funciones, Permitiendo a los usuarios editar, mejorar y personalizar videos fácilmente.

Incluye herramientas esenciales como fusionar y recortar, así como funciones avanzadas como animaciones de fotogramas clave, transiciones y gradación de color. Su intuitiva interfaz de arrastrar y soltar simplifica el proceso de edición, siendo accesible incluso para aquellos con poca o ninguna experiencia de edición de vídeo.

También admite edición multipista y mejora de audio, y ofrece una amplia biblioteca de música para agregar. Ya sea que esté creando contenido para redes sociales, YouTube o proyectos personales, CapCut combina herramientas poderosas con una experiencia fácil de usar, haciendo que la edición de video sea simple y agradable.

---

## **CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES**

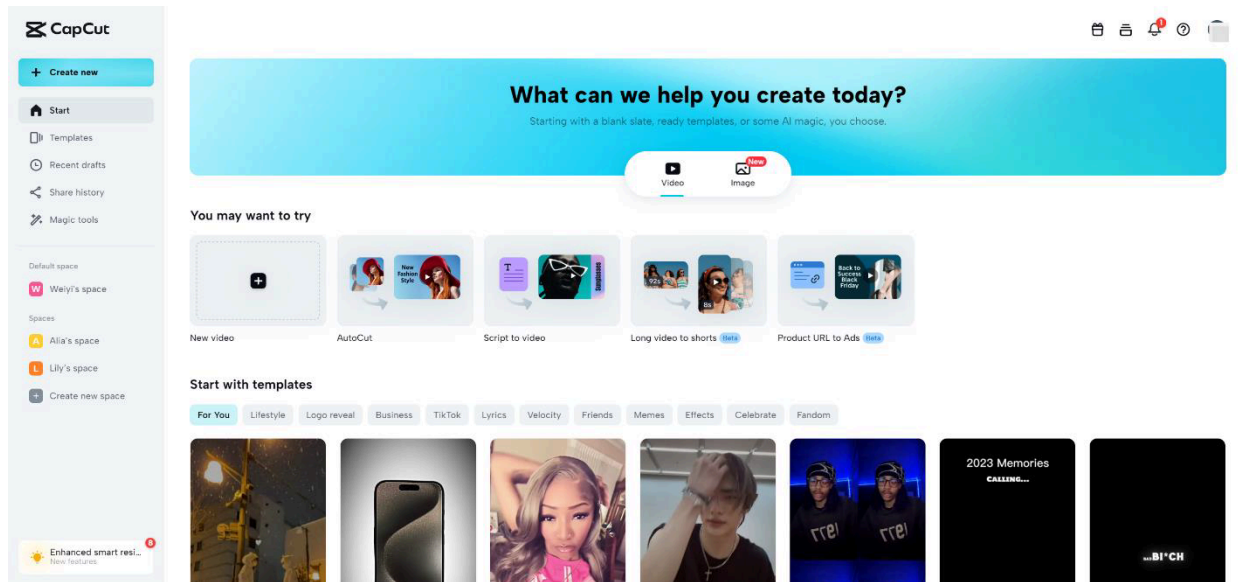
- Edición básica: Cortar, dividir, fusionar y recortar videos.
- Añadir elementos: Texto, stickers, efectos especiales, música y efectos de sonido.
- Ajustes: Controlar la velocidad, volumen y color de los videos.
- Transiciones y filtros: Aplicar efectos de transición y filtros visuales.
- Grabación: Permite grabar videos directamente en la aplicación.
- Plantillas: Ofrece plantillas prediseñadas para facilitar la creación de videos.
- Funciones avanzadas: Herramientas como la edición fotograma a fotograma, modos de fusión, corrección de color y curvas de velocidad.

## **¿CÓMO USAR CAPCUT PARA LA CREACIÓN DE CONTENIDO INTEGRAL?**

---

- [Acceso al CapCut sitio web](#)

Comience su viaje de edición de video abriendo CapCut el sitio web gratuito de creador de videos. Tiene la opción de comenzar desde un lienzo en blanco o seleccionar entre una variedad de plantillas de video de redes sociales prediseñadas.



- **Personaliza tu video**

CapCut ofrece una variedad de herramientas de edición robustas a su disposición. Puede usar estas herramientas para personalizar su video, ya sea recortando, fusionando, cortando o agregando elementos creativos. Con características como fotogramas clave y edición rápida, puede infundir dinamismo en sus videos, haciéndolos verdaderamente únicos.

Text template Text effects

Untitled project

Export

Ratio

Basic

1 80's

2 BACK TO

Transform

Scale 21%

Position 0 X 0 Y

Rotate 0°

Presets

Basic

Text to speech

Clear

Align

THANKS FOR WATCH

WAKE UP / 7:45 am

LET'S BUILD A WINTER

Freezing

BACK TO 80's

80's MUSIC

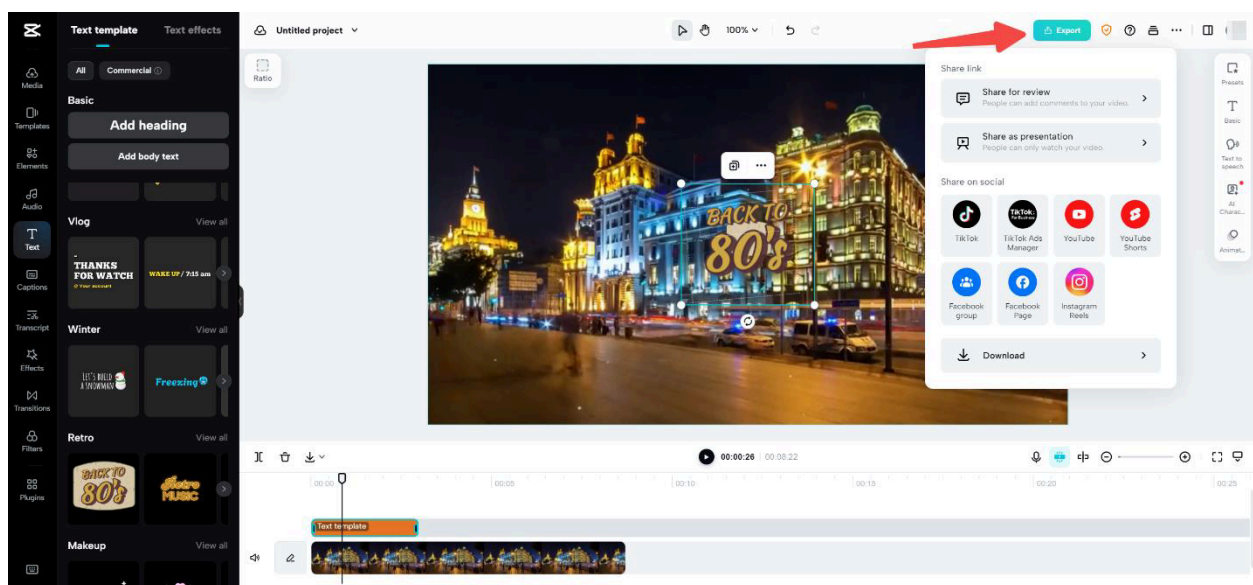
Text to replace

00:00:26 | 00:08:22

00:00 00:05 00:10 00:15 00:20 00:25

- **Guardar y compartir**

Una vez que haya completado su obra maestra, exportarla a su dispositivo sin marcas de agua o compártala fácilmente en sus plataformas de redes sociales favoritas. Además, puede compartirlo con los miembros de su equipo para su revisión. Si desea guardar su trabajo para uso futuro, aproveche la plataforma de almacenamiento en la nube gratuita de CapCut.



## ¿QUÉ ES INSTAGRAM?

Es una red social principalmente visual, donde un usuario puede publicar fotos y videos de corta duración, aplicarles efectos y también interactuar con las publicaciones de otras personas, a través de comentarios y me gusta.

Además, un usuario puede seguir a otro para poder acompañar sus publicaciones y sus actividades dentro de la red. El número de seguidores, incluso, contribuye a la visibilidad del perfil.

En ella también encontramos los famosos #hashtags, que sirven como buscadores de publicaciones y, si tienes una página para tu marca, ayudan a la hora de segmentar tu audiencia.

---

## **RECURSOS**

Además de los famosos filtros originales inspirados en la cámara Polaroid, Instagram presenta una serie de interesantes funciones que contribuyen a la experiencia del usuario en la aplicación y que se han ido implementando a lo largo de sus 6 años de existencia.

### **A continuación comentaremos los principales:**

#### **Edición de imagen**

Con el tiempo, se han implementado nuevas opciones de edición de imágenes en Instagram. Permittedole al propietario de la cuenta no solo aplicarles filtros a las fotos, sino también ajustar su tamaño, recortarlas o enderezarlas e insertar efectos de luz, contraste y color.

#### **Likes / Me Gusta**

Los famosos likes, que tienen como símbolo un corazón que se vuelve rojo, es quizás la característica más importante y querida dentro de la aplicación. Con

ellos, puedes medir la popularidad y la interacción de tus publicaciones y a cuántas personas les gustó lo que publicaste.

## **Comentarios**

Otra gran opción para la interacción entre usuarios son los comentarios que se pueden realizar en las publicaciones. Además de comentar la foto o el vídeo en cuestión, puedes etiquetar a amigos en estos comentarios para que también puedan ver el contenido rápidamente.

Algunas páginas de negocios y algunos artistas famosos suelen responder a algunas de estas interacciones, ¡lo que vuelve la experiencia de quien usa Instagram, todavía más emocionante!

## **Siguiendo**

En esta función, puedes realizar un seguimiento de lo que hacen tus amigos y otras personas a las que sigues en la red. Las fotos a las que les ha gustado, las personas seguidas y los comentarios sobre las fotos se pueden ver en esta opción.

## **Explorar**

La pestaña "explorar" proporciona una galería de fotos de personas de todo el mundo, inspiradas en las fotos que te gustan y a las que sigues.

Esta función permite descubrir nuevos perfiles que despiertan tu interés, ya que de alguna manera se ajustan a tus preferencias dentro de la red.

## **Etiquetado en fotos**

La opción de etiquetado de fotos genera, dentro de tu propio perfil, una galería de fotos publicadas por otras personas, donde estás presente y etiquetado.

Si el usuario no quiere, puede seleccionar la opción de ocultar esa foto de su perfil, y así no aparece en esta galería.

### **Mensajes directos**

Los mensajes directos funcionan como una especie de chat, que conecta a usuarios que se conocen, y también, si lo autoriza el destinatario del mensaje, a usuarios que no se siguen, a través de conversaciones individuales o grupales.

Además de este intercambio de mensajes, es posible enviar fotos desde tu propio dispositivo, o desde dentro de Instagram.

### **Ubicación**

Al publicar una foto, puedes agregar dónde se tomó. Esto ayuda a otros usuarios a conocer la ubicación de esa imagen y también crea un mapa de lugares visitados que se puede ver en tu propio perfil.

Es una forma interesante de obtener una descripción general de los lugares visitados en tu país o en todo el mundo.

---

## **INSTAGRAM STORIES**

Esta es una de las características principales de la aplicación y ha generado mucha controversia.

Instagram Stories permite compartir en tiempo real imágenes y videos que desaparecen después de 24 horas, y la inclusión de emojis, dibujos y textos a mano.

En él puedes determinar la privacidad de tus historias para que solo ciertos usuarios tengan acceso, o para que cualquier usuario de la red pueda ver tus publicaciones.

Instagram Stories ofrece otra forma para que las empresas interactúen con sus clientes dentro de esta red social.

Por su formato más dinámico, te permite crear una relación más íntima. Es posible mostrar lo que sucede, básicamente en tiempo real, para que los usuarios se sientan parte del día a día del negocio.

### **Ahora, veamos los principales recursos de Instagram Stories.**

1. El primero es Boomerang, que te permite crear videos cortos al estilo de los GIF animados, que se ejecutan infinitamente. Cada vez que el video termina, comienza de nuevo. Después de crear el video con Boomerang, puedes compartirlo en el feed de Instagram.
0. La segunda característica, con la que probablemente ya estés familiarizado, son los filtros. Puedes agregar pegatinas y emojis, texto o marcado a mano alzada a su historia. Los stickers son la última opción. Pueden ser de clima, hora, ubicación u otras temáticas (como

navideñas). Puedes incluir varios elementos. Los cuadros de texto se pueden alinear a la izquierda, a la derecha o al centro del video.

0. El tercero es etiquetar personas en tus InstaStories. Solo incluye texto directamente en la historia, con @nombredeusuario. El texto se subraya y se convertirá en un enlace al perfil mencionado.

# Pautas con META Business

---

## ¿QUÉ ES UNA PAUTA?

Se trata de la inversión monetaria de manera digital en plataformas web que nos permiten tener un mayor alcance con respecto a métricas predefinidas según las necesidades de los productos o servicios a ofertar por medio de el emprendimiento y su rubro.

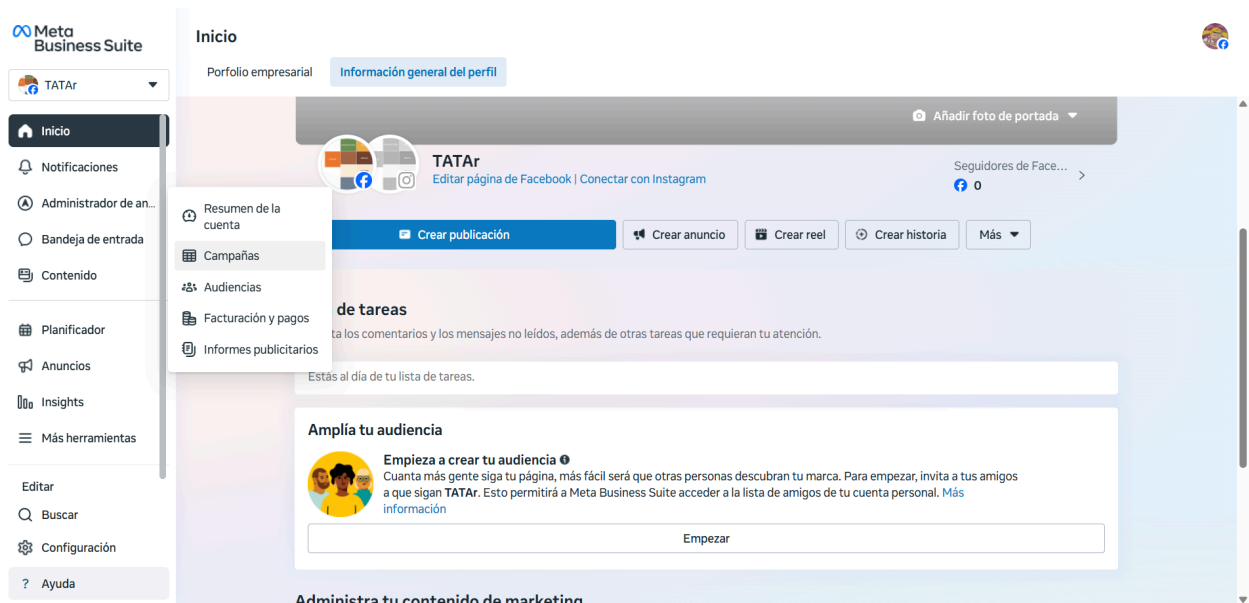
## ¿QUÉ ES META BUSINESS?

Se trata de la plataforma mediadora entre Facebook, Instagram y WhatsApp que se encarga de funcionar como centro de control de cuentas publicitarias y la administración de campañas o publicaciones publicitadas ya sea en cada una de las redes anteriormente mencionadas por separado o en conjunto en los distintos modos de publicación (reels, stories, carousel, post, etc.). Accedemos a ella mediante [business.facebook.com](https://business.facebook.com) solamente necesitamos crear una página de Facebook o si ya se tiene creada previamente y enlazarla con la cuenta que se crea al momento de ingresar al sitio y ya tendríamos enlazados tanto Facebook como Instagram, y por nuestra propia cuenta podemos añadir además WhatsApp si tenemos la aplicación con una cuenta de WhatsApp Business.

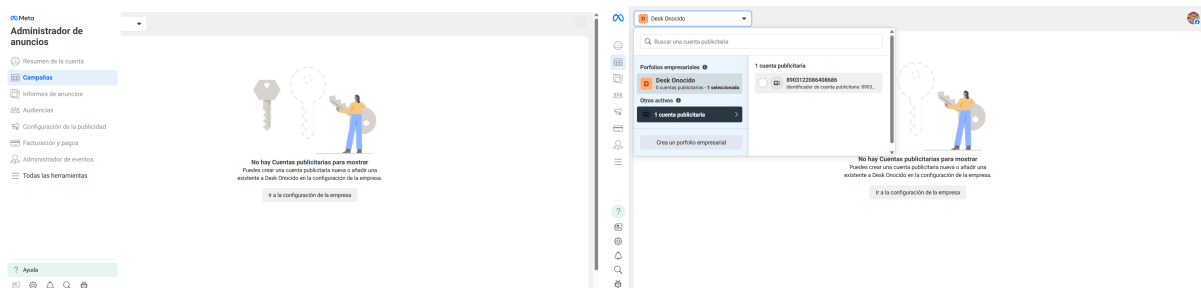
---

## CREAR Y ADMINISTRAR ANUNCIOS Y CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

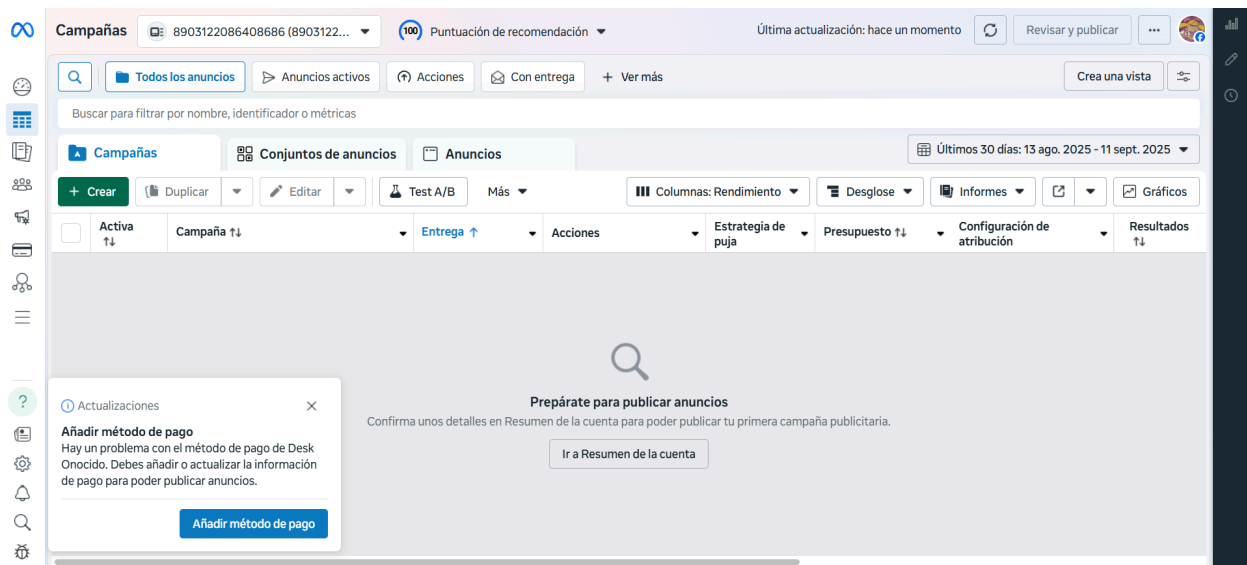
En el panel general al lado izquierdo (de preferencia todo lo relacionado con META Business debe ser ejecutado en un ordenador, o en el navegador de celular en modo ordenador para tener acceso fácil a todas las opciones requeridas), vamos a buscar la opción “Administrador de anuncios” y en esta pestaña “Campañas”



Ya estando en la ventana que se nos abra debemos recordar si no nos sale contenido disponible, que en la parte superior, debemos tener seleccionada la cuenta publicitaria enlazada con META Business.



Una vez abierto con la cuenta enlazada debemos recordar enlazar la información de pago, es decir una tarjeta de crédito o débito desde la que se estarán usando los fondos para la publicidad pagada por medio de las pautas. Normalmente en la ventana actual se brindará la opción, pero de no ser así, esta saltará al momento de tratar de publicar un anuncio, y podremos agregar esa información entonces.



En la ventana que nos encontramos debemos hacer click en “+Crear” y esto nos llevará a una ventana con 6 opciones: Reconocimiento, Tráfico, Interacción, Clientes potenciales, Promoción de aplicación, y Ventas. Dado que estaremos trabajando con grupos de emprendedores que a lo mejor no tienen un conocimiento muy amplio en lo referente a campañas publicitarias, trabajamos con las opciones por defecto que nos brinda META Business, lo cuál es lo más adecuado ya que la interfaz guía fácilmente al usuario por las opciones.

## Reconocimiento

Este tipo de campaña, nos sirve bien para mostrar nuestra publicidad a perfiles que vayan acorde al contenido de nuestras publicaciones, personas con intereses comunes en nuestro producto que a lo mejor aún no nos conocen, o si nos conocen, nos ayude a estar más presentes en su día a día y que nos recuerden más fácilmente.

### **Tráfico**

Esta opción nos viene bien cuando poseemos más de una red social o sitio web, ya que se mostrará la publicidad de manera que al hacer interacción con el usuario, este sea dirigido a los otros perfiles o páginas webs designados.

### **Interacción**

Esta opción está destinada a públicos con intereses comunes según lo definamos nosotros, pero está enfocado a que el usuario interactúe con la publicación, sea comentando, dando like, comparta, ó guarde la publicación.

### **Clientes potenciales**

En esta opción, el algoritmo priorizará a usuarios que suelen consumir productos similares o tengan interés previo en el producto ofrecido.

### **Promoción de aplicación**

Esta opción nos será útil cuando el emprendimiento posea una aplicación móvil independiente por la cuál administrar pedidos, encargos o envíos de producto de cada emprendimiento. Incentivando y facilitando la descarga de la aplicación a los usuarios.

## Ventas

Esta opción se enfoca en promociones o presentación al público de un producto y que este sea comprado con mayor preferencia por sobre otros ya sea de la misma línea o no.

---

## VEAMOS LAS CONFIGURACIONES ESENCIALES

Al seleccionar una de las opciones anteriores, en la nueva ventana podremos realizar la asignación adecuada de nuestro anuncio o campaña según las necesidades de la misma.

The screenshot shows the Facebook Ads campaign configuration interface. The main content area is divided into several sections:

- Nombre de la campaña:** A text input field containing "Nueva campaña de Reconocimiento" and a "Crear plantilla" button.
- Detalles de la campaña:**
  - Tipo de compra:** "Subasta" (selected).
  - Objetivo de la campaña:** "Reconocimiento" (selected), with a "Mostrar más opciones" dropdown.
- Presupuesto:**
  - Estrategia de presupuesto:** "Presupuesto del conjunto de anuncios" (selected).

On the right side, there is a "Puntuación de la campaña" section showing a score of 92 and a warning message: "Podrías conseguir un coste por resultado un 10 % menor si creas un anuncio adicional con otra imagen o vídeo para Un anuncio". Below this, there are buttons for "Duplicar anuncio" and "Ver en anuncio".

At the bottom, there are "Cerrar" and "Siguiente" buttons.

## Audiencia

En esta categoría deberemos definir para los individuos o perfiles a los que se les vaya a mostrar la publicidad que estamos pautando según su edad, sexo, y podremos definir además los intereses que deban estar relacionados con nuestro producto.

## Ubicación

Definiremos qué tan amplio queremos que sea el territorio en el que se mostrará nuestro anuncio o campaña, y en qué zonas. Podemos escoger distintos puntos del país o un punto específico y a partir de este extender el sector en que se está publicitando, teniendo en cuenta que entre más rango o puntos se seleccionen, el costo por día de publicidad aumentará o disminuirá.

## Presupuesto diario

Con esta opción podemos definir un poco más manualmente la cantidad de personas por día y a lo largo de nuestra campaña a quienes se estará mostrando.

## Calendario

En esta opción definiremos las fechas de cuándo a cuándo se estará publicitando, tomando en cuenta que en todo momento en el cuadro de "Campañas" se podrá pausar antes de tiempo una pauta ya en curso.

---

## ¿Y EL ANUNCIO?

El anuncio a tomar en cuenta para la publicación en la práctica, puede bien ser uno desarrollado en los talleres anteriores por los emprendedores, o bien el apoyo de material gráfico brindado ya sea por la institución o aliados.

El anuncio deberá estar premeditado con medidas y formato en el que se publicará para ser subido a qué red social y en los distintos formatos que este tendrá al ser publicitado. Este paso debe ser en el que se agrega además toda la información de la publicación, copy (texto bajo la imagen o como descripción en redes sociales), la imagen o video, y el nombre de la campaña.

---

### **ANTES DE DAR CLICK**

Previo a la publicación de nuestro anuncio o campaña debemos cerciorarnos que todo esté adecuadamente colocado con lo que utilizaremos la herramienta "Vista previa" tanto en móviles como en ordenadores, para ver que todo esté adecuadamente colocado y evitar que la información se vuelva confusa para el público.

### **AHORA SÍ... ¿Y AHORA?**

Vamos a dar al botón de "Publicar" y posterior a esto solamente nos queda percibir cómo el público reacciona a nuestra publicidad, para ello a las 24 o 48 horas podemos pegar una revisión en la pestaña "Campañas" para hacernos una idea del impacto inicial, luego podemos seguir revisando a la semana, dos semanas y al mes (recordemos que una campaña publicitaria no actúa sola

por arte de magia, si no que requiere de tiempo y análisis del impacto a lo largo del tiempo para asegurar resultados eficientes). Tomar en cuenta que si comparamos entre campañas podemos ver cuáles tienen un resultado más acorde a lo que necesitamos, y ver qué tipo de publicidad nos tiene mejor retribución.

---

## **EJERCICIO**

Se realizará un imaginario ante un producto o servicio por cada emprendimiento, en el cuál los emprendedores definirán la segmentación (ubicación, género, edad e intereses) con un presupuesto ficticio y tiempos estimados de la duración de la campaña. Además deberán hacerlo bajo el concepto de una de las 6 opciones predefinidas de META Business (Reconocimiento, Tráfico, Interacción, Clientes potenciales, Promoción de aplicación, y Ventas).

Según el producto o servicio escogido a publicitar por cada emprendimiento, se deberá discutir la eficacia que se espera lograr con respecto a la campaña publicitaria realizada.

# UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



## CURSO INDUCTIVO PARA EMPRENDIMIENTOS LOCALES EN LA CREACIÓN DE CONTENIDO MULTIMEDIA

### Presentado por:

NUNFIO SALAZAR, ADRIANA LISSETTE  
VÁSQUEZ PACHECO, ERIKA LISSETH  
QUINTANILLA MANGANDÍ, JONATHAN GERARDO

CIUDAD UNIVERSITARIA, ABRIL 2025

## **PRESENTACIÓN**

Por medio de este documento se presentarán más a fondo las actividades para realizar como grupo de investigación en el desarrollo de nuestro curso de especialización denominado “*curso inductivo para emprendimientos locales en la creación de contenido multimedia*” proyecto que se llevará a cabo por un grupo de estudiantes egresados de la carrera de Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico.

En el presente se detallan las actividades que se cumplirán en dicho proyecto esto es con el fin de ayudar a emprendedores locales en un mejor manejo de contenido multimedia de sus emprendimientos, y el incentivo sobre el interés a la utilidad del diseño gráfico y marketing como herramienta esencial para una mejor exposición. El desarrollo de este taller consta de clases que se impartirán a los emprendedores en el cual se les dará un conocimiento básico de como crear y manejar el contenido multimedia de su emprendimiento en las redes sociales.

## OBJETIVO GENERAL.

Llevar a cabo un curso virtual replicable que permita un desarrollo básico en habilidades de diseño y manejo de identidad de 2-3 emprendedores salvadoreños como grupo semilla, en base al cuál se puedan defender en el proceso de posicionamiento de su marca, hasta que puedan permitirse la contratación de profesionales en el área.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Generar un instrumento guía de mano con los emprendedores que los prepare para defenderse en el área comercial bajo su diseño de imagen y marca.
- Establecer un proyecto que sea fácilmente replicable en un período bimestral que se pueda emplear repetidamente durante los próximos 10 años en grupos más grandes de emprendedores.
- Enseñar a los emprendedores cómo planificar y crear una estrategia de contenido efectiva que se alinee con sus objetivos comerciales y sus clientes.
- Facilitar sesiones donde los emprendedores puedan aplicar lo aprendido creando su propio contenido multimedia durante los talleres para su emprendimiento, con una respectiva retroalimentación para apoyarlos en la dirección más beneficiosa.

## PROYECTO.

En el proyecto denominado “*curso inductivo para emprendimientos locales en la creación de contenido multimedia*” se pretende llevar a cabo una serie de talleres de conocimientos básicos sobre creación y manejo de contenido multimedia para las redes sociales de los emprendimientos con la finalidad de que tengan un mayor alcance al público objetivos (clientes potenciales y leads), con esto buscamos ayudar en el crecimiento de sus emprendimientos que se pueda ver reflejado en las ventas de los emprendimientos beneficiados con este proyecto y así mismo un mayor ingreso económico para estos.

El curso tiene una duración de entre 5 o 8 semanas (2-3 de estas serían dedicadas a l conocimiento de las marcas implicadas y la generación del plan específico para cada una y material inicial de propuestas gráficas) en las cuales se ha visto bien impartir de manera híbrida (virtual y presencial, dependiendo de disposición por parte de nuestra alianza estratégica de un espacio físico) o bien de manera completamente virtual esto dependiendo de la disponibilidad de horarios y transporte de los emprendedores, ya que buscamos que sea accesible para todos los implicados.

Como bien sabemos las redes sociales juegan un papel fundamental hoy en día y al tener un buen manejo de ellas es llamativa al público, por eso mismo queremos que esto lleve al crecimiento de los emprendimientos de esta manera que lleguen al punto de generar empleo a otras personas como diseñadores y mercadólogos.

## PLAN DE TRABAJO

A continuación se especifica y puntual el desarrollo del proyecto aún en una fase básica, ya que hasta no haber tenido el contacto directo con los emprendedores y realizado el análisis de competencias en la materia junto con el estudio del mercado de cada uno de los emprendimientos para poder definir completamente el plan de estudio requerido para el grupo semilla de este proyecto. Se pretende que la duración de dichos talleres sea de 2-3 horas.

Tratando entonces desde el primer contacto con la empresa hasta la culminación del mismo.

### **SEMANA 1** - Primer contacto con la empresa y evaluación de viabilidad.

En esta primera fase se busca contactar con la empresa para un análisis de viabilidad sobre el proyecto en la dirección de la misión y valores de la misma, coincidiendo de manera que se presente como un proyecto fructífero y de apoyo para ambas partes.

Se presenta el plan de trabajo y los objetivos del proyecto.

Una vez confirmado el interés y aprobado por los altos mandos (esperando sea a prontitud para poder continuar eficientemente el proyecto), se procedería con la asignación de emprendedores bajo el cuidado de la organización, evaluando la disponibilidad de tiempos y compromiso de los mismos para el período del curso.

### **SEMANA 2** - Contacto inicial con los emprendedores.

Una vez asignados los emprendimientos con los que se estaría trabajando, se les solicitaría por medio de la empresa, datos de contacto para poder realizar la entrevista inicial de manera virtual.

Se busca crear un grupo de comunicación directa con el grupo de implicados para poder mantener una comunicación constante, pudiendo ser por medio de *Facebook Groups* o *Whatsapp Groups*.

En este primer contacto grupal se asignan espacios para la entrevista inicial, evaluando la posibilidad de tener la primera entrevista por medio de llamada de Messenger, Whatsapp, Google Meet o Zoom.

En dicha entrevista se realizará el briefing de cada marca para poder tener un entendimiento base sobre cada emprendimiento, y permitiendo al grupo de encargados del curso desarrollar material didáctico acorde a lo que se requiera en cada caso específico, en conjunto de los primeros materiales publicitarios de cada marca que servirán de ejemplo a los emprendedores sobre el potencial de cada una de las marcas.

Además se establecerá el nivel de conocimiento en el medio, para modificar el plan de estudio de manera que sea un aporte a lo que saben y no un repaso sobre lo mismo.

### **SEMANA 3 - Primer taller “¿Dónde publicitar?” - CANVA**

En este primer taller y en el resto, se pretende contar con la presencia de los emprendedores y representante/s de la empresa especializados en el área de marketing digital o diseño, de manera que al culminar el actual proyecto con la planificación y documento guía que se entregaría a la empresa al finalizar, puedan ser los referentes internos para la replicabilidad del curso en grupos de mayor tamaño.

Este proyecto estará enfocado a determinar para cada emprendimiento según la información obtenida en el briefing, qué medios digitales son los que les darán una mejor retribución e impacto según su producto; el ¿cómo funcionan las plataformas digitales?; la importancia de un sitio web propio. Se hará una lectura de la actualidad de cada uno de los emprendimientos y la presentación del material gráfico realizado como motivación a demostrar el potencial que cada uno de los emprendimientos tiene en su área.

Y se explicará el material que se estará estudiando en el resto de talleres y la perspectiva del impacto que se espera lograr para cada emprendedor, con espacio para que ellos mismos puedan especificar sus objetivos en base a lo que se hable en este primer taller.

### **SEMANA 4 - Segundo taller “Canva ¿por qué no usarlo? y ¿cuándo se puede usar?” - CAPCUT**

Nos enfocaremos en herramientas disponibles a la mano de todos los emprendedores, y explicar a fondo las utilidades de estas, pero también el condicionamiento visual que las mismas pueden llegar a tener, explicando cuándo es adecuado utilizarlas sin afectar la imagen y profesionalismo de la marca.

Se abordará además el tema de cómo puede ser beneficioso realizar publicaciones en fechas especiales dependiendo de la marca cuáles podrían resultar más beneficiosas para resaltar su exposición.

Retroalimentación sobre el contenido generado hasta el momento por cada emprendedor, y análisis de puntos fuertes y débiles según el plan de desarrollo para la marca.

### **SEMANA 5 - Tercer taller “Edición creativa, CapCut e Instagram/TikTok/Facebook” - FOTOGRAFÍA**

El punto a analizar es en base a las herramientas con las que se cuenta, cómo sacarle el máximo provecho tanto a versiones gratuitas como pagas. Recayendo sobre dos que dan bastante margen de edición, más allá de lo que la mayoría de gente en el mercado aprovecha, brindando ventaja intelectual ante la competencia a los emprendedores.

También se analizará la teoría de qué tipo de contenido se debe realizar según el objetivo esperado.

Retroalimentación con respecto a edición de contenido generado por los emprendedores.

#### **SEMANA 6** - Cuarto taller “SEO y Adds” - PAUTAS

Comenzando con una presentación teórica sobre la importancia de la presencia en línea y cómo el uso de una página web dedicada puede ser uno de los pasos más importantes en el enfoque de determinadas marcas. Hablar de cómo el no saber aplicar adecuadamente las pautas publicitarias y los métodos de publicidad requeridos en el medio digital, se puede convertir en uno de los puntos más débiles en el crecimiento de un emprendimiento, aún cuando estos estén produciendo piezas excepcionales de diseño e imagen de marca.

Análisis del “¿cuándo publicar?” como método estratégico para conocer al público y épocas de mayor influencia para cada caso específico de los emprendimientos.

Estudio de posicionamiento e introducción a las pautas publicitarias con Meta y presupuesto para pautas publicitarias.

Retroalimentación sobre trabajos generados por los emprendedores, y análisis del impacto generado a lo largo del mes. Cierre del curso.

#### **SEMANA 7** - Entrevistas de cierre.

Se realizará una entrevista final con los emprendedores para presentarles un plan de acción para un año según la marca de cada uno, y se les solicitará una retroalimentación sobre los temas abordados en el curso y sobre la aplicación del mismo, dando espacio en el proyecto a un espacio de retroalimentación para quienes apliquen a posteriori el documento guía, de manera que sea beneficioso tanto para los que asistan al curso, como quienes lo dirigen para saber cómo mejorar para la próxima aplicación.

#### **SEMANA 8** - Generación de documento guía.

Dedicados a la realización del documento que quedará en manos de la empresa, de manera que puedan referirse a él para el temario como para el análisis de los impactos logrados. En dicho documento se incluirán:

- Análisis inicial y planteamiento de briefing para los emprendimientos.
- Observaciones y contenido multimedia generado por los talleristas para los emprendimientos implicados en el proyecto inicial.
- Temario y puntos a tomar en cuenta para la evolución del medio a lo largo de 5-10 años.
- Registro del impacto generado en los medios digitales de los emprendedores implicados a lo largo del mes.