

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



TÍTULO:

**PRODUCCIÓN DE ARTES PARA REDES SOCIALES ENFOCADO EN
PROMOVER EL APOYO A LOS PROYECTOS DE PROTECCIÓN DE
LA INFANCIA QUE DESARROLLA LA INSTITUCIÓN ALDEAS
INFANTILES SOS DURANTE EL AÑO 2024**

PRESENTADO POR:

**FÁTIMA GUADALUPE ABREGO GALDÁMEZ (AG18029)
ANDREA MIRELLA AGUILAR ROMERO (AR18046)
ILIANA MARCELA MENJÍVAR PALENCIA (MP18033)**

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

DOCENTE ASESOR:

MAESTRO JOSÉ ORLANDO ÁNGEL ESTRADA

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN:
LICENCIADO LUIS EDUARDO GALDÁMEZ CONTRERAS**

**CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR
CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, AGOSTO DEL 2024**

AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

Ingeniero Juan Rosa Quintanilla Quintanilla

VICERRECTOR ACADÉMICO

Doctora Evelyn Beatriz Farfán

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Maestro Roger Armando Arias Alvarado

SECRETARIO GENERAL

Licenciado Pedro Rosalío Escobar Castaneda

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Maestro Julio César Grande Rivera

VICEDECANA

Maestra María Blas Cruz Jurado

SECRETARIA

Maestra Natividad de la Mercedes Teshé Padilla

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

DIRECTOR ESCUELA DE ARTES

Licenciado Miguel Ángel Mira Mira

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Licenciado Luis Eduardo Galdámez Contreras

DOCENTE DIRECTOR

Maestro José Orlando Ángel Estrada

AGRADECIMIENTOS

En esta oportunidad quiero agradecer de todo corazón a todas las personas que han sido un gran apoyo a lo largo de mi formación académica, especialmente a mi familia y mis amistades. A los docentes encargados, que fueron parte fundamental en la enseñanza, quienes, con mucha paciencia y sabiduría, me guiaron tanto a nivel personal como profesional. A mis compañeros de carrera, por todo el apoyo constante, con quienes he compartido el mismo sueño y los mismos desafíos que logramos superar juntos. Por mi parte, agradezco porque en los momentos difíciles me mantuve firme, superando las diferentes dificultades que se presentaron. Este logro es el resultado de años de esfuerzo y compromiso, una etapa finaliza, pero una nueva está por llegar.

Iliana Marcela Menjívar

Quiero agradecer primeramente a Dios, por permitirme llegar hasta este momento, que hace 6 años vi tan lejos, quiero agradecer grandemente a mi madre, quien estuvo ahí cada día, animándome y apoyándome siempre, siendo la persona que siempre creyó en mí y en mis sueños desde el primer día.

A mi abuela le dedicó el resultado de mis esfuerzos durante estos años de carrera, siendo el más grande logro de mi vida, por ser uno de mis motores y acompañarme de la mano en cada paso desde que comencé este camino, aplaudiendo cada pequeño logro aún en sus peores momentos. A mis hermanos y mis cuñadas quienes siempre han creído en mí, celebrando y admirando cada resultado, a mis sobrinos quienes han sido mi más grande inspiración. Agradezco a cada integrante de mi familia, por siempre estar ahí en cada momento.

Así mismo agradezco de una forma especial a mis amigas Daniela Ramírez y Verónica Rivera, quienes me acompañaron en este proceso y con quienes compartí y trabajé desde el primer ciclo, siendo ellas mi más grande e incondicional apoyo dentro de mi carrera. A los licenciados de la Escuela de Artes, que me nutrieron de conocimientos y ayudaron en mi formación profesional desde el primer día. Mis sinceros agradecimientos y bendiciones.

Fátima Guadalupe Abrego

Estos años han sido fundamentales para mi formación como persona y como profesional. Me siento profundamente agradecida primeramente con Dios por permitirme completar esta etapa llena de retos, de aprendizajes y de autoconocimiento, ya que cada lección me ha permitido explorar mis capacidades, mis intereses y mi creatividad, guiándome a que pueda construir proyectos importantes en el futuro. A mis padres por estar presentes y brindarme su apoyo en todo momento y a mi familia por animarme y creer siempre en mí. Gracias a los docentes encargados de la Escuela de Artes por brindarme sus conocimientos y su ayuda. A mis compañeros de la carrera con quienes hemos ido evolucionando a través de los años. A mis amistades por darme ánimos en los momentos difíciles y estar siempre para darme una sonrisa. Estoy agradecida con todos y cada uno de ellos por haberme acompañado en este trayecto, deseándoles muchas bendiciones. Cada año de esfuerzo ha valido la pena.

Andrea Mirella Aguilar

RESUMEN

El documento presenta un proyecto de gestión artístico-cultural, enfocado en la producción de artes gráficas para las redes sociales de Aldeas Infantiles SOS El Salvador, con el objetivo de promover y aumentar su visibilidad dentro de plataformas digitales como Facebook e Instagram, a través de contenido gráfico, que promueva el apoyo a proyectos para la protección de la infancia, de una forma clara y coherente con la identidad de la organización. Para llevar a cabo el proyecto fue necesario fundamentar la importancia de la gestión Artística-cultural en la promoción de la misión de la organización, destacando como el contenido visual de las diferentes publicaciones puede inspirar y educar a las audiencias sobre la importante labor que Aldeas Infantiles SOS El Salvador, desarrolla y lleva a cabo cada día. Se describe el proyecto como una iniciativa para identificar y establecer estrategias creativas que fueron efectivas, se buscó generar un impacto significativo en la percepción de la organización. Se detallan las diferentes actividades realizadas, los desafíos enfrentados en diferentes áreas y etapas del proyecto, describiendo la implementación de diferentes estrategias creativas para asegurar el cumplimiento de los objetivos establecidos. Las actividades que se llevaron a cabo, incluyendo principalmente la creación y la realización de artes gráficas, videos, infografías y animaciones, para las redes sociales de la organización, demuestran la importancia y el impacto que los proyectos de labor social pueden tener en nuestro país. Se evaluaron los resultados obtenidos, a través de asesorías y la retroalimentación de parte del encargado del área de comunicaciones de la organización, garantizando que hubo un impacto positivo en las diferentes piezas entregadas, llegando a conmovir, concientizar e informar a las personas, sobre el labor que Aldeas Infantiles SOS El Salvador realiza, resaltando la importancia de los derechos que cada niña, niño y joven posee, concluyendo satisfactoriamente que la intervención del proyecto logró el objetivo de conmovir y concientizar a los usuarios y a los interesados en la fundación, obteniendo el impacto deseado.

Palabras clave: artes gráficas, diseño gráfico, marketing digital, protección infantil, redes sociales.

ABSTRACT

The document presents an artistic-cultural management project, focused on the production of graphic arts for the social networks of SOS Children's Villages El Salvador, with the aim of promoting and increasing their visibility within digital platforms such as Facebook and Instagram, through graphic content, which promotes support for projects for the protection of children, in a clear and coherent way with the identity of the organization. To carry out the project, it was necessary to substantiate the importance of artistic-cultural management in the promotion of the organization's mission, highlighting how the visual content of the different publications can inspire and educate audiences about the important work that SOS Children's Villages El Salvador develops and carries out every day. The project is described as an initiative to identify and establish creative strategies that were effective, seeking to generate a significant impact on the perception of the organization. The different activities carried out, the challenges faced in different areas and stages of the project are detailed, describing the implementation of different creative strategies to ensure the fulfillment of the established objectives. The activities that were carried out, including mainly the creation and realization of graphic arts, videos, infographics and animations, for the organization's social networks, demonstrate the importance and impact that social work projects can have in our country. The results obtained were evaluated, through advice and feedback from the person in charge of the organization's communications area, guaranteeing that there was a positive impact on the different pieces delivered, moving, raising awareness and informing people about the work that SOS Children's Villages El Salvador does, highlighting the importance of the rights that each girl, child and young person possesses, satisfactorily concluding that the intervention of the project achieved the objective of moving and raising awareness among users and stakeholders in the foundation, obtaining the desired impact.

Key words: graphic arts, graphic design, digital marketing, child protection, social networks.

ÍNDICE

HOJA DE AUTORIDADES.....	i
TRIBUNAL EVALUADOR	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
INTRODUCCIÓN	1
I. CONTEXTO GENERAL	2
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	2
1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES	3
II. OBJETIVOS.....	6
2.1 GENERAL.....	6
2.2 ESPECÍFICOS.....	6
III. CONTENIDO GENERAL.....	7
3.1 FUNDAMENTACIÓN.....	7
3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA -CULTURAL	11
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	14
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.....	14
4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.....	26
V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.....	27
VI. RECOMENDACIONES.....	28
BIBLIOGRAFÍA	29
ANEXOS.....	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Gráfica de Cantidad de jóvenes no escolarizados del 2014 al 2018 (16 años) distribuida por género. Fuente: Tesis EN POLÍTICA Y EVAL	8
Figura 2: Gráfica de Violencia física contra niñas, niños y adolescentes, 2009 - 2018. De: CONNA,2019	9
Figura 3: Cuadro de análisis FODA. Elaboración propia	15
Figura 4: Cuadro de identificación de la audiencia objetivo. Elaboración propia	16
Figura 5: Cuadro de datos de perfiles de audiencia objetivo. Elaboración propia ...	17
Figura 6: Post informativo sobre el fundador de la organización. Elaboración propia.....	24
Figura 7: post sobre la familia biológica y la labor que lleva a cabo la organización. Elaboración propia.....	25
Figura 8: diseño de post informativo sobre la crianza positiva. Elaboración propia.....	25
Figura 9: diseño de historia y post para Instagram y Facebook. Elaboración propia	25
Figura 10: post de información sobre el cuidado afectivo. Elaboración propia	25
Figura 11: post de agradecimiento por el apoyo a la institución. Elaboración propia	25

INTRODUCCIÓN

En la era digital, las redes sociales han emergido como plataformas esenciales para la comunicación y el compromiso social. La organización Aldeas Infantiles SOS en El Salvador, comprometida con su misión de proteger y promover el bienestar de la niñez, reconoce la importancia de estas herramientas para ampliar su alcance y fortalecer su impacto social. Este proyecto de gestión cultural, enfocado en la producción de artes gráficas para redes sociales, buscó fortalecer la presencia digital de Aldeas Infantiles SOS El Salvador, utilizando estrategias de la imagen y el diseño, para transmitir sus valores y objetivos.

En este contexto, el proyecto se estructuró en torno a estrategias claras y efectivas que incluyeron la creación de una identidad visual coherente y atractiva, capaz de conectar emocionalmente con el público. Las actividades planificadas abarcaron desde la conceptualización y diseño de piezas gráficas que destacan las historias de éxito y el impacto de las iniciativas de la organización, hasta la implementación de campañas temáticas que sensibilizan y motivan la acción social. Además, se creó el contenido de manera que cada pieza gráfica no solo cumpliera con los estándares estéticos, sino que también fuese funcional y efectiva en términos de comunicación.

Los resultados de este proyecto se evaluaron para determinar su eficacia y medir si hubo un aumento significativo en la visibilidad en las redes sociales de la Fundación, donde se buscó una mayor interacción y participación de la comunidad online y un fortalecimiento del reconocimiento de Aldeas Infantiles SOS, como líder en la protección y apoyo a la niñez en El Salvador. Asimismo, se espera que el contenido gráfico producido no sólo inspira, sino que también eduque y empodere a las audiencias, alineándose con la misión de la Fundación, de crear un entorno familiar protector y de desarrollo integral para cada niño, niña y adolescente.

Se presentó un contexto general que incluye la descripción del proyecto y la problemática que enfrenta la fundación en términos de reconocimiento y difusión, estableciendo objetivos que guiaron las acciones a implementar, abordando el contenido general del proyecto, incluyendo las diferentes estrategias de gestión artística y cultural que se utilizaron.

I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO

1.1 BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto de producción de artes para Aldeas Infantiles SOS consistió en identificar y establecer estrategias de marketing efectivas, las cuales sirvieron como base para la creación de contenido visual, diseñado específicamente para las principales redes sociales (Instagram y Facebook) de dicha institución. Esto con el propósito de obtener apoyo para los proyectos que promueven el crecimiento de los niños y niñas en entornos familiares que garanticen un cuidado apropiado y seguro, implementados por Aldeas Infantiles SOS.

Por medio de los artes, se buscó captar la atención de la audiencia, provocar emociones, destacar los logros y desafíos que enfrenta la organización en su labor, dirigiéndose a toda persona u organización interesada en apoyar los proyectos sociales que la organización desarrolla en diferentes áreas, ya sea para informarse o para unirse y poder ayudar a más familias, niños, niñas y jóvenes que son beneficiarios de los programas implementados.

Las bases del proyecto se desarrollaron en las oficinas de la Organización Aldeas Infantiles SOS, en San Salvador. Se llevó a cabo en el periodo de tiempo comprendido entre mayo y junio de 2024 y se realizó de forma virtual u on-line.

Para obtener los resultados que presenta este informe, se aplicó un enfoque exploratorio y descriptivo; utilizando la consulta bibliográfica, entrevista con Guillermo Cortez (encargado del área de comunicaciones de la organización) y el análisis de contenido de las redes sociales/página web de Aldeas Infantiles SOS.

Asimismo, se planificó ejecutar considerando las etapas siguientes: Fase de planificación donde se definieron objetivos y la creación de un análisis FODA, Fase de investigación y recolección de información, en donde se evaluaron los resultados del análisis para planificar las estrategias de marketing digital y la Fase de desarrollo del proyecto donde se planificó el contenido a trabajar dirigido a la fundación, considerando las debilidades que se buscaban solventar a través del proyecto.

Entre los recursos que se utilizaron para llevar a cabo este proyecto, se encuentran los diferentes softwares de edición, cámaras y computadoras. Así como también la participación activa de los integrantes de este grupo: Andrea Mirella Aguilar, Iliana Marcela Menjivar y Fátima Guadalupe Abrego, todas egresadas de la Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico y que fungieron como gestoras del proyecto.

Como resultado, se propuso ayudar a la institución a obtener una mejor imagen, desarrollar campañas creativas y efectivas en redes, aumentar el número de seguidores y de interacciones. Todo esto es necesario para que la organización pueda visibilizar la importancia de la protección de la niñez en el país, promover la importancia del respeto a los derechos de la infancia y obtener donaciones para los niños beneficiados.

El proyecto logró cumplir con los objetivos propuestos en base a tener contenido dinámico y visualmente llamativo para aumentar la interacción con los seguidores y también con integrarse al resto de contenido que tenía Aldeas Infantiles siendo altamente factible para la comunicación de sus proyectos.

1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES

En El Salvador, el alto índice poblacional tiende a ser un problema para que todas las personas tengan las mismas oportunidades de desarrollo, principalmente para los niños. El desarrollo puede verse afectado debido a distintos factores como vivir con escasos recursos, problemas de salud, exposición a la violencia, falta de oportunidades de estudio o recreación, etc. Procurar que los niños, niñas y jóvenes tengan un ambiente seguro y sano de crecimiento debe ser un interés primordial para el avance del país, por ello es tan importante el apoyo de organizaciones que velen por el bienestar de este sector de la población. Para demostrar sus aportes y compromiso por las causas sociales es necesario contar con redes de comunicación efectivas y entre estas la virtual como las páginas web y ahora las redes sociales. Actualmente hay muchas organizaciones nacionales e internacionales que operan en el país, aunque no todas tienen el alcance en redes necesario para darse a conocer y para mostrar sus proyectos. Sin un plan de marketing estratégico, muchas veces no

se puede alcanzar el nivel de interacción deseada con los usuarios y esto impide que la población salvadoreña tenga el conocimiento acerca de las actividades que realizan y los beneficios que pueden adquirir las personas necesitadas de su apoyo.

Aldeas Infantiles SOS, El Salvador, es una fundación que opera en el país desde 1972, teniendo una amplia influencia en la niñez en riesgo de abandono o entornos no adecuados para su crecimiento, y el fortalecimiento familiar. Aunque Aldeas Infantiles SOS, tenga una amplia labor y una amplia trayectoria dentro del territorio salvadoreño, carece de distinción a la hora de hablar de esta entidad.

En el análisis de contenido realizado en este proyecto, se destacó un punto importante respecto a las publicaciones en las diferentes redes sociales de Aldeas Infantiles SOS, pues se necesita un contenido dinámico para tener suficiente reconocimiento a nivel nacional con el público.

Otra de las principales necesidades que esta fundación posee, es la poca difusión de su nombre y sus acciones con el país, haciéndose confusiones y asociando al nombre de aldeas infantiles con una guardería para niños y niñas, o instituciones similares, no reconociendo las diferentes actividades y ayudas que la fundación ha brindado a miles de salvadoreños a lo largo de su amplia labor.

Este proyecto es beneficioso para la fundación Aldeas Infantiles SOS, El Salvador, renovando y redefiniendo su imagen, creando conciencia y una definición más clara en la población de quienes son y cómo beneficia a tantos salvadoreños, a la vez, dando relevancia a las funciones y acciones que como fundación realiza, llegando a la conclusión que Aldeas Infantiles SOS, El Salvador, necesita mejorar el uso y funciones dentro de las redes sociales, para lograr una mejor difusión de su nombre y despertar el interés de conocer las diferentes áreas que la fundación trabaja.

En relación a sus antecedentes, Aldeas Infantiles SOS es una organización internacional de desarrollo social, independiente, apolítica y sin fines de lucro cuyo enfoque principal es el acogimiento familiar desde 1949, año en el que fue fundada la primera aldea infantil por Hermann Gmeiner en Austria. La iniciativa surge a partir del final de la Segunda Guerra Mundial, donde muchos niños y niñas habían perdido sus hogares, su seguridad y a sus familias. Con el apoyo de colaboradores y donantes se

logró que a partir de 1955 el modelo de aldea infantil se expandiera por Europa. La necesidad de proteger a la infancia no solo existía en los países afectados por la guerra. El compromiso de Hermann Gmeiner traspasó fronteras más allá del continente europeo y durante esta década aparecen las primeras Aldeas en Latinoamérica, Asia y África. La primera sede de Aldeas Infantiles SOS llegó a El Salvador el 5 de abril de 1972 en la ciudad de Sonsonate, persiguiendo su objetivo principal de ser un apoyo para la niñez salvadoreña.

A partir de ahí se ha ido extendiendo por todo el territorio nacional y actualmente cuenta con 2 centros sociales, 5 aldeas infantiles y 41 hogares comunitarios repartidos en 13 departamentos y 41 municipios. Las dos sedes principales se encuentran en San Salvador. Esta ubicación es muy importante, ya que como organización internacional debe estar al alcance de contrapartes y colaboradores.

Al comienzo de la era digital, la institución, vio de suma importancia contar con presencia en canales digitales y en la web para que la población y otros organismos estén enterados de las labores que realizan. Las redes sociales son ahora una forma efectiva para el reconocimiento de una marca o un servicio. Para ello es importante llevar a cabo una campaña de marketing digital que se implemente a través de una combinación de estrategias y herramientas que van desde una pequeña investigación, definiendo los objetivos que se quieren lograr, identificando a la audiencia para elegir los canales y plataformas adecuadas para llegar al público objetivo, atrayéndolos por medio de la creación de contenidos relevantes y atractivos para la audiencia.

Debido a la evolución de estrategias en el marketing digital, se plantearon las bases del proyecto que tiene por finalidad impulsar el reconocimiento de los proyectos llevados a cabo por Aldeas Infantiles SOS, relacionados con la protección infantil en El Salvador. El trabajo de la organización es una muestra de la importancia de hacer cumplir los derechos de los niños, niñas y jóvenes en situaciones precarias y cumple con la visión de utilizar los conocimientos adquiridos en el área de diseño gráfico para el beneficio social. A través del arte gráfico digital es posible comunicar sobre la importancia de proteger a la niñez y de invitar a las personas interesadas a sumarse a la causa o a proveer donativos para que continúen su misión.

II. OBJETIVOS

2.1 GENERAL

- Promover los proyectos de protección infantil que llevan a cabo Aldeas Infantiles SOS en El Salvador, a través de la producción artes para las redes sociales, durante el año 2024

2.2 ESPECÍFICOS

- Implementar los conocimientos adquiridos sobre diseño gráfico para la creación de campañas de marketing digital que respalden proyectos de labor social en El Salvador.
- Analizar el contenido en redes sociales de la Institución para desarrollar estrategias de marketing digital convenientes para promover los proyectos de protección infantil.
- Diseñar el contenido con las estrategias establecidas para comunicar de manera efectiva cada proyecto que promueva el crecimiento de los niños y niñas en entornos familiares que garanticen un cuidado apropiado y seguro.
- Evaluar el impacto del contenido en las redes sociales durante la realización del proyecto, para verificar el incremento de personas interesadas, el número de donaciones y colaboración de externos.

III. CONTENIDO GENERAL

3.1 FUNDAMENTACIÓN

Aldeas Infantiles opera con un modelo de hogar temporal que involucra un educador y los infantes beneficiados. Para el funcionamiento de estos hogares, la organización implementa una estrategia de prevención por la separación familiar a nivel comunitario o según sean las dificultades que está atravesando la familia. En donde facilitan la reintegración familiar como uno de los intereses de Aldeas Infantiles en el que los menores puedan crecer con su familia biológica. La niñez y la adolescencia son etapas de desarrollo fundamentales para cualquier persona, por lo que es importante que el entorno en el que vive le proporcione seguridad y una sana convivencia.

En El Salvador la población total estimada es de 6, 642,767 personas, de los cuales 4, 096,070 residen en el área urbana (61.7%) y 2, 546,697 en el área rural (38.3%), un poco más de 2 millones (2, 005,387) son niñas, niños y adolescentes, es decir, tres de cada diez personas en El Salvador son menores de 18 años. El 50.7% (1, 016,422) son niños y adolescentes hombres y el 49.3% (988,965) son niñas y adolescentes mujeres. En el área Metropolitana de San Salvador (AMSS) se concentra el 27.1% del total de la población. Las mujeres representan el 52.9% y los hombres el 47.1%. La población es mayoritariamente joven (52.6% es menor a 30 años), (CONNA ,2019).

La primera infancia es una población prioritaria para el país y a la que debe garantizar las condiciones necesarias para su desarrollo integral. Los factores que pueden afectar este desarrollo son:

- **Bajos recursos:** la pobreza afecta diversas etapas en la vida de las personas, restringe el potencial de desarrollo de sus capacidades y, en consecuencia, limita su perspectiva en la calidad de vida. En el caso de la niñez y la adolescencia, ponen en riesgo el desarrollo de sus capacidades, sufren privación de los recursos materiales, espirituales y emocionales necesarios para desarrollarse y prosperar, lo que les impide disfrutar sus derechos,

alcanzar su pleno potencial o participar como miembros plenos y en condiciones de igualdad. (UNICEF, 2005).

- **Salud:** es vital para el desarrollo integral de las niñas y niños en esta etapa de vida. Cuando el niño o niña tiene problemas de salud adquiridos o congénitos que representan un problema para su desarrollo físico e intelectual se incumple un derecho fundamental. La LEPINA, la cataloga como un bien público y derecho fundamental que debe entenderse de manera integral como “La resultante de la interacción dinámica de distintos factores bio-psico-sociales, económicos, el medio ambiente, el agua en calidad y cantidad suficiente, el estilo de vida y el sistema de atención sanitaria” (Art. 21, LEPINA).
- **Educación:** el acceso a la educación es de suma importancia para la niñez en general, ya que constituye parte de la identidad de una persona en muchos aspectos. Debe orientarse al pleno ejercicio de la ciudadanía y de la identidad cultural propia, así como al respeto de los Derechos Humanos, la equidad de género, fomentando los valores, la paz, la democracia, la solidaridad, la corresponsabilidad familiar y la protección del medio ambiente. (CONNA, 2019). En el país la deserción escolar es un problema que va en aumento en varios niveles de educación.

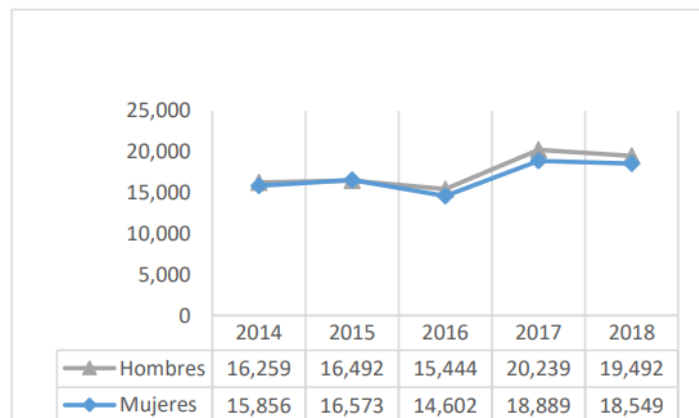


Figura 1: Gráfica de Cantidad de jóvenes no escolarizados del 2014 al 2018 (16 años) distribuida por género. Recuperado de: Tesis EN POLÍTICA Y EVALUACIÓN EDUCATIVA.

- **Violencia e inseguridad:** en un entorno seguro los niños y jóvenes pueden optar por más oportunidades para su desarrollo. En El Salvador la situación de inseguridad y los elevados índices de homicidio en el país se atribuyen en su mayoría por las autoridades de seguridad a las maras y pandillas. Asimismo,

existe una percepción social de una alta participación de adolescentes en actividades delictivas, especialmente vinculadas a la acción de estos grupos y, por tanto, los homicidios hacia este grupo de edad se relacionan con la pertenencia a maras y pandillas. La violencia delincuencia vinculada a estos grupos genera amenazas y vulneraciones a la vida, integridad personal y seguridad de las niñas, niños y adolescentes, deserción escolar, la captación para el cometimiento de delitos y en ocasiones el desplazamiento o migración irregular; principalmente, en aquellos que viven en zonas con alta presencia de estos grupos. (CONNA, 2019).

La violencia sexual y maltrato físico son otros factores que tomar en cuenta en el desarrollo psicológico de toda persona. Se puede dar por acción que derive en lesiones internas o externas de las víctimas o por negligencia (UNICEF, 2011).

Las cifras evidencian un incremento gradual en el número de casos denunciados en la Fiscalía General de la República (FGR) por violencia física contra NNA; de 2009 a 2018, los casos por delitos de lesiones, lesiones culposas y maltrato infantil, presentan un aumento del 59.8%, 73.1% y 106.2%, respectivamente.

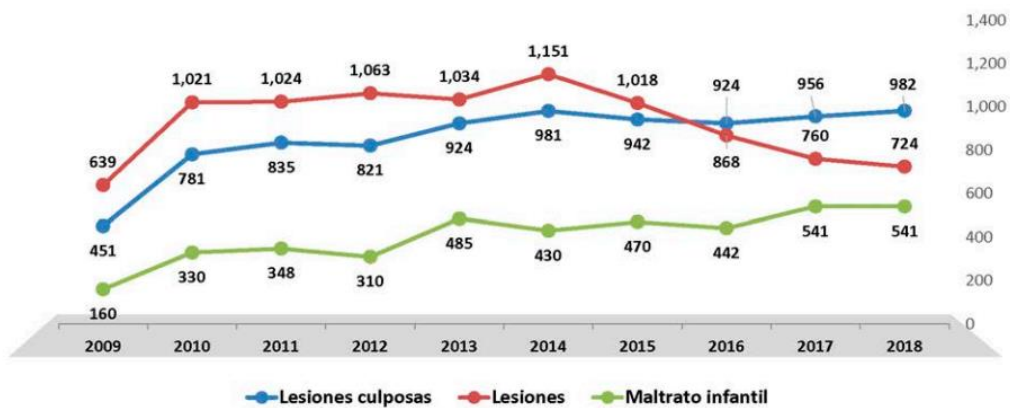


Figura 2: Gráfica de Violencia física contra niñas, niños y adolescentes, 2009 -2018. De: CONNA,2019.

Todos los puntos mencionados se toman en cuenta para los proyectos que lleva a cabo Aldeas Infantiles SOS en El Salvador, a partir de los datos de organizaciones gubernamentales, ministerios y leyes regionales. Las comunicaciones efectivas son

claves para dar a conocer labores y propuestas de estas entidades internacionales que promueven un desarrollo seguro para las futuras generaciones.

El marketing digital es de suma importancia para cualquier marca o empresa, ya que se compone de técnicas y estrategias que la posicionan en sitios web, buscadores y redes sociales. Con esto se busca conocer a la audiencia en profundidad, sus intereses y comportamiento en línea para que los contenidos sean dirigidos específicamente a eso. Entre sus características se encuentran el tener un público más limitado, pero que en verdad esté interesado en recibir los mensajes que se emitan. También en que cuenta con estrategias de difusión que aseguran que su impacto sea a largo plazo como los videos cortos, el uso de redes sociales los blogs y la creación de contenido. Todo este material y recursos tienen una presencia en línea ilimitada, que cualquier usuario podrá consultar en el momento en que se lance o años después. Todas estas estrategias son medibles para verificar su eficacia haciendo un seguimiento puntual de los índices de interacción y participación de los usuarios. Se puede hacer con las herramientas que poseen las redes sociales y sitios web para medir interacciones, vistas, descargas, etc.

Para las redes sociales se busca tener un perfil bien optimizado y, sobre todo, que llame la atención. En este punto, es importante hacer una buena labor de diseño gráfico y elaborar unas imágenes de calidad que puedan enganchar visualmente al usuario, de forma que se interese por el tema. Para el diseño de redes es importante poseer originalidad y respetar la identidad de la marca en cuestión, pues son los elementos que deben quedar en la memoria del usuario.

El proyecto de producción de artes tiene como finalidad identificar y establecer estrategias de marketing efectivas para la creación de contenido visual, diseñado específicamente para redes sociales, con el propósito de obtener apoyo para los proyectos que promueven el crecimiento de los niños y niñas en entornos familiares que garanticen un cuidado apropiado y seguro, implementados por Aldeas Infantiles SOS.

Con el diseño gráfico es posible presentar la información de manera creativa y que sea comprensible para los usuarios y al público que se desee atraer.

Por medio de las artes, se pretende captar la atención de la audiencia, provocar emociones sobre ellos, a la vez destacar los logros y desafíos que enfrenta la organización en su labor. Todo esto a través de las redes sociales que son fuente de información continua que puede fácilmente llegar a todas las personas. Para obtener visibilidad y comunicación efectiva, se plantea la creación de post, reels e historias que generen interacción con los seguidores y establecer una audiencia que se interese por las labores sociales.

3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL

A continuación, se detallan los puntos positivos y las limitantes que se dieron durante la ejecución del proyecto; además de las estrategias creativas que la gestión debió impulsar para solventar las dificultades y lograr alcanzar las metas planificadas.

- **Los puntos fuertes o destacados del proyecto desde su concepción hasta la ejecución:**

Se aprobó la propuesta de tema para el proyecto de gestión con pocos cambios. El proyecto fue basado en los objetivos y la misión de Aldeas Infantiles SOS, asegurando pertinencia en las actividades y el contenido creado.

Desde el inicio se ha contado con el respaldo y la aprobación de la organización, facilitando el acceso a documentos, fotografías, manuales, etc. Además, se ha proporcionado capacitación al equipo de trabajo, para asegurar que el contenido creado sea efectivo y cumpla con los estándares de calidad requeridos.

La producción de artes para redes sociales tiene el potencial para dar a conocer la información que la organización desea transmitir, de esta manera se alcanzaron audiencias amplias y a la vez, facilitaron el apoyo para los programas que se llevarán a cabo el resto del año 2024.

- **Las limitantes encontradas a nivel administrativo, de ejecución, de gestión con las instituciones, con los responsables, etc. que se encontraron el inicio y desarrollo del proyecto**

Se han enfrentado desafíos respecto a la coordinación con el responsable de comunicaciones y el responsable de salvaguarda de Aldeas Infantiles SOS.

A nivel de ejecución, en los últimos meses surgieron obstáculos con la disponibilidad de tiempo para llevar a cabo las actividades planificadas de manera eficiente, debido a los tiempos de respuesta y la necesidad de ajustar las expectativas y los procedimientos según el reglamento interno. También la modificación de los productos finales que se habían propuesto al inicio, en donde no se llevarán a cabo la sección de encuestas, el plan de transmisiones de directos en vivo y la producción de fotografías/videos.

- **Estrategias creativas aplicadas**

El proyecto se adaptó y modificó según las nuevas fuentes de información que proporcionó la organización, información en la página web de Aldeas Infantiles SOS y en los enfoques de los programas que están próximos a implementarse. Se abarcó más tipos de audiencia que siguen sus redes sociales (madres adolescentes, padrinos y aliados SOS, educadores y voluntarios). Por esta razón, se ajustaron las categorías de temas y redacción en las publicaciones para establecer conexiones emocionales profundas. Se integraron historias de éxito con el objetivo de reforzar la credibilidad de los proyectos de la organización, inspirando así a los donantes a contribuir.

Respecto a la dificultad de comunicación y los tiempos de respuesta con los encargados, se hizo uso de un grupo en WhatsApp y de documentos adaptados para ser revisados en el menor tiempo posible, con la información resumida y puntual.

Se implementó el uso de software actualizados para la creación de los artes, videos y afiches, enfocados en técnicas innovadoras de animación básica y efectos visuales, esto, para asegurar que cada publicación cumpla con buena calidad visual y narrativa.

Además, se hizo uso de IA para obtener hashtags que tienen mayor alcance y respuesta por parte de los usuarios.

A pesar de los desafíos respecto a la coordinación con el responsable de comunicaciones y el responsable de salvaguarda de Aldeas Infantiles SOS, a nivel de ejecución, surgieron obstáculos con la disponibilidad de tiempo para llevar a cabo las actividades planificadas de manera eficiente, debido a los tiempos de respuesta por parte de la organización y la necesidad de ajustar las expectativas junto con los procedimientos según el reglamento interno. Este inconveniente se resolvió adaptándose a trabajar bajo presión para evitar retrasos, las actividades se desarrollaron en tiempos de entrega cortos.

- **Modelo de gestión**

En este caso, se ha llevado a cabo un modelo de gestión directa, en donde se ha hecho el uso de equipo tecnológico propio de los gestores (computadoras, tablet, software, algunos libros, etc.). La organización solamente tiene participación sobre el contenido para publicaciones y las estrategias implementadas en la redacción de este. La creación de las artes para redes sociales depende completamente del equipo de trabajo o gestores.

IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

Fase de planificación

Definición de objetivos

Basados en la misión y visión de Aldeas Infantiles SOS. Se establecieron metas claras para aumentar la visibilidad de los proyectos de protección infantil y fomentar el apoyo a través de la producción de artes para redes sociales. También implementar conocimientos de diseño gráfico y desarrollar estrategias efectivas, diseñar contenido que comunique de manera efectiva el crecimiento y bienestar infantil, garantizando que todas las acciones estén orientadas a cumplir con los propósitos de la organización.

Análisis de la situación actual

Se realizó un análisis FODA, para conocer la presencia de Aldeas Infantiles SOS, en las plataformas de Facebook e Instagram, destacando las principales fortalezas y debilidades en cuanto a su contenido, ofreciendo diferentes propuestas para solventar estas debilidades.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Por ser una organización sin fines de lucro no tiene competencia como tal, solo contrapartes y socios que apoyan su causa.</p> <p>Objetivos para los post en las redes sociales: Evocar emociones como la compasión y la simpatía por la causa para recaudar fondos de manera efectiva, por medio de publicaciones interactivas y llamativas.</p> <p>Ventajas institucionales: - Reconocimiento internacional. -Apoyo por parte de otras organizaciones y socios. -Oficinas en puntos céntricos del país. -Alto compromiso en todos sus proyectos.</p> <p>Elementos internos que proporcionan ventajas: - Línea gráfica establecida. - Fotos y videos de calidad. - Redacciones creativas en los post. - Inclusión en las publicaciones y uso de recursos de tipo ilustrativo. - Post con contenido educativo e información detallada sobre eventos.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar el contenido audiovisual, especialmente en Instagram. 2. Emplear anuncios en redes sociales como Facebook e Instagram. 3. Utilizar las historias de Instagram para interactuar con seguidores y promover proyectos actuales. 4. Crear infografías para informar sobre problemáticas y datos actuales sobre la organización. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Información limitada en las redes sociales sobre la identidad de Aldeas Infantiles SOS El Salvador. 2. Poco dinamismo en el contenido publicado. 3. Exceso de carga visual en las publicaciones, lo que dificulta la lectura de la información y desvía la atención de los seguidores. 4. Mal manejo de las redes sociales a la hora de difundir su contenido. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comparación y confusión con guarderías. 2. Poco conocimiento entre la población salvadoreña acerca de las actividades que realiza la Fundación Aldeas Infantiles SOS El Salvador. 3. Menos ingresos por falta de conocimiento a nivel nacional.

Figura 3: Cuadro de análisis FODA. Elaboración propia

Identificación de la audiencia objetivo

Incluye un público variado, cada uno de estos grupos desempeñan un papel esencial de apoyo que permite a la organización llevar a cabo sus proyectos.

PÚBLICO GENERAL	DONANTES	VOLUNTARIOS	COLABORADORES
Familias: Que se encuentren en situación de vulnerabilidad que podrían beneficiarse de los programas de apoyo familiar de Aldeas Infantiles SOS.	Donantes antiguos, que aportaron anteriormente y motivar a donantes nuevos.	Personas que desean invertir su tiempo y habilidades para actividades como tutoría, recreación, apoyo educativo, etc.	Periodistas y medios de comunicación que puedan difundir o compartir historias, eventos y logros realizados por parte de Aldeas Infantiles SOS.
Comunidades: Personas que estén interesadas en participar en las diferentes actividades comunitarias que lleva a cabo la organización. También líderes comunitarios y organizaciones locales que podrían apoyar.	Empresas, fundaciones u otras organizaciones que quieran contribuir en la causa de la organización.	Voluntarios que podrían ayudar en eventos, recaudaciones de fondos y en campañas de concientización.	Agencias, organizaciones que estén a disposición para apoyar los proyectos a nivel nacional o de ser posible, a nivel internacional.
Educadores: Docentes, trabajadores sociales, etc. que estén interesados en el bienestar infantil, juvenil y familiar.			

Figura 4: Cuadro de identificación de la audiencia objetivo. Elaboración propia

También se crearon perfiles de audiencia basados en datos demográficos, intereses y comportamientos en redes sociales.

TIPO DE PERFIL	DEMOGRAFÍA	INTERESES	COMPORTAMIENTO EN REDES SOCIALES
Familia	<p>Rango de edad: Indiferente</p> <p>Estado civil: Casados o solteros, con hijos jóvenes menores de edad o infantes.</p> <p>Nivel educativo: Indiferente</p> <p>Residencia: áreas urbanas y suburbanas de El Salvador</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bienestar infantil y para jóvenes adolescentes. - Desarrollo familiar y apoyo comunitario. - Participación en actividades familiares y educativas. - Asesoría sobre crianza respetuosa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Interés en páginas y grupos relacionados con la crianza y el desarrollo infantil. - Participación activa en comunidades online sobre temas familiares. - Interacción en contenido de carácter educativo y relacionado al bienestar infantil.
Madres adolescentes	<p>Rango de edad: 11 - 17 años</p> <p>Estado civil: Solteras o casadas.</p> <p>Nivel educativo: Desde educación primaria - bachillerato</p> <p>Ubicación: Áreas urbanas y suburbanas de El Salvador</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Buscan apoyo emocional y educativo para enfrentarse a los desafíos de la maternidad a temprana edad. - Información sobre el desarrollo saludable de sus hijos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participan en grupos y comunidades online dedicados a madres solteras, cuidado infantil y desarrollo personal. - Siguen páginas que se encargan de difundir consejos, recursos y experiencias sobre la crianza y el cuidado de los hijos. - Buscan programas de apoyo, subsidios y oportunidades educativas para ellas y sus hijos.
Donantes	<p>Rango de edad: 20 - 60 años.</p> <p>Estado civil: Solteros o casados.</p> <p>Nivel educativo: Indiferente.</p> <p>Ubicación: Nacional e internacional (salvadoreños en el extranjero).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Interesados en que los derechos de los niños y protección infantil, se cumplan para el beneficio de estos. - Caridad y responsabilidad social. - Apoyo en los programas sociales y para el desarrollo comunitario. 	<ul style="list-style-type: none"> - Participación en campañas de recaudación de fondos online. - Seguimiento de organizaciones sin fines de lucro y de causas sociales.

Voluntarios	<p>Rango de edad: 18 - 50 años.</p> <p>Estado civil: Solteros o casados.</p> <p>Nivel educativo: Estudiantes universitarios o graduados.</p> <p>Ubicación: Áreas urbanas.</p>	<p>- Con deseos de realizar voluntariado al servicio comunitario.</p> <p>- Desarrollarse a nivel personal y mejorar sus habilidades interpersonales.</p> <p>- Interés en llevar a cabo un cambio positivo en la vida de los beneficiados.</p>	<p>- Son parte de grupos para voluntariado y tienen interés en eventos comunitarios, similares a los que realiza Aldeas Infantiles SOS.</p> <p>- Comparten en sus redes sociales oportunidades de voluntariado y experiencias en dichas actividades.</p> <p>- Siguen y apoyan iniciativas que sean para el beneficio de la sociedad salvadoreña.</p>
Colaboradores	<p>Rango de edad: 28 - 55 años.</p> <p>Estado civil: Solteros o casados.</p> <p>Nivel educativo: Universitario graduado.</p> <p>Ubicación: representantes de empresas locales o internacionales.</p>	<p>- Que quieran tener responsabilidad social.</p> <p>- Ofrecer ayuda de manera económica.</p> <p>- Buen manejo en la ética de la empresa.</p>	<p>- Participación en redes corporativas y grupos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).</p> <p>- Interés en noticias y temas sobre sostenibilidad.</p> <p>- Comparten historias y proyectos de colaboración con Organizaciones No Gubernamentales (ONGs).</p>

Figura 5: Cuadro de datos de perfiles de audiencia objetivo. Elaboración propia

Fase de investigación y recolección de información

Investigación de contenido

- El marketing digital

Se investigó y se analizó el concepto de marketing digital, que consistió en el uso de canales y tecnologías digitales para promocionar y vender productos y servicios a través de diversas plataformas en línea, como redes sociales, correos electrónicos y motores de búsqueda. Se enfatizó en que el marketing digital se convirtió en una

disciplina dinámica, la cual continúa adaptándose a nuevas tendencias y herramientas.

- El diseño gráfico para la creación de campañas de marketing digital que respalden proyectos de labor social

En este apartado se abordó la importancia del diseño gráfico en la creación de campañas de marketing digital y se destacó la finalidad del marketing digital. También se buscó generar conciencia y apoyo hacia la misión de la organización, utilizando palabras e imágenes que provoquen emociones como la compasión, empatía y solidaridad, ya que estos sentimientos son clave para captar el interés del público.

Además, se identificaron las interacciones esperadas en diferentes plataformas sociales, como Facebook e Instagram, que son fundamentales para la relevancia de la marca. Se mencionaron acciones específicas, como reacciones, comentarios, seguimientos y compartidos, que reflejan el interés del usuario en el contenido. También se enfatizó la necesidad de publicar de manera constante y en días estratégicos para mejorar la visibilidad y el compromiso del público, así como de aportar valor a las publicaciones.

- Proyectos actuales de protección de la infancia desarrollados por Aldeas Infantiles SOS.

Se realizó una descripción de los proyectos actuales, comenzando con un breve contexto histórico de la organización. Se mencionó que, en sus inicios Aldeas Infantiles SOS se centró exclusivamente en el cuidado y protección de los derechos de los niños y niñas. Sin embargo, a medida que las necesidades de la sociedad evolucionaron, la organización amplió su enfoque para incluir el bienestar de las familias y los adolescentes a su cargo. Luego, se detallaron los programas específicos que actualmente implementa la organización. Se explicaron cinco proyectos clave:

- Cuidado alternativo, que ofrece un entorno familiar seguro para aquellos niños y adolescentes que no pueden vivir con sus familias biológicas.
- Apoyo a familias vulnerables, que trabaja para prevenir la separación de padres en proceso de divorcio mediante apoyo integral.
- Educación y capacitación, que se enfoca en fortalecer la resiliencia de los

jóvenes y asegurar su integración social y laboral, enfatizando la importancia del acompañamiento.

- Atención para adolescentes en condición de madres, que proporciona atención integral a adolescentes gestantes y sus hijos, promoviendo habilidades para la vida y la integración social.
- Sensibilización, que busca promover los derechos de los niños y generar cambios en políticas públicas en su favor.
- Historias de impacto, estadísticas relevantes y testimonios de beneficiarios.

Se recopiló información sobre el impacto que Aldeas Infantiles SOS, ha tenido en la vida de sus beneficiarios, presentando historias personales y estadísticas relevantes. Se narraron experiencias significativas de personas como Esperanza, Julissa, Jesús y Francisca, quienes relataron cómo la organización les proporcionó apoyo emocional, educativo y vocacional, mejorando sus vidas y la de sus familias.

Cada historia da a conocer diferentes aspectos del apoyo recibido, desde la creación de un entorno seguro y estable para los niños, hasta el acceso a oportunidades educativas y vocacionales, las cuales les permitieron desarrollar habilidades y mejorar su autoestima. Además, se incluyeron estadísticas que reflejan el alcance de la organización, específicamente en el año 2023, Aldeas Infantiles SOS logró beneficiar a más de 9,100 personas en 33 municipios de El Salvador.

Tendencias en redes sociales

- Analizar tendencias actuales en el diseño de artes y contenido en redes sociales.

En este apartado se realizó un análisis, en dónde se aborda la importancia de mantenerse actualizado para mejorar la interacción con los seguidores y crear contenido en base a sus intereses, dado que las preferencias de los usuarios están en constante evolución.

Se examinó cómo el minimalismo ha ganado popularidad en plataformas como Instagram y Facebook, observando el uso de espacios en blanco y tipografías simples que permiten que el mensaje principal resalte sin distracciones. También se exploró

el contenido interactivo, que se ha vuelto esencial en plataformas como Instagram y TikTok, facilitando la participación activa de los seguidores a través de encuestas y dinámicas en las historias. Esto no solo aumenta la interacción, sino que también beneficia la visibilidad de las cuentas en estas plataformas.

Además, se analizó el auge de los vídeos cortos, que se han convertido en una opción eficaz para captar la atención de los usuarios y transmitir mensajes de manera concisa. El diseño dinámico, que incluye animaciones y efectos visuales, se consideró como una estrategia atractiva para contar historias y mantener el interés del usuario.

Se tomó en cuenta la importancia del contenido original, que refleja la vida cotidiana y humaniza a las marcas, creando una conexión más cercana con la audiencia. La responsabilidad social también se volvió una tendencia relevante.

- Formatos y estilos que generan mayor engagement.

En el apartado se abordaron varios formatos y estilos que generan mayor engagement en redes sociales. Entre ellos se mencionaron las imágenes, videos cortos, infografías, reels, formatos de historia y contenido generado por usuarios. Se describieron sus características y su efectividad para captar la atención del público y así fomentar la interacción en las diferentes plataformas.

Desarrollo de contenido

Creación del plan de contenidos, diseño y producción

Se crearon 78 publicaciones compuestas por ilustraciones, imágenes, infografías, animaciones, para las plataformas de Facebook e Instagram, cubriendo los meses de septiembre, octubre y noviembre. Las cuales están planificadas para publicarse con una frecuencia de tres veces a la semana.

Se diseñaron infografías y publicaciones informativas sobre los derechos de los niños, las cuales ayudarán a educar a los seguidores de las redes sociales (Facebook e Instagram) sobre la importancia de respetar los derechos de la infancia y serán de

utilidad para establecer una relación de confianza, lo cual motivará a las personas a contribuir con donaciones.

El contenido está redactado basándose en las siguientes categorías:

- **Concientizar:** es un factor clave, debido a que las redes sociales brindan mayor difusión de información, se puede alcanzar más visibilidad y sensibilización sobre temas como los derechos y la protección infantil (Kaplan & Haenlein, 2010). Además, el contenido que involucra emociones tiene la capacidad de aumentar la empatía y la comprensión del público meta, lo que es crucial para obtener apoyo y recursos (Smith, 2020).

Influye en la educación y prevención, al brindar información a la audiencia sobre los desafíos que enfrentan los niños y las niñas vulnerables y cómo pueden contribuir en su bienestar (Andreasen, 1995). Al publicar contenido basado en los valores de la organización, se fortalece la imagen y credibilidad, lo que puede atraer apoyo y confianza en su labor.

- **Motivar a la acción (donar, apadrinar, etc.):** fortalece el compromiso de las personas asociadas con la organización. Al motivar de esta manera se crean relaciones a largo plazo con los donantes, fortaleciendo el apoyo e incentivando a otras personas interesadas a unirse a la causa y así, creando un efecto que pueda ser multiplicado sobre la comunidad.

- **Sección de noticias e información sobre eventos y de la organización:** las redes sociales permiten una comunicación más rápida y directa con el público, la información llega de manera oportuna a los seguidores y a la comunidad en general (Kaplan & Haenlein, 2010).

Compartir este tipo de información ayuda a mantener a la comunidad comprometida e informada sobre las actividades y logros de la organización, lo cual significa mayor participación en futuros proyectos. Así mismo también Aldeas Infantiles SOS demuestra transparencia y rinde cuentas, los cuales son aspectos muy necesarios para generar confianza entre sus seguidores y donantes.

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

- Agradecimientos (dirigido a los donantes y empresas afiliadas): el hecho de reconocer y agradecer fortalece la relación entre la organización y sus donantes, esto tiene la capacidad para construir un sentido de pertenencia y compromiso a largo plazo.

Este tipo de contenido fortalece la confianza y la lealtad hacia la organización. Además, expresar gratitud públicamente puede inspirar a otros a unirse a la causa, demostrando que la organización valora la contribución de sus donantes, padrinos y afiliados (Sargeant & Woodliffe, 2007).



Figura 6: Post informativo sobre el fundador de la organización. Elaboración propia



Figura 7: Post sobre la familia biológica y la labor que lleva a cabo la organización.

Elaboración propia

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024



Figura 8: Diseño de post informativo sobre la crianza positiva. Elaboración propia



Figura 9: Diseño de historia y post para Instagram y Facebook. Elaboración propia



Figura 10: Post de información sobre el cuidado afectivo. Elaboración propia



Figura 11: Post de agradecimiento por el apoyo a la institución. Elaboración propia

4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS

La producción de artes se logró completar, respecto a los objetivos de producción y planificación que fueron establecidos. Sin embargo, debido a la reprogramación por parte de la organización, se iniciarán a publicar hasta el mes de septiembre, por lo tanto, no fue posible evaluar los resultados y el impacto directos en la interacción redes sociales, como se había planteado.

En cuanto a los conocimientos adquiridos sobre diseño gráfico, se lograron implementar de manera efectiva, aplicándolos en la creación de campañas de marketing digital. Gracias al análisis del contenido que ya estaba publicado, se identificaron las fortalezas y debilidades de las campañas anteriores, lo que permitió desarrollar estrategias según las necesidades de la organización.

El contenido fue evaluado y validado por la persona encargada de las comunicaciones en la institución, recalcando el estilo gráfico utilizado para las publicaciones y considera satisfactoria la efectividad de los post para comunicar los mensajes de la organización, mostrando un enfoque de igualdad en los derechos. Esto demuestra que el trabajo siguió las estrategias establecidas, y ha cumplido con los estándares de la institución ya que se está promoviendo la protección hacia la niñez, con mensajes que llevan a la reflexión como la crianza positiva.

Cada pieza gráfica fue diseñada para dar a conocer los beneficios de entornos familiares seguros para niños y niñas, utilizando imágenes, ilustraciones y textos que generan empatía y conciencia. Se agregaron testimonios reales y casos de éxito para conectar de manera emocional, lo que se espera es atraer personas comprometidas y mayor número de donaciones cuando las publicaciones sean publicadas en septiembre.

Los resultados obtenidos hasta ahora tienen un enfoque en la calidad del diseño y la efectividad de la comunicación. Los artes que se han producido están preparados para cumplir con el objetivo general que se planteó desde un principio y las estrategias que se han llevado a cabo, son una buena base para el éxito de la campaña en los siguientes meses. Se desarrollaron artes atractivas y coherentes con la identidad de la organización, respetando sus requisitos y cumpliendo estándares estéticos, se agregaron elementos de comunicación con intención persuasiva (llamados a la acción, uso de colores y tipografías, etc.).

V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.

5.1 Conclusiones

La investigación y ejecución del proyecto han sido necesarias para promover la labor social en el país. Como estudiantes, es fundamental contribuir con los conocimientos adquiridos durante la carrera en proyectos que brinden apoyo a la población en situación de vulnerabilidad.

A través del diseño gráfico y las campañas de marketing digital, se aumenta la visibilidad de las actividades de Aldeas Infantiles SOS, fortaleciendo la conexión emocional con la audiencia.

El uso de redes sociales permite abarcar a más audiencia y se pueden conseguir número de donaciones y colaboración de personas y organizaciones comprometidas. Al sensibilizar sobre los efectos positivos de los programas de Aldeas Infantiles SOS en El Salvador, se motiva a los usuarios a ser solidarios y a comprender las dificultades que enfrenta la niñez, el sector más vulnerable de la sociedad, así como la importancia de garantizar que se cumplan sus derechos.

El plan de marketing digital ejecutado abarca los elementos clave que se comunicarán para aumentar las interacciones de los usuarios con las publicaciones y fomentar su participación en las dinámicas propuestas.

Como equipo, se trabaja en conjunto con el área de comunicaciones para conocer el trasfondo, valores, misión y visión de Aldeas Infantiles SOS El Salvador, adaptando estos ideales al contenido necesario para el desarrollo del proyecto. Esto permite acceder a las herramientas y materiales de investigación requeridos.

Este proyecto ha sido un valioso aprendizaje en gestión y ha ampliado los conocimientos en áreas como marketing, diseño y comunicación, facilitando el avance y el logro de las metas establecidas como grupo.

VI. RECOMENDACIONES.

Como aldeas infantiles SOS El Salvador, es recomendable fortalecer la capacitación implementando talleres de formación continua en gestión de redes sociales y marketing digital para el personal de la organización, fomentando la colaboración a través de alianzas con otras organizaciones y universidades, para enriquecer los proyectos y ampliar el alcance. Evaluando el impacto de los proyectos para medir su efectividad y realizar los ajustes necesarios.

Para la comunidad activa en redes sociales, es recomendable seguir e informarse de las labores que este tipo de organizaciones realiza, para tener conocimiento y ayudar a personas que estén en situaciones y tengan la necesidad de una intervención. Además, para los estudiantes se recomienda tener una participación activa e involucrarse en proyectos extracurriculares que fortalezcan habilidades prácticas y de trabajo en equipo.

Como estudiantes egresados es una buena oportunidad ofrecer programas de mentoría para estudiantes actuales, compartiendo experiencias y conocimientos adquiridos. Así como también participar en cursos y seminarios para mantenerse al día y actualizados con las tendencias del sector artístico y cultural.

Para la escuela de artes e instituciones universitarias, es necesario involucrarse en iniciativas que beneficien a la comunidad, utilizando sus habilidades y herramientas para contribuir en el desarrollo de proyectos junto a organizaciones que se dediquen a un bien común y velen por la seguridad y el cumplimiento de los derechos de todo ser humano.

BIBLIOGRAFÍA

- Andreasen, A. R. (1995). Marketing social: Cambiando el comportamiento social. Jossey-Bass.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Smith, A. N. (2020). The role of emotional content in social media marketing: A review. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 28(4), 477-489.
- Sargeant, A., & Woodliffe, L. (2007). Building donor loyalty: The antecedents and role of commitment in the context of charity giving. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 18(2), 47-68.
- Freidenberg, L. (2019). *Marketing Digital Para todos*. (2da ed.). Montevideo, Uruguay.
- Aldeas Infantiles SOS El Salvador. (2024, 13 de marzo). "Nuestro Trabajo". Disponible en: <https://www.aldeassos.org.sv>
- Aldeas Infantiles SOS El Salvador. (2020). "Memoria de labores: historias de éxito". Disponible en: <https://www.aldeassos.org.sv>
- Aldeas Infantiles SOS El Salvador. (2024, 13 de marzo). "Asamblea general de miembros - portal de transparencia". Disponible en: <https://www.aldeassos.org.sv>
- Rian D. (2016). *Understanding Digital Marketing* (4th ed.) Kogan Page. <https://books.google.com.sv/books?>
- Ellis-Chadwick. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. books.google. <https://books.google.com.sv>
- Deiss, R., & Henneberry, R. (2020). *Digital Marketing for Dummies* (2nd ed.). Wiley <https://books.google.com.sv/>
- Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2011). Informe anual UNICEF 2011. <https://www.unicef.org>
- Hernandez Medrano, W.A, Montano de Cortés, C.Y (2020). Análisis de la deserción escolar desde un enfoque cualitativo: qué ocurre en el tránsito del noveno grado a bachillerato en el sistema educativo público; así como, sus factores vinculantes. [Tesis Postgrado, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas] <https://www.uca.edu.sv>
- Comisión Coordinadora del Sector de Justicia. (Actualizado). Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia (LEPINA). <https://escuela.fgr.gob.sv>

ANEXOS

- **Anexo 1.** Términos de Referencia (TDR)

TÉRMINOS DE REFERENCIA (TDR)

“PRODUCCIÓN DE ARTES PARA REDES SOCIALES ENFOCADO EN PROMOVER EL APOYO A LOS PROYECTOS DE PROTECCIÓN DE LA INFANCIA QUE DESARROLLA LA INSTITUCIÓN ALDEAS INFANTILES SOS, DURANTE EL AÑO 2024”

1. Presentación

NOMBRE LA(S) INSTITUCIÓN (ES): Aldeas Infantiles SOS El Salvador

DESCRIPCIÓN DE LA(S) INSTITUCIÓN (ES): Aldeas Infantiles SOS es una organización internacional, sin fines de lucro de desarrollo social cuyo enfoque principal es el acogimiento familiar.

Las labores sociales de la institución son de suma importancia en nuestro país, porque beneficia a niños, niñas y adolescentes que viven en una situación familiar desfavorable para su desarrollo, por esto realiza acciones de prevención, acompañamiento, asistencia a niños y jóvenes. Actualmente cuenta con 2 centros sociales, 5 aldeas infantiles y 41 hogares comunitarios repartidos en 13 departamentos y 41 municipios. Las dos sedes principales se encuentran en San Salvador.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General:

Promover los proyectos de protección infantil que llevan a cabo Aldeas Infantiles SOS en El Salvador, a través de la producción artes para las redes sociales, durante el año 2024.

2.2 Objetivos Específicos:

- Implementar los conocimientos adquiridos sobre diseño gráfico para la creación de campañas de marketing digital que respalden proyectos de labor social en El Salvador.
- Analizar el contenido en redes sociales de la Institución para desarrollar estrategias de marketing digital convenientes para promover los proyectos de protección infantil.
- Diseñar el contenido con las estrategias establecidas para comunicar de manera

efectiva cada proyecto que promueva el crecimiento de los niños y niñas en entornos familiares que garanticen un cuidado apropiado y seguro.

- Evaluar el impacto del contenido en las redes sociales durante la realización del proyecto, para verificar el incremento de personas interesadas, el número de donaciones y colaboración de externos.

3. Producto(s) Esperado(s)

a. Producto(s)

- Contenido relevante y atractivo para redes sociales (publicaciones, afiches publicitarios, reels e historias)
- Sección de noticias y encuestas.
- Ilustraciones digitales / animaciones sencillas y cortas.
- Plan de organización de transmisiones en vivo sobre temas relevantes.
- Fotografías y videos.

b. Documento de informe final

- **Oferta técnica.**

Fecha de presentación: 19/05/2024

Nombre de la Asistencia Técnica o Capacitación (Proyecto):

“PRODUCCIÓN DE ARTES PARA REDES SOCIALES ENFOCADO EN PROMOVER EL APOYO A LOS PROYECTOS DE PROTECCIÓN DE LA INFANCIA QUE DESARROLLA LA INSTITUCIÓN ALDEAS INFANTILES SOS, DURANTE EL AÑO 2024”

I. IDENTIFICACIÓN

Iliana Marcela Menjívar Palencia - MP18022

Andrea Mirella Aguilar Romero - AR18046

Fátima Guadalupe Abrego Galdámez - AG18029

II. OFERTA TÉCNICA

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

Nombre: Aldeas Infantiles SOS

Descripción: es una organización internacional sin fines de lucro, dedicada al desarrollo social, con un enfoque principal en el acogimiento familiar.

Las actividades sociales de esta institución son de vital importancia en nuestro país, ya que benefician a niños, niñas y adolescentes que se encuentran en situaciones familiares desfavorables para su desarrollo. Por ello, lleva a cabo acciones de prevención, acompañamiento y asistencia para niños y jóvenes.

En la actualidad, la organización cuenta con 2 centros sociales, 5 aldeas infantiles y 41 hogares comunitarios distribuidos en 13 departamentos y 41 municipios. Sus dos sedes administrativas están ubicadas en San Salvador.

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo general

Promover los proyectos de protección infantil que llevan a cabo Aldeas Infantiles SOS en El Salvador, a través de la producción artes para las redes sociales, durante el año 2024.

2.2 Objetivos específicos

- Implementar los conocimientos adquiridos sobre diseño gráfico para la creación de campañas de marketing digital que respalden proyectos de labor social en El Salvador.
- Analizar el contenido en redes sociales de la Institución para desarrollar estrategias de marketing digital convenientes para promover los proyectos de protección infantil.
- Diseñar el contenido con las estrategias establecidas para comunicar de manera efectiva cada proyecto que promueva el crecimiento de los niños y niñas en entornos familiares que garanticen un cuidado apropiado y seguro.
- Evaluar el impacto del contenido en las redes sociales durante la realización del proyecto, para verificar el incremento de personas interesadas, el número de donaciones y colaboración de externos.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

I. Fase de Planificación

I.1 Definición de objetivos

- a. Establecer objetivos basados en la misión y visión de Aldeas Infantiles SOS.
- b. Incluir como objetivo aumentar la visibilidad de los proyectos y fomentar el apoyo en los proyectos que benefician a las iniciativas de protección de la infancia.

I.2 Análisis de la situación actual

- a. Revisar las campañas anteriores de Aldeas Infantiles SOS en redes sociales.
- b. Realizar un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) para identificar áreas de mejora y oportunidades.

I.3 Identificación de la audiencia objetivo

- a. Definir y segmentar la audiencia objetivo (público general, donantes actuales y potenciales, voluntarios, etc.).
- b. Crear perfiles de audiencia basados en datos demográficos, intereses y comportamientos en redes sociales.

II. Fase de investigación y recolección de información

II.1 Investigación de contenido

- a. Investigar sobre los proyectos actuales de protección de la infancia desarrollados por Aldeas Infantiles SOS.
- b. Recopilar historias de impacto, estadísticas relevantes y testimonios de beneficiarios.

II.2 Tendencias en redes sociales

- a. Analizar tendencias actuales en el diseño de artes y contenido en redes sociales.
- b. Identificar formatos y estilos que generan mayor engagement (imágenes, gráficos, videos, infografías, reels, etc.).

III. Desarrollo de contenido

III.1 Creación del plan de contenidos

- a. Desarrollar un calendario editorial para el año 2024, incluyendo fechas clave y eventos importantes.
- b. Planificar la frecuencia y tipo de publicaciones en cada plataforma (Facebook e Instagram).

III.2 Diseño y producción de contenidos

- a. Crear ilustraciones y animaciones básicas que complementen el contenido visual.
- b. Producción de fotografías y vídeos que documenten el trabajo realizado por la organización.
- c. Diseñar publicaciones atractivas y coherentes con la identidad visual de Aldeas Infantiles SOS.
- d. Crear reels e historias dinámicas que capturen el interés del público.
- e. Elaborar afiches publicitarios resumiendo visualmente la información clave y motivando a la acción.
- f. Desarrollar una sección de noticias y encuestas para brindar información precisa y a la vez, para fomentar la participación (el tipo de formato dependerá de Aldeas Infantiles SOS).

III.3 Revisión y aprobación

- a. Realizar revisiones internas para asegurar la calidad y efectividad del contenido.
- b. Obtener las aprobaciones necesarias de los responsables de comunicación y marketing de Aldeas Infantiles SOS.

IV. Fase de publicación y promoción

IV.1 Programación de publicaciones

- a. Utilizar herramientas de gestión de redes sociales (Meta Platforms) para programar publicaciones según el calendario de Aldeas Infantiles SOS).

IV.2 Promoción y publicidad

- a. Implementar campañas de publicidad pagada en redes sociales para aumentar el alcance y visibilidad.
- b. Planificar y organizar un número limitado de transmisiones en vivo sobre temas relevantes relacionados con la protección de la infancia.

V. Fase de monitoreo y evaluación

V.1 Monitoreo de desempeño

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

a. Utilizar herramientas analíticas (Google Analytics y Meta Platforms) para medir el desempeño de las publicaciones.

b. Monitorear métricas de alcance, interacción y número de seguidores.

V.2 Evaluación y Retroalimentación

a. Analizar los resultados y comparar con los objetivos establecidos.

b. Recopilar retroalimentación de la audiencia y ajustar la estrategia según sea necesario.

V.3 Reporte de resultados

a. Elaborar un informe sobre el desempeño de las campañas.

b. Presentar los resultados a los responsables de comunicación y marketing de Aldeas Infantiles SOS.

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

- Publicaciones: con mensajes claros y llamativos que incluyan imágenes, gráficos o videos, buscando mayor participación en redes sociales.
- Afiches publicitarios: diseñados para resumir visualmente la información más importante sobre los proyectos y a la misma vez que motiven a la acción.
- Reels e historias: siendo muy dinámicos, evitando que sean estáticos. En su contenido habrá datos que generen compromiso por parte de los seguidores.
- Sección de noticias y encuestas: con información precisa sobre los avances, logros obtenidos en los proyectos, así como también encuestas para recibir retroalimentación de la audiencia, fomentando su participación (beneficio directo del algoritmo de cada plataforma: facebook e instagram).
- Ilustraciones digitales / animaciones básicas: a partir de ilustraciones digitales, con animaciones breves que complementen la información dentro del post, haciéndolo lucir más atractivo visualmente.
- Planificación de transmisiones en vivo: a base de un plan detallado para organizar transmisiones en vivo sobre temas relacionados con la protección de la infancia. Esto puede incluir la selección de temas, la programación de invitados y la promoción de los eventos que sean necesarios (este apartado está sujeto a cambios).

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

- Producción de fotografías / vídeos: será parte del registro del trabajo que se realiza dentro de la organización (el contenido puede variar, según las leyes internas de la organización).

NOTA: cada producto está respaldado por una revisión y optimización de los artes, antes de que sean publicadas, es necesario para garantizar su calidad y efectividad. Dentro de esto se encuentra la corrección de errores, mejora de los textos que se colocarán en los post, afiches, etc.)

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

El proyecto de investigación se llevará a cabo en un total de 366 horas efectivas, de las cuales el 58% serán horas realizadas de manera virtual, mientras el 42% de las horas restantes serán realizadas dentro de la fundación, el 100% de las horas serán realizadas en el lapso de 10 semanas.

6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SEMANAS										HORAS TOTALES
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
<ul style="list-style-type: none"> - Revisar las campañas anteriores de Aldeas Infantiles SOS en redes sociales. - Realizar un análisis FODA - Definir y segmentar la audiencia objetivo (público general, donantes actuales y potenciales, voluntarios, etc.) - Crear perfiles de audiencia basados en datos demográficos, intereses y comportamientos en redes sociales. - Investigar sobre los proyectos actuales de protección de la infancia desarrollados por Aldeas Infantiles SOS. - Recopilar historias de impacto, estadísticas relevantes y testimonios de beneficiarios. 											22
<ul style="list-style-type: none"> - Analizar tendencias actuales en el diseño de artes y contenido en redes sociales. - Identificar formatos y estilos que generan mayor engagement (imágenes, gráficos, videos, infografías, reels, etc.). - Desarrollar un calendario editorial para el año 2024, incluyendo fechas clave y eventos importantes. - Planificar la frecuencia y tipo de publicaciones en cada plataforma (Facebook e Instagram). 	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	40

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

<ul style="list-style-type: none"> - Crear ilustraciones y animaciones básicas que complementen el contenido visual. - Producción de fotografías y vídeos que documenten el trabajo realizado por la organización. - Diseñar publicaciones atractivas y coherentes con la identidad visual de Aldeas Infantiles SOS. 												
<ul style="list-style-type: none"> - Crear reels e historias dinámicas que capturen el interés del público. - Elaborar afiches publicitarios resumiendo visualmente la información clave y motivando a la acción. - Desarrollar una sección de noticias y encuestas para brindar información precisa y a la vez, para fomentar la participación (el tipo de formato dependerá de Aldeas Infantiles SOS). - Producción de fotografías y vídeos que documenten el trabajo realizado por la organización. 					20	20	20				60	
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar revisiones internas para asegurar la calidad y efectividad del contenido. - Obtener las aprobaciones necesarias de los responsables de comunicación y marketing de Aldeas Infantiles SOS. - Utilizar herramientas de gestión de redes sociales (Meta Platforms) para 	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
											28	28

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

<p>programar publicaciones según el calendario de Aldeas Infantiles SOS).</p> <p>- Implementar campañas de publicidad pagada en redes sociales para aumentar el alcance y visibilidad.</p> <p>- Planificar y organizar un número limitado de transmisiones en vivo sobre temas relevantes relacionados con la protección de la infancia.</p>											
<p>- Utilizar herramientas analíticas (Google Analytics y Meta Platforms) para medir el desempeño de las publicaciones.</p> <p>- Monitorear métricas de alcance, interacción y número de seguidores.</p> <p>- Analizar los resultados y comparar con los objetivos establecidos.</p> <p>- Recopilar retroalimentación de la audiencia y ajustar la estrategia según sea necesario.</p>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
									6	6	12
<p>- Elaborar un informe sobre el desempeño de las campañas.</p> <p>- Presentar los resultados a los responsables de comunicación y marketing de Aldeas Infantiles SOS.</p>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
										6	6
TOTAL											168

Figura 12: Cuadro de actividades comprometidas. Elaboración propia

III. OFERTA ECONÓMICA

1. COSTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA O CAPACITACIÓN

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

Detalle	Dólares	%
<ul style="list-style-type: none"> - Revisar las campañas anteriores de Aldeas Infantiles SOS en redes sociales. - Realizar un análisis FODA - Definir y segmentar la audiencia objetivo (público general, donantes actuales y potenciales, voluntarios, etc.) - Crear perfiles de audiencia basados en datos demográficos, intereses y comportamientos en redes sociales. - Investigar sobre los proyectos actuales de protección de la infancia desarrollados por Aldeas Infantiles SOS. - Recopilar historias de impacto, estadísticas relevantes y testimonios de beneficiarios. 	\$264	15%
<ul style="list-style-type: none"> - Analizar tendencias actuales en el diseño de artes y contenido en redes sociales. - Identificar formatos y estilos que generan mayor engagement (imágenes, gráficos, videos, infografías, reels, etc.). - Desarrollar un calendario editorial para el año 2024, incluyendo fechas clave y eventos importantes. - Planificar la frecuencia y tipo de publicaciones en cada plataforma (Facebook e Instagram). 	\$480	20%
<ul style="list-style-type: none"> - Crear ilustraciones y animaciones básicas que complementen el contenido visual. - Producción de fotografías y videos que documenten el trabajo realizado por la organización. - Diseñar publicaciones atractivas y coherentes con la identidad visual de Aldeas Infantiles SOS. - Crear reels e historias dinámicas que capturen el interés del público. 	\$720	30%

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar afiches publicitarios resumiendo visualmente la información clave y motivando a la acción. 		
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar una sección de noticias y encuestas para brindar información precisa y a la vez, para fomentar la participación (el tipo de formato dependerá de Aldeas Infantiles SOS). - Realizar revisiones internas para asegurar la calidad y efectividad del contenido. - Utilizar herramientas de gestión de redes sociales (Meta Platforms) para programar publicaciones según el calendario de Aldeas Infantiles SOS). - Implementar campañas de publicidad pagada en redes sociales para aumentar el alcance y visibilidad. - Planificar y organizar un número limitado de transmisiones en vivo sobre temas relevantes relacionados con la protección de la infancia. 	<p>\$336</p>	<p>15%</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar herramientas analíticas (Google Analytics y Meta Platforms) para medir el desempeño de las publicaciones. - Monitorear métricas de alcance, interacción y número de seguidores. - Analizar los resultados y comparar con los objetivos establecidos. - Recopilar retroalimentación de la audiencia y ajustar la estrategia según sea necesario. 	<p>\$144</p>	<p>10%</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un informe sobre el desempeño de las campañas. - Presentar los resultados a los responsables de comunicación y marketing de Aldeas Infantiles SOS. 	<p>\$72</p>	<p>10%</p>

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

Total	\$2,016	100%
--------------	----------------	-------------

Figura 13: Cuadro de costos de la asistencia técnica o capacitación. Elaboración propia

2. DURACIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia tendrá una duración de 168 horas efectivas en un plazo no mayor a 9 semanas contabilizadas a partir de la firma del contrato.

3. PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACTIVIDADES

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	No. DE HORAS CONSULTOR			COSTO
	Empresa	Oficina	Total	
<ul style="list-style-type: none"> - Revisar las campañas anteriores de Aldeas Infantiles SOS en redes sociales. - Realizar un análisis FODA - Definir y segmentar la audiencia objetivo (público general, donantes actuales y potenciales, voluntarios, etc.) - Crear perfiles de audiencia basados en datos demográficos, intereses y comportamientos en redes sociales. - Investigar sobre los proyectos actuales de protección de la infancia desarrollados por Aldeas Infantiles SOS. - Recopilar historias de impacto, estadísticas relevantes y testimonios de beneficiarios. 	4	18	22	\$264
<ul style="list-style-type: none"> - Analizar tendencias actuales en el diseño de artes y contenido en redes sociales. - Identificar formatos y estilos que generan mayor engagement (imágenes, gráficos, videos, infografías, reels, etc.). - Desarrollar un calendario editorial para el año 2024, incluyendo fechas clave y eventos importantes. - Planificar la frecuencia y tipo de publicaciones en cada plataforma (Facebook e Instagram). 	8	32	40	\$480
<ul style="list-style-type: none"> - Crear ilustraciones y animaciones básicas que complementen el contenido visual. - Producción de fotografías y videos que documenten el trabajo realizado por la organización. - Diseñar publicaciones atractivas y coherentes con la identidad visual de Aldeas Infantiles SOS. 	32	28	60	\$720

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

<ul style="list-style-type: none"> - Crear reels e historias dinámicas que capturen el interés del público. - Elaborar afiches publicitarios resumiendo visualmente la información clave y motivando a la acción. 				
<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar una sección de noticias y encuestas para brindar información precisa y a la vez, para fomentar la participación (el tipo de formato dependerá de Aldeas Infantiles SOS). - Realizar revisiones internas para asegurar la calidad y efectividad del contenido. - Utilizar herramientas de gestión de redes sociales (Meta Platforms) para programar publicaciones según el calendario de Aldeas Infantiles SOS). - Implementar campañas de publicidad pagada en redes sociales para aumentar el alcance y visibilidad. - Planificar y organizar un número limitado de transmisiones en vivo sobre temas relevantes relacionados con la protección de la infancia. 	8	20	28	\$336
<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar herramientas analíticas (Google Analytics y Meta Platforms) para medir el desempeño de las publicaciones. - Monitorear métricas de alcance, interacción y número de seguidores. - Analizar los resultados y comparar con los objetivos establecidos. - Recopilar retroalimentación de la audiencia y ajustar la estrategia según sea necesario. 	2	10	12	\$144
<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar un informe sobre el desempeño de las campañas. - Presentar los resultados a los responsables de comunicación y marketing de Aldeas Infantiles SOS. 	2	4	6	\$72

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

Total	56	112	168	\$2,016
--------------	-----------	------------	------------	----------------

Figura 14: Cuadro de presupuesto de plan de actividades. Elaboración propia

4. PERSONAL ASIGNADO

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

ACTIVIDAD	Consultor asignado	Funciones en el Proyecto	Horas Consultor Comprometidas	COSTO
<ul style="list-style-type: none"> - Revisar las campañas anteriores de Aldeas Infantiles SOS en redes sociales. - Realizar un análisis FODA - Definir y segmentar la audiencia objetivo (público general, donantes actuales y potenciales, voluntarios, etc.) - Crear perfiles de audiencia basados en datos demográficos, intereses y comportamientos en redes sociales. - Investigar sobre los proyectos actuales de protección de la infancia desarrollados por Aldeas Infantiles SOS. - Recopilar historias de impacto, estadísticas relevantes y testimonios de beneficiarios. 	<p>Equipo de gestores/consultores</p>	<p>Gestores</p>	<p>22</p>	<p>\$264</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Analizar tendencias actuales en el diseño de artes y contenido en redes sociales. - Identificar formatos y estilos que generan mayor engagement (imágenes, gráficos, videos, infografías, reels, etc.). - Desarrollar un calendario editorial para el año 2024, incluyendo fechas clave y 	<p>Equipo de gestores/consultores</p>	<p>Gestores</p>	<p>40</p>	<p>\$480</p>

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

<p>eventos importantes.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificar la frecuencia y tipo de publicaciones en cada plataforma (Facebook e Instagram). - Crear ilustraciones y animaciones básicas que complementen el contenido visual. - Producción de fotografías y vídeos que documenten el trabajo realizado por la organización. - Diseñar publicaciones atractivas y coherentes con la identidad visual de Aldeas Infantiles SOS. 				
<ul style="list-style-type: none"> - Crear reels e historias dinámicas que capturen el interés del público. - Elaborar afiches publicitarios resumiendo visualmente la información clave y motivando a la acción. - Desarrollar una sección de noticias y encuestas para brindar información precisa y a la vez, para fomentar la participación (el tipo de formato dependerá de Aldeas Infantiles SOS). - Producción de fotografías y vídeos que documenten el trabajo realizado por la organización. 	<p>Equipo de gestores/consultores</p>	<p>Gestores</p>	<p>60</p>	<p>\$720</p>

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

<ul style="list-style-type: none"> - Realizar revisiones internas para asegurar la calidad y efectividad del contenido. - Obtener las aprobaciones necesarias de los responsables de comunicación y marketing de Aldeas Infantiles SOS. - Utilizar herramientas de gestión de redes sociales (Meta Platforms) para programar publicaciones según el calendario de Aldeas Infantiles SOS). - Implementar campañas de publicidad pagada en redes sociales para aumentar el alcance y visibilidad. - Planificar y organizar un número limitado de transmisiones en vivo sobre temas relevantes relacionados con la protección de la infancia. 	<p>Equipo de gestores/consultores</p>	<p>Gestores</p>	<p>28</p>	<p>\$336</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar herramientas analíticas (Google Analytics y Meta Platforms) para medir el desempeño de las publicaciones. - Monitorear métricas de alcance, interacción y número de seguidores. - Analizar los resultados y comparar con los objetivos establecidos. - Recopilar retroalimentación de la audiencia y ajustar la estrategia según sea necesario. 	<p>Equipo de gestores/consultores</p>	<p>Gestores</p>	<p>12</p>	<p>\$144</p>

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

- Elaborar un informe sobre el desempeño de las campañas. - Presentar los resultados a los responsables de comunicación y marketing de Aldeas Infantiles SOS.	Equipo de gestores/consultores	Gestores	6	\$72
TOTAL			168	\$2,016

Figura 15: Cuadro de personal asignado. Elaboración propia

Nombres de ofertantes.

Iliana Marcela Menjivar Palencia

Andrea Mirella Aguilar Romero.

Estudiante

Estudiante

Fatima Guadalupe Abrego Galdámez

Estudiante

Datos personales

Nombre: **Iliana Marcela Menjivar Palencia**

Edad: 23 años

Correo electrónico: mp18033@ues.edu.sv

Experiencia laboral

Diseñador gráfico freelance (2021 - 2023)

Auxiliar de cátedra en Escultura I y II (2022)

Universidad de El Salvador, Escuela de Artes

Fotografía comercial (2024 - Actualidad)

ID Marketing Empresarial

Educación

Bachillerato General (2016 - 2017)

Instituto Nacional Dr. Francisco Martínez Suárez

Licenciatura de Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico (2018- Actualidad)

Universidad de El Salvador

Software

Photoshop

Indesign

Blender

After Effects

Illustrator

Premiere Pro

Figma

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

Habilidades

- Disciplina.
- Integral.
- Capacidad de comunicación visual efectiva.
- Trabajo autónomo y gestión de múltiples proyectos.

Datos personales

Nombre: **Fátima Guadalupe Abrego Galdámez**

Edad: 25 años

Correo electrónico: ag18029@ues.edu.sv

Experiencia laboral

Sublimación y estampados.

(2023- Actualidad)

Educación

Bachillerato General (2015 - 2016)

(Complejo Educativo El Ocotal)

Licenciatura de Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico (2019 - Actualidad)

(Universidad de El Salvador)

Software

Photoshop Ilustrador After effects

Blender Indesign

Habilidades

- Creatividad.
- Responsabilidad.
- Compromiso.

Datos personales

Nombre: **Andrea Mirella Aguilar Romero**

Edad: 24 años

Correo electrónico: ar18046@ues.edu.sv

Experiencia laboral

Servicio social "Creación de Contenido para Redes Sociales FUMUES" (2022 -2023)

Unidad de Comunicaciones (2024 - Actualidad)

GIZ, El Salvador

Educación

Bachillerato General (2016 - 2017)

Colegio Sagrado Corazón

Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico (2018- actualidad)

Universidad de El Salvador

Software

Adobe Photoshop

Adobe Illustrator

Adobe Indesign

Habilidades

- Creatividad.
- Responsabilidad.
- Innovación.
- Comunicación.

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

Anexo 2. Evidencia fotográfica.

Nombre: Iliana Menjivar
Apellido: Menjivar
Empresa: Universidad de El Salvador
Cargo: Egresada
Correo: mp18079@ues.edu.sv
DUI: 06088822-0
Teléfono: 7606-6020

Reconoce y acuerdan que ningún contenido en el presente acuerdo, deberá ser considerado como transmisión de propiedad u otorgamiento de cualquier derecho o licencia de uso, expreso o implícito, respecto de las marcas, bandas de color, avisos comerciales, nombres comerciales, logotipos, fotografías, material audiovisual o cualquiera otros que constituyan derechos de propiedad intelectual de la otra parte.

En virtud de lo anterior, el representante de la empresa se obliga a abstenerse de utilizar en forma alguna los elementos mencionados sin consentimiento expreso del representante legal de Aldeas Infantiles SOS, aun cuando el uso se limite a referencias o exposiciones de carácter comercial. Está prohibido al representante de la empresa, el uso de la marca Aldeas Infantiles SOS en El Salvador, en cualquier material impreso, incluyendo papelería, tarjetas de presentación, material de mercadotecnia o promocional, si no se cuenta con la previa y expresa aprobación por escrito de parte de los representantes legales de Aldeas Infantiles SOS en El Salvador.

03-05-2024
Fecha

[Firma]
Firma

1/1 Mensaje Interno

ALDEAS INFANTILES SOS

Figura 15. Firma del acuerdo de confidencialidad y Protección de datos, Iliana Menjivar.

Nombre: Mirella Aguilar
Apellido: Romero
Empresa: Universidad de El Salvador
Cargo: estudiante Lic. en artes plásticas- egresado
Correo: ~~andreaaguilar~~ ar18096@ues.edu.sv
DUI: 05099928-5
Teléfono: 79446744

Reconoce y acuerdan que ningún contenido en el presente acuerdo, deberá ser considerado como transmisión de propiedad u otorgamiento de cualquier derecho o licencia de uso, expreso o implícito, respecto de las marcas, bandas de color, avisos comerciales, nombres comerciales, logotipos, fotografías, material audiovisual o cualquiera otros que constituyan derechos de propiedad intelectual de la otra parte.

En virtud de lo anterior, el representante de la empresa se obliga a abstenerse de utilizar en forma alguna los elementos mencionados sin consentimiento expreso del representante legal de Aldeas Infantiles SOS, aun cuando el uso se limite a referencias o exposiciones de carácter comercial. Está prohibido al representante de la empresa, el uso de la marca Aldeas Infantiles SOS en El Salvador, en cualquier material impreso, incluyendo papelería, tarjetas de presentación, material de mercadotecnia o promocional, si no se cuenta con la previa y expresa aprobación por escrito de parte de los representantes legales de Aldeas Infantiles SOS en El Salvador.

2/05/24
Fecha

[Firma]
Firma

1/1 Mensaje Interno

ALDEAS INFANTILES SOS

Figura 16. Firma del acuerdo de confidencialidad y protección de datos, Mirella Aguilar.

Nombre: Estela Guadalupe
Apellido: Alvarez
Empresa: Universidad de El Salvador
Cargo: Egresada de Licenciatura en Artes Plásticas, opción diseño gráfico
Correo: Al18079@ues.edu.sv
DUI: 05876850-1
Teléfono: 7477 7621

Reconoce y acuerdan que ningún contenido en el presente acuerdo, deberá ser considerado como transmisión de propiedad u otorgamiento de cualquier derecho o licencia de uso, expreso o implícito, respecto de las marcas, bandas de color, avisos comerciales, nombres comerciales, logotipos, fotografías, material audiovisual o cualquiera otros que constituyan derechos de propiedad intelectual de la otra parte.

En virtud de lo anterior, el representante de la empresa se obliga a abstenerse de utilizar en forma alguna los elementos mencionados sin consentimiento expreso del representante legal de Aldeas Infantiles SOS, aun cuando el uso se limite a referencias o exposiciones de carácter comercial. Está prohibido al representante de la empresa, el uso de la marca Aldeas Infantiles SOS en El Salvador, en cualquier material impreso, incluyendo papelería, tarjetas de presentación, material de mercadotecnia o promocional, si no se cuenta con la previa y expresa aprobación por escrito de parte de los representantes legales de Aldeas Infantiles SOS en El Salvador.

02 de mayo de 2024
Fecha

[Firma]
Firma

1/1 Mensaje Interno

ALDEAS INFANTILES SOS

Figura 17. Firma del acuerdo de confidencialidad y protección de datos,

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024



Figura 18. Charla de inducción en Oficinas centrales de Aldeas Infantiles SOS El Salvador.

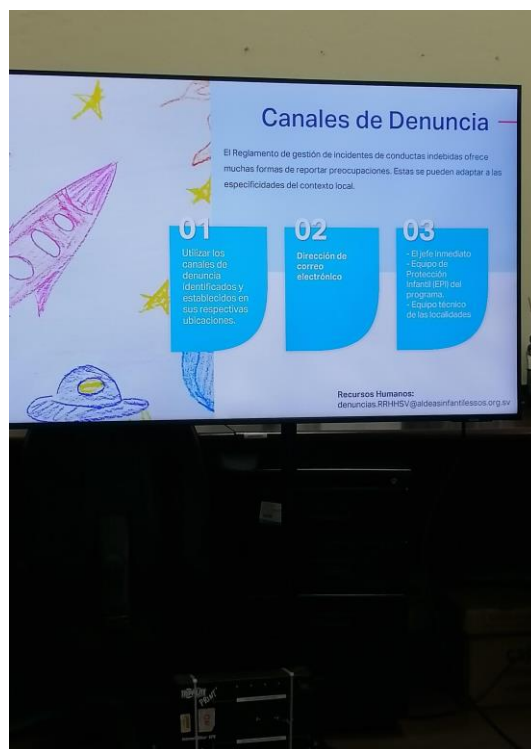


Figura 19. Charla de inducción en Oficinas centrales de Aldeas Infantiles SOS El Salvador.

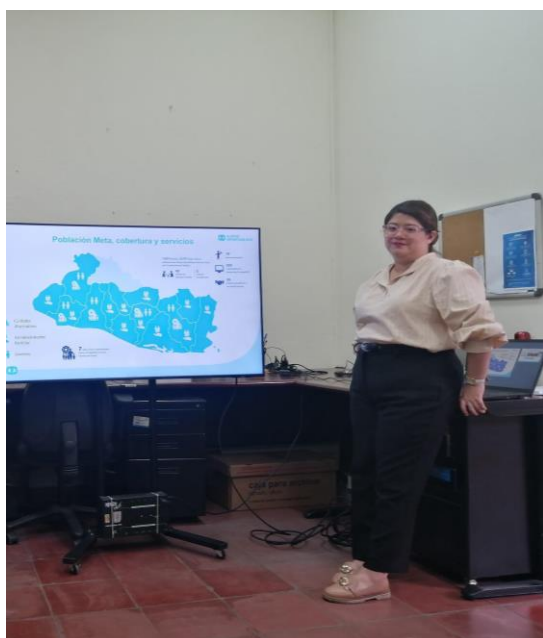


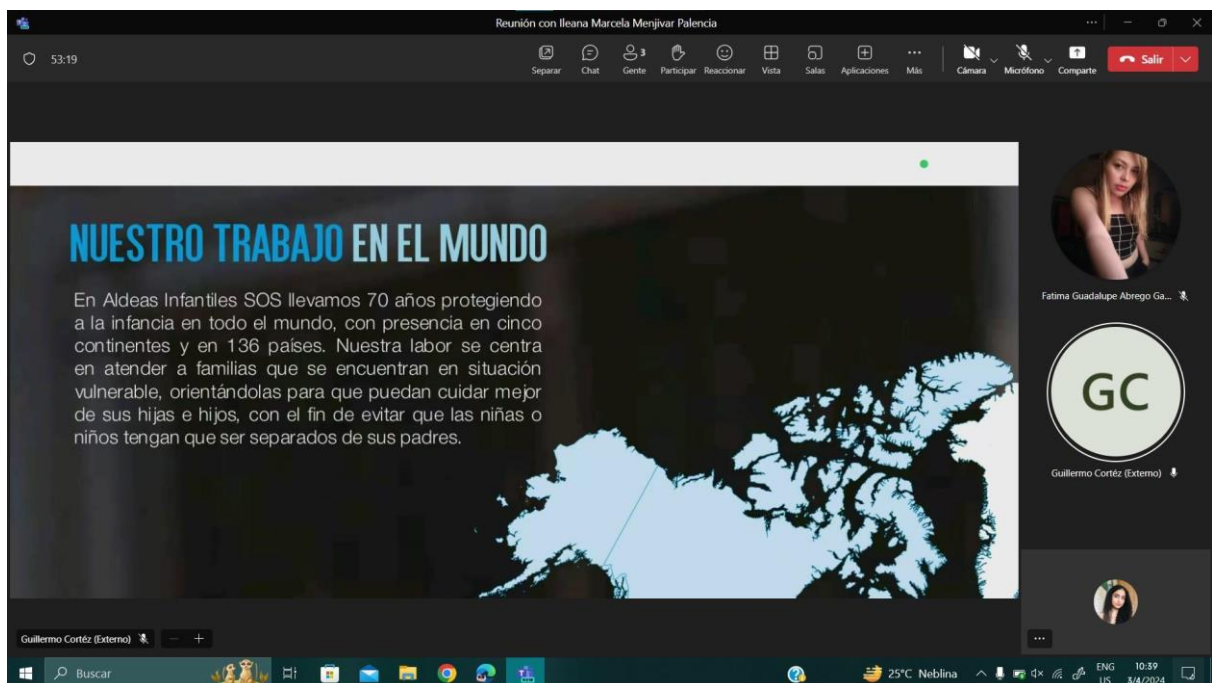
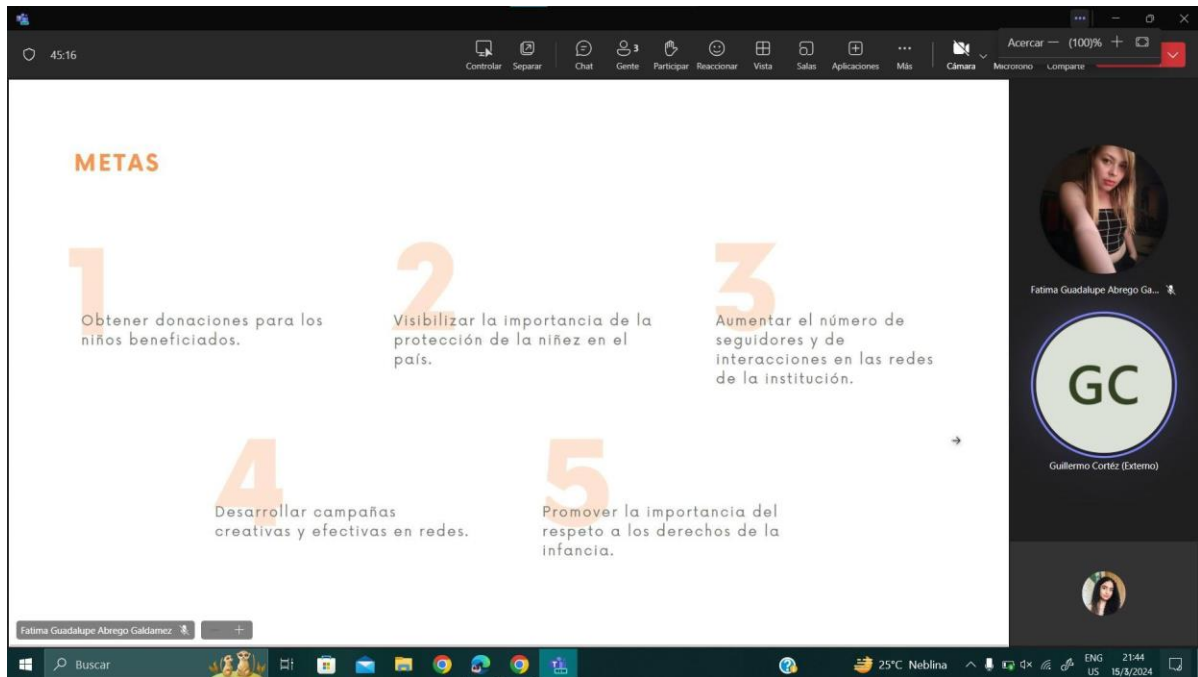
Figura 20. Charla de inducción en Oficinas centrales de Aldeas Infantiles SOS El Salvador.



Figura 21. Charla de inducción en Oficinas centrales de Aldeas Infantiles SOS El Salvador.

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

Figura 22. Primera reunión con Aldeas Infantiles SOS El Salvador, presentación de proyecto.



ALDEAS INFANTILES SOS

Fomentamos el fortalecimiento de **LA FAMILIA BIOLÓGICA** es el **entorno óptimo** para que los niños y niñas **se desarrollen**.

Apoyamos a las **familias vulnerables** para que permanezcan **unidas** mediante nuestros servicios de **fortalecimiento familiar** adaptados al **entorno local**.

Fatima Guadalupe Abrego...
CG
Cortez Guillermo
Ileana Marcela Menjivar...
Andrea Mirella Aguilar...

Fatima Guadalupe Abrego Galdamez

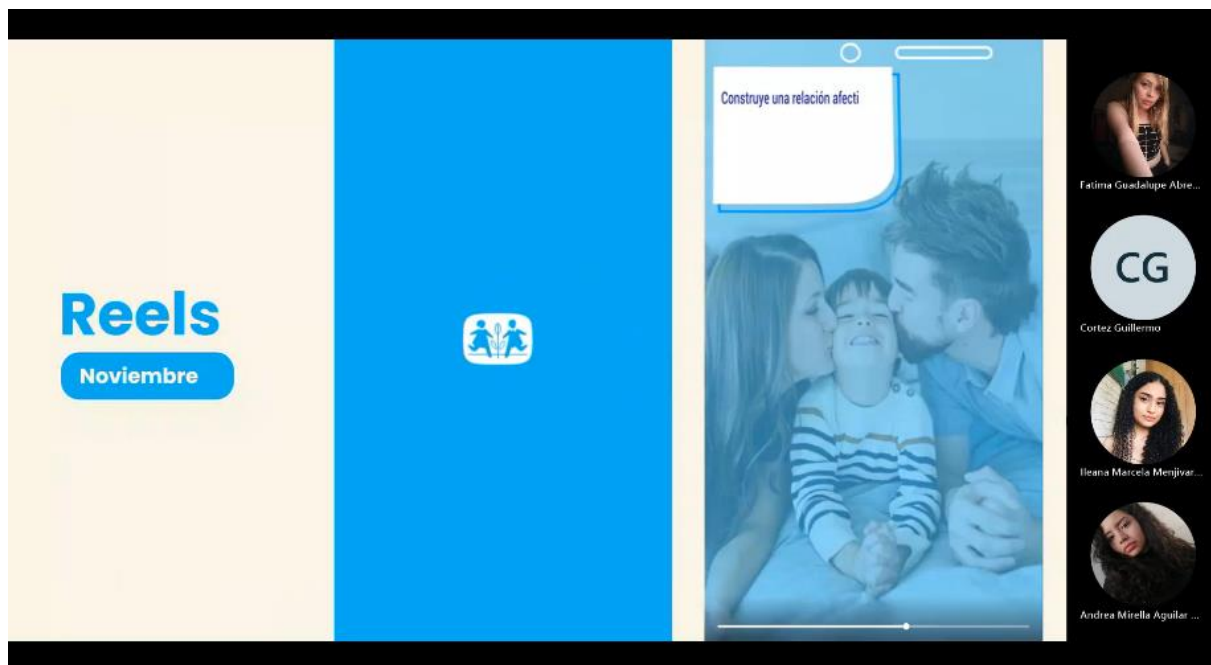
Escucha atentamente a tus hijos **sin interrumpirlos** y **valora** sus opiniones.

Incluso si no estás de **ACUERDO**

Fatima Guadalupe Abrego...
CG
Cortez Guillermo
Ileana Marcela Menjivar...
Andrea Mirella Aguilar...

Fatima Guadalupe Abrego Galdamez

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024



Figuras 23, 24, 25, 26. Reuniones con el encargado de comunicaciones de Aldeas Infantiles



A quien corresponda
presente

Aldeas Infantiles SOS en El Salvador
Oficina de Desarrollo de Fondos y
Comunicaciones
Col. San Francisco, Calle Los Abetos, #16-B,
San Salvador, El Salvador
Tel.: +503 2225 8411
guillermo.cortez@aldeasinfantilessos.org.sv

San Salvador, 30 de agosto de 2024

Constancia de trabajo proyecto pregrado

Estimada/os docentes

Reciban un cordial saludo de parte de nuestra organización. Me dirijo a ustedes para presentar constancia del trabajo realizado en el proyecto pregrado **PRODUCCIÓN DE ARTES PARA REDES SOCIALES ENFOCADO EN PROMOVER EL APOYO A LOS PROYECTOS DE PROTECCIÓN DE LA INFANCIA QUE DESARROLLA LA INSTITUCIÓN ALDEAS INFANTILES SOS, DURANTE EL AÑO 2024**, llevado a cabo por las estudiantes: **Iliana Marcela Menjivar Palencia** con carné **MP18033**, **Andrea Mirella Aguilar Romero** con carné **AR18046/** y **Fátima Guadalupe Abrego Galdámez** con carné **AG18029**, en un período de 5 meses (del 18 de marzo - al 30 de agosto 2024)

El grupo de trabajo ha realizado de manera satisfactoria las actividades de **creación de artes digitales relevantes y atractivas (publicaciones, afiches publicitarios, reels e historias) para Facebook e Instagram, uso de estrategias de marketing digital para incrementar las donaciones, e ilustraciones digitales/animaciones sencillas y cortas.**

El estilo de las artes cumple con la imagen de Aldeas Infantiles SOS, asegurando que se mantenga una estética visual adecuada y comunicando nuestra misión y valores.

A pesar de las modificaciones en las fechas y meses de publicación, se espera que el contenido logre sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de los proyectos de protección infantil.

Agradecemos la colaboración brindada, así como el esfuerzo y la dedicación de todo el equipo involucrado en este proyecto.

Cordialmente,

Guillermo Cortez
Coordinador de Comunicaciones
Aldeas Infantiles SOS en El Salvador



Anexo 3.

Protocolo

1. TÍTULO

Producción de Artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024.

2. ELEMENTOS CONTEXTUALES

a. Destinatarios/Usuarios/Beneficiarios/Público.

- **Destinatarios.**

Las bases y metas de este proyecto se centran en beneficiar a la fundación Aldeas Infantiles SOS, con el propósito de brindar un aporte que marque un antes y un después dentro de la fundación, donde los destinatarios principales serían la fundación Aldeas Infantiles SOS y cada una de las personas que se vean influenciados y beneficiarios dentro de esta, como lo pueden ser las comunidades protectoras, las familias que están en fortalecimiento, las aldeas infantiles, los hogares SOS, y cada uno de los niños, adolescentes y jóvenes, que de una manera u otra están ligados a la fundación.

- **Usuarios.**

Será principalmente la fundación Aldeas Infantiles SOS, quienes harán uso de las diferentes herramientas que se les brindará; así como también harán uso de las artes, publicaciones y todo material gráfico y visual que se creará y producirá durante la realización del proyecto.

- **Beneficiarios.**

Con la realización de este proyecto se pretende llegar a un público más amplio, así como empresas y diferentes benefactores dentro y fuera del país, para lograr beneficiar a una amplia población, siendo en su gran mayoría, las familias dentro de comunidades protectoras, que asisten y son atendidas por la fundación Aldeas Infantiles SOS, así como cada niño y niña, adolescentes, y jóvenes que residen en aldea del país, además de verse beneficiados los padres de familia y sus hijos que día con día se benefician de las instalaciones de los hogares SOS.

La fundación Aldeas Infantiles SOS, sería la entidad más beneficiada con la realización de diferentes actividades.

- **Público.**

El desarrollo de artes gráficas, y artes visuales como fotografías y videos serán utilizadas en los diferentes medios de comunicación y principalmente para redes sociales, donde se busca causar un impacto en los diferentes usuarios de redes sociales como facebook e instagram, así como diferentes medios de difusión que utiliza la fundación para la recaudación de fondos, como lo son afiches y carteles.

El público objetivo son principalmente aquellos usuarios de redes sociales decididos a donar y ser parte de un bien común, así como aquellas personas interesadas en los diferentes beneficios de la fundación, pero que aún no conocen de ella y sus diferentes labores, como lo es el caso de las madres y padres de familia que día con día necesitan apoyo con el cuidado de sus hijos, pero estas dificultades las presionan a llevar los niños a sus diferentes trabajos, o no saben cómo llevar diferentes situaciones.

b. Dinámica territorial.

San Salvador es la ciudad más grande del país y su principal centro comercial, manufacturero, de transporte y cultural. Fue fundada en 1525 en el valle de la Bermuda por los españoles, bajo las órdenes de Diego de Alvarado, y refundada cuatro años después en su emplazamiento actual.

La primera "capital" y asentamiento de El Salvador fue Ciudad Vieja ubicada a varios kilómetros de donde se ubica actualmente el corazón de San Salvador. Recibió oficialmente el título de ciudad en 1546. El punto de origen de la ciudad está marcado por la Plaza Libertad y sus edificaciones adyacentes, que conforman un conjunto de inmuebles monumentales. De acuerdo al comportamiento y evolución de la traza urbana, la ciudad se expandió hacia el norte y el poniente favorecida por la topografía, ya que hacia el sur y oriente presentaba una topografía más accidentada.

En el centro histórico se han desarrollado importantes acontecimientos vinculados con la historia del país y, aunque ha perdido muchos de sus vestigios, histórico, cultural y arquitectónico, en el cual persisten singulares tradiciones religiosas que son todavía un elemento de vinculación con el centro de la capital, como la celebración de la Semana Santa y las fiestas patronales del Divino Salvador del Mundo.

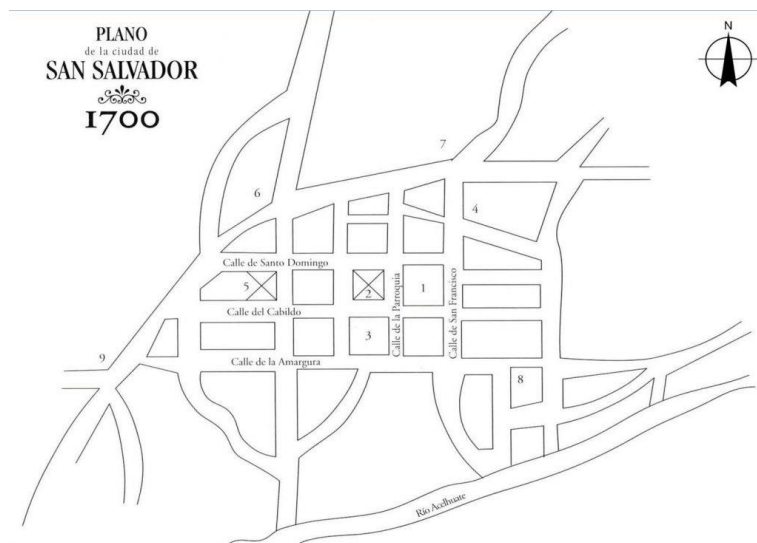


Figura 3: Mapa de San Salvador en el año 1700. De: <https://diarioelsalvador.com/la-capital-y-sus-origenes/132281/>

El patrimonio histórico, cultural y habitacional de la ciudad capital ha sufrido las consecuencias de la guerra, de la pobreza estructural y de los desastres naturales.

Década a década, la ciudad se ha convertido en un centro urbano que avanza con construcciones modernas y sitios de vivienda.

También es importante en el sector económico ya que se encuentran fábricas que producen alimentos procesados, bebidas alcohólicas, productos textiles, materiales para construcción, artículos de piel, productos de tabaco y jabón. San Salvador es la sede de importantes centros educativos, como de la Universidad de El Salvador, la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, la Universidad Doctor José Matías Delgado, la Biblioteca Nacional y los Archivos Nacionales, que se encuentran dentro del Palacio Nacional. Posee, entre otras instituciones culturales, escuelas de música, trabajo social y agricultura. Otros puntos destacados a nivel cultural son el Museo Nacional David J. Guzmán, con colecciones históricas y etnográficas; el Museo Tazumal, con exposiciones de objetos arqueológicos; el Jardín Botánico, la casa de la cultura, etc.

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

La ciudad principal es un sitio seguro y central donde se puede acceder fácilmente para tener comunicación con la organización.

Aldeas Infantiles SOS es una organización internacional de desarrollo social, independiente, apolítica y sin fines de lucro cuyo enfoque principal es el acogimiento familiar desde 1949, año en el que fue fundada la primera aldea infantil por Hermann Gmeiner en Austria. La iniciativa surge a partir del final de la Segunda Guerra Mundial, donde muchos niños y niñas habían perdido sus hogares, su seguridad y a sus familias. Con el apoyo de colaboradores y donantes se logró que a partir de 1955 el modelo de aldea infantil se expandiera por Europa. La necesidad de proteger a la infancia no solo existía en los países afectados por la guerra. El compromiso de Hermann Gmeiner traspasó fronteras más allá del continente europeo y durante esta década aparecen las primeras Aldeas en Latinoamérica, Asia y África.

La primera sede de Aldeas Infantiles SOS, llegó a El Salvador el 5 de abril de 1972 en la ciudad de Sonsonate. Actualmente se cuenta con 2 centros sociales, 5 aldeas infantiles y 41 hogares comunitarios repartidos en 13 departamentos y 41 municipios. Las dos sedes principales se encuentran en San Salvador.

La primera en **21 Calle Poniente no.1523, Apdo. Postal No. 01-395 Oficina Nacional.**

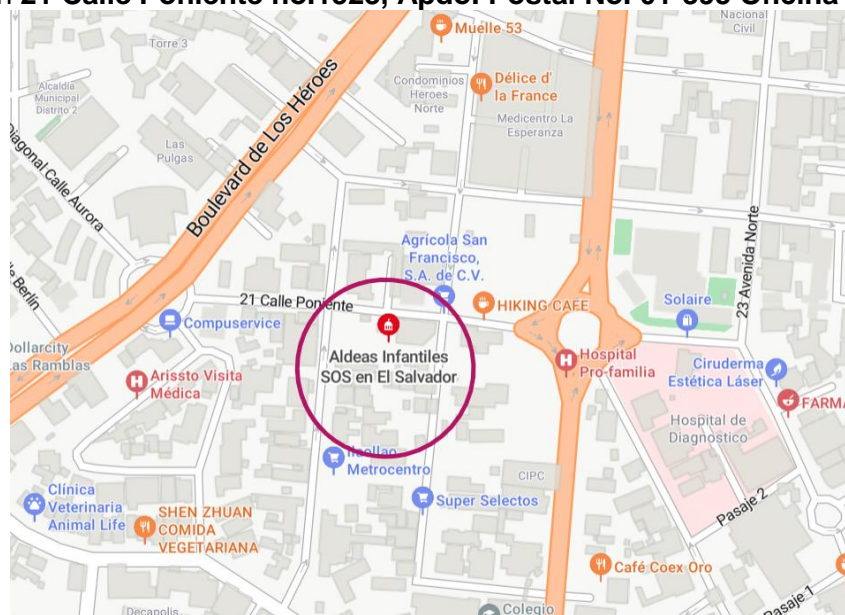


Figura 1: Ubicación en el mapa de la Oficina Nacional de Aldeas Infantiles SOS.
De <https://www.google.com/maps>.

Al ser una organización internacional, ambas oficinas están en la zona central de la capital del país, para un fácil ubicación de contrapartes y colaboradores. Esto es de mucha importancia ya que a sus alrededores se encuentran sitios públicos como hospitales, centros comerciales, bancos, restaurantes, etc.

c. Dinámica sectorial

Los infantes y adolescentes que residen en los hogares de cuidado de la organización Aldeas Infantiles SOS, tienen acceso a programas culturales que les brindan los conocimientos necesarios para su desarrollo educativo. Entre ellos se encuentran:

- Talleres de cocina, dibujo, pintura y manualidades.
- Asesorías para llevar a cabo un emprendimiento.
- Charlas sobre el empoderamiento y liderazgo para adolescentes, formación de habilidades para la vida y empleabilidad.
- Capacitaciones sobre el cuidado infantil, lactancia materna, paternidad responsable, fortalecimiento familiar e inteligencia emocional, entre otras.

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

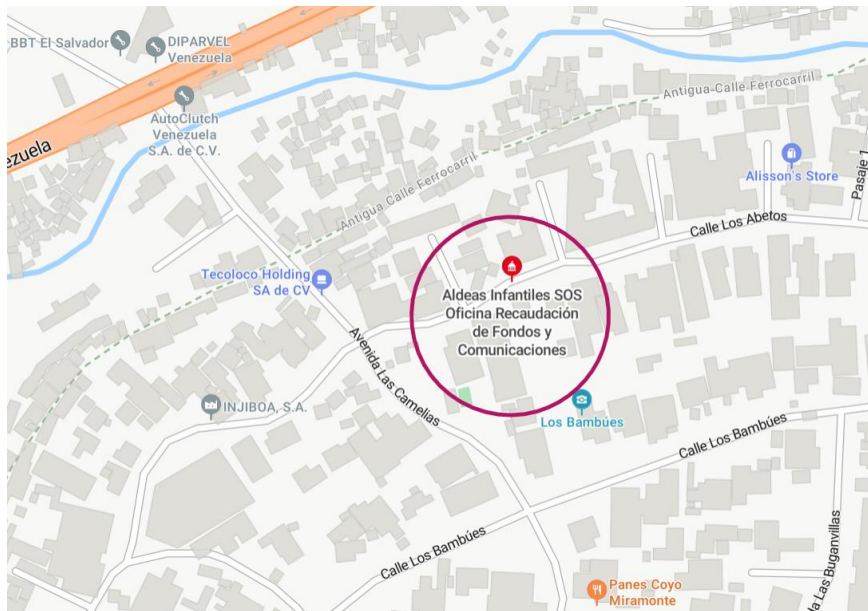


Figura 2: Ubicación en el mapa de Oficina Desarrollo de Fondos y Comunicaciones de Aldeas Infantiles SOS. De <https://www.google.com/maps>.

Respecto a las estrategias de difusión que utiliza la organización, está el uso de redes sociales para compartir contenido acerca de los proyectos que realizan, logros, experiencias, etc. El uso de página web, en donde se encuentra información detallada sobre su labor, formularios para apadrinar, donar y ser voluntario; así como también información de los proyectos actuales, su trayectoria y orígenes.

A pesar de que Aldeas Infantiles SOS opera en El Salvador desde 1972, no cuentan con suficiente reconocimiento a nivel nacional, además, respecto al contenido que se aprecia en sus diferentes redes sociales, carece de estrategias de marketing que les favorezcan a su gran labor, estéticamente se puede mejorar y también es necesario reforzar aspectos. Tales como: evitar posts poco dinámicos y poco interesantes, utilizar la teoría del color, armonización de los elementos compositivos, etc.

Como resultado, la presente investigación propone ayudar a mejorar dichos aspectos necesarios para obtener una mejor imagen, desarrollar campañas creativas y efectivas en redes, aumentar el número de seguidores y de interacciones. Todo esto es necesario para que la organización pueda visibilizar la importancia de la protección de la niñez en el país, promover la importancia del respeto a los derechos de la infancia y obtener donaciones para los niños beneficiados.

Siempre buscando mantener la línea gráfica que ya tienen definida, respetando el estilo sin afectar su imagen. Se pretende aportar contenido de valor, efectivo, atractivo y estratégico, basado en los lineamientos que sus redes sociales necesitan.

3. DIAGNÓSTICO.

Aldeas Infantiles SOS, El Salvador, es una fundación que opera en el país desde 1972, teniendo una amplia influencia en la niñez en riesgo de abandono o entornos no adecuados para su crecimiento, y el fortalecimiento familiar. Aunque Aldeas Infantiles SOS, tenga una amplia labor y una amplia trayectoria dentro del territorio salvadoreño, carece de distinción a la hora de hablar de esta entidad.

Producción de artes para redes sociales enfocado en promover el apoyo a los proyectos de protección de la infancia que desarrolla la institución Aldeas Infantiles SOS, durante el año 2024

Una de las principales necesidades que esta fundación posee es la poca difusión de su nombre y sus acciones con el país, haciéndose confusiones y asociando al nombre de aldeas infantiles con una guardería para niños y niñas, o instituciones similares, no reconociendo las diferentes actividades y ayudas que la fundación ha brindado a miles de salvadoreños a lo largo de su amplia labor.

Cuadro Diagnóstico de Necesidades			
Fundación Aldeas Infantiles SOS, 2024			
Prioridad	Necesidad	Consecuencia	Solución
1	Dar a conocer la fundación con la población salvadoreña, haciendo un acercamiento más íntimo a través de los diferentes canales y medios de comunicación, prioritariamente redes sociales, haciendo uso de diferentes estrategias de diseño y marketing para su difusión .	La mala difusión de su contenido, no aprovechando las diferentes herramientas que las redes sociales les brindan.	Hacer el uso adecuado a la hora de hacer publicaciones en Facebook e Instagram, creando publicaciones con contenidos que llamen la atención de los usuarios para despertar el interés en la población de saber qué es Aldeas Infantiles, SOS El Salvador.
2	Campaña de marketing a través de redes sociales para llegar a un público más amplio.	No busca la manera de que Aldeas Infantiles SOS sean más conocidos a nivel nacional.	Explotar las diferentes herramientas publicitarias que las redes sociales aportan para llegar a un público más amplio.
3	Dar a conocer a fondo cuáles son las diferentes áreas y actividades que atienden y realizan, haciendo énfasis en cuáles son sus servicios para la población salvadoreña.	El nombre de la fundación a menudo es confundido con una guardería y no como una fundación que opera a nivel mundial, por la mala difusión de quienes son y cuál es la ayuda que brinda a la población salvadoreña.	Dar a conocer las labores y acciones que definen qué es Aldeas Infantiles, haciendo una clara definición de su contenido, creando publicaciones, artes y contenido que represente a la fundación como tal, logrando captar su ser y esencia como Aldeas Infantiles SOS, El Salvador, tratando y aclarando de esta manera cuáles son sus funciones y atenciones con la población.

Conclusión

Este proyecto será muy beneficioso para la fundación Aldeas Infantiles SOS, El Salvador, renovando y redefiniendo su imagen, creando conciencia y una definición más clara en la población de quienes son y cómo beneficia a tantos salvadoreños, a la vez, dando relevancia a las funciones y acciones que como fundación realiza, llegando a la conclusión que Aldeas Infantiles SOS, El Salvador, necesita mejorar el uso y funciones dentro de las redes sociales, para lograr una mejor difusión de su nombre y despertar el interés de conocer las diferentes áreas que la fundación trabaja.