

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



**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL  
SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL  
ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.**

PRESENTADO POR:

MATA ANGELES, ALEXIS ANIBAL

CARNET No. MA18178

PEREZ GARCIA, CARLOS ALEXIS

CARNET No. PG19045

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

MSC.

DOCENTE ASESOR/A

MTRO. EDWIN IVÁN PASTORE CHÁVEZ

LIC. LUIS EDUARDO GALDAMEZ CONTRERAS

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

6 DE SEPTIEMBRE DEL AÑO 2025  
CIUDAD UNIVERSITARIA, SAN SALVADOR, EL SALVADOR

**AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR**

Ing. Juan Rosa Quintanilla Quintanilla

**VICERRECTOR ACADÉMICO**

Dra. Evelyn Beatriz Farfán

**VICERRECTOR ADMINISTRATIVO**

MSc. Roger Armando Arias Alvarado

**SECRETARIO GENERAL**

Lic. Pedro Rosalío Escobar Castaneda

**AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

**DECANO**

MSc. Julio César Grande Rivera

**VICEDECANA**

MSc. María Blas Cruz Jurado

**SECRETARIA**

MSc. Natividad de la Mercedes Teshé Padilla

**AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES**

**DIRECTOR ESCUELA DE ARTES**

Lic. Miguel Ángel Mira Mira

**COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN**

Lic. Luis Eduardo Galdámez Contreras

**DOCENTE DIRECTORA**

Mtro. Edwin Iván Pastore Chávez

## **AGRADECIMIENTOS.**

En primer lugar, quiero agradecer a Dios, quien ha sido mi guía constante en este camino. A Él, que abre puertas cuando todo parece cerrado, que renueva las fuerzas cuando parecen agotarse y que enseña que cada dificultad es también una oportunidad para crecer. Este logro no es únicamente fruto del esfuerzo humano, sino del amor y la gracia de quien todo lo sostiene.

A mi familia, por haberme enseñado a vivir con firmeza, pero también con amor por lo que hago. En cada uno de sus gestos encontré la motivación para mantenerme en pie y la convicción de que siempre vale la pena luchar por los sueños.

A mis amigos, esa familia elegida en el camino, y a la Universidad de El Salvador, que se convirtió en un segundo hogar donde aprendí el compromiso y el valor de los lazos que perduran. A mis maestros, quienes con humanidad, paciencia y sencillez me mostraron que la verdadera enseñanza transforma tanto la mente como el corazón.

Hoy concluye una etapa que estuvo llena de desafíos, aprendizajes y crecimiento. Este logro no es un punto final, sino el inicio de nuevos horizontes que me esperan, con la certeza de que todo lo vivido ha sembrado en mí la fortaleza para seguir soñando y la fe para hacerlos realidad.

**Carlos Alexis Pérez García**

Primeramente quiero agradecer a Dios por la oportunidad de haberme permitido llegar a la culminación de mi carrera profesional. El camino no ha sido nada fácil desde el inicio, pero en esta vida no hay nada fácil cuando se trata de grandes logros. Durante el desarrollo académico han surgido desafíos y problemas, pero con la ayuda y la confianza en Dios, se ha logrado superar cada tropiezo y barrera.

Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional durante todo el proceso académico. Su esfuerzo y dedicación fueron un pilar fundamental, ya que siempre estuvieron ahí para brindarme su apoyo moral, aun cuando en ocasiones el panorama se veía complicado.

De igual forma, agradezco a mis amigos y compañeros de estudio que siempre estuvieron apoyándome en cada situación, trabajo académico y apoyo personal. También quiero agradecer a la Universidad de El Salvador por darme la oportunidad de formarme y crecer como profesional, a la Escuela de Artes, que se convirtió en mi segundo hogar y me brindó las herramientas y conocimientos en las artes plásticas. A mis docentes, que aportaron sus conocimientos y experiencias profesionales en cada asignatura desarrollada. Por último, quiero agradecer al personal de la Unidad de Turismo de la Alcaldía Municipal de Sonsonate Este por brindarnos la oportunidad y el apoyo en el desarrollo de este proyecto.

**Alexis Anibal Mata Angeles**

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

Alexis Anibal Mata Angeles y Carlos Alexis Pérez García, Escuela de Artes,  
Facultad de Ciencias y Humanidades, Universidad de El Salvador.

### **RESUMEN.**

Este documento detalla un proyecto de gestión cultural y desarrollo de estrategias de comunicación digital. El objetivo principal fue crear contenidos y herramientas para promocionar la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía en Izalco, con el fin de fortalecer la visibilidad de la Unidad de Turismo de la alcaldía municipal de Sonsonate Este, institución que está a cargo del distrito de Izalco. Para lograrlo, se diseñaron materiales visuales adaptados a medios digitales, coherentes con la identidad cultural del distrito, y se generaron herramientas prácticas para la difusión continua de su oferta turística y cultural.

Durante la ejecución del proyecto, se crearon diversas piezas gráficas y audiovisuales, como carruseles, publicaciones, reels y fotografías con ilustraciones digitales. Estas piezas adoptan un enfoque narrativo para contar historias y resaltar la riqueza cultural y artística de Izalco. Además, se desarrolló un prototipo de sitio web funcional y se elaboraron manuales de apoyo para el personal de la Unidad de Turismo y actores locales (emprendedores y artesanos). Estos manuales establecen pautas claras para la producción de contenido de calidad, asegurando la coherencia visual y comunicacional en futuras publicaciones.

El proyecto entrega un conjunto de herramientas estratégicas listas para su implementación en plataformas digitales como Instagram, TikTok y Facebook. Los materiales creados permiten a la Unidad de Turismo mantener una presencia digital sólida, interactiva y culturalmente representativa, lo que contribuye a la sostenibilidad de la comunicación y a la visibilidad de los atractivos locales, siempre enfocándose en la autenticidad y el fortalecimiento de la identidad del distrito.

**Palabras clave:** Comunicación digital, estrategias, promoción turística, redes sociales, post publicitarios, sitio web.

## ABSTRACT

This document details a cultural management and digital communication strategies project. The main objective was to create content and tools to promote the culture, art, tourism, and gastronomy in district Izalco, with the goal of strengthening the visibility of the Tourism Unit of the Sonsonate municipal government. To achieve this, we designed visual materials for digital media that are consistent with the district's cultural identity and developed practical tools for the continuous dissemination of its tourism and cultural offerings.

During the project's execution, various graphic and audiovisual pieces were created, including carousels, posts, reels, and photos with digital illustrations. These pieces take a narrative approach to tell stories and highlight the rich cultural and artistic heritage of Izalco. Furthermore, a functional website prototype was developed, and support manuals were created for the tourism unit's staff and local stakeholders (entrepreneurs and artisans). These manuals establish clear guidelines for producing quality content, ensuring visual and communication consistency in future publications.

The project delivers a set of strategic tools ready for implementation on digital platforms like Instagram, TikTok, and Facebook. The created materials allow the Tourism Unit to maintain a solid, interactive, and culturally representative digital presence, which contributes to the sustainability of their communication and the visibility of local attractions. The focus throughout has been on authenticity and strengthening the district identity.

**Keywords:** Digital communication, strategies, tourism promotion, social networks, advertising post, website.

## INDICE

HOJA DE AUTORIDADES.....	I
AGRADECIMIENTOS.....	II
RESUMEN.....	III
ABSTRACT.....	IV
INDICE.....	V
INDICE DE FIGURAS.....	IV
INTRODUCCIÓN.....	1
I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO.....	2
1.1. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	2
1.2. PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES.....	4
II. OBJETIVOS.....	10
2.1 GENERAL.....	10
2.2. ESPECÍFICOS.....	10
III. CONTENIDO GENERAL.....	11
3.1 FUNDAMENTACIÓN.....	11
3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA- CULTURAL.....	17
3.2.1 PUNTOS FUERTES DESTACADOS DEL PROYECTO.....	17
3.2.2 ESTRATEGIAS CREATIVAS APLICADAS.....	20
3.2.3 MODELO DE GESTIÓN.....	21
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	22
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.....	22
4.1.1 EVALUACIÓN DIAGNOSTICA.....	22
4.1.2 DISEÑO DE ESTRATEGIAS Y CONTENIDOS DIGITALES.....	24
4.1.3 CREACIÓN DEL DISEÑO SITIO WEB EN FASE PILOTO.....	33

4.1.4 CAPACITACIÓN AL EQUIPO DE COMUNICACIÓN DE LA UNIDAD DE TURISMO DEL DISTRITO DE IZALCO.....	38
4.1.5 PRUEBA PILOTO Y VALIDACIÓN COMUNITARIA.....	39
4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS .....	41
4.2.1 PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	41
4.2.2 EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	41
4.2.3 PRUEBA PILOTO DEL SITIO WEB.....	43
V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.....	56
VI. RECOMENDACIONES.....	58
BIBLIOGRAFIA.....	60
ANEXOS.....	63

## **INDICE DE FIGURAS**

Figura 1: El Llanito, Izalco, Sonsonate Este .....	4
Figura 2: Datos Religiosos de Izalco, Sonsonate Este .....	5
Figura 3: Grafico de recursos turísticos de Izalco.....	6
Figura 4: Ubicación Unidad de Turismo, alcaldía municipal de Izalco.....	9
Figura 5: Reunión presencial .....	23
Figura 6: Desarrollo de Post publicitarios 1080 x 1080px.....	24
Figura 7: Muestra de diseños finalizados.....	25
Figura 8: Proceso del diseño de la guía visual para contenido digital.....	26
Figura 9: Visualización del contenido desarrollado en la guía.....	27
Figura 10: Etapa de postproducción.....	28
Figura 11: Propuesta para la activación de instagram.....	30
Figura 12: Propuesta para la activación de tiktok.....	30
Figura 13: Guía sobre fotografía de productos para emprendedores.....	32
Figura 14. Creación de tipografías y paleta de colores.....	33
Figura 15: Creación de prototipo del sitio web, media y baja fidelidad.....	34

Figura 16: Artes para secciones sitio web .....	36
Figura 17. Artes para sección artesanías y destinos turísticos de Izalco.....	36
Figura 18: Mapa turístico de referencia Sonsonate Este, Elaborado por la unidad de turismo.. .....	37
Figura 19: Mapa turístico, elaboración. Fuente.....	37
Figura 20: Contenido creado en la guía.....	38
Figura 21: Captura de pantalla de la creación del Video tutorial sobre como entrar al sitio web.....	39
Figura 22: Alexis Angeles miembro del equipo gestor, licenciada Claudia Elías jefa de la Unidad de Turismo y Anderson Segura miembro de la institución, en la entrega de constancia de recibido del material creado en el proyecto.....	40
Figura 23: Captura de pantalla Frontpage del sitio web.....	44
Figura 24: Captura de pantalla de la página artesanías y destinos turísticos. .	45
Figura 25: Captura de pantalla página mapa turístico. ....	45
Figura 26: Captura de pantalla del sitio web versión móvil sección bienvenidos, áreas y próximos eventos. ....	46
Figura 27: Captura de pantalla del sitio web versión móvil sección mapa turístico, destinos. ....	47
Figura 28: Captura de pantalla del sitio web versión móvil sub página sección artesanías. ....	47
Figura 29: Captura de pantalla de la encuesta. ....	48
Figura 30. Captura de pantalla del formulario y envíos recibidos .....	49
Figura 31. Resultado de encuesta pregunta 1. ....	49
Figura 32. Resultado de encuesta pregunta 2. ....	50
Figura 33. Resultado de encuesta pregunta 3.. ....	51
Figura 34. Resultado de encuesta pregunta 4. ....	52
Figura 35. Resultado de encuesta pregunta 5. ....	53
Figura 36. Resultado de encuesta pregunta 6. ....	54
Figura 37. Calificación del sitio web.....	55

## **INTRODUCCIÓN.**

En la era digital actual, las estrategias de difusión se han convertido en una herramienta esencial para la promoción de la cultura y los atractivos turísticos. Estas permiten a las comunidades destacar y dar a conocer su riqueza a una audiencia mucho más amplia. El distrito de Izalco, en Sonsonate Este, El Salvador, posee un inmenso patrimonio cultural, artístico, turístico y gastronómico. Sin embargo, a pesar de este vasto potencial, enfrenta importantes limitaciones en sus estrategias de comunicación digital, lo que restringe su visibilidad y promoción efectiva.

La Unidad de Turismo de la Alcaldía Municipal de Sonsonate Este ha tomado la iniciativa de promocionar y rescatar el turismo y la cultura del distrito de Izalco. No obstante, su impacto en el ámbito digital y redes sociales es aún limitado.

Para abordar esta problemática y apoyar a la institución con estrategias digitales y diseño gráfico, se presenta el proyecto "Diseño de estrategias de comunicación digital sostenible para la promoción de la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía en Izalco, 2025". El objetivo principal de este proyecto fue desarrollar estrategias digitales que ayuden a la Unidad de Turismo a promocionar su trabajo y la cultura del distrito de manera más efectiva en los medios sociales y digitales.

Este documento describe el proyecto en su totalidad, abordando la problemática que enfrenta la institución y estableciendo los objetivos que guiaron la creación de las estrategias. Se detalla la conceptualización, el diseño y la producción del contenido digital, asegurando que cada pieza no solo cumpla con estándares estéticos, sino que también sea funcional y efectiva. Además, se presentan los desafíos y las limitaciones encontradas durante el desarrollo del proyecto, las actividades realizadas, la evaluación de los resultados obtenidos, las conclusiones y las recomendaciones para la continuidad del proyecto. El documento incluye también las referencias bibliográficas consultadas y los anexos que evidencian el desarrollo y la ejecución de las estrategias, así como las técnicas de gestión artísticas y culturales utilizadas.

## **I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO.**

### **1.1. BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.**

El proyecto, titulado "Diseño de Estrategias de Comunicación Digital Sostenibles para la Promoción de la Cultura, el Arte, el Turismo y la Gastronomía en Izalco, 2025", se llevó a cabo durante los meses de junio hasta agosto del año 2025. Se centró en la creación de estrategias digitales para la Unidad de Turismo de la Alcaldía Municipal de Sonsonate Este, la institución encargada de promocionar y rescatar el turismo del distrito de Izalco. A pesar de sus esfuerzos, su impacto en los medios digitales es limitado debido a la falta de canales propios y a la ausencia de estrategias de comunicación sostenibles.

El proyecto se estructuró en varias etapas, cada una orientada a la creación de herramientas y estrategias de comunicación digital. La primera fase consistió en un contacto inicial con la institución para explicar el proyecto, una vez obtenido su interés, se procedió a un análisis exhaustivo de su presencia en medios digitales. Esta evaluación permitió identificar sus fortalezas y áreas de mejora, a partir de esto se desarrollaron estrategias y contenido visual y digital.

Se creó contenido visual de alta calidad para la Unidad de Turismo, en formatos como carruseles, publicaciones, reels post para Facebook, Instagram y TikTok. Este material, que cubre las áreas de arte, gastronomía, turismo y cultura, busca apoyar a la institución en la creación de contenidos. Además, se produjeron tres videos cortos para Reels que destacan el trabajo de artistas y emprendedores locales. Este material es crucial para visibilizar a estos actores, quienes enfrentan desafíos para promocionar su trabajo de manera efectiva en plataformas digitales.

También se elaboró un manual de social media para la Unidad de Turismo. Este manual incluye pautas claras para el uso correcto de su identidad visual, los formatos, el tono comunicacional y la planificación estratégica de contenidos. Con esta herramienta, se busca dotar a la institución de los conocimientos y recursos necesarios para comunicar su marca de manera más eficaz. Esta iniciativa surgió al identificar, durante el diagnóstico, la falta de herramientas

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

que limitaban la visibilidad de la institución en redes sociales, por lo que la guía ofrece una solución práctica para posicionar mejor su marca en el ámbito digital.

Adicionalmente, se elaboró un manual de fotografía de productos dirigido a actores locales, como artesanos y emprendedores, para guiarlos en la generación y el envío de fotografías de calidad de sus productos. El objetivo es mantener la coherencia y el profesionalismo en todas las comunicaciones.

El proyecto incluyó la creación de un sitio web en fase piloto, diseñado como una plataforma integral para visibilizar y promover los atractivos culturales, turísticos, gastronómicos y artísticos del distrito de Izalco. Esta estrategia busca proporcionar a la Unidad de Turismo un sitio web propio que cuente con un espacio para el crecimiento y alcance de los diferentes sectores locales.

Para la creación del sitio web, se diseñó todo el material de acuerdo con las necesidades de la institución y se mantuvo su línea gráfica. Para garantizar su funcionalidad y la experiencia del usuario, se implementó una prueba piloto donde el sitio web estuvo activo y accesible al público por unos días. Se evaluó la navegación y el correcto funcionamiento de cada enlace. Para obtener la opinión de los visitantes, se incorporó una encuesta en la plataforma, lo que permitió conocer su percepción y experiencia de navegación. Una vez finalizada la prueba, se analizó su funcionalidad, se realizaron mejoras y correcciones, el sitio web fue despublicado y entregado a la Unidad de Turismo para su futura gestión.

La importancia del proyecto y sus resultados radica en brindar a la Unidad de Turismo las herramientas y los recursos necesarios para mantener una comunicación digital atractiva. La entrega del manual de redes sociales con pautas claras les otorga el conocimiento para gestionar su presencia en línea de forma autónoma. Esto asegura que la comunicación de la institución sea coherente, atractiva y sostenible a largo plazo. Asimismo, la implementación del sitio web piloto y la creación de contenido digital de alta calidad para redes sociales son activos tangibles que servirán como base para la promoción continua del distrito de Izalco. En conjunto, estos elementos fortalecen el posicionamiento de la institución y consolidan al distrito como un destino cultural y turístico dinámico, accesible y reconocido a nivel digital.

## 1.2. PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES.

El presente proyecto responde a la necesidad detectada en la Unidad de Turismo de Sonsonate Este quien está a cargo del distrito de Izalco de fortalecer la difusión y promoción de sus manifestaciones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas, que actualmente se desarrollan de forma dispersa y con alcance limitado. Aunque existen iniciativas valiosas en la región como actividades gastronómicas y expresiones artísticas culturales, la ausencia de una estrategia comunicacional unificada impide maximizar su potencial y visibilidad ante públicos locales y nacionales.

El distrito de Izalco en el departamento de Sonsonate Este está marcado por una rica actividad cultural, artística, turística y gastronómica, cuenta con un patrimonio cultural que incluye edificaciones históricas como la Casa de los Barrientos (inmueble construido en 1864, declarada monumento nacional el 10 de octubre de 1991), el Llanito (declarado Bien Cultural en 2012, sitio donde descansan los restos de un número desconocido de personas que fallecieron en los sucesos de 1932), en su infraestructura religiosa se encuentra la Parroquia de Nuestra Señora de Dolores (templo construido en el año 1871, aún se conserva de esa estructura la nave, paredes laterales, el presbiterio y altar mayor; mientras que la fachada es de mediados del siglo XX). Otra de su infraestructura religiosa se encuentra la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción (una de las iglesias más antiguas del país, centro de importantes tradiciones religiosas). Estos sitios reflejan la historia, arquitectura y fervor religioso de Izalco.



**Figura 1:** El Llanito, Izalco, Sonsonate Este. **Fuente:** Memorias.org

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Religiosidad.

Izalco se caracteriza principalmente por su rica cultura llena de fervor religioso y tradiciones, como sus tradicionales cofradías, son consideradas pilares fundamentales de la vida cotidiana especialmente dentro de las comunidades indígenas del municipio, la religiosidad popular y la preservación de las tradiciones ancestrales. En Izalco, las cofradías evolucionaron incorporando elementos de las creencias y prácticas religiosas prehispánicas, dando lugar a un rico sincretismo cultural que se manifiesta en sus rituales, símbolos y cosmovisión, cada cofradía está generalmente liderada por un mayordomo o mayordoma, quien es responsable de la organización de las festividades del santo patrono de la cofradía durante un período determinado.



**Figura 2:** Datos Religiosos de Izalco, Sonsonate Este. **Fuente:** Memorias.org

- Turismo.

Izalco ofrece distintas ofertas turísticas, que fortalece la actividad económica de la zona. Durante una estadía en el lugar, los visitantes pueden participar en diversas actividades turísticas, explorando tanto su legado histórico como su belleza, sitios naturales, museos y manifestaciones culturales, folklore, artesanías, artes populares, y distintas actividades programadas.

- Potencial económico.

Los sitios de interés localizados en Izalco gozan de gran popularidad entre los residentes del Área Metropolitana de San Salvador y son un destino habitual para turistas nacionales e internacionales, los Atractivos Turísticos son:

Centro Histórico, Iglesia Colonial de Dolores, Iglesia Asunción, Ruinas de la antigua Iglesia Asunción y Centro Ceremonial el Llanito, Mascarón de Jaguar, Parque Zaldaña, Parque Menéndez, Casa Barrientos, Oficina de Turismo, Turicentro Ancestral Atecozol, Cementerio Municipal, Placita Izalqueña,

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Pupusódromo Izalqueño, Talleres de imaginaria Religiosa, Taller de tallado en Madera.

Área Rural: Cueva del Escorpión, Cueva del Tanquito, Mirador María Auxiliadora, Cerro Chino, Proceso del Ojushte, Casona de los Regalados, Cooperativa Las Lajas, Casa de Cristal, Monumento de la Virgen de la Lava, Turicentro Laja Maya, Volcán de Izalco, elaboración de chicha, plantaciones de cacao y proceso del chocolate.

Por su parte, el sector artístico dispone de espacios de exposición, pero no de una planificación digital orientada a su promoción esto limita el alcance del trabajo de artistas locales. A pesar de producir contenido valioso y original, estos actores no están siendo integrados estratégicamente en las plataformas existentes, desaprovechando su potencial comunicacional y comercial.

Una fortaleza clave de Izalco es su comunidad comprometida y participativa. Festivales culturales y actividades comunitarias se desarrollan regularmente con la colaboración del comité de desarrollo turístico, guías locales, la Mesa de Artesanos y el Pupusódromo Izalqueño. Sin embargo, estas iniciativas, aunque significativas, no están articuladas bajo una planificación estratégica de comunicación que permita posicionarlas con constancia y proyectar su impacto económico en favor de la comunidad.



**Figura 3:** Gráfico de recursos turísticos de Izalco. **Fuente:** Elaboración propia.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Según la información consultada anterior Izalco cuenta con un 15% de sitios naturales, un 22 % de manifestaciones culturales históricas y un 13 % de folklore, artesanías y arte, convirtiéndolo en un distrito con un alto porcentaje histórico cultural. (Turístico).

En este sentido, la Unidad de Turismo de la alcaldía municipal de Sonsonate Este es la entidad que ha asumido el liderazgo en la promoción cultural, trabajando por integrar estas expresiones como parte esencial de la imagen turística del distrito, además cuenta con una identidad gráfica ya desarrollada, la cual representa sus esfuerzos por coordinar y visibilizar la riqueza del lugar.

Esta institución juega un papel fundamental en la gestión y promoción de estos recursos, pero enfrenta desafíos significativos, entre ellos, la falta de presencia consolidada en plataformas digitales estratégicas como redes sociales populares, y la insuficiente aplicación de herramientas visuales y de comunicación digital que permitan una promoción continua y atractiva.

No obstante, se identifican diversas debilidades en su estrategia comunicacional, tales como:

- Ausencia y presencia en redes clave como Instagram y TikTok limitándose únicamente a facebook.
- Escasa implementación de herramientas visuales editoriales y lineamientos gráficos.
- Contenido limitado y poca interacción digital con el público.
- Actividades promovidas sin un objetivo claro.
- No cuentan con equipo de comunicación propio, dependen del de la alcaldía.
- No cuentan con un sitio web propio, dependen de un apartado limitado en el sitio web de la alcaldía municipal de Sonsonate Este.

En este contexto, el proyecto se orientó a diseñar estrategias de comunicación digital sostenibles que integren la cultura, turismo, arte y gastronomía, aprovechando estos recursos existentes y promoviendo la participación de actores locales. Estas estrategias se tradujeron en contenidos y propuestas visuales adaptadas a medios digitales de esta manera el proyecto contribuye a posicionar a Izalco y a la institución como un referente de turismo cultural sostenible, que preserva y promueve su identidad. Las oficinas de la unidad de

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

turismo se encuentran en la alcaldía municipal del distrito de Izalco. Durante todo este proceso, se promovió el involucramiento de actores locales, como artesanos, emprendedores y se buscó fomentar la participación en la entrega de información y toma de fotografías de sus productos para poder generar material de estrategias de contenidos para medios digitales, evitando así la difusión de contenido de baja calidad.

### a) Impacto

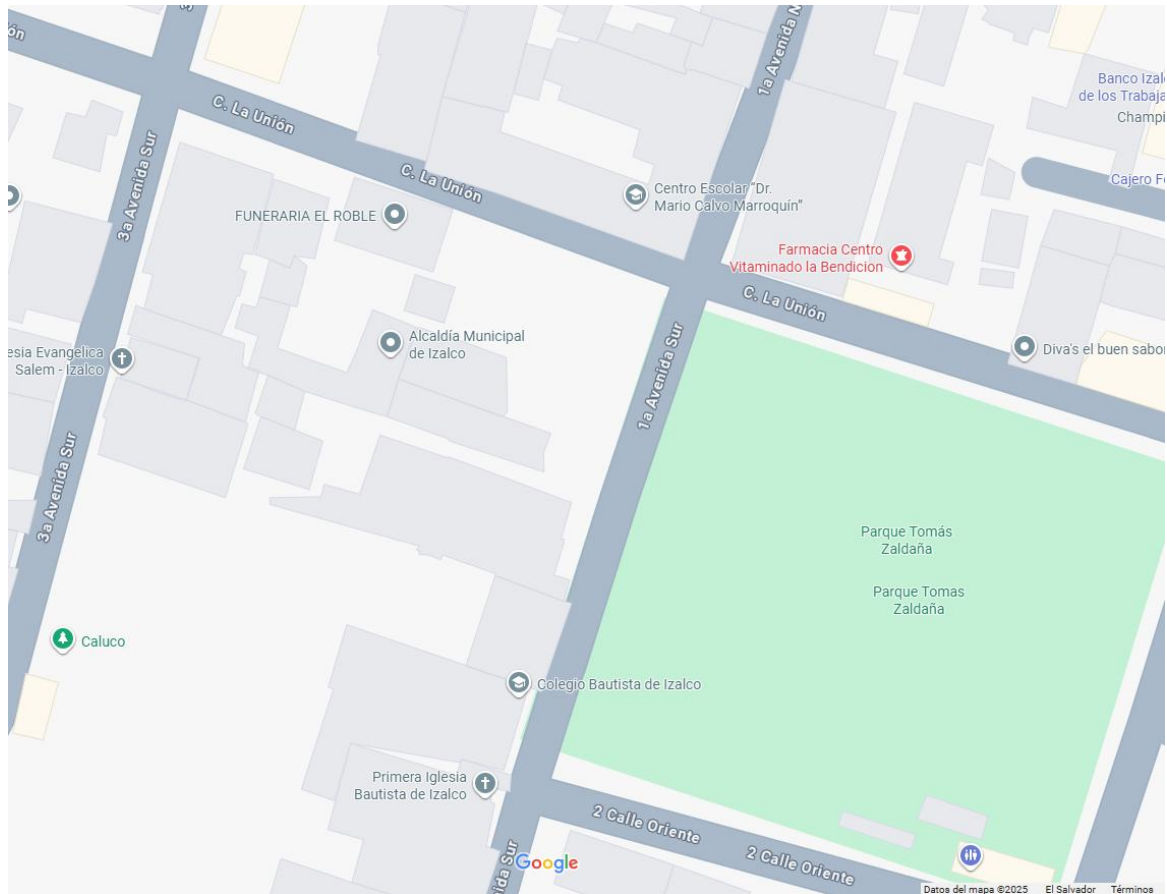
El proyecto impactará positivamente en varios niveles:

- A nivel institucional, la Unidad de Turismo tendrá mayor capacidad para gestionar su comunicación digital de forma autónoma y estratégica.
- A nivel comunitario, se visibilizará el trabajo de artistas, emprendedores y guardianes de la tradición, fortaleciendo su posicionamiento ante turistas y público nacional.
- A nivel económico, se espera una dinamización progresiva de las actividades turísticas y culturales locales, con potencial para generar ingresos a corto y mediano plazo.
- A nivel profesional y académico, se documentó un modelo comunicacional aplicable en otros territorios con necesidades similares.

### b) creadores que participan el proyecto.

- Equipo de trabajo UES:  
Fueron los principales responsables de la planificación, desarrollo y ejecución del proyecto. Sus tareas incluyeron diagnóstico, diseño de estrategias, elaboración de contenidos, creación del sitio web piloto, coordinación de pruebas, capacitación al equipo de la Unidad de Turismo y redacción del informe final.
- Unidad de Turismo de Sonsonate Este:  
Actuó como socio implementador, recibiendo los materiales creados, y validando los productos. El equipo de comunicación será clave en el mantenimiento y seguimiento del contenido generado.
- Actores locales de Izalco (artesanos, emprendedores)  
Participaron compartiendo información y material visual, sobre sus actividades y productos, colaborando en entrevistas.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



**Figura 4:** Ubicación Unidad de Turismo, alcaldía municipal de Izalco, 2 Calle Oriente, Izalco CP 230. **Fuente:** Google Maps.

## **II. OBJETIVOS.**

### **2.1 GENERAL**

Diseñar estrategias de comunicación digital sostenibles, mediante el uso de redes sociales, sitio web y herramientas visuales, para promover la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía en Izalco.

### **2.2. ESPECÍFICOS**

Evaluar las condiciones actuales de visibilidad de las expresiones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas de Izalco en plataformas digitales de la unidad de turismo.

Desarrollar contenidos visuales y estrategias comunicacionales digitales que integren el trabajo de artistas, artesanos, emprendedores y promuevan la identidad cultural y turística del distrito.

Capacitar al personal responsable de la comunicación de la Unidad de Turismo en el uso de herramientas digitales, fortaleciendo sus capacidades para la promoción cultural efectiva.

Validar las estrategias diseñadas a través de mecanismos participativos que permitan evaluar su impacto, recepción y pertinencia dentro de la comunidad.

### III. CONTENIDO GENERAL.

#### 3.1 FUNDAMENTACIÓN.

El diseño de estrategias de comunicación digital para la promoción de la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía se ha vuelto indispensable en la era actual. Conocer algunos conceptos de estudio de nuestro proyecto nos dará una mejor perspectiva sobre puntos específicos, la capacidad de planificar y ejecutar comunicaciones efectivas a través de canales digitales, ya que son cruciales para alcanzar objetivos, construir relaciones y generar impacto positivo. Este apartado explora los conceptos fundamentales y los modelos que subyacen al diseño de estrategias de comunicación digital sostenibles, ámbitos tan vitales como medios sociales, sitios web para el desarrollo económico, social y cultural.

##### **Estrategias de comunicación digitales.**

**Comunicación Digital:** Como se ha definido previamente, es el intercambio de información y significados a través de plataformas y tecnologías digitales (redes sociales, sitios web, correo electrónico, contenido multimedia, etc.). Su naturaleza interactiva y global permite un alcance sin precedentes para la promoción.

**Definición y Alcance:** La comunicación digital estratégica implica el uso planificado y sistemático de plataformas y herramientas digitales (redes sociales, sitios web, blogs, email marketing, SEO, SEM) para alcanzar objetivos específicos. No se limita a la mera publicación de contenido, sino que abarca la escucha activa, la gestión de la reputación en línea y la construcción de comunidades virtuales tal como nos dice (Mangold & Faulds, 2009). La comunicación digital permite una bidireccionalidad y una personalización del mensaje sin precedentes, lo que facilita un mayor nivel de interacción con la audiencia (De Vries et al., 2012).

**Estrategias de Contenido Digital:** En el corazón de la comunicación digital se encuentra el contenido. Una estrategia de contenido efectiva es aquella que crea, publica y distribuye material relevante y valioso para atraer, retener y enganchar a una audiencia claramente definida (Pulizzi, 2012).

Para la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía, esto se traduce en narrativas cautivadoras, imágenes de alta calidad, videos inmersivos y

experiencias interactivas que resalten la autenticidad y el valor de cada oferta. La narrativa transmedia, que distribuye elementos de una historia a través de múltiples plataformas para crear una experiencia de usuario unificada y coordinada así nos plantea (Jenkins, 2006), es particularmente relevante para la promoción cultural y turística de una zona en específico.

**Gestión de Comunidades y Engagement:** Las plataformas digitales no son solo canales de difusión, sino espacios para la construcción y gestión de comunidades. Una estrategia digital efectiva fomenta la participación, la conversación y la lealtad entre los miembros de la audiencia. (Kaplan & Haenlein, 2010).

Esto es vital para el turismo y la cultura, donde la creación de experiencias compartidas y la recomendación boca a boca digital son factores determinantes en la toma de decisiones del consumidor.

### **Promoción de la Cultura, el Arte, el Turismo y la Gastronomía en la Era Digital.**

- **Cultura y Arte en el Entorno Digital:** La digitalización ha democratizado el acceso al arte y la cultura, permitiendo a museos, galerías y artistas alcanzar audiencias globales (Cameron & Kenderdine, 2007). Las estrategias digitales pueden incluir visitas virtuales, exposiciones online, transmisión de eventos en vivo y creación de contenido educativo. La sostenibilidad aquí implica asegurar que la digitalización no sustituya la experiencia física cuando esta es crucial para la apreciación o la conservación, y que se respeten los derechos de autor y la procedencia de las obras. También implica usar las plataformas digitales para sensibilizar sobre la importancia de la conservación del patrimonio cultural (UNESCO, 2003).
- **Turismo Sostenible y Comunicación Digital:** El turismo es un motor económico vital, pero puede tener impactos negativos significativos si no se gestiona de forma sostenible (UNWTO, 2005). La comunicación digital juega un papel dual: por un lado, puede impulsar la demanda masiva que genera sobreturismo; por otro, puede ser una herramienta poderosa para promover destinos sostenibles, atraer a viajeros conscientes y educar sobre prácticas responsables.

**Gastronomía Sostenible y Digital:** La gastronomía, como expresión cultural y factor turístico, también tiene una dimensión de sostenibilidad ligada a la producción local, el consumo consciente, y el deleite de las tradiciones culinarias.

### **Promoción de la Cultura, el Arte, el Turismo y la Gastronomía en Redes Sociales.**

El auge de las redes sociales ha transformado radicalmente las estrategias de promoción para diversos sectores, especialmente aquellos ricos en experiencias y narrativas como la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía. Estas plataformas no solo actúan como canales de difusión, sino como ecosistemas interactivos donde la construcción de marca, la interacción con la audiencia y la generación de contenido generado por el usuario se vuelven fundamentales. En este apartado se explora los principios y teorías que sustentan la promoción efectiva de estos sectores en el entorno de las redes sociales y como han trascendido su función inicial de conectar personas para convertirse en herramientas esenciales de marketing y comunicación para organizaciones de todos los tamaños.

**Características:** Las redes sociales son "aplicaciones basadas en internet que se construyen sobre los fundamentos ideológicos y tecnológicos de la Web 2.0, y que permiten la creación e intercambio de Contenido Generado por el Usuario" (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61). Se caracterizan por su interactividad, capacidad de difusión viral, personalización y la posibilidad de crear y mantener comunidades en línea. Plataformas como Instagram, TikTok, Facebook, X (antes Twitter) y YouTube ofrecen diversas funcionalidades que se adaptan a distintos tipos de contenido y audiencias (Mangold & Faulds, 2009).

**Comunicación:** A diferencia de los medios tradicionales, las redes sociales facilitan una comunicación bidireccional y en tiempo real, permitiendo a las marcas no solo emitir mensajes, sino también escuchar, responder y participar en conversaciones con su audiencia. Este diálogo fomenta el (compromiso), que se define como el grado de interacción y participación que los usuarios tienen con el contenido de una marca (Hollebeek et al., 2014). Para la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía, los usuarios son crucial para construir comunidades de seguidores leales y embajadores de marca.

**Influencia del Contenido Generado por el Usuario:** Las redes sociales dependen en gran medida del Contenido Generado por el Usuario (UGC), que incluye reseñas, fotos, videos, comentarios y menciones creadas por los propios consumidores. El UGC es percibido como más auténtico y creíble que el contenido de marca, influyendo significativamente en las decisiones de compra y visita (Steyn et al., 2016).

### **Aplicación en Cultura, Arte, Turismo y Gastronomía.**

La promoción de estos sectores en redes sociales se beneficia de sus características inherentes: la riqueza visual, la experiencia sensorial y el fuerte componente emocional.

- **Cultura y Arte:** Las redes sociales ofrecen a museos, galerías, teatros y artistas una plataforma para exhibir sus obras, anunciar eventos y conectar con audiencias que quizás no visitarían físicamente sus espacios. Instagram y TikTok son ideales para contenido visual de obras de arte y fragmentos de espectáculos; Facebook y X para discusiones y noticias. La creación de (Cameron & Kenderdine, 2007; Parra et al., 2020). La promoción debe enfocarse en la accesibilidad, la educación y la inspiración.
- **Turismo:** Las redes sociales son centrales en todas las etapas del viaje del consumidor: desde la inspiración y planificación hasta el compartir experiencias post-viaje (Xiang & Gretzel, 2010). Destinos, como atracciones turísticas de la zona son fácilmente publicados utilizando fotos y videos de alta calidad para evocar el deseo de viajar, testimonios de viajeros para generar confianza y contenido interactivo,.
- **Gastronomía:** El sector gastronómico se beneficia enormemente del contenido visual en redes sociales. Restaurantes, chefs, mercados y productores de alimentos utilizan fotos apetitosas, videos de preparación y reseñas para atraer clientes (Kim & Kim, 2018). Instagram y TikTok son plataformas primordiales para mostrar platos, el ambiente del local y el "detrás de cámaras" de la cocina. Las interacciones con foodies e influencers culinarios, la realización de concursos o desafíos de recetas, y la promoción de ingredientes locales o sostenibles son tácticas comunes. La promoción busca despertar el deseo, la confianza en la calidad y la curiosidad por probar nuevas experiencias culinarias.

## **Promoción de la Cultura, el Arte, el Turismo y la Gastronomía en un Sitio Web.**

En la era digital, el sitio web se ha consolidado como la piedra angular de cualquier estrategia de comunicación y promoción. Para sectores tan ricos en contenido y experiencias como la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía, un sitio web no es solo un folleto en línea, sino una plataforma dinámica para informar, inspirar, interactuar y facilitar transacciones. Este apartado explora el papel central del sitio web en la promoción de estos sectores, destacando los principios de diseño, usabilidad, experiencia del usuario y gestión de contenido que son cruciales para su éxito.

Un sitio web, en el contexto de la promoción, es el punto de encuentro digital principal para una organización, destino o iniciativa. Sirve como la base desde la cual se irradian todas las demás actividades digitales.

- **Definición y Rol Estratégico:** Un sitio web es un conjunto de páginas web y recursos relacionados, accesibles a través de Internet, que comparten un mismo nombre de dominio. Para la promoción de la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía, el sitio web es el centro neurálgico donde se aloja la información más completa, se cuentan las historias clave, se gestionan las reservas o ventas y se construyen las bases para la interacción con la audiencia (Chaffey, 2019). A diferencia de las redes sociales, que son plataformas de terceros con reglas y algoritmos cambiantes, el sitio web es una propiedad digital controlada, lo que permite una mayor libertad en el diseño, la gestión de datos y la monetización.
- **Complementariedad con Redes Sociales:** Aunque las redes sociales son vitales para la difusión y el *engagement*, el sitio web actúa como el destino final del tráfico generado en estas plataformas. Las redes sociales son herramientas para atraer la atención e iniciar el contacto, mientras que el sitio web es donde se profundiza la relación, se provee información detallada y se realizan las conversiones (Laudon & Traver, 2024). Por ejemplo, un *reel* atractivo en Instagram puede dirigir a un usuario al sitio web para explorar un catálogo de ofertas turísticas, culturales o gastronómicas y posibles productos artesanales.

## **Principios para poder crear un sitio web.**

La efectividad de un sitio web para la promoción cultural, artística, turística y gastronómica depende en gran medida de su diseño y su facilidad de uso esto ayudara a que los usuarios puedan navegar de forma fácil y rápida sin largos periodos de carga y contenido innecesario.

**Usabilidad (Usability):** Se refiere a la facilidad con la que los usuarios pueden aprender a usar un sistema y desempeñarse de manera efectiva con él (Nielsen & Norman, 2017). Para estos sectores, un sitio web usable implica una navegación intuitiva, una estructura lógica de la información, tiempos de carga rápidos y un diseño *responsive* que se adapte a cualquier dispositivo (móviles, tabletas, ordenadores). La falta de usabilidad puede generar frustración en el usuario y llevar al abandono del sitio.

**Experiencia de Usuario (UX - User Experience):** La UX va más allá de la usabilidad, abarcando todas las sensaciones y emociones que un usuario experimenta al interactuar con un producto o servicio (Garrett, 2011). En la promoción cultural, artística, turística y gastronómica, una excelente UX implica:

- **Diseño Visual Atractivo:** Uso de imágenes de alta calidad, videos atractivos y una estética que refleje la esencia del contenido (belleza del arte, paisajes turísticos, exquisitez de la comida). La **estética** no es solo un adorno, sino un factor clave en la persuasión y la credibilidad (Fogg et al., 2003).
- **Interactividad:** Elementos que invitan a la participación, como galerías interactivas, mapas explorables de destinos, menús personalizables o secciones de comentarios.
- **Personalización:** Adaptación del contenido y las ofertas basándose en las preferencias del usuario o su historial de navegación, mejorando la relevancia del sitio (Laudon & Traver, 2024).
- **Accesibilidad:** Asegurar que el sitio sea usable para personas con diversas capacidades, cumpliendo con estándares de accesibilidad web (W3C, 2020).

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

A continuación, se detallan los desafíos y estrategias, puntos fuertes destacados y las estrategias creativas en la ejecución del proyecto.

#### **3.2.1 PUNTOS FUERTES DESTACADOS DEL PROYECTO.**

- Desde el inicio el proyecto ha tenido una idea clara que la institución presenta ciertas limitantes a nivel de comunicación; digital por eso se diseñaron estrategias de comunicación sostenibles, enfocadas en fortalecer la promoción de cuatro áreas (cultura, arte, turismo y gastronomía), mediante herramientas digitales eficaces y contenidos relevantes que servirán de apoyo para la institución.
- A nivel administrativo se ha contado con el apoyo de la institución ya que mostro un interés en el proyecto, gracias a esto se logró tener una mejor perspectiva de poder solventar las necesidades que la institución presenta, desarrollar los objetivos planteados y la ejecución del proyecto.
- La participación activa con la institución fue fundamental, la visita presencial a la Unidad de Turismo en el distrito de Izalco fue muy positiva, nos atendieron amablemente, proporcionando información y recursos como contactos relevantes sobre actores locales para poder obtener datos de primera mano acerca de la zona.
- La Unidad de Turismo cuenta con personal altamente capacitado en el ámbito turístico del distrito de Izalco, además poseen información relevante que ha ayudado a poder desarrollar el proyecto.
- La comunicación con la jefa de la Unidad de Turismo la Licenciada Claudia Elías fue bastante positiva, se utilizó la red social de Whatsapp para estar en contacto, los tiempos de respuesta fueron bastante rápido y su participación dentro del proyecto ha sido fundamental en brindar información y apoyo.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Durante la jornada de visita de campo la institución estuvo en contacto con algunos actores locales, esto facilitó la toma de fotografías y videos del trabajo que ellos realizan, además la visita a estos emprendimientos dentro de la zona del distrito de Izalco fue bastante positiva ya que fueron amables en brindar el espacio y compartir sus conocimientos sobre su trabajo y de la zona, estos actores locales fueron, Pupusería Rina, yuquearía Pénjamo y taller de Artesanías Casa Maya a cargo de Don José Rivas, quien compartió información detallada de su trabajo así como parte de la historia indígena del distrito y características culturales de la zona.

### **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.**

Durante el desarrollo del proyecto se han enfrentado diferentes limitaciones y desafíos, al principio hubieron problemas para poder coordinar una reunión inicial con la jefa encargada de la Unidad de Turismo y poder presentar el proyecto; ya que las diferencias de horarios y la disponibilidad de tiempo por cuestiones laborales de uno de los integrantes del proyecto y de parte de la institución afectó en poder llevar a cabo la reunión, esto retrasó el inicio del desarrollo de las actividades planeadas del proyecto. Para poder solventar esto se pidió una reunión virtual vía meet con la Licenciada Claudia Elías jefa de la Unidad de turismo, la propuesta fue bien recibida atendiéndonos en la fecha establecida y así poder presentar el proyecto.

Actualmente la Unidad de Turismo no cuenta con un equipo de comunicación propio que lleve y desarrolle la parte publicitaria y contenido digital, como toma de fotografías, videos etc. Debido a esto la institución se tiene que apoyar con el equipo de comunicación de la alcaldía municipal en general, este equipo de comunicación actualmente son los encargados de hacer la parte publicitaria y contenido de la alcaldía de Sonsonate Este, además la alcaldía está a cargo de la red social de Facebook de la unidad de turismo, toda información y fotografías está a cargo de esta área, lo que limita la divulgación de contenido propio por parte de la Unidad de Turismo de Sonsonate Este.

En la fase de ejecución del proyecto en los últimos meses surgieron algunos obstáculos relacionados con la disponibilidad de tiempo para llevar a cabo las actividades planificadas debido a compromisos laborales.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Debido a que la Unidad de Turismo no cuenta con equipo de comunicación propio se tuvo que pedir información al encargado de esta área de la alcaldía sin embargo, los tiempos de respuestas fueron bastante tardados para brindar el material solicitado. Debido a esto se tuvo que buscar otros medios para poder obtener información necesaria y así no retrasar más la ejecución de las actividades planeadas.

Los tiempos de respuesta fueron bastantes prolongados de parte del encargado del equipo de comunicaciones, de igual forma se solicitó fotografías sobre algunas áreas pero fueron bastantes limitadas, por lo que se tuvieron que modificar algunos productos finales entre ellos post de las fiestas patronales del distrito que se habían propuesto a realizar al inicio.

Los post publicitarios y el material creado fue enviado al encargado del equipo de comunicación ya que ellos son los encargados de la publicidad en la red social de Facebook de la unidad de turismo, el material fue recibido y validado para que se publicaran pero debido a los tiempos de respuesta por parte del encargado no se pudo llevar a cabo la publicación de los post publicitarios sobre las fiestas patronales de Izalco y el contenido creado como se había establecido, debido a esto, no se llevó a cabo las encuestas que se tenía previsto realizar, únicamente se envió el material creado para futuras publicaciones, además tampoco se logró realizar la capacitación sobre social media y únicamente se creó y entrego la guía. El material creado también fue entregado a la Unidad de Turismo dicho contenido fue bien recibido para futuras publicaciones.

Actualmente la Unidad de Turismo del distrito de Izalco no cuenta con material visual suficiente del trabajo de emprendedores, artesanos y actores locales por lo que se dificulto poder obtener este material para el desarrollo del proyecto.

En un principio se había planeado la activación de las redes sociales de la Unidad de Turismo como Instragram y TikTok, dicha actividad no se realizó debido a que primero tiene que ser validada y evaluada por la alcaldía municipal.

### **3.2.2 ESTRATEGIAS CREATIVAS APLICADAS.**

Debido a la dificultad de horarios y laborales para poder llevar a cabo la reunión inicial con la institución se tomó buscar otras alternativas, esto con el fin de no retrasar la ejecución del proyecto.

La creación y la elaboración de todo el material se adaptó según la identidad visual de la institución, esto con el fin de que tanto los post publicitarios como el sitio web y resto de contenido creado tuvieran la misma línea grafica permitiendo tener una coherencia visual en todo el material elaborado.

Como se mencionó anteriormente la Unidad de Turismo no cuenta con información necesaria sobre el trabajo de emprendedores y artesanos como son fotografías o videos, por lo que se nos presentó limitantes para poder acceder a este contenido, para solventar este problema tuvimos que hacer uso de equipo propio como cámaras fotográficas y trasladarnos hacia los puestos gastronómicos y talleres de artesanos para poder tomar fotografías y video de los productos y el trabajo que realizan, la Unidad de Turismo únicamente nos brindaron los contactos y la recomendación para que nos atendieran.

Para poder tener una mejor coordinación con el encargado del equipo de comunicación de la alcaldía y que esta cargo de la parte publicitaria de la Unidad de Turismo se hizo un grupo de Whatsapp para facilitar el intercambio de información.

Para el desarrollo de los artes se utilizó software actualizados de diseño así como la implementación de herramientas adicionales como Figma para la elaboración de la guía de fotografía de producto y la estructura inicial del sitio web. Se crearon ilustraciones digitales para la elaboración de la guía de social media.

Se hizo uso de la web para poder tener información sobre los destinos turísticos de la zona así como información general del lugar.

Debido a que no se pudieron activar las redes de Instagram y TikTok de la Unidad de Turismo como se había planteado en un inicio, se implementó estrategias creativas para solventar este desafío, como resultado se crearon propuestas a manera de infografías para activar estas redes en un futuro.

### **3.2.3 MODELO DE GESTIÓN.**

El modelo de gestión se ha llevado de manera mixta, se ha tenido la participación activa con la institución en poder brindar información necesaria como el compartimiento de algunas fotografías y el apoyo en general en el desarrollo del proyecto, de igual forma la participación con los actores locales ha sido fundamental en la toma de fotografía y video de sus trabajos, ayudándonos a obtener esta información de primera mano.

Además se ha hecho uso de equipo propio como computadoras actualizadas capaces de desarrollar contenido de diseño gráfico, cámaras fotográficas profesionales, tabletas gráficas y software de diseño. De esta forma gracias al uso de recursos propios se logró ejecutar el material que se tenía pensado desarrollar en el proyecto.

## **IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.**

### **4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.**

El proyecto desarrollado se centró en la planificación y ejecución de estrategias de comunicación digital sostenibles. Nuestro principal objetivo es visibilizar y promover las ricas manifestaciones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas del distrito de Izalco.

Nuestra propuesta se basa en varios pilares clave: la creación de contenido digital atractivo para medios sociales, la activación o propuestas de redes sociales más representativas, el diseño de un sitio web en fase piloto, y la participación activa de actores locales (emprendedores y artesanos) como facilitadores y creadores de contenido. Buscamos dotar a la Unidad de Turismo con las herramientas necesarias para fortalecer su presencia en medios digitales y sociales. Esta entidad será la responsable de dar seguimiento y operar las estrategias que hemos desarrollado.

Para lograrlo, el proyecto se estructuró en diferentes etapas y actividades claves las cuales se describen a continuación.

#### **4.1.1 EVALUACIÓN DIAGNOSTICA.**

Como fase inicial del proyecto se contactó con la Licenciada Claudia Elías encargada de la Unidad de Turismo, posteriormente se tuvo una reunión de manera virtual con ella a través de una video llamada en la plataforma de meet, en esa reunión se presentó la iniciativa del proyecto y se obtuvo información breve sobre las condiciones actuales en medios digitales por parte de la Unidad de Turismo. Se solicitó una reunión de forma presencial con la institución, esto con el fin de poder conocer de primera mano información necesaria.

La reunión con la institución se logró desarrollar de manera presencial, asistiéndonos en un horario laboral, nos trasladamos al distrito de Izalco donde están las oficinas de la Unidad de Turismo en la alcaldía municipal, en dicha reunión se obtuvo información sobre las condiciones actuales de la Unidad de Turismo en medios digitales, dichas limitantes encontradas fueron.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Ausencia de presencia en redes clave como Instagram y TikTok. Limitándose únicamente a Facebook.
- Escasa implementación de herramientas visuales editoriales y lineamientos gráficos.
- Contenido limitado y poca interacción digital con el público en Facebook, limitándose únicamente a compartir contenido de otras páginas y usuarios.
- Actividades promovidas sin un objetivo claro.
- Su línea gráfica no es continua ni narrativa.
- Poca visualización de actores claves como emprendedores y artesanos.
- No cuentan con un sitio web, únicamente cuentan con un apartado limitado en el sitio web de la alcaldía municipal.

Esta información permitió poder identificar brechas en la promoción actual, percepciones sobre la visibilidad del trabajo de la institución. Se establecieron lineamientos para el diseño de estrategias y contenidos.



**Figura 5:** Reunión presencial, licenciada Claudia Elías jefa de la Unidad de Turismo, Carlos García y Alexis Angeles equipo gestor, Carlos Najo encargado del equipo de comunicación de la alcaldía de Sonsonate Este. Distrito de Izalco. **Fuente:** Elaboración propia

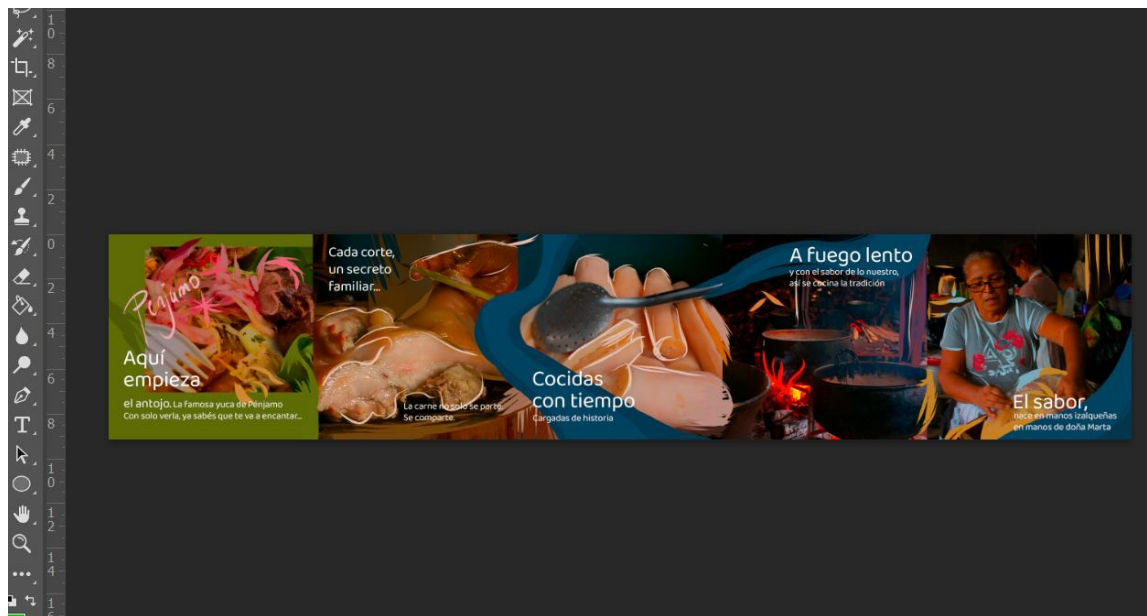
# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

## 4.1.2 DISEÑO DE ESTRATEGIAS Y CONTENIDOS DIGITALES.

Con base a la evaluación diagnóstica, se pudo obtener una conclusión que dicha institución carece de limitantes en la parte visual. Se comenzaron a crear las estrategias y contenidos visuales a desarrollar en el proyecto y mensajes adaptados a redes sociales y plataformas digitales, que reflejen la identidad cultural y turística de Izalco. Esto con el fin de poder brindarle las herramientas necesarias a la Unidad de Turismo y así poder fortalecer su presencia en medios digitales, dichas estrategias se describen a continuación.

Durante esta etapa se desarrolló la toma de video, fotografías y entrevistas a actores claves, esto con el propósito para la creación de post publicitarios y reels para redes sociales donde se dé a conocer el trabajo de artesanos y emprendedores locales.

### Post publicitarios.



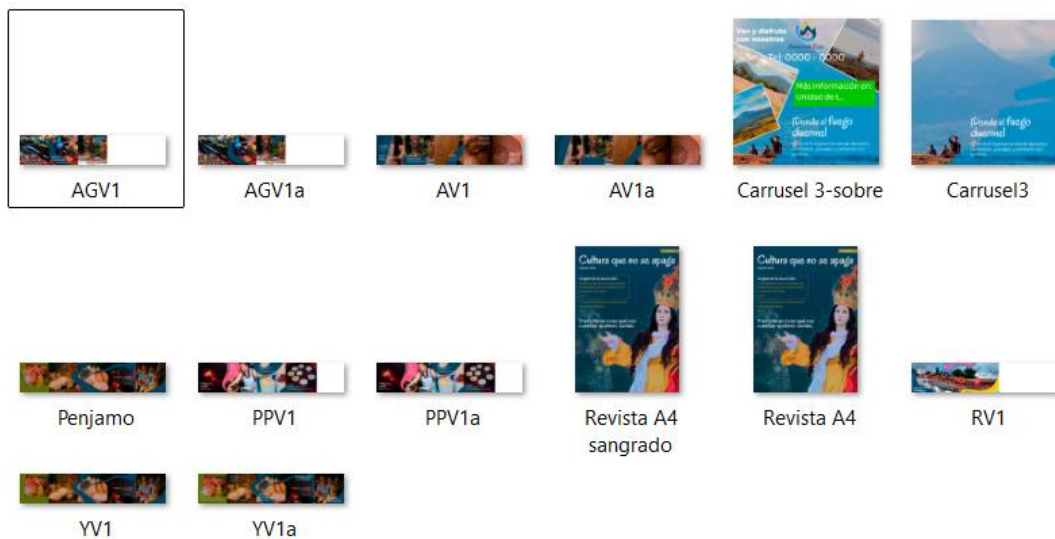
**Figura 6:** Desarrollo de Post publicitarios 1080 x 1080px. **Fuente:** Elaboración propia

Durante esta etapa del proyecto, se trabajó de manera integral en la creación de contenidos gráficos destinados a fortalecer la comunicación visual de la Unidad de Turismo en medios digitales. El objetivo principal ha sido dotar a la institución de piezas coherentes con su identidad visual, capaces de comunicar

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

de forma clara, atractiva y culturalmente representativa los distintos aspectos del distrito.

Uno de los productos más significativos fue el diseño de publicaciones en diversos formatos adaptados a plataformas como Instagram y Facebook. Se priorizaron medidas como 1080x1080 píxeles para publicaciones regulares y carruseles informativos, así como versiones verticales (1080x1920) para historias y otros espacios de difusión con alta interacción, como reels y estados.

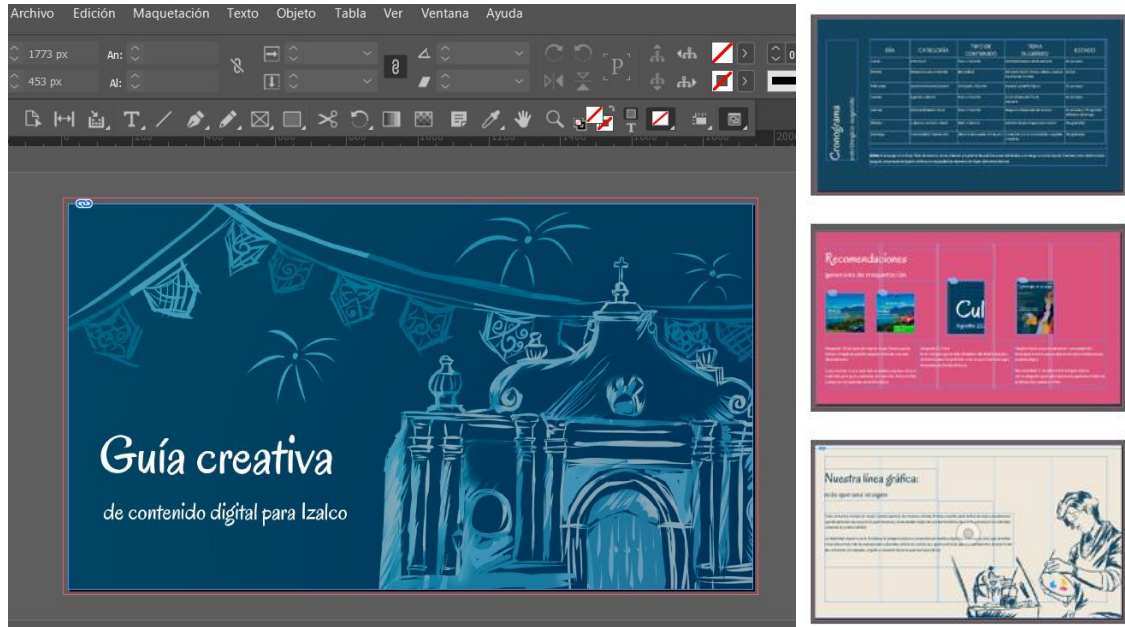


**Figura 7:** Muestra de diseños finalizados. **Fuente:** Elaboración propia.

Esta fase se finalizó de manera exitosa. Las piezas gráficas fueron enviadas y aprobadas por parte de la Unidad de Turismo, con el fin de proceder a su publicación en redes sociales. Ver resultado del contenido creado en anexos.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

## Guía social media



**Figura 8:** Proceso del diseño de la guía visual para contenido digital. **Fuente:** Elaboración propia.

El proyecto alcanzó una etapa clave con la finalización del Manual de contenido digital para Izalco, una herramienta práctica y visual que recoge los lineamientos fundamentales para comunicar de manera coherente la marca en medios digitales.

Este documento ha sido diseñado con un enfoque accesible y funcional, pensado para que cualquier persona con o sin experiencia en diseño pueda comprender y aplicar las recomendaciones. No se trata solo de una guía técnica, sino de un apoyo estratégico para contar visualmente las historias del distrito, resaltando su riqueza cultural, artística, turística y gastronómica.

Esta guía servirá como apoyo en brindar a la Unidad de Turismo herramientas esenciales sobre diseño editorial y creación de contenido digital.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

**Cronograma**  
estratégico sugerido

DÍA	CATEGORÍA	TIPO DE CONTENIDO	TEMA SUGERIDO	ESTADO
Lunes	Arte local	Post o historia	Artista/artesano de la semana	En proceso
Martes	Recepción de contenido	[No aplica]	Día para recibir fotos, videos y textos de actores locales	Activo
Miércoles	Gastronomía tradicional	Carrusel o historia	Receta o platillo típico	En proceso
Jueves	Agenda cultural	Post o historia	Actividades del fin de semana	En proceso
Viernes	Emprendimiento local	Post o historia	Negocio destacado de la zona	En proceso / Programar sábado y domingo
Sábado	Cultura o turismo visual	Reel o historia	Galería visual o lugar para visitar	Programado
Domingo	Comunidad / interacción	Historia (encuesta, trivia, etc.)	Conectar con la comunidad o agradecimiento	Programado

**NOTA:** Si el equipo no trabaja fines de semana, se recomienda programar las publicaciones del sábado y domingo con anticipación (viernes como máximo). Esto asegura una presencia digital continua sin necesidad de intervención fuera del horario laboral.

**Figura 9:** Visualización del contenido desarrollado en la guía (cronograma de publicaciones.  
**Fuente:** Elaboración propia.

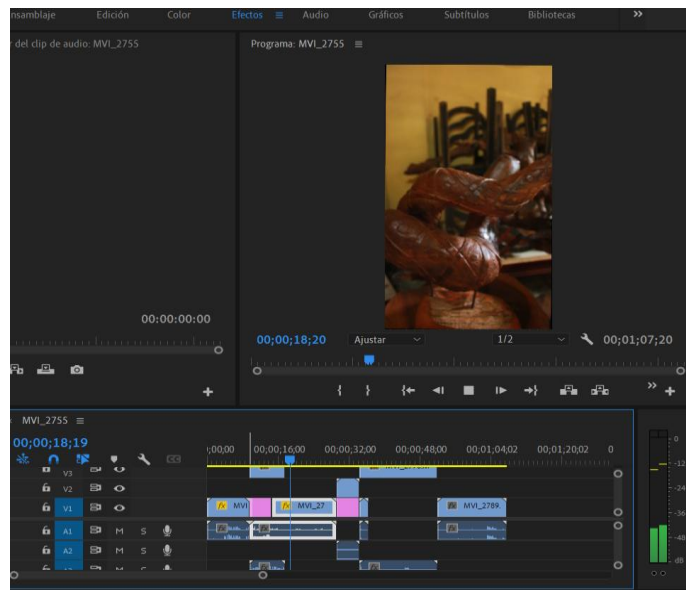
Entre los apartados desarrollados se incluyen:

- Recomendaciones de formatos y retículas: se explican de forma sencilla qué tipo de medidas son ideales para redes sociales como Instagram y Facebook, tanto para publicaciones cuadradas (como los posts) como para formatos verticales (como las historias), acompañadas de ejemplos visuales para mayor claridad.
- Guía de tamaños y adaptabilidad: se incluyen tamaños estándar y consejos para adaptar piezas gráficas según la plataforma, cuidando que la imagen no se distorsione o pierda legibilidad.
- Principios de maquetación editorial: en este apartado se explican los conceptos básicos de diseño editorial (como jerarquía visual, alineación, márgenes y uso del espacio en blanco), orientados a publicaciones digitales tipo boletines o revistas.
- Composición visual y aire gráfico: se brindan consejos fáciles de seguir para lograr equilibrio y orden en cada pieza, explicando el uso adecuado del espacio, la organización de elementos y cómo evitar la saturación visual.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- **Uso de tipografía y color:** se muestran las fuentes aprobadas para la marca y cómo combinarlas correctamente, junto con la paleta cromática oficial. Se explica por qué estos elementos son importantes y cómo contribuyen a que la marca sea reconocible y coherente.
- **Tono comunicacional:** se describe el estilo de redacción y comunicación sugerido para los textos: cercano, respetuoso de las tradiciones, positivo y claro, con ejemplos de frases y formas de expresión que reflejan la esencia de Izalco.
- **Planificación de contenidos:** se incluye una guía básica para organizar publicaciones, con una propuesta de frecuencia semanal y un pequeño calendario sugerido. Esta sección busca facilitar la constancia en la comunicación y maximizar el impacto del contenido.
- **Buenas prácticas de diseño y publicación:** se comparten recomendaciones claras sobre cómo revisar ortografía, cuidar la calidad de las imágenes, verificar que todo funcione correctamente en distintos dispositivos, y evitar errores comunes. (ver resultado de la guía en anexos).

### Desarrollo de Reels para redes sociales.



**Figura 10:** Etapa de postproducción. **Fuente:** Elaboración propia.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Como parte del proceso de construcción de la identidad digital de Izalco, se desarrollaron diversas piezas audiovisuales en formato Reels, pensadas especialmente para su difusión en redes sociales como Instagram y TikTok, donde el contenido breve, visual y dinámico tiene un alto nivel de alcance e interacción.

Estas piezas forman parte de una estrategia que busca no solo promover los atractivos del distrito, sino también generar una conexión emocional con las audiencias, tanto locales como externas. En los videos también se da a conocer el trabajo de algunos actores locales como emprendedores y artesanos. Cada Reel está diseñado para destacar lo más auténtico y representativo de Izalco, su riqueza cultural, sus paisajes naturales, sus tradiciones vivas y el valor de su gente.

La narrativa visual se construye de manera ágil y atractiva, utilizando recursos como música, textos breves, transiciones dinámicas y una selección cuidada de planos. Esto permite captar la atención en los primeros segundos un aspecto fundamental en plataformas como TikTok o Instagram y mantener el interés durante toda la pieza.

### **Propuestas para activación de redes sociales Instagram, Tiktok.**

Uno de los problemas que encontramos por parte de la Unidad de Turismo fue su poca participación en redes sociales populares, limitándose únicamente a Facebook, por lo que restringe su visibilidad como institución turística del distrito de Izalco. Como parte de nuestras estrategias creamos dos propuestas detalladas en formato de infografías para la activación de Instagram y TikTok, redes sociales populares actualmente. Estas recomendaciones abarcan los beneficios clave y consejos prácticos para una gestión exitosa para la activación de estos perfiles.

Para la propuesta de la red social Instagram se incluyó en la infografía aspectos claves y consejos prácticos a tener en cuenta, entre la información expuesta se destacaron los siguientes puntos.

- ¿Qué es Instagram? Y sus beneficios
- Algunas razones por las cuales deberías tener un perfil de Instagram para tu marca.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Que publicar en Instagram
- Algunos consejos prácticos.



**Figura 11:** Propuesta para la activación de instagram. **Fuente:** Elaboración propia

Para la propuesta de la red social TikTok se incluyó información precisa en la infografía y consejos prácticos que benefician al crecimiento en redes sociales, la información expuesta fue la siguiente.

- Breve descripción de la red social
- Beneficios de activar una cuenta de TikTok
- Recomendaciones importantes
- Objetivo audiencia
- Produce contenido original



**Figura 12:** Propuesta para la activación de tiktok. **Fuente:** Elaboración propia.

### **Guía sobre fotografía de producto con celular para actores locales.**


Una de las limitantes que se observó durante la etapa de diagnóstico fue la poca información visual con la que cuenta la Unidad de Turismo con respecto a fotografías del trabajo artesanal y productos de emprendedores, ya que al momento de solicitar estas fotografías a la Unidad de Turismo no contaban con el material visual solicitado, y cuando la institución pedía él envió de dichas fotografías a estos sectores se obtenían archivos básicos y de poca calidad.

Como parte de nuestras estrategias en este proyecto se busca capacitar a los emprendedores y artesanos locales con conocimientos básicos de fotografía de producto. Para ello, ofrecemos una guía práctica con recomendaciones sencillas para tomar fotografías de alta calidad usando únicamente un teléfono celular. Esto facilitará el acceso a herramientas de promoción visual sin la necesidad de invertir en cámaras profesionales, aprovechando los dispositivos digitales que ya tienen a su alcance.

Para esta guía se buscó profundizar en conceptos claves y en ejemplos prácticos que ayuden a la toma de buenas fotografías, sin sobrecargar de información innecesaria y poco relevante, esta guía estará a cargo de la Unidad de Turismo y podrá ser entregada a emprendedores cuando esta institución requiera de fotografías por parte de estos sectores. Entre los apartados de la guía sobre fotografía de productos incluyen. (Ver resultados en anexos).

- Iluminación tu mejor aliado
- El fondo: Protagonista es el producto no el caos.
- Composición: como colocar tus productos.
- Utiliza elementos decorativos
- Enfoque y nitidez, cada detalle cuenta.
- Edición básica: el toque final.
- Consejos adicionales para emprendedores y artesanos.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



## Guía rápida para fotografiar tus productos.

¿Eres un emprendedor artesanal, gastronómico y quieres que tus productos brillen en redes sociales y plataformas de venta? ¡No necesitas una cámara profesional! Con tu teléfono celular y algunos consejos simples, puedes tomar y tomar fotografías que cautiven a los clientes y muestren la belleza de tu trabajo o servicios.

### 1. Iluminación: Tu mejor aliada

La luz es el ingrediente más importante para una buena foto. Olvídate del flash de tu teléfono; casi siempre hace que los objetos se vean planos y con brillos feos.

Aquí te van algunos consejos.


Luz natural: siempre la mejor opción.

La luz natural es tu mejor amiga. Busca un lugar cerca de una ventana o sal al exterior en un día nublado. La luz debe ser suave y uniforme para evitar sombras duras que distorsionen tu producto.

Evita el sol directo: No coloques tus productos bajo la luz solar directa, ya que crea sombras muy marcadas y brillos excesivos.

Horas ideales: Las mejores horas para fotografiar son por la mañana temprano o al final de la tarde (la famosa "hora dorada"), cuando la luz es más suave y cálida.

Si no tienes luz natural: Si debes fotografiar de noche o en un lugar oscuro, puedes usar lámparas de luz blanca con difusores (puedes improvisar con una tela blanca delgada) para suavizar la luz.



### 2. El fondo: Protagonista es el producto, no el caos.

El fondo de tu fotografía es crucial. Debe complementar tu producto, no competir con él. Un fondo limpio y sin distracciones ayuda a que tu artesanía o producto de emprendimiento sea el centro de atención.

Fondos sencillos y limpios.

Opta por fondos lisos y discretos. Puedes usar:

- Cartulinas o papeles de colores neutros: blanco, gris, beige o tonos pastel funcionarían muy bien.
- Maderas claras o telas texturizadas: Si quieres darle un toque más rústico o acogedor, asegúrate de que no roben el protagonismo.

Evita el desorden: Asegúrate de que no haya objetos extraños o distracciones en el fondo que resten profesionalismo a tu imagen.




Figura 13: Guía sobre fotografía de productos para emprendedores. Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.3 CREACIÓN DEL DISEÑO SITIO WEB EN FASE PILOTO.

El proyecto incluye la creación de un sitio web en fase piloto que servirá como plataforma integral para visibilizar y promover los atractivos culturales, turísticos, gastronómicos y artísticos de Izalco. El sitio web está diseñado según las necesidades de la Unidad de Turismo. En esta fase se comenzó a desarrollar los elementos visuales del sitio web, la paleta de colores, tipografías y el estilo de los botones a utilizar, además de los bocetos previos de la estructura del sitio web y el desarrollo de dicho sitio, se mantuvo la línea grafica de la Unidad de Turismo, utilizando las tipografías y colores.

#### Design system

## Creación de elementos a utilizar

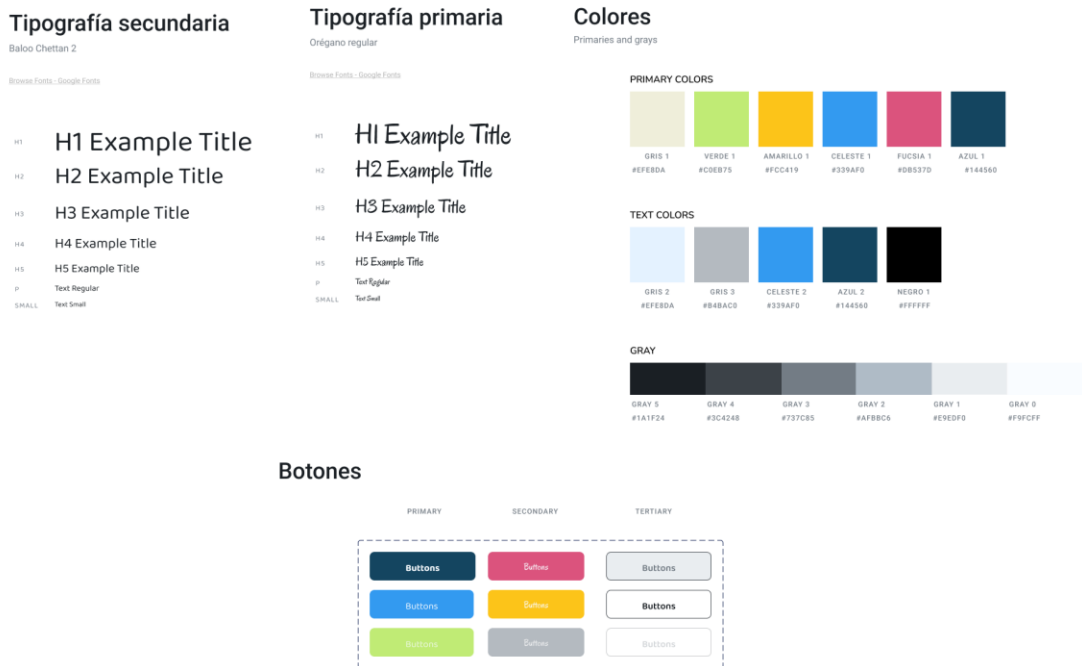
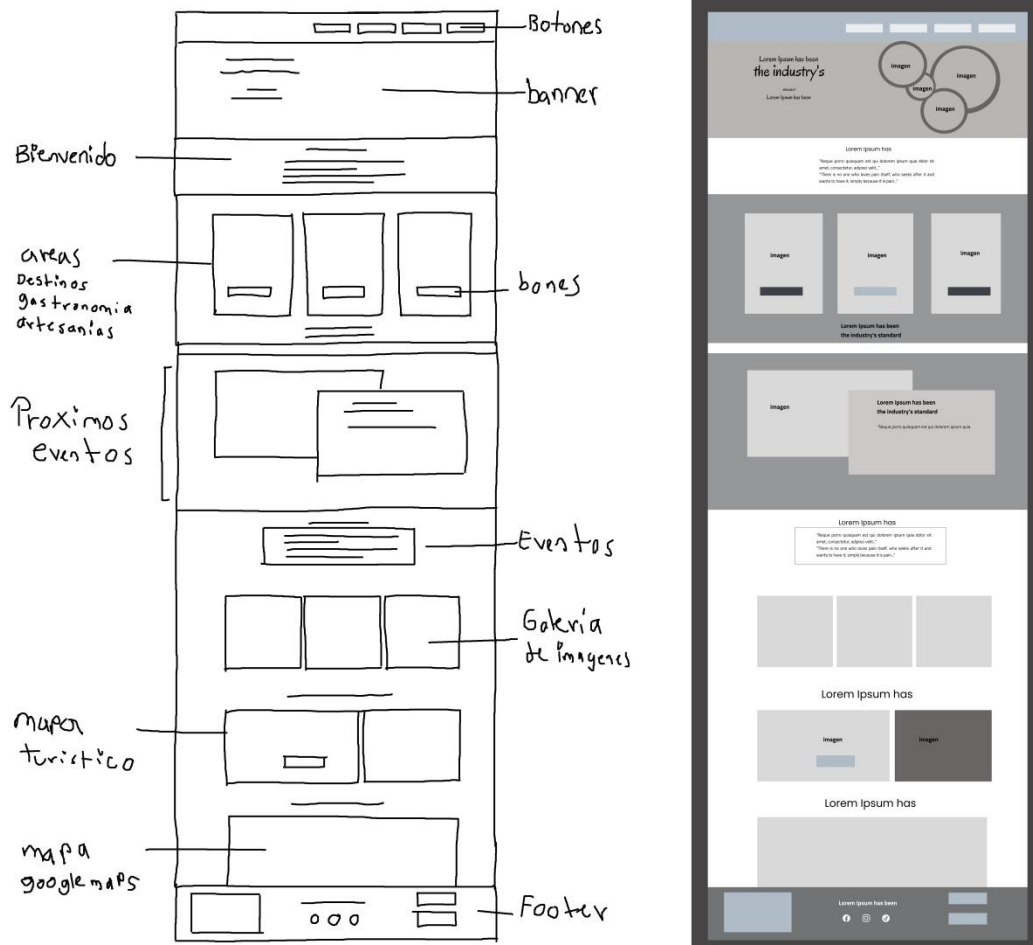


Figura 14. Creación de tipografías y paleta de colores. Fuente: Elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Una vez teniendo los elementos de diseño se comenzó a crear las secciones del sitio web y las diferentes áreas que tendrá. Estas áreas son:

- Header, sección de botones, sobre nosotros, destinos, gastronomía, artesanías, mas.
- Section: baner, bienvenidos, área de destinos, gastronomía, artesanías.
- Próximos eventos culturales
- Área mapa turístico
- Mapa de ubicación
- Footer, logo, redes sociales, contactos.



**Figura 15:** Creación de prototipo del sitio web, media y baja fidelidad. **Fuente:** Elaboración propia.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Como siguiente paso después de haber creado el prototipo se comenzó a maquetar el sitio web a través de la plataforma en línea Wix, esto con el fin de demostrar que el diseño sea funcional y adaptable en escenarios reales. Esta plataforma permite maquetar y crear sitios web con herramientas fáciles de utilizar y sin la necesidad de utilizar código puro HTML ya que ofrece plantillas que pueden ser utilizadas de forma gratuita según las necesidades del usuario, además ofrece la opción de publicar el sitio web de manera gratuita o utilizando un dominio personalizado de pago.

Además se crearon los artes y prototipos de las secciones del sitio web manteniendo la identidad visual de la institución como colores y tipografías.

Para la sección del área de gastronomía se creó una subpágina donde se destaca breve información sobre la gastronomía del lugar y se colocó un área de fotografías con un estilo carrusel sobre los platillos más tradicionales del lugar como: las pupusas a fuego de leña y la tradicional yuca, platillos muy famoso de la zona de Izalco, las fotografías utilizadas fueron tomadas anteriormente por el equipo gestor del proyecto.

Para el área de artesanías se creó una sub página con información precisa de las artesanías y el trabajo de emprendedores, además de una sección de imágenes estilo carrusel de lo que se puede encontrar en Izalco en términos de artesanías.

Otra de las áreas que se crearon dentro del sitio web está la de destinos turísticos, aquí se creó una subpágina donde se detalla una breve descripción sobre los atractivos turísticos de la zona y una área tipo carrusel con imágenes de cada destino con información precisa, los destinos visibles son:

- Volcán de Izalco
- Turicentro Atecozotl
- Parque central
- Parroquia nuestra señora de dolores
- El llanito
- Antigua iglesia asunción

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

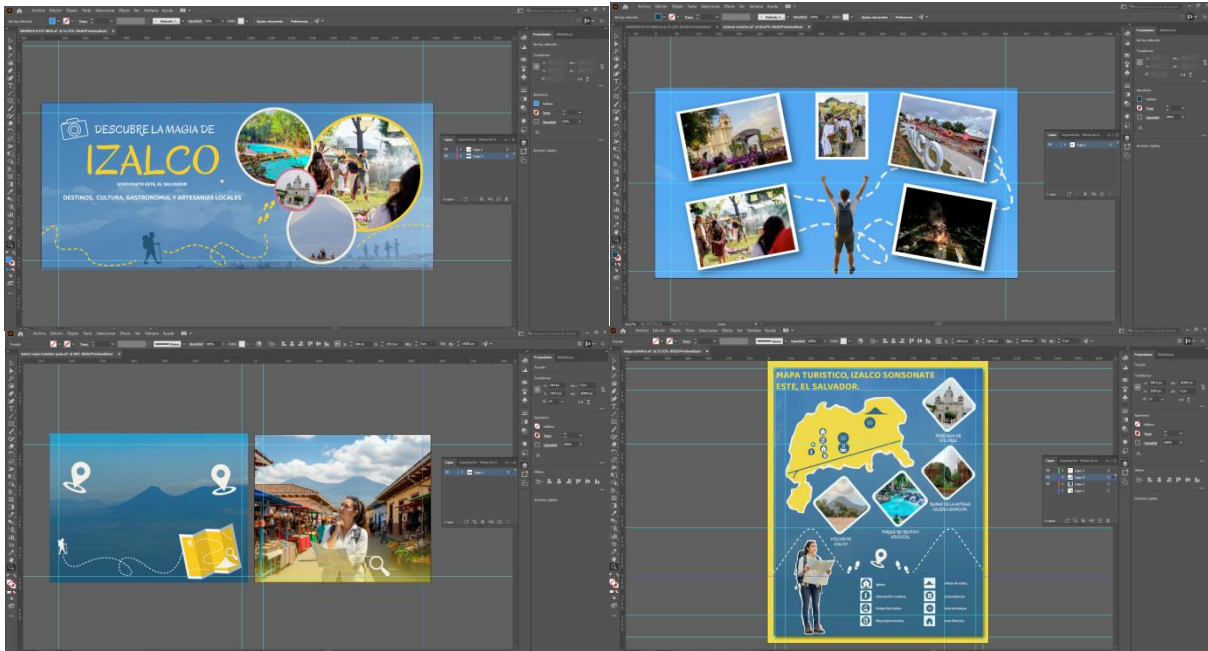


Figura 16: Artes para secciones sitio web. Fuente: Elaboración propia.

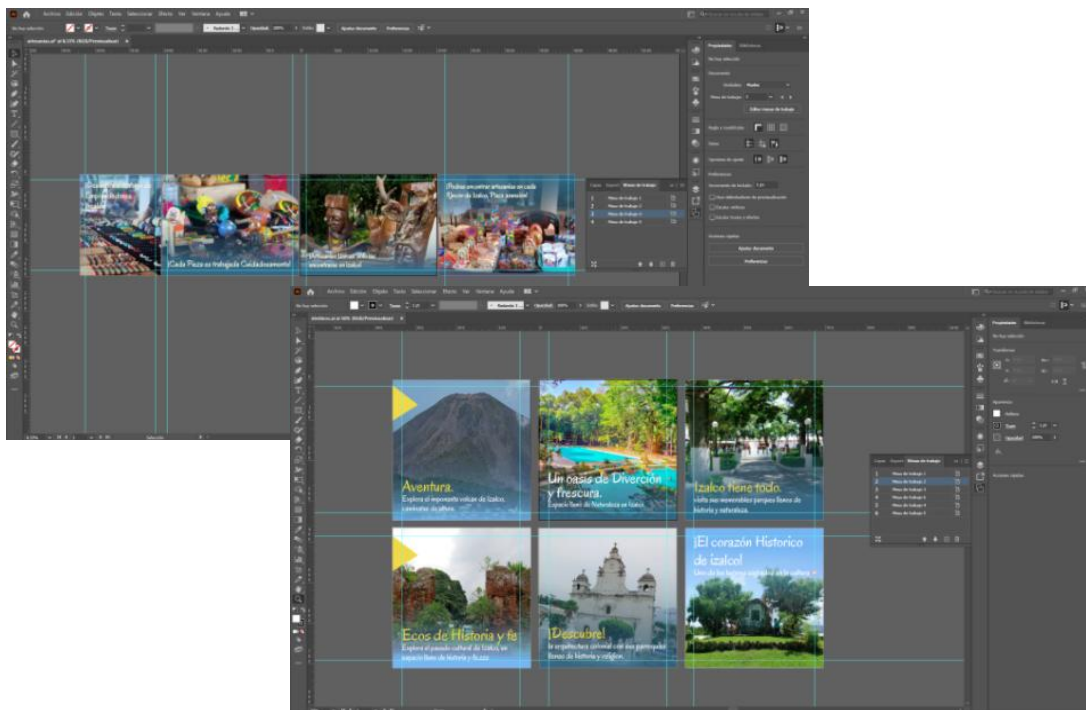


Figura 17. Artes para sección artesanías y destinos turísticos de Izalco. Fuente: Elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Se creó un apartado en el sitio web sobre mapas turístico de la zona, además de la creación de uno sobre los destinos y ubicaciones turísticas, dicha información que se detalla y presenta se tomó de los mapas turísticos que la Unidad de Turismo ha creado sobre Sonsonate Este de manera general, en este sentido únicamente se tomó de referencia el del distrito de izalco.



**Figura 18:** Mapa turístico de referencia Sonsonate Este, Elaborado por la unidad de turismo. **Fuente:** Red social de Facebook de la institución.



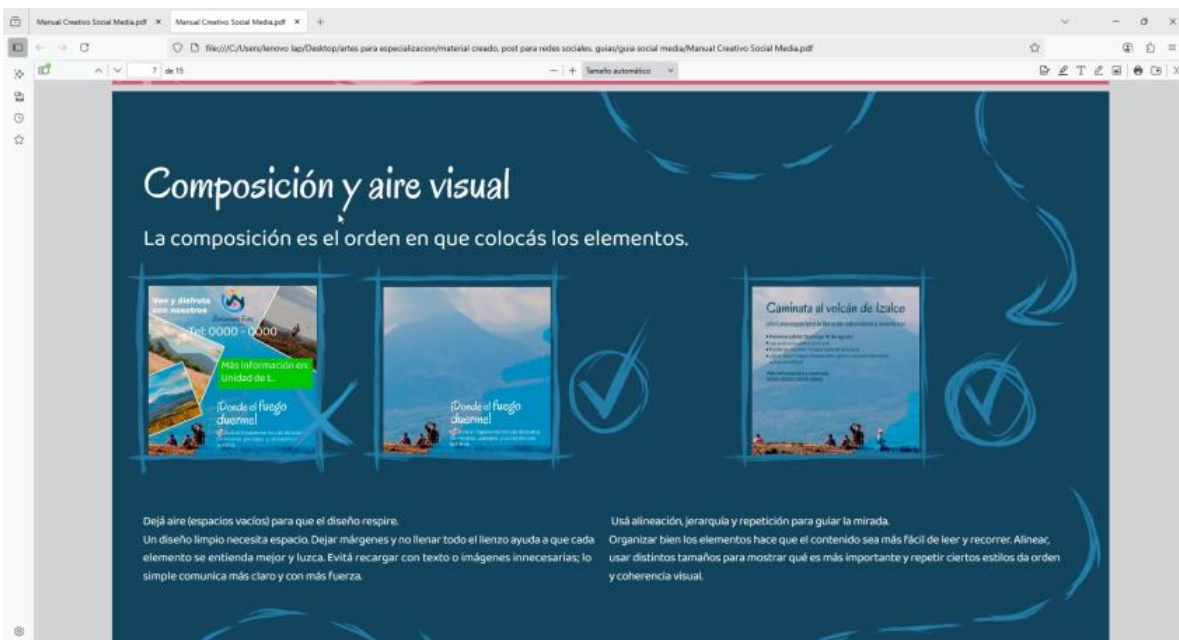
**Figura 19:** Mapa turístico Izalco. **Fuente:** Elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

## 4.1.4 CAPACITACIÓN AL EQUIPO DE COMUNICACIÓN DE LA UNIDAD DE TURISMO DEL DISTRITO DE IZALCO.

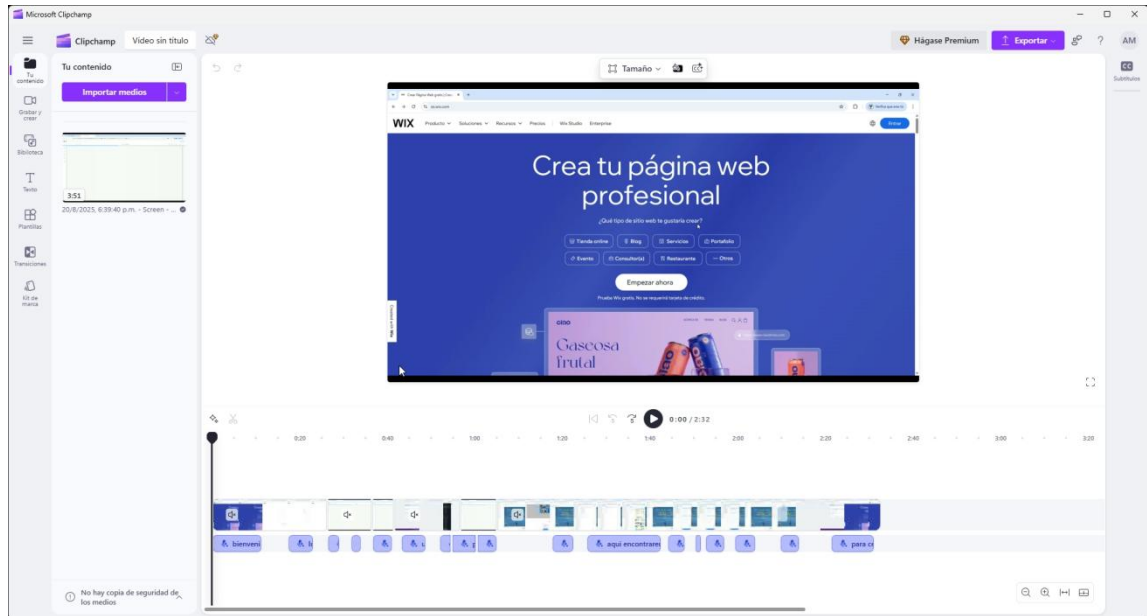
Se creó la guía sobre social media para el encargado del equipo de comunicación ya que es el responsable de las redes de la Unidad de Turismo en dicha guía se destaca:

- Uso de herramientas de diseño digital aplicado a social media
- Gestión de contenido en redes sociales (programación, interacción, público objetivo).
- Se utilizarán ejemplos de buenas y malas prácticas extraídas del material diseñado de la guía de social media, para que aprendan a sostener las estrategias sin perder coherencia visual ni comunicacional.
- Además se incluye un video tutorial sobre gestión básica del sitio web (entrar al sitio web, editar texto e imágenes, subir entradas, crear nuevas páginas actualizar contenido).



**Figura 20:** Contenido creado en la guía. **Fuente:** Elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



**Figura 21:** Captura de pantalla de la creación del Video tutorial sobre como entrar al sitio web.  
**Fuente:** Elaboración propia.

## 4.1.5 PRUEBA PILOTO Y VALIDACIÓN COMUNITARIA.

Se activó una fase de prueba piloto del sitio web, en este periodo se evaluó la funcionalidad y navegación del sitio.

Prueba del sitio web: El sitio web diseñado estuvo activo durante unos días para evaluar su funcionalidad y se compartió con algunas personas en general y algunos habitantes de Izalco.

- Se analizó su funcionalidad, navegación, accesibilidad desde móvil y recepción general.
- Además se creó una encuesta con opciones múltiples para que los visitantes pudieran calificar y responder algunas preguntas sobre la estructura y navegación del sitio. ( ver análisis de resultados capítulo 4.2)
- Posterior a esta prueba el sitio dejó de estar publicado, la publicación del sitio web de forma final y la compra del dominio estará a cargo de la Unidad de Turismo si así lo consideran en un futuro.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

El material creado durante la ejecución del proyecto fue entregado a la Unidad de Turismo en una visita presencial, el día 21 de agosto del año 2025 en horario de la mañana de 9 AM 10 AM, se hizo entrega del sitio web y los archivos editables como banners e imágenes utilizadas y el acceso como correo y contraseña para entrar a wix donde está alojado y creado el sitio web, se entregó además los post publicitarios, guía de social media, guía de fotografía de productos y 3 videos publicitarios en formato reels donde se destaca el trabajo de actores locales. Por motivos laborales, uno de los integrantes del equipo gestor Carlos Alexis Pérez García no pudo asistir a la entrega del material.



**Figura 22:** Alexis Angeles miembro del equipo gestor, licenciada Claudia Elías jefa de la Unidad de Turismo y Anderson Segura miembro de la institución, en la entrega de constancia de recibido del material creado en el proyecto. **Fuente:** Elaboración propia.

## **4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.**

Este proyecto se centró en la creación de estrategias digitales diseñadas para la Unidad de Turismo del distrito de Izalco. El objetivo principal fue poder visibilizar y promover las ricas manifestaciones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas de la zona. De esta forma, buscamos que la institución logre una presencia consolidada y significativa en plataformas digitales estratégicas, especialmente en redes sociales y canales digitales como un sitio web, mediante la aplicación de herramientas visuales y de comunicación digital que aseguren una promoción continua y atractiva.

Para lograr esto fue necesaria la creación de estrategias de comunicación digital y realizar las actividades, a continuación se describen los resultados.

### **4.2.1 PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO.**

El proyecto logro adaptarse a las actividades previamente desarrolladas en el protocolo de investigación así como en sus objetivos establecidos, como primer paso el acercamiento con la Unidad de Turismo fue un éxito, la institución mostro su apoyo e interés en poder brindar la oportunidad de poder ejecutar el proyecto, se logró tener una reunión presencial con ellos con el fin de conocer de primera mano las necesidades que dicha institución presenta en medios sociales y digitales, así como otros problemas en términos visuales, lo que permitió tener una mejor perspectiva de lo que necesitábamos resolver.

### **4.2.2 EJECUCIÓN DEL PROYECTO**

En cuanto a la creación del contenido se logró completar de forma exitosa los contenidos desarrollados abordan temáticas clave vinculadas a cuatro ejes estratégicos: turismo, arte, cultura y gastronomía. Estos ejes han guiado el enfoque narrativo y visual de cada pieza, permitiendo representar con autenticidad los valores, tradiciones y expresiones propias de Izalco. En este sentido, se han diseñado publicaciones que destacan desde emprendimientos turísticos y platos típicos, sitios turísticos hasta manifestaciones artesanales y celebraciones tradicionales como las fiestas patronales, además de 3 videos para reels donde se da a conocer el trabajo de algunos actores locales.

Los post publicitarios fueron enviados al encargado del equipo de comunicación así como los reels los cuales fueron validados y aprobados.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Sin embargo la publicación de los post publicitarios creados sobre las fiestas patronales de Izalco y el material creados no fue posible como se había planeado en las fechas establecidas, debido a que no hubo una respuesta rápida por parte del encargado del equipo de comunicación, por lo tanto no fue posible evaluar el impacto ni interacción del público en redes sociales, su alcance, reacciones, comentarios y nivel de interacción con el público, debido a esto tampoco se aplicaron.
- Encuestas breves a usuarios digitales o asistentes.
- Entrevistas o encuestas a actores involucrados para conocer su percepción sobre la visibilidad lograda.
- Algunas actividades del proyecto se reprogramo o modifiko debido algunos desafíos en la ejecución, en un principio se tenía pensado que se activaran las redes sociales de Instagram y TikTok ya actualmente la Unidad de Turismo únicamente cuenta con Facebook , para activar dichas redes tienen que pasar por un proceso de validación por parte de la alcaldía, por lo que se tuvo que modificar esta actividad enfocándose únicamente como propuestas.
- El sitio web ha sido modificado conforme a las necesidades de la institución, agregando secciones como un calendario de actividades y mapa turístico.
- El fortalecimiento participativo se obtuvo con la institución al momento de brindar información necesaria, de igual forma la participación de los actores locales ha sido fundamental en la toma de fotografía y video de sus trabajos ayudando a obtener esta información de primera mano.
- La capacitación al equipo de comunicación sobre social media no fue posible, ya que no hubo una respuesta por parte del encargado de las redes sociales de la Unidad de Turismo, únicamente se entregó la guía antes creada sobre social media.

Además del diseño gráfico, se ha incorporado el uso de fotografías originales tomadas durante las visitas de campo al distrito, así como otras imágenes proporcionadas por colaboradores profesionales vinculadas al proyecto. Algunas de estas fotografías han sido intervenidas con ilustraciones digitales hechas a mano (tipo sketch), con el propósito de reforzar el estilo artesanal y el carácter visual distintivo del distrito. Esta estrategia también permite conectar con audiencias más jóvenes sin perder la esencia cultural del contenido.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Cada manual creado durante el proyecto fue elaborado con ejemplos gráficos y secciones visualmente explicativas que buscan no solo enseñar, sino inspirar a quienes trabajen en la difusión de Izalco. Más que una serie de reglas es una herramienta viva para construir una comunicación auténtica y profesional, en sintonía con los valores y belleza del distrito.

Además, cada video creado para los reels, están alineados con los valores y el estilo visual definido en la guía de contenido digital, respetando aspectos como el uso del color, la tipografía, los íconos y el tono comunicacional. Esto garantiza que cada publicación refuerce de forma coherente la identidad de la marca y ayude a construir una presencia sólida y reconocible en el entorno digital.

### **4.2.3 PRUEBA PILOTO DEL SITIO WEB.**

El diseño del sitio web fue creado para garantizar una usabilidad y navegación rápida y sin complicaciones apegado a la identidad visual de la Unidad de Turismo, dicha estructura está pensada para albergar y dar a conocer información sobre el arte, el turismo y la gastronomía del distrito de Izalco, el sitio está creado y diseñado en fase piloto, la publicación y compra del dominio estará a disposición de la institución si así lo consideran para hacer uso del sitio en un futuro, la idea es poder brindar un herramienta fundamental y que sea funcional y fácil de navegar, como prueba el sitio se pudo analizar tanto en funcionalidad y navegación, esto con el fin de que cada enlace a cada página estuvieran funcionando sin ningún problema.

El sitio web se analizó de manera responsiva para dispositivos móviles, esto con el fin de garantizar que todos los apartados sean adaptables a pantallas pequeñas, y que tanto imágenes y textos se visualicen de forma correcta, de esta manera se pretende que el sitio web no este únicamente diseñado y maquetado sino que también este en las condiciones óptimas para una posible publicación a cargo de la institución

A continuación se presenta las áreas del sitio web en su funcionamiento en la prueba piloto.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

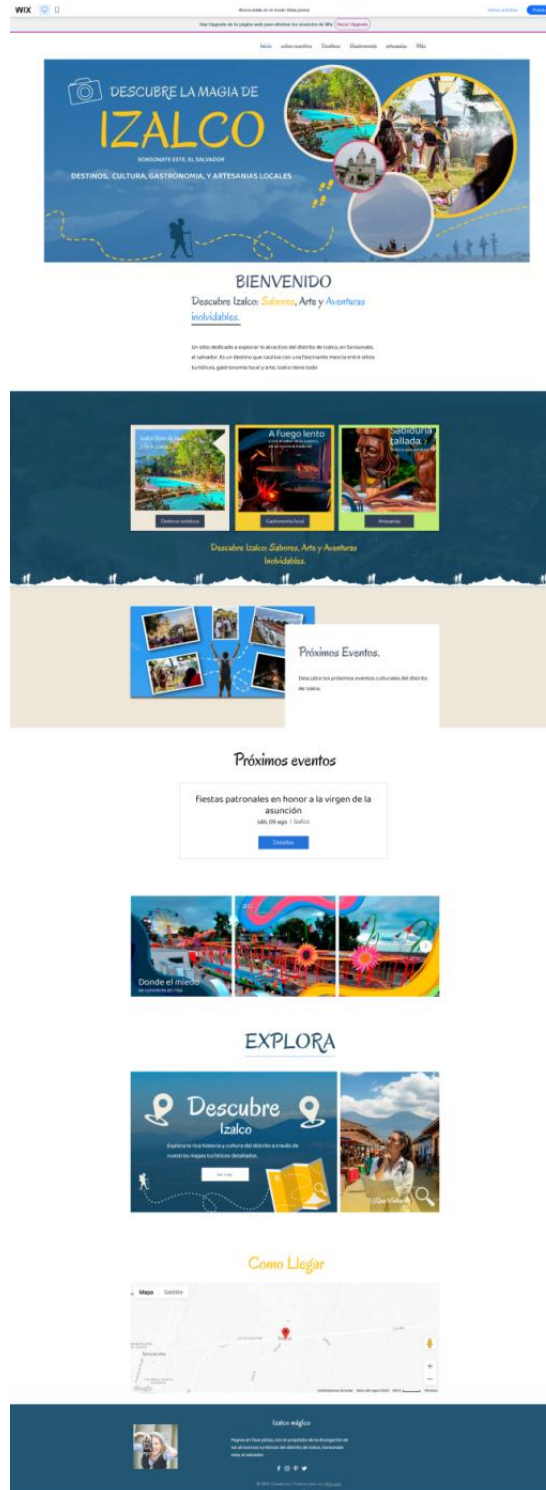


Figura 23: Captura de pantalla Frontpage del sitio web. Fuente: Elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

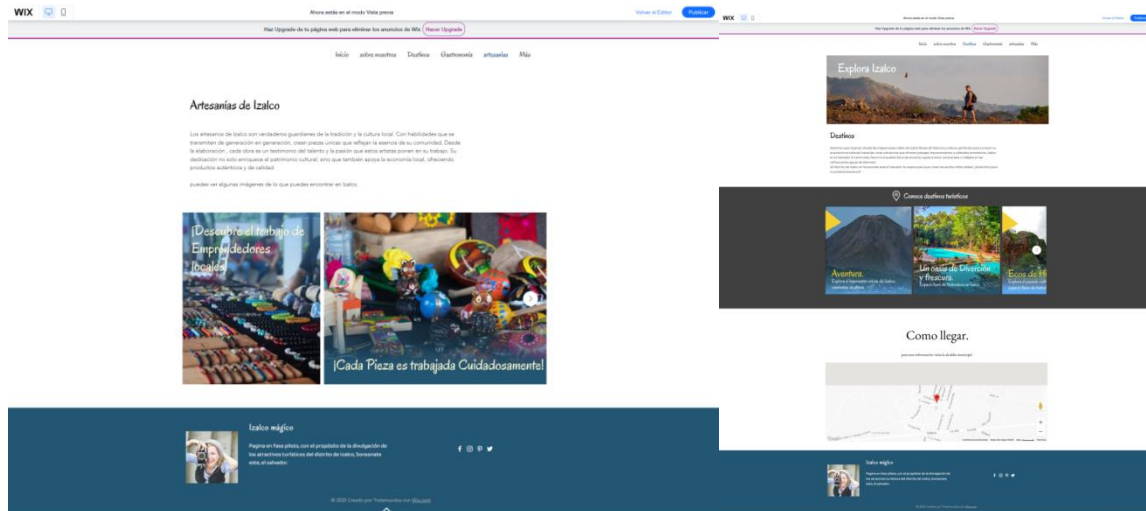


Figura 24: Captura de pantalla de la página artesanías y destinos turísticos. Fuente: Elaboración propia.

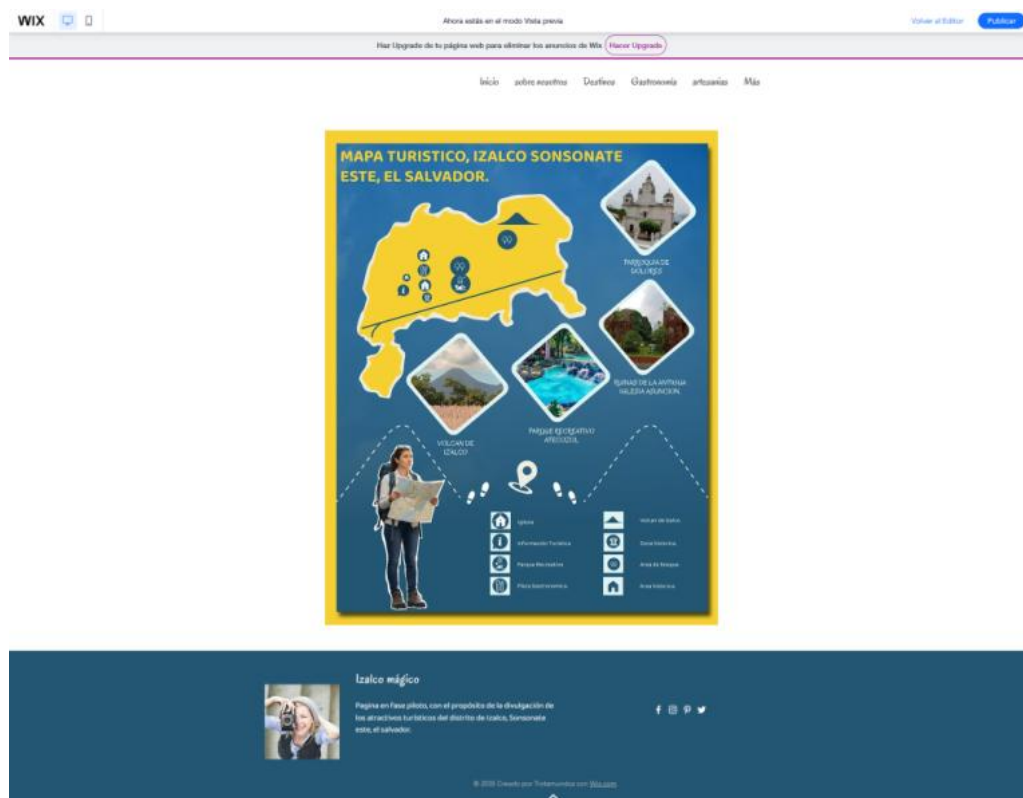
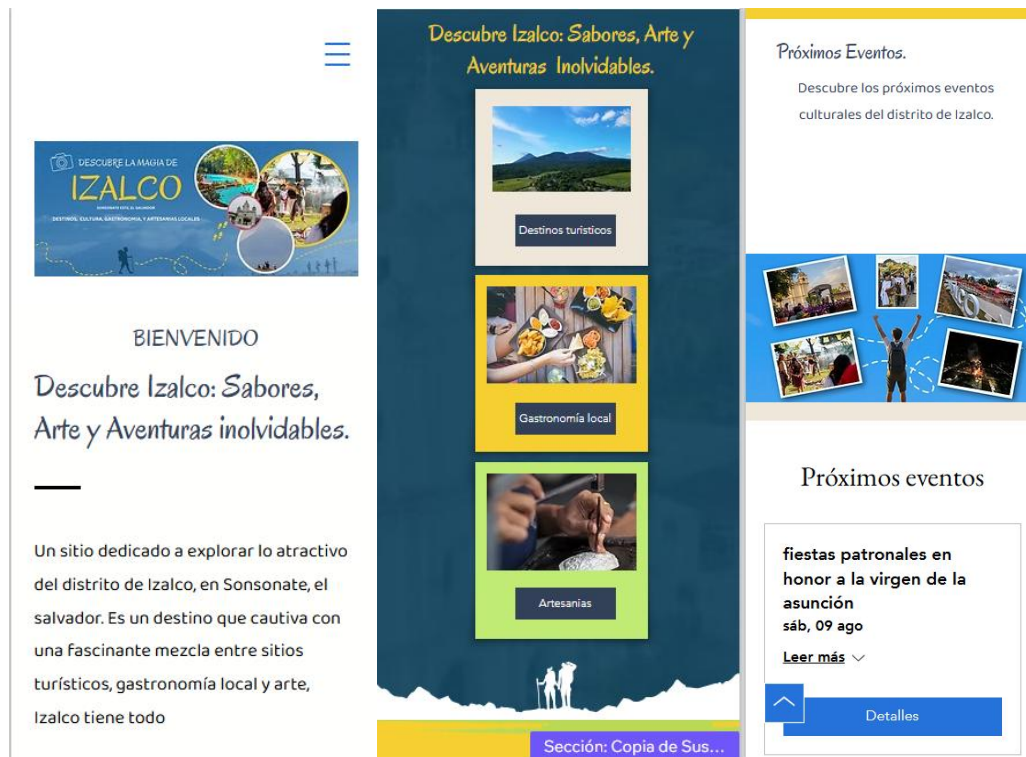


Figura 25: Captura de pantalla página mapa turístico. Fuente: Elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

El sitio web también fue analizado en cuanto a su funcionalidad a través de dispositivos móviles, esto con el fin de garantizar su navegación en cada área de forma responsiva y que el contenido y arquitectura se adapte a la interfaz de pantallas pequeñas.



**Figura 26:** Captura de pantalla del sitio web versión móvil sección bienvenidos, áreas y próximos eventos. **Fuente:** Elaboración propia.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

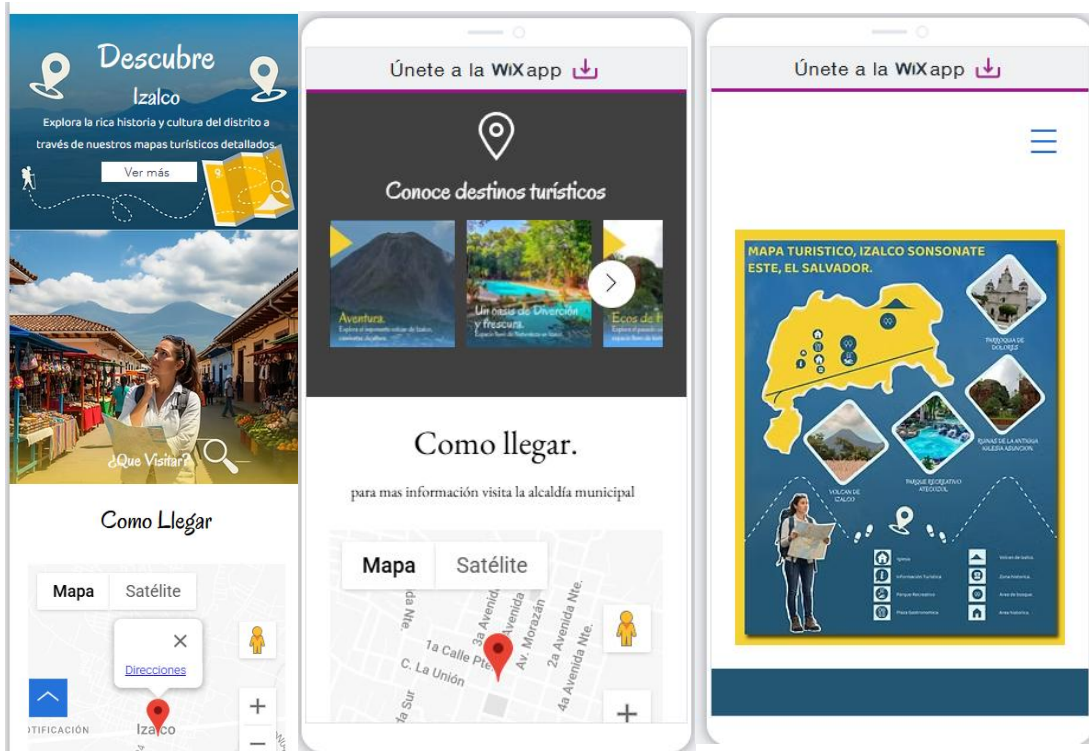


Figura 27: Captura de pantalla del sitio web versión móvil sección mapa turístico, destinos. Fuente: Elaboración propia.

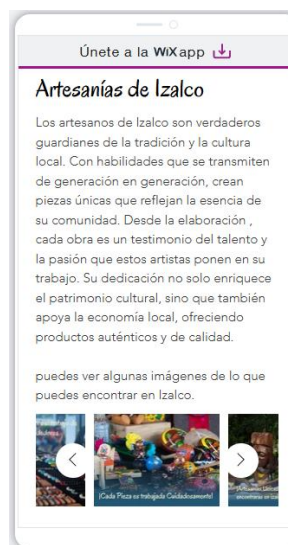


Figura 28: Captura de pantalla del sitio web versión móvil sub página sección artesanías. Fuente: Elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Se colocó una encuesta en el sitio web para conocer la percepción del público que visito la plataforma durante la prueba piloto.

Ayúdanos respondiendo la siguiente encuesta

Un Nombre

Un Apellido

¿Cómo consideras la navegación del sitio web?

- Excelente
- Buena
- Regular

¿Cómo consideras la estructura del sitio web en cuanto a sus apartados?

- Excelente
- Buena
- Regular

¿Las áreas abordadas como (Gastronomía, Destinos y Artesanías) desde tu punto de vista consideras que son importantes para resaltar la identidad cultural de Izalco o de un destino turístico del país?

- Si
- No
- Talvez

¿Habías visitado alguna vez algún sitio web que integre estas áreas mencionadas en un solo lugar?

- Si
- No

¿Habías visitado un sitios web turísticos de otra zona del país, si tu respuesta es si, como consideras la información presentada en estos sitios web?

- Excelente
- Buena
- Mala
- Información innecesaria.

¿Cres que estas estas áreas culturales actualmente se les este dando importancia en el país?

- Si, definitivamente
- Si, pero es limitado
- No, estoy seguro
- Definitivamente, No

Califica el sitio web

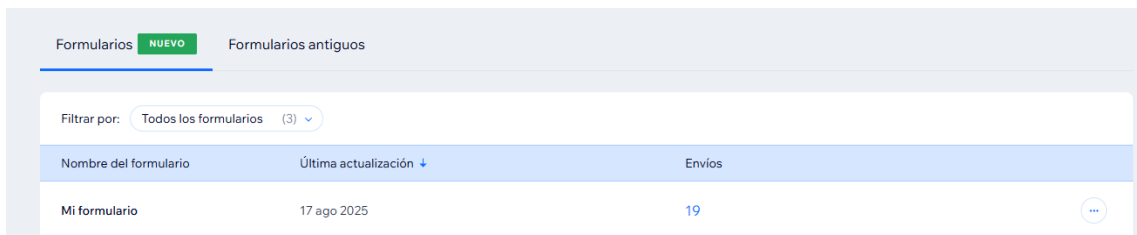
    

Enviar

**Figura 29:** Captura de pantalla de la encuesta. **Fuente:** Elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Análisis de los resultados de la encuesta en el sitio web durante la prueba piloto, en total fueron 19 personas que desarrollaron la encuesta.



Nombre del formulario	Última actualización +	Envíos
Mi formulario	17 ago 2025	19

**Figura 30.** Captura de pantalla del formulario y envíos recibidos. **Fuente:** Elaboración propia.

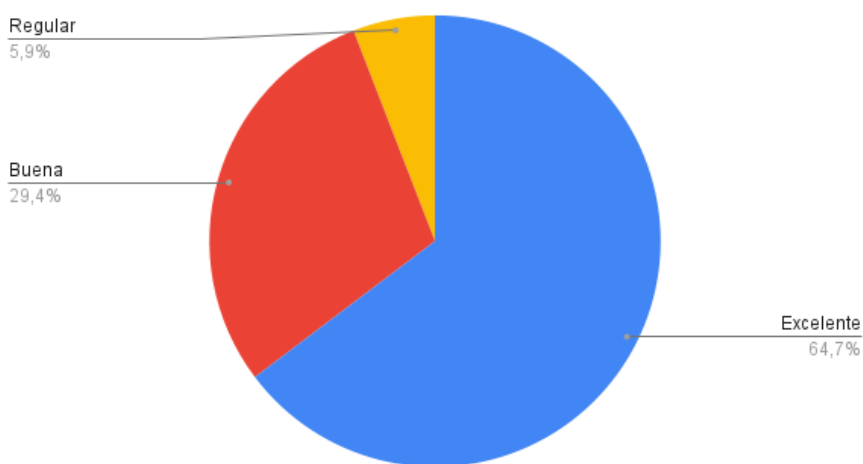
## Preguntas y análisis de la encuesta

### Pregunta 1.

¿Cómo consideras la navegación del sitio web?

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Regular

Recuento de ¿Cómo consideras la navegación del sitio web?



**Figura 31.** Resultado de encuesta pregunta 1. **Fuente:** Elaboración propia.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

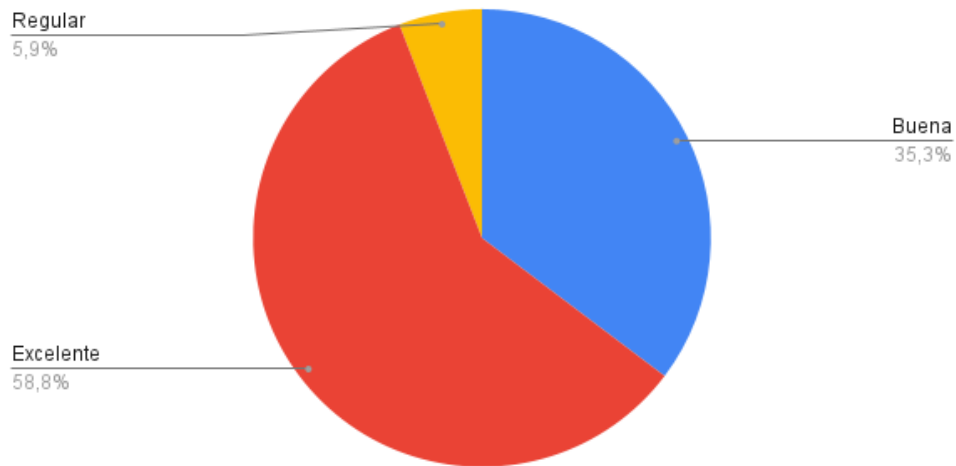
Según los datos obtenidos la navegación del sitio web fue excelente con una aprobación del 64.7 %, seguido del 29.4% que considera buena la navegación y un 5.9% regular. Estos datos confirman que el desarrollo del sitio web es aceptable en cuanto a la navegación.

Pregunta 2

¿Cómo consideras la estructura del sitio web en cuanto a sus apartados?

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Regular

Recuento de ¿Cómo consideras la estructura del sitio web en cuanto a sus apartados?



**Figura 32.** Resultado de encuesta pregunta 2. **Fuente:** Elaboración propia.

En cuanto a la estructura del sitio web el 58,8% de los encuestados considera que la estructura del sitio web es excelente, seguido de un 35,3% buena y un 5,9% regular, estos datos reflejan en cuanto a los apartados y estructura del sitio fue bastante aceptable.

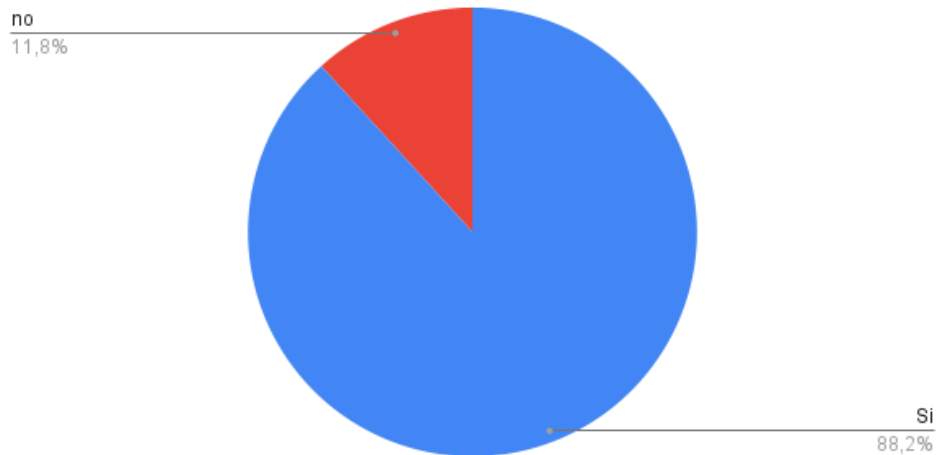
DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Pregunta 3

¿Las áreas abordadas como gastronomía, destinos y artesanías desde tu punto de vista consideras que son importantes para resaltar la identidad cultural de Izalco o de un destino turístico del país?

- a. Si
- b. No
- c. Tal vez

Recuento de ¿Las áreas abordadas como (Gastronomía, Destinos y Artesanías) desde tu punto de vista consideras que



**Figura 33.** Resultado de encuesta pregunta 3. **Fuente:** Elaboración propia.

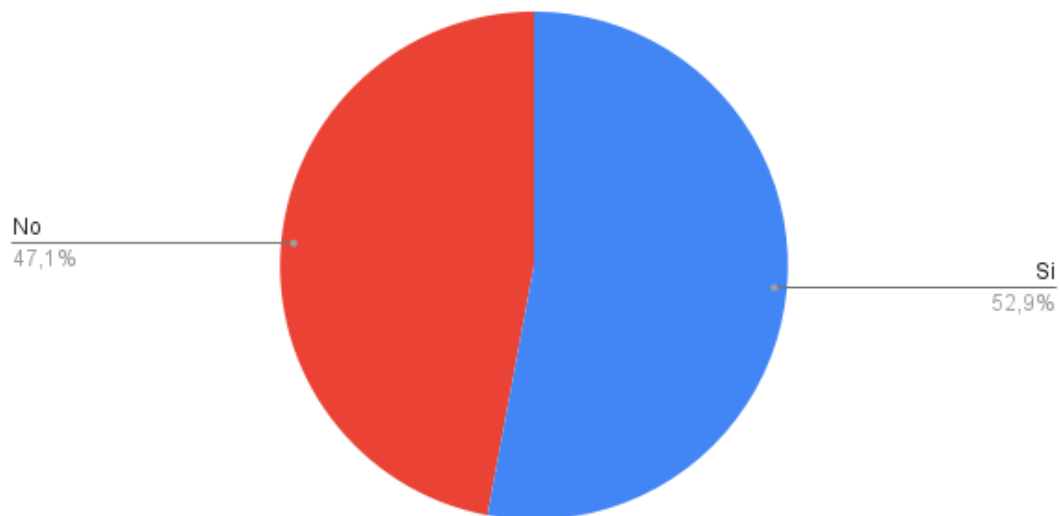
El 88.2% considera que las áreas antes mencionadas son importantes para definir la identidad cultural de una zona, mientras que el 11.8% consideran que no, estos datos reflejan que estas áreas deben de darse más a conocer por parte de instituciones, ya que generan un impacto positivo al momento de plantear estrategias culturales.

Pregunta 4.

¿Habías visitado alguna vez algún sitio web que integre estas áreas mencionadas en un solo lugar?

- a. Si
- b. No

Recuento de ¿Habías visitado alguna vez algún sitio web que integre estas áreas mencionadas en un solo lugar?



**Figura 34.** Resultado de encuesta pregunta 4. **Fuente:** Elaboración propia.

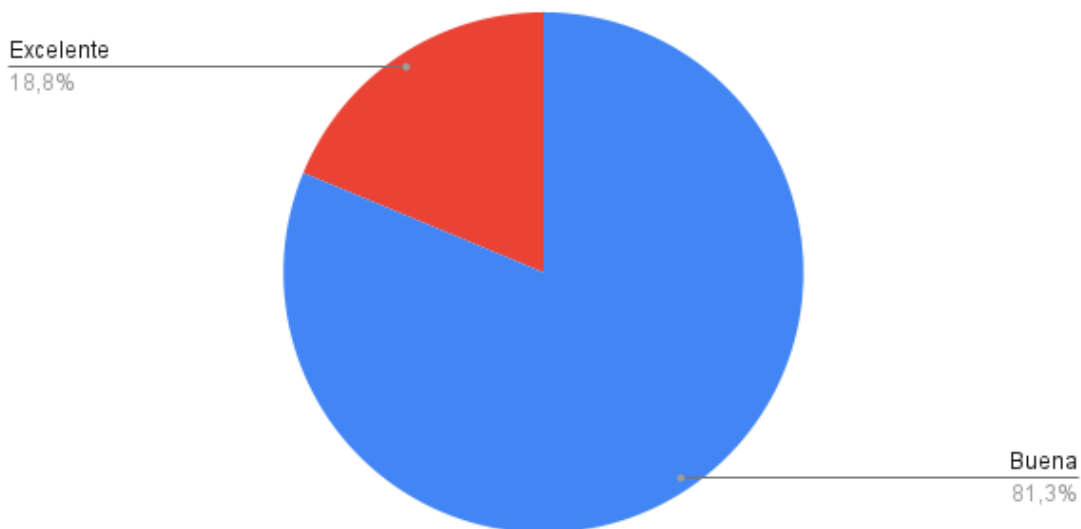
El 52.9 % considero que sí, mientras el 47.1% al parecer no ha visitado algún sitio web que integre las áreas abordadas en nuestra página, esto refleja que los datos están casi igualados por una diferencia de 5.8% por lo que hay un buen porcentaje que no ha visto estas áreas en algún sitio web.

### Pregunta 5

¿Habías visitado un sitio web turístico de otra zona del país, si tu respuesta es sí, como consideras la información presentada en estos sitios?

- a. Excelente
- b. Buena
- c. Mala
- d. Información innecesaria

Recuento de ¿Habías visitado un sitios web turísticos de otra zona del país, si tu respuesta es si, como consideras la



**Figura 35.** Resultado de encuesta pregunta 5. **Fuente:** Elaboración propia.

Según los datos obtenidos el 81.3% considera buena la información mientras que un 18.8% Excelente, esto refleja que actualmente los sitios web turísticos casi no se les está dando importancia y relevancia en cuanto a sus apartados turísticos.

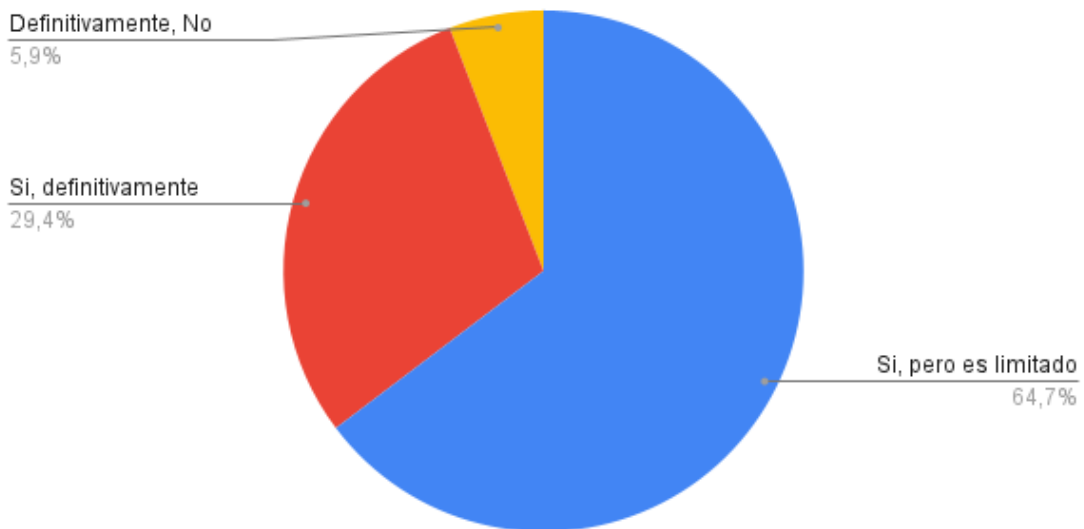
DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Pregunta 6.

¿Crees que estas áreas culturales actualmente se les estén dando importancia en el país?

- a. Si, definitivamente
- b. Sí, pero es limitado
- c. No estoy seguro
- d. Definitivamente, no

Recuento de ¿Cres que estas estas áreas culturales actualmente se les este dando importancia en el país?

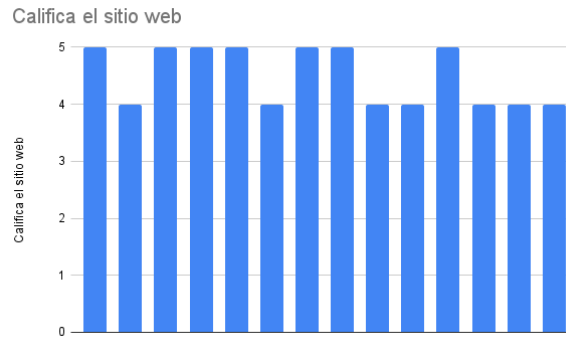


**Figura 36.** Resultado de encuesta pregunta 6. **Fuente:** Elaboración propia.

El 64.7% considera que estas áreas presentadas en el proyecto actualmente son limitadas, mientras que un 29.4% considera que si definitivamente y un 5.9% respondió que definitivamente no, los datos obtenidos demuestran que estos sectores actualmente son visualizados limitadamente en el país.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Calificación del sitio web:



**Figura 37.** Calificación del sitio web. **Fuente:** Elaboración propia.

Un total de 14 personas calificaron el sitio web, 7 personas califico con 5 estrellas y 7 personas calificaron con 4 estrellas, por lo que se tuvo un porcentaje bastante bueno en cuanto la estructura del sitio web y de sus apartados e información sobre el distrito de Izalco.

Con los datos obtenidos se ha podido concluir que el sitio web es apto y funcional para una implementación de forma general ya que la percepción de las personas que visitaron el sitio fue bastante positiva, con esta información se ha podido respaldar que la creación del sitio web es funcional y adaptable en escenarios reales.

El contenido creado y el sitio web fue entregado de manera presencial el 21 de agosto del año 2025, el material creado fue bien recibido y aprobado por parte de la Unidad de Turismo agradeciendo el esfuerzo y dedicación, pues servirá como herramientas y estrategias de comunicación digital que ayuden a la institución a promocionar el distrito de Izalco, y así tener un mayor alcance en cuanto a su presencia en medios y canales digitales propios. Con este análisis de resultados se ha podido respaldar que el desarrollo del proyecto ha cumplido con los objetivos planteados al inicio.

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

El proyecto "Diseño de Estrategias de Comunicación Digital Sostenibles para la Promoción de la Cultura, el Arte, el Turismo y la Gastronomía en Izalco, 2025" se presenta como una iniciativa de gran valor tanto para la Unidad de Turismo de Sonsonate Este como para el equipo gestor.

Actualmente, esta Unidad enfrenta un desafío considerable: su impacto en el ámbito digital es limitado. Esto se debe a la falta de canales propios y de estrategias digitales que promuevan la riqueza cultural, artística, turística y gastronómica de Izalco. Esta situación restringe su capacidad de comunicación sostenible. En este sentido, el proyecto respondió a una necesidad real y urgente, ofreciendo no solo herramientas gráficas, sino también una solución estratégica para impulsar el desarrollo cultural y turístico del distrito.

Desde la etapa de planificación, se aplicó una metodología estructurada que combinó investigación, análisis, diseño y validación. Esto permitió construir estrategias de comunicación digital que integran de manera armónica la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía de Izalco. El diseño, caracterizado por su modernidad y versatilidad, facilita su aplicación eficiente en diversos canales digitales, reflejando así la diversidad del distrito.

Uno de los aspectos más valiosos del proyecto fue la experiencia adquirida por el equipo gestor. Al enfrentar un cargo real con exigencias concretas, cronogramas y plazos establecidos, el equipo fortaleció habilidades clave como la investigación, la conceptualización, la ejecución técnica, el trabajo colaborativo, la toma de decisiones, la creatividad, la innovación y la adaptabilidad. Además, se aplicaron principios de diseño y conocimientos adquiridos durante la carrera para crear un producto funcional y coherente, que resuelve necesidades específicas de la institución. La colaboración con la Unidad de Turismo fue esencial, ya que brindaron apoyo constante para la ejecución de las actividades.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Para asegurar la continuidad del proyecto, se sugiere:

- Continuar con la publicación de contenido: Aumentar la producción de los posts publicitarios siguiendo el estilo visual establecido para lograr un mayor impacto y sostenibilidad a largo plazo.
- Seguir las directrices de la guía de social media: Crear nuevas estrategias de comunicación que involucren a los actores locales.
- Capacitación: Brindar a la institución conocimientos básicos sobre diseño editorial, social media y herramientas digitales para mejorar su posicionamiento en redes.

Además, las estrategias creadas en este proyecto pueden ser replicadas en otros distritos, lo que amplía su potencial.

En conclusión, este proyecto no solo proporcionó las herramientas necesarias para resolver una necesidad institucional, sino que también generó aprendizajes profundos en gestión de proyectos culturales, resultados profesionales y visibilizó la riqueza cultural de Izalco en el ámbito digital.

## **VI. RECOMENDACIONES.**

### **A la institución.**

- Se recomienda a la institución crear campañas publicitarias que evidencien el trabajo de los actores locales, como emprendedores y artesanos esto con el fin de promover la cultura del distrito en medios digitales y así tener un mayor alcance para turistas nacionales como extranjeros.
- La activación de redes sociales como Instagram, TikTok es fundamental ya que actualmente son las redes sociales más populares y con un mayor número de miembros activos dentro de la comunidad, estas redes sociales no solo traerá más visibilidad al distrito sino que también potenciara la visita de turistas nacionales y extranjeros dentro de las áreas mencionadas en el proyecto.
- Hacer uso de las herramientas e indicaciones que se crearon en el manual de social media para mantener la coherencia visual y la integridad de las estrategias creadas ya que estas herramientas servirán para posicionar mejor la identidad visual de la Unidad de Turismo en medios sociales y digitales.
- Capacitar al personal encargado de las redes sociales y en la creación de contenido con talleres o sesiones de formación en diseño o promoción, para garantizar el uso adecuado en medios sociales.
- Al momento de producir material promocional de la cultura, arte, gastronomía y turismo se recomienda supervisar el diseño y que respete las directrices de la institución, esto ayudara a evitar información innecesaria y elementos que no son llamativos para la promoción turística de Izalco.
- Crear un equipo de comunicación propio para la Unidad de Turismo y no depender de áreas externas como el de la alcaldía municipal de Sonsonate Este, esto ayudara a que la institución cuente con los recursos en cuanto a diseño gráfico y poder crecer más su identidad visual.
- Comprar el dominio para el sitio web en la plataforma de wix, ya que actualmente está página cuenta con precios accesibles que van desde los 8 dólares por mes, ofreciendo mucho más alcance y mejores beneficios y herramientas esenciales para la promoción de la cultura y el turismo del distrito de Izalco.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Mantener la iniciativa y tomar en cuenta a la Universidad De El Salvador especialmente a la Escuela de Artes para a futuros proyectos que la institución presente.

### **A la Universidad De El Salvador y Escuela de Artes.**

- Mantener las relaciones de trabajo entre la Universidad de El Salvador, la Escuela de Artes y la Unidad de Turismo de Sonsonate Este, a fin de dar continuidad a este esfuerzo con nuevos apoyos estudiantiles.
- Generar espacios para nuevas iniciativas de servicios sociales o proyectos de especialización que aporten a la experiencia profesional de los futuros graduados en diseño gráfico de la Escuela de Artes, en otros municipios salvadoreños que requieran proyectos como el desarrollado u otros similares.

## BIBLIOGRAFIA.

- Berríos, W. (2015). Plan estratégico de desarrollo turístico Izalco del municipio de Izalco. CORSATUR.
- Chaffey, D. (2019). Gestión de Negocios Digitales y Comercio Electrónico: Estrategia, implementación y Practicas (7th ed.). Pearson Education.
- Cameron, F., & Kenderdine, S. (Eds.). (2007). Teorizando el patrimonio cultural digital: un discurso crítico. MIT Press.
- De Vries, L., Gensler, S., & Leeflang, P. S. H. (2012). La Popularidad de las publicaciones de marca en las páginas de fans de la marca: una investigación sobre los efectos del marketing en redes sociales, 26(2), 83–91.
- Economías Creativas. [@economiascreativas\_cl]. (2025, 22 de junio). Módulo 2 | Videotip 1: Presentación y difusión de proyectos | Diseña tu proyecto cultural [Video]. YouTube.  
<https://www.youtube.com/watch?v=vr4wwslmoQY>.
- <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2012.01.003>.
- EVE Museos e Innovación. (2016, 13 de abril). Marketing del Turismo Cultural. EVE Museos + Innovación.  
<https://evemuseografia.com/2016/04/13/marketing-del-turismo-cultural/>.
- Garrett, J. J. (2011). los elementos de la experiencia del usuario: Diseño centrado en el usuario para la web y más allá. Pearson Education.
- Hollebeek, L. D., Lehmann, S., & Nenonen, S. (2014). Compromiso del cliente con la marca: un marco integrador, 17(1), 74–91.  
<https://doi.org/10.1177/1094670513511110>.
- Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. New York University Press.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>.
- Kalakota, R., & Robinson, M. (2001). *E-business 2.0: Roadmap for success*. Addison-Wesley Professional.
- Kim, M., & Kim, M. S. (2018). Los Efectos de las Señales Visuales Sobre el Consumo de Alimentos en Redes Sociales: Una Revisión Sistemática. *Revista Internacional de Gestión Hotelera*, 75, 127–135. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.06.002>.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). *E-commerce 2024: Negocio, Tecnología y Sociedad* (18th ed.). Pearson.
- Mangold, W. C., & Faulds, D. J. (2009). Social media: el nuevo elemento híbrido del mix de promoción. *Business Horizons*, 52(4), 357–365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>.
- Martínez, F. (2025, 13 de marzo). Izalco, Cuna de Tradiciones que preservan la esencia de la cultura salvadoreña. univonews. <https://univonews.com/izalco-cuna-de-tradiciones-que-preservan-la-esencia-de-la-cultura-salvadorena/>.
- Nielsen, J., & Norman, D. A. (2017). *El diseño de las cosas cotidianas* (Edición Revisada y Ampliada). Basic Books.
- Ocerin, A. (2019, 10 de noviembre). ¿Estás pensando en crear una página web para tu actividad artística o proyecto cultural? Te ayudo a decidirte. Amaia Ocerin. <https://amaiaocerin.eus/decidir-crear-un-sitio-web-para-proyecto-artistico-o-cultural/>.
- Ocerin, A. (2024, 3 de junio). Por qué los proyectos culturales necesitan desarrollar una estrategia de comunicación y marketing. Amaia Ocerin. <https://amaiaocerin.eus/estrategias-marketing-comunicacion-cultural/>.
- Pulizzi, J. (2012). *El auge del marketing de contenido*. Content Marketing Institute.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

[https://www.researchgate.net/publication/257770402\\_The\\_Rise\\_of\\_Story\\_telling\\_as\\_the\\_New\\_Marketing](https://www.researchgate.net/publication/257770402_The_Rise_of_Story_telling_as_the_New_Marketing).

- UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization). (2003). Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. UNESCO. <https://ich.unesco.org/en/convention#>.
- UNWTO (World Tourism Organization). (2005). A more sustainable tourism: A guide for policy makers. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284408214>.
- Valle, G. S. O. (2019, 11 de septiembre). Cosmovisión e identidad de las cofradías de Izalco y su relación con las condiciones socioeconómicas. Portal AmeliCA. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/366/3661461013/html/>.
- Venutolo, P. A. (2021, 9 de septiembre). Religión, Cultura popular y Radicalización. Revista de la Universidad de El Salvador. <https://revistas.ues.edu.sv/index.php/humanidades/article/view/1712>.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

## ANEXOS.

- Anexo 1. Oferta técnica. TDR

### 1. INFORMACIÓN GENERAL

- **Nombre del proyecto:** Diseño de estrategias de comunicación digital sostenible para la promoción de la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía en Izalco, 2025.

- **Entidad responsable:**

Unidad de Turismo.

Llevado a cabo por estudiantes egresados de la licenciatura en Artes Plásticas, opción diseño gráfico Alexis Anibal Mata Angeles, Carlos Alexis Pérez Garcia.

- **Ubicación del proyecto:** Distrito de Izalco, Municipio de Sonsonate Este, departamento de Sonsonate El Salvador.

- **Tipo de servicio requerido:** Desarrollo de estrategias de comunicación digital, diseño gráfico aplicado a la promoción cultural, creación de contenidos visuales para plataformas digitales y diseño de sitio web piloto.

Se requiere, además, conocimiento básico en gestión cultural y turística, así como experiencia en capacitación para equipos institucionales en herramientas de diseño y comunicación digital.

### 2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.

El distrito de Izalco, ubicado en el departamento de Sonsonate, destaca por su rica herencia cultural y su notable potencial turístico. Sus tradiciones indígenas, expresiones artísticas, festividades y gastronomía lo convierten en un referente cultural dentro de la región occidental de El Salvador. Sin embargo, estas fortalezas se desarrollan de manera aislada y con poca articulación entre los actores que las impulsan, lo cual limita su proyección, sostenibilidad y aporte económico al desarrollo local.

A pesar de la existencia de algunas iniciativas valiosas promovidas por artistas, emprendedores y gestores culturales, no existe una estrategia comunicacional conjunta que permita visibilizar y consolidar estas expresiones en medios digitales de forma coherente, atractiva y constante. Las plataformas institucionales disponibles, como las redes sociales de la Unidad de Turismo, presentan una gestión limitada, con

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

contenidos inconsistentes y poco adaptados al consumo digital actual. Además, se carece de herramientas como un sitio web oficial o el uso efectivo de canales como Instagram o TikTok, lo cual dificulta la conexión con audiencias más amplias, tanto locales como externas.

Esta situación evidencia la necesidad urgente de implementar una solución sostenible que fortalezca la promoción de la identidad cultural de Izalco, y que, a su vez, dinamice la economía de las personas involucradas en estos sectores. La propuesta de este proyecto parte de esa necesidad: desarrollar estrategias de comunicación digital adecuadas al contexto, que integren los recursos culturales, turísticos y gastronómicos del distrito, y que sean gestionadas directamente por la Unidad de Turismo.

Uno de los pilares fundamentales del proyecto es la formación del equipo de comunicaciones de la Unidad de Turismo, brindándoles herramientas prácticas para el diseño gráfico, la gestión de redes sociales, la planificación de contenidos y el uso básico de diseño editorial y social media. De esta forma, serán capaces de continuar generando contenidos de forma autónoma y sostenida, incluso después de finalizado el proyecto.

Asimismo, el sitio web y las redes sociales que se diseñarán y pondrán a prueba servirán como plataformas permanentes de difusión, donde también podrá promocionarse el trabajo de artistas, artesanos, emprendedores o actividades comunitarias, siempre y cuando el contenido sea gestionado, editado y curado por la misma Unidad de Turismo. Este enfoque evita depender de aportes externos de baja calidad y permite que la difusión sea profesional, pertinente y alineada a los objetivos culturales del distrito.

En resumen, este proyecto no pretende crear nuevas estructuras administrativas, sino fortalecer las ya existentes, mediante la optimización de recursos humanos, técnicos y comunicacionales. Su finalidad es contribuir al posicionamiento de Izalco como un referente de turismo cultural sostenible, con identidad propia, capacidad comunicativa y una gestión eficiente de sus recursos culturales, en beneficio de la comunidad local y de su proyección a nivel nacional.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

## 3. OBJETIVO GENERAL

Diseñar estrategias de comunicación digital sostenibles, mediante el uso de redes sociales, sitio web y herramientas visuales, para promover la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía en Izalco.

## 4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar las condiciones actuales de visibilidad de las expresiones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas de Izalco en plataformas digitales.
- Desarrollar contenidos visuales y estrategias comunicacionales digitales que integren el trabajo de artistas, artesanos, emprendedores y promuevan la identidad cultural del distrito.
- Capacitar al personal responsable de la comunicación de la Unidad de Turismo en el uso de herramientas digitales, fortaleciendo sus capacidades para la promoción cultural efectiva.
- Validar las estrategias diseñadas a través de mecanismos participativos que permitan evaluar su impacto, recepción y pertinencia dentro de la comunidad.

## 5. ALCANCE DEL TRABAJO.

El presente proyecto tiene como alcance el diseño e implementación de estrategias de comunicación digital sostenibles que promuevan la riqueza cultural, artística, gastronómica y turística del distrito de Izalco, a través de plataformas digitales y redes sociales. El enfoque principal es fortalecer la capacidad de difusión de la Unidad de Turismo, dotándola de herramientas gráficas, comunicacionales y formativas para gestionar sus propios canales digitales de forma coherente, eficaz y autónoma.

A lo largo de su desarrollo, el proyecto contempla la creación de contenidos gráficos y audiovisuales adaptados a Facebook, Instagram y TikTok, así como la conceptualización, diseño y publicación de un sitio web piloto que sirva como repositorio de actividades, perfiles de actores locales, datos turísticos y materiales promocionales.

El trabajo también incluye una fase formativa dirigida al equipo de comunicaciones de la Unidad de Turismo, centrada en diseño editorial básico, criterios visuales para social media y gestión de publicaciones. La validación práctica de estas estrategias se

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

realizará durante las festividades de Izalco en agosto, aprovechando la atención del público para evaluar el impacto de los contenidos y la interacción generada en las plataformas.

**6. PRODUCTOS ESPERADOS / ENTREGABLES**

producto	Descripción	Formato	Fecha de entrega
Producto 1	<p><b>Diagnóstico comunicacional de la Unidad de Turismo.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Documento que recoge hallazgos clave sobre el estado actual de la comunicación institucional y digital.</li> <li>• resultados de observación directa.</li> <li>• entrevistas a actores locales y encuestas a visitantes o residentes.</li> </ul>	Documento PDF	15/06/2025
Producto 2	<p><b>Propuesta de estrategias de comunicación digital.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Documento que contiene el planteamiento estratégico para redes sociales y medios digitales.</li> <li>• redes a activar, públicos meta, formatos sugeridos y estructuración del sitio web piloto.</li> <li>• (diseño del sitio web)               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistema de diseño, botones, tipografía, fuentes, colores, iconos.</li> <li>2. Wireframe: bocetaje previo del sitio web.</li> <li>3. Prototipo: diseño final del sitio web.</li> </ol> </li> </ul>	Documento PDF, JPG.PNG, Editables .	30/06/2025
Producto 3	<p><b>Producción de contenidos gráficos y audiovisuales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Al menos 10 piezas gráficas (post, carruseles o historias)</li> </ul>		

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

	<p>para redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 3 videos promocionales breves adaptados a Facebook, Instagram y TikTok.</li> <li>• Material base para publicaciones relacionadas con gastronomía, arte y turismo.</li> </ul>	<p>Documento PDF. JPG/.PNG y videos en .MP4.</p>	<p>5/07/2025</p>
Producto 4	<p><b>Sitio web piloto de promoción cultural de Izalco.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo y publicación de una página web funcional.</li> <li>• con enfoque UX/UI</li> <li>• Calendario de actividades.</li> <li>• Perfil de actores culturales locales.</li> <li>• Información turística.</li> </ul>	<p>Documento PDF, Sitio web en línea (con respaldo en .ZIP).</p>	<p>15/07/2025</p>
Producto 5	<p><b>Guía de diseño editorial básico para redes sociales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Material didáctico dirigido al equipo de comunicaciones.</li> <li>• Principios básicos de composición.</li> <li>• Uso de retículas y líneas guías.</li> <li>• Formatos digitales e impresos adecuados.</li> </ul> <p>Recomendaciones para editar publicaciones con herramientas accesibles.</p>	<p>PDF con plantillas de ejemplo.</p>	<p>10/08/2025</p>

## 7. PERFIL REQUERIDO

Área de Diseño Gráfico y Comunicación Digital.

- **Formación académica:** Egresado o graduado de la Licenciatura en Artes Plásticas, de preferencia con opción en Diseño Gráfico.
- **Experiencia deseada:**

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Diseño y ejecución de estrategias de comunicación digital aplicadas a contextos culturales o comunitarios.
- Creación de piezas gráficas y contenido audiovisual para redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok).
- Participación en proyectos culturales, ferias, exposiciones o eventos de promoción turística/cultural.
- **Competencias técnicas:**
  - Manejo de herramientas de diseño editorial y publicitario (Illustrator, Photoshop, InDesign, etc.).
  - Conocimientos en branding, diseño UX/UI básico y estructura de sitios web.
  - Habilidades en fotografía y edición básica de video (para promoción digital).
  - Pensamiento estratégico para el desarrollo de narrativas visuales coherentes con la identidad local.
  - Capacidad para generar manuales y material didáctico orientado a la formación de equipos de comunicación.

Para el desarrollo del proyecto es necesario contar con asesores y expertos en el área de turismo, cultura y desarrollo sostenible. Estos profesionales aportaran el conocimiento específico sobre la intersección de cultura y turismo.

### **Asesoría en turismo cultural y desarrollo comunitario**

Para garantizar un enfoque integral, se contempla la asesoría de profesionales con formación en áreas afines, que contribuyan al vínculo entre promoción cultural y turismo sostenible:

- **Formación académica:** Graduado en Licenciatura en Turismo Cultural, Antropología, Gestión Cultural, Historia del Arte, Patrimonio Cultural o disciplinas relacionadas.
- **Experiencia deseada:**
  - Diseño de productos turísticos culturales y promoción de destinos a nivel local.
  - Desarrollo de estrategias de participación comunitaria en procesos culturales.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Elaboración de rutas, circuitos o experiencias turísticas con enfoque patrimonial.
- **Habilidades adicionales:**
  - Sensibilidad social y conocimiento de dinámicas comunitarias.
  - Capacidad de articulación con instituciones públicas y actores locales.
  - Habilidad para facilitar talleres, reuniones participativas y procesos de validación.

**8. CRONOGRAMA TENTATIVO.**

actividades	junio				Julio				agosto				responsable
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<p><b>Etapa 1. Evaluación Diagnostica.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Revisión de medios actuales (Unidad de Turismo).</li> <li>● Encuestas o entrevistas actores locales.</li> <li>● Toma de contenido</li> </ul>													<p>Responsable del proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Carlos Alexis Pérez García</li> <li>● Alexis anibal Mata Angeles.</li> </ul>
<p><b>Etapa 2. Diseño de Estrategias y Contenidos Digitales.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Creación de al menos 10 piezas gráficas y 3 videos para</li> </ul>													<p>Responsable del proyecto.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Carlos Alexis Pérez García</li> <li>● Alexis Anibal Mata Angeles</li> </ul>

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

<p>redes sociales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propuesta de activación para Instagram y TikTok.</li> <li>• Diseño del prototipo del sitio web UX-UI.</li> <li>• Estructura de sitio web piloto.</li> <li>• Manual básico de estilo visual, retomando línea gráfica.</li> </ul>																				
<p><b>Etapa 3.</b></p> <p><b>Capacitación en Comunicación Visual y Producción Digital.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicaciones estratégicas sobre fiestas patronales y cultura local.</li> <li>• Taller práctico de social media para el equipo de comunicación de la Unidad de Turismo.</li> <li>• Prácticas de video básico, diseño y publicación.</li> </ul>																				

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

<p><b>Etapa 4. Promoción y Validación de Contenidos.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicaciones estratégicas sobre fiestas patronales y cultura local.</li> <li>• Activación de sitio web piloto.</li> <li>• Monitoreo de interacción y alcance en redes.</li> <li>• Encuestas digitales para percepción del público.</li> </ul>																			
<p><b>Etapa 5. Evaluación Final y Sistematización.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuestas presenciales a turistas y comunidad.</li> <li>• Observación de respuesta durante actividades.</li> <li>• Registro fotográfico de la</li> </ul>																			



## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Plan de trabajo: 15%
- Entrevista: 25%

### 11. OBSERVACIONES ADICIONALES.

1. **Revisión y ajustes gráficos:**

Se incluirán rondas de revisión de los materiales gráficos y audiovisuales (post, videos, materiales didácticos) antes de su entrega final, para asegurar calidad y coherencia con la identidad visual y objetivos del proyecto.

2. **Apoyo técnico especializado:**

Se considera la colaboración puntual de un profesional en turismo cultural y gestión comunitaria para validar contenidos y garantizar que la estrategia digital se adapte a las necesidades locales.

3. **Informe de resultados parciales:**

Al concluir cada etapa se entregará un reporte con resultados, evidencias y recomendaciones que permitan ajustar y mejorar el proceso.

4. **Publicidad pagada en redes sociales (fuera del presupuesto base):**

La inversión para pautas pagadas en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok no está incluida. Se recomienda contemplar un presupuesto mensual adicional, desde **\$100 hasta \$500**, para ampliar el alcance de las campañas culturales.

5. **Producción audiovisual profesional (opcional):**

Si se requiere contenido multimedia de alta calidad (fotografías profesionales, videos promocionales), estos servicios implicarán un costo adicional que se deberá presupuestar según la complejidad y duración.

6. **Gestión continua de redes sociales:**

El proyecto contempla la capacitación para la creación de contenido y la generación de piezas digitales iniciales, pero no la administración permanente de las redes sociales. Esta labor, si se desea, debería ser contratada aparte y con presupuesto mensual propio.

7. **Diseño y prototipo del sitio web:**

Se desarrollará un diseño funcional y accesible basado en metodologías UX Research, orientado a la promoción cultural y turística digital. Este diseño será entregado como prototipo visual y estructural y desarrollo web o programación.

8. **Implementación y mantenimiento futuro del sitio web (fuera del presupuesto):**

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

La puesta en línea y mantenimiento técnico del sitio implicará un presupuesto independiente, que incluirá costos anuales estimados de hosting, dominio, certificado SSL y soporte técnico, que podrían oscilar entre **\$500 y \$1,000 USD**.

**Fecha de elaboración del TDR:** [10/06/2025]

**Responsable de la formulación:** [Alexis Anibal Mata Angeles, Caros Alexis Pérez Garcia].

- **Anexo 2. Evidencia fotográfica.**

Visita presencial al distrito de Izalco.



**Figura 38:** visita presencial al distrito de Izalco Antigua iglesia Asunción. **Fuente:** Elaboración propia.

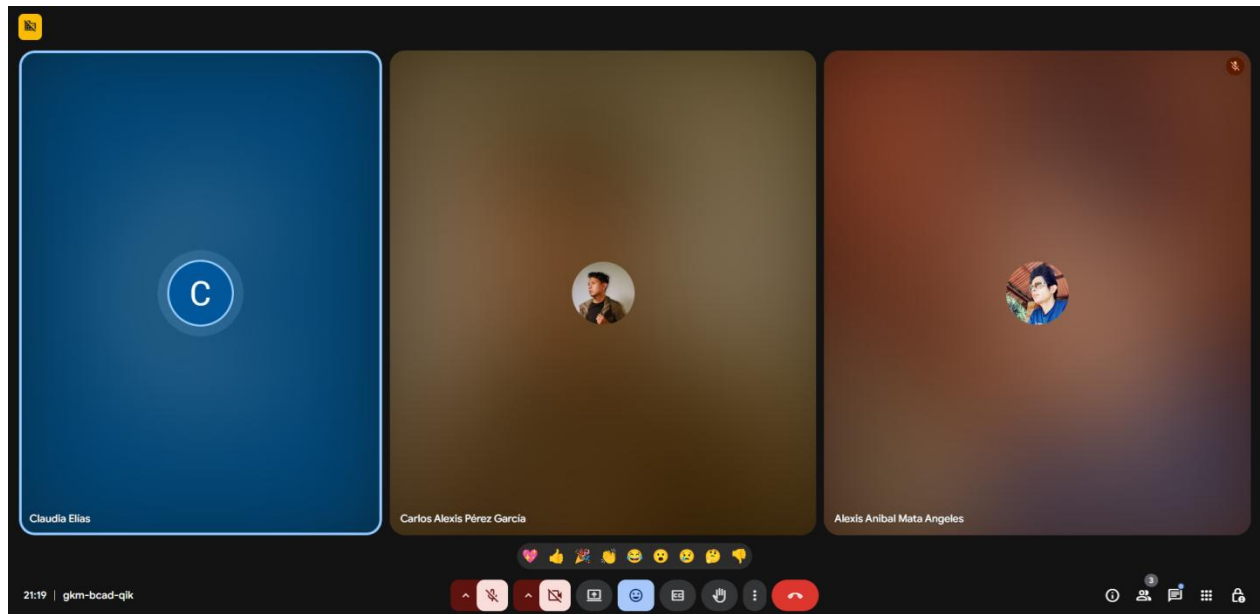
DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Toma de fotografías y video de actores locales, gastronomía, artesanías y destinos turísticos para la creación de post y reels.



**Figura 39:** Toma de video y fotografía a actores locales, Pupuseria Rina, artesanías y destinos turísticos Atecozol. **Fuente:** Elaboración propia.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



**Figura 40:** Reunión inicial vía meet, licenciada Claudia Elías jefa de la Unidad de turismo.  
**Fuente:** Elaboración propia.



**Figura 41:** Visita de campo a la Unidad de Turismo y equipo de comunicación de la alcaldía de Izalco. **Fuente:** Elaboración propia.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

**Material creado.**

Post publicitarios.

Se crearon post publicitarios sobre artesanías, gastronomía y sitios turísticos, cada pieza fue elaborada siguiendo la identidad visual de la unidad de turismo.



**Figura 42:** Post publicitarios artesanías. **Fuente:** Elaboración propia.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



Figura 43: Post publicitarios gastronomía. Fuente: Elaboración propia.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



**Figura 44:** Post publicitarios Fiestas patronales y destinos turísticos, **Fuente:** Elaboración propia.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

**Artes para sitio web**



**Figura 45:** artes sitio web, sitios turísticos. **Fuente:** Elaboración propia.



**Figura 46:** artes sitio web, Artesanías: **Fuente:** elaboración propia.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



Figura 47: banners para sitio web. Fuente: elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

UNIDAD DE TURISMO -SONSONATE ESTE  
Distrito de Izalco.



Constancia de participación en el Desarrollo –Curso de Especialización “ **El Arte en la Gestión Cultural**”

A quien corresponda:

Por este medio se hace constar que el estudiante egresado **Alexis Anibal Mata Ángeles** con carnet **MA18178** participo de manera activa y presencial en el desarrollo del tema “ **DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO. 2025**”. Desarrollado en los meses de junio hasta agosto del año 2025, con la Unidad de Turismo de Sonsonate Este, como parte del proceso formativo del curso de especialización “**El Arte en la Gestión Cultural**” en coordinación con la Escuela de artes de la Universidad Nacional de El Salvador.

Durante dicho proceso se desarrollaron actividades como visitas de campo y recopilación de insumos visuales (fotografías y videos) entrevistas y levantamiento de información clave con actores locales. Estas acciones permitieron la posterior formulación de propuestas y estrategias orientadas a la promoción cultural del territorio.

Además, se hace constar que se recibió el contenido creado en el desarrollo del proyecto, entrega del sitio web, post publicitarios, guía social media, guía sobre fotografía de productos, propuestas para activación de redes sociales y 3 videos publicitarios del trabajo de actores locales, el día 21 de agosto del año 2025. Agradecemos la colaboración brindada, así como el esfuerzo y la dedicación.

Se extiende la presente a solicitud del interesado, con el fin de respaldar su participación y compromiso dentro del proceso académico en curso.

Atentamente.

Licda. Claudia Elías

Unida de Turismo

Sonsonate Este.

**Figura 48:** Constancia de participación y entrega de material desarrollado durante el proyecto, extendida por Unidad de Turismo. Estudiante Alexis Anibal Mata Angeles. **Fuente:** Unidad de Turismo de Sonsonate Este.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

**UNIDAD DE TURISMO -SONSONATE ESTE**  
Distrito de Izalco.



Constancia de participación en el Desarrollo –Curso de Especialización “ **El Arte en la Gestión Cultural**”

A quien corresponda:

Por este medio se hace constar que el estudiante egresado **Carlos Alexis Pérez García** con carnet **PG19045** participo de manera activa y presencial en el desarrollo del tema “ **DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO. 2025**”. Desarrollado en los meses de junio a agosto del año 2025, con la Unidad de Turismo de Sonsonate Este, como parte del proceso formativo del curso de especialización “**El Arte en la Gestión Cultural**” en coordinación con la Escuela de artes de la Universidad Nacional de El Salvador.

Durante dicho proceso se desarrollaron actividades como visitas de campo y recopilación de insumos visuales (fotografías y videos) entrevistas y levantamiento de información clave con actores locales. Estas acciones permitieron la posterior formulación de propuestas y estrategias orientadas a la promoción cultural del territorio.

Además, se hace constar que se recibió el contenido creado en el desarrollo del proyecto, entrega del sitio web, post publicitarios, guía social media, guía sobre fotografía de productos, propuestas para activación de redes sociales y 3 videos publicitarios del trabajo de actores locales, el día 21 de agosto del año 2025. Agradecemos la colaboración brindada, así como el esfuerzo y la dedicación.

Se extiende la presente a solicitud del interesado, con el fin de respaldar su participación y compromiso dentro del proceso académico en curso.

Atentamente.

Licda. Claudia Elías

Unida de Turismo

Sonsonate Este.



**Figura 49:** Constancia de participación y entrega de material desarrollado durante el proyecto, extendida por Unidad de Turismo. Estudiante Carlos Alexis Pérez García. **Fuente:** Unidad de Turismo de Sonsonate Este.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Anexo 3. Protocolo.

## 1. TÍTULO

Diseño de estrategias de comunicación digital sostenible para la promoción de la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía en Izalco, 2025.

## 2. ELEMENTOS CONTEXTUALES.

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

Los destinatarios directos del proyecto son la Unidad de Turismo del distrito de Izalco y las personas responsables de su comunicación digital, quienes tendrán a su cargo la implementación de las estrategias diseñadas. Se contempla la creación y fortalecimiento de redes sociales institucionales y plataformas digitales como medios claves para la promoción sostenible de la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía de la zona.

Los usuarios serán los equipos o figuras designadas para poner en marcha estas estrategias, como el equipo de comunicación de la Unidad de Turismo, junto a colaboradores locales que contribuyan en la creación de contenido.

El público objetivo abarca tanto a los residentes locales de Izalco como a turistas nacionales y extranjeros interesados en experiencias auténticas. Izalco, representa una opción atractiva por su historia ancestral, paisajes naturales y volcánicos, y por su riqueza gastronómica, que refleja profundamente las tradiciones de la región. Este público será clave para fomentar el turismo cultural sostenible, generando beneficios sociales, económicos y culturales para la comunidad local.

Además, los actores culturales y productivos del municipio, como artesanos y emprendedores locales, serán beneficiarios indirectos del proyecto, al ser visibilizados en estas plataformas y formar parte activa del contenido difundido.

## **b. Dinámica territorial.**

Elementos distintivos del territorio.

- Características de la zona.

Una de las particularidades de Izalco es la figura del Alcalde del Común, elegido por las comunidades indígenas, que coexiste con el alcalde municipal. Su profundo arraigo religioso y cultural se manifiesta en sus tradicionales cofradías, organizaciones fundamentales en la vida cotidiana de sus habitantes. Este distrito, con sus históricas casas llenas de encanto y creencias, también alberga una de las celebraciones de Semana Santa más solemnes de El Salvador, convirtiéndola en una excelente época para visitarlo. Además de su riqueza cultural, Izalco ofrece atractivos turísticos como el imponente Volcán de Izalco y el refrescante Parque Acuático Atecozol, lo que lo convierte en uno de los destinos turísticos más atractivos del país, tanto para visitantes nacionales como internacionales.

- Patrimonios históricos.

Izalco cuenta con un rico patrimonio cultural que incluye edificaciones históricas como la Casa de los Barrientos (inmueble construido en 1864, declarada monumento nacional el 10 de octubre de 1991), el Llanito (declarado Bien Cultural en 2012, sitio donde descansan los restos de un número desconocido de personas que fallecieron en los sucesos de 1932), en su infraestructura religiosa se encuentra la Parroquia de Nuestra Señora de Dolores (templo construido en el año 1871, aún se conserva de esa estructura la nave, paredes laterales, el presbiterio y altar mayor; mientras que la fachada es de mediados del siglo XX). Otra de su infraestructura religiosa se encuentra la Parroquia de Nuestra Señora de la Asunción (una de las iglesias más antiguas del país, centro de importantes tradiciones religiosas). Estos sitios reflejan la historia, arquitectura y fervor religioso de Izalco.



El Llanito, Izalco, Sonsonate Este, extraído de espacio de memorias.org

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Religiosidad.

Izalco se caracteriza principalmente por su rica cultura llena de fervor religioso y tradiciones, por ejemplo encontramos el Alcalde del Común y la alcaldía del común, que es una autoridad ancestral propia de las comunidades indígenas de Izalco, principalmente de origen nahua-pipil, su nacimiento se remonta a la época colonial, como una forma de autogobierno y representación de las comunidades originarias frente a las autoridades impuestas, el alcalde del común no es elegido por el voto general de la población del municipio, sino específicamente por las comunidades indígenas de Izalco, siguiendo sus propias costumbres y tradiciones, la principal función del Alcalde del Común es representar los intereses, necesidades y la voz de las comunidades indígenas ante las autoridades municipales, departamentales y nacionales. Así como sus tradicionales cofradías, son consideradas pilares fundamentales de la vida cotidiana especialmente dentro de las comunidades indígenas del municipio, la religiosidad popular y la preservación de las tradiciones ancestrales. En Izalco, las cofradías evolucionaron incorporando elementos de las creencias y prácticas religiosas prehispánicas, dando lugar a un rico sincretismo cultural que se manifiesta en sus rituales, símbolos y cosmovisión, cada cofradía está generalmente liderada por un mayordomo o mayordoma, quien es responsable de la organización de las festividades del santo patrono de la cofradía durante un período determinado.



Datos religiosos de Izalco, Sonsonate Este extraído de Memorias.org

Parte de su cultura y religiosidad se ven reflejadas en la semana santa, la Asamblea legislativa declaró las procesiones de los Cristos y el Santo Entierro de Izalco como Patrimonio Cultural Inmaterial de El Salvador, reconociendo su profundo contenido cultural y la ferviente dedicación con la que la feligresía las celebra durante la Semana Santa. En este período, destaca la procesión de Jesús Nazareno, que se extiende desde el Jueves Santo hasta la madrugada

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

del Viernes Santo. Acompañan a esta imagen los 12 Cristos de las principales cofradías indígenas, cada uno portado por su mayordomo, dando origen a la denominación de "procesión de los Cristos".



Procesión de los cristos y santo entierro, extraído de [asamblea.gob.sv](http://asamblea.gob.sv)

- Turismo.

Izalco ofrece distintas ofertas turísticas, que fortalece la actividad económica de la zona. Durante una estadía en el lugar, los visitantes pueden participar en diversas actividades turísticas, explorando tanto su legado histórico como su belleza, sitios naturales, museos y manifestaciones culturales, folklore, artesanías, artes populares, y distintas actividades programadas.

- Potencial económico.

Los sitios de interés localizados en Izalco gozan de gran popularidad entre los residentes del Área Metropolitana de San Salvador y son un destino habitual para turistas nacionales e internacionales, los Atractivos Turísticos son:

Centro Histórico, Iglesia Colonial de Dolores, Iglesia Asunción, Ruinas de la antigua Iglesia Asunción y Centro Ceremonial el Llanito, Mascarón de Jaguar, Parque Zaldaña, Parque Menéndez, Casa Barrientos, Oficina de Turismo, Turicentro Ancestral Atecozol, Cementerio Municipal, Placita Izalqueña, Pupusódromo Izalqueño, Talleres de imaginería Religiosa, Taller de tallado en Madera.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Área Rural: Cueva del Escorpión, Cueva del Tanquito, Mirador María Auxiliadora, Cerro Chino, Proceso del Ojushte, Casona de los Regalados, Cooperativa Las Lajas, Casa de Cristal, Monumento de la Virgen de la Lava, Turicentro Laja Maya, Volcán de Izalco, elaboración de chicha, plantaciones de cacao y proceso del chocolate.

### **a. Dinámica sectorial.**

La dinámica sectorial de Izalco está marcada por una rica actividad cultural, artística, turística y gastronómica, en la que diversos actores locales participan activamente. Sin embargo, esta participación carece de un soporte estratégico que permita visibilizar de manera sostenida estas expresiones a través de canales digitales eficaces y coordinados.

Desde la cultura ancestral, la comunidad indígena de Izalco mantiene vivas sus tradiciones mediante ceremonias, danzas, talleres y expresiones artísticas que reflejan su identidad. Aunque estas prácticas tienen un valor inmaterial profundo, no cuentan con una plataforma de difusión adecuada que las proyecte más allá del ámbito local. En este sentido, la Unidad de Turismo de Izalco es la entidad que ha asumido el liderazgo en la promoción cultural, trabajando por integrar estas expresiones como parte esencial de la imagen turística del municipio.

En el ámbito turístico y gastronómico, la Unidad de Turismo de Izalco cuenta con una identidad gráfica ya desarrollada, la cual representa sus esfuerzos por coordinar y visibilizar la riqueza del municipio. Sin embargo, su implementación ha sido limitada únicamente a la red social Facebook. Aunque existen espacios con gran potencial como parques, miradores, rutas culturales y centros gastronómicos, no hay una estrategia digital consolidada que permita promoverlos de manera efectiva. La ausencia de otras plataformas clave como TikTok, Instagram e incluso un sitio web, junto con al menos un manejo básico de diseño editorial y contenido, impide que estos recursos visuales se traduzcan en una imagen clara, reconocible y atractiva para el turismo nacional e internacional.

Por su parte, el sector artístico dispone de espacios de exposición, pero no de eventos que evidencian una escena activa. Esta ausencia de una

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

planificación digital orientada a su promoción limita el alcance del trabajo de artistas locales que podrían participar. A pesar de producir contenido valioso y original, estos actores no están siendo integrados estratégicamente en las plataformas existentes, desaprovechando su potencial comunicacional y comercial.

Una fortaleza clave de Izalco es su comunidad comprometida y participativa. Festivales culturales y actividades comunitarias se desarrollan regularmente con la colaboración del comité de desarrollo turístico, guías locales, la Mesa de Artesanos y el Pupusódromo Izalqueño. Sin embargo, estas iniciativas, aunque significativas, no están articuladas bajo una planificación estratégica de comunicación que permita posicionarlas con constancia y proyectar su impacto económico en favor de la comunidad.

Frente a este panorama, el proyecto propone el diseño de estrategias digitales sostenibles orientadas a fortalecer la promoción de la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía de Izalco. Estas estrategias estarán lideradas por la Unidad de Turismo, integrando a los diversos actores como beneficiarios clave, ya que al visibilizar su trabajo a través de medios digitales se dinamiza su economía local. Así, se busca establecer un modelo de comunicación participativo, funcional y adaptado a las exigencias actuales, que garantice una mayor proyección del municipio y potencie su desarrollo desde un enfoque sostenible.



Recursos turísticos de Izalco Fuente. Elaboración propia.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Según la información consultada anterior Izalco cuenta con un 15% de sitios naturales y un 22 % de manifestaciones culturales históricas y un 13 % de folklore, artesanías y arte, convirtiéndolo en un distrito con un alto porcentaje histórico cultural. (Turístico).

### **3. DIAGNÓSTICO.**

El distrito de Izalco destaca por su riqueza en expresiones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas. Sin embargo, estas áreas enfrentan actualmente una serie de limitaciones comunicacionales que dificultan su adecuada proyección y promoción.

A pesar de contar con entidades como la unidad de turismo, encargada de promocionar los atractivos de la zona y el principal ente que actualmente impulsa su desarrollo y ha comenzado a rescatar espacios para promover eventos y gestionar su identidad visual, pero su rol en términos de visibilidad es limitado debido a la ausencia de canales digitales propios y a la falta de un sistema de comunicación consolidado. Su presencia en medios se mantiene en el plano comunitario, pero no forma parte de los canales estratégicos de difusión activos.

Por otro lado, el sector artístico, si bien cuenta con espacios para la exposición y creación, carece de una planificación estructurada para fomentar la visibilidad y promoción de artistas y artesanos locales. Las iniciativas surgen de forma aislada y no se articulan mediante estrategias sostenidas en el tiempo ni en los medios.

No obstante, se identifican diversas debilidades en su estrategia comunicacional, tales como:

- Ausencia de presencia en redes clave como Instagram y TikTok.
- Escasa implementación de herramientas visuales editoriales y lineamientos gráficos.
- Contenido limitado y poca interacción digital con el público.
- Actividades promovidas sin un objetivo claro.
- Línea gráfica unificada ni continuidad narrativa.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Asimismo, la oferta cultural y gastronómica, aunque es rica y participativa, no cuenta con una estrategia clara de promoción. Los eventos y festividades se difunden de forma empírica, sin aprovechar el potencial de los canales digitales ni del contenido visual atractivo para públicos más amplios.

Por ello, se ha identificado la necesidad urgente de diseñar estrategias de comunicación sostenibles, enfocadas en fortalecer la promoción de estas cuatro áreas (cultura, arte, turismo y gastronomía), mediante herramientas digitales eficaces y contenidos relevantes.

Como parte del proceso, se implementarán acciones, tales como:

- Desarrollo de publicaciones promocionales atractivas, a ser difundidas por la Unidad de Turismo.
- Capacitar al personal responsable de la comunicación de la Unidad de Turismo en el uso de herramientas digitales con guías o talleres de capacitación en caso de ser posible, fortaleciendo sus buenas prácticas en diseño de contenido visual para medios sociales y digitales.
- Aplicación de entrevistas o encuestas a residentes para obtener información relevante.
- Diseño y puesta en marcha de un sitio web piloto funcional, con un período de prueba, que permita explorar su utilidad. Posterior a ese tiempo, quedará a disposición de la Unidad de Turismo, quien podrá gestionarlo libremente, en caso de adquirir el dominio y alojamiento correspondientes.

Estas herramientas permitirán validar la efectividad de las estrategias propuestas, generar retroalimentación directa y sentar las bases para un sistema comunicacional sostenible que fortalezca el desarrollo local a través de la visibilidad y promoción coherente de sus expresiones identitarias.

## **1. OBJETIVO GENERAL.**

Diseñar estrategias de comunicación digital sostenibles, mediante el uso de redes sociales, sitio web y herramientas visuales, para promover la cultura, el arte, el turismo y la gastronomía en Izalco.

## **2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

Evaluar las condiciones actuales de visibilidad de las expresiones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas de Izalco en plataformas digitales de la unidad de turismo.

Desarrollar contenidos visuales y estrategias comunicacionales digitales que integren el trabajo de artistas, artesanos, emprendedores y promuevan la identidad cultural y turística del distrito.

Capacitar al personal responsable de la comunicación de la Unidad de Turismo en el uso de herramientas digitales, fortaleciendo sus capacidades para la promoción cultural efectiva.

Validar las estrategias diseñadas a través de mecanismos participativos que permitan evaluar su impacto, recepción y pertinencia dentro de la comunidad o institución.

#### **4. FUNDAMENTACIÓN.**

El presente proyecto responde a la necesidad detectada en Izalco de fortalecer la difusión y promoción de sus manifestaciones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas, que actualmente se desarrollan de forma dispersa y con alcance limitado. Aunque existen iniciativas valiosas en la región, como festivales, actividades gastronómicas y expresiones artísticas, la ausencia de una estrategia comunicacional unificada impide maximizar su potencial y visibilidad ante públicos locales y nacionales.

La Unidad de Turismo de Izalco juega un papel fundamental en la gestión y promoción de estos recursos, pero enfrenta desafíos significativos, entre ellos, la falta de presencia consolidada en plataformas digitales estratégicas como redes sociales populares, y la insuficiente aplicación de herramientas visuales y de comunicación digital que permitan una promoción continua y atractiva.

En este contexto, el proyecto se orienta a diseñar estrategias de comunicación digital sostenibles que integren estas áreas, aprovechando recursos existentes y promoviendo la participación de actores locales. Estas estrategias se traducirán en contenidos y propuestas visuales adaptadas a medios digitales.

Como parte fundamental de este proceso, se desarrollará un sitio web piloto que funcionará durante un período de prueba para evaluar su utilidad como plataforma de difusión, permitiendo a la Unidad de Turismo contar con un espacio digital propio que articule la oferta cultural y turística. Este sitio, junto con las estrategias en redes sociales, facilitará la creación de una narrativa coherente y atractiva que refleje la identidad cultural de Izalco y dinamice su economía local.

La importancia de esta iniciativa radica en que no busca crear nuevas estructuras, sino potenciar y ordenar el trabajo ya existente, con un enfoque sostenible que garantice beneficios económicos, sociales y culturales para la comunidad. La validación práctica de las estrategias permitirá ajustar y optimizar las herramientas comunicativas, fomentando un proceso de mejora continua y adaptabilidad a las necesidades reales de la población y los visitantes.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

De esta manera, el proyecto contribuye a posicionar a Izalco como un referente de turismo cultural sostenible, que preserva y promueve su identidad, impulsa a sus artistas y emprendedores, y fortalece el desarrollo económico y social a través de la innovación en comunicación y promoción digital.

### **5. DESCRIPCIÓN.**

Este proyecto se desarrollará en un periodo de tres meses y medio, dividido en cinco etapas estratégicas. Su objetivo es diseñar e implementar estrategias de comunicación digital sostenibles que permitan visibilizar y promover las manifestaciones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas del distrito de Izalco.

La propuesta se enfocará en la creación de contenidos digitales, propuestas de activación de redes sociales funcionales, el diseño de un sitio web, y la participación activa de la comunidad como fuentes de información. La Unidad de Turismo será la entidad responsable de operar las plataformas y dar seguimiento a las estrategias desarrolladas.

#### 1. Evaluación Diagnóstica y Planeación Inicial.

Durante esta fase se realizó un diagnóstico comunicacional a partir de:

- Observación directa de la gestión actual de redes sociales de la Unidad de Turismo.
- Revisión de medios existentes (Facebook, uso limitado de WhatsApp, ausencia de Instagram y TikTok).
- Aplicación de entrevistas a actores locales (artistas y personal de la unidad de turismo).

Esta información permitirá identificar brechas en la promoción actual, preferencias de consumo digital de los públicos meta y percepciones sobre la visibilidad del trabajo local. A partir de ello, se establecerán lineamientos para el diseño de estrategias y contenidos. Además, se identificará el nivel de disposición y habilidades actuales de los actores locales para enviar materiales que puedan ser usados en redes, evaluando necesidades de orientación o edición para garantizar una difusión de calidad.

## 2. Diseño de Estrategias y Contenidos Digitales.

Con base en el diagnóstico, se crearán contenidos visuales y mensajes adaptados a redes sociales y plataformas digitales, que reflejen la identidad cultural y turística de Izalco. Se desarrollarán:

- Contenidos visuales para Facebook, Instagram y TikTok (post, historias, reels y videos cortos).
- Una propuesta para la activación de Instagram y TikTok, actualmente inexistentes.
- Creación del prototipo del sitio web basado en el sistema experiencia de usuario UX-UI
- Un sitio web piloto, con estructura modular para albergar información turística, cultural, gastronómica, y un apartado sobre los eventos próximos a desarrollar en la zona.
- Se elaborarán al menos 5 piezas gráficas y 3 videos promocionales para redes sociales, donde se incluya contenido de los actores involucrados.
- Se definirán estilos visuales, tono comunicacional y frecuencia de publicaciones adecuadas al perfil del público objetivo.
- Se desarrollará una guía práctica de diseño editorial digital básico, donde se enseñará a crear piezas atractivas y funcionales para redes sociales según las necesidades de la unidad de turismo.
- Se elaborará una mini guía práctica para actores locales, con indicaciones claras sobre cómo tomar y enviar contenido visual útil y de calidad desde sus dispositivos, esta guía será entregada a la unidad de turismo.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

### 3. Capacitación Estratégica.

Se capacitará al personal encargado de las redes de la Unidad de Turismo (al menos 2 personas) en:

- Uso de herramientas de diseño digital (Photoshop, Illustrator ).
- Gestión de contenido en redes sociales (programación, interacción, público objetivo).
- Gestión básica del sitio web (editar texto e imágenes, subir entradas, actualizar contenido).
- Se utilizarán ejemplos de buenas y malas prácticas extraídas del material diseñado, para que aprendan a sostener las estrategias sin perder coherencia visual ni comunicacional. La capacitación se hará de forma teórico-práctica, con sesiones presenciales o virtuales según disponibilidad, en caso de no tener disponibilidad del personal encargado de las redes sociales se entregara una guía sobre capacitación estratégica de los puntos antes mencionados.

### 4. Prueba Piloto y Validación Comunitaria.

Se activará una fase de prueba piloto que incluirá la publicación de contenidos en redes sociales y el funcionamiento del sitio para prueba. En este periodo se evaluará la efectividad de las estrategias a través de herramientas participativas como encuestas virtuales con la comunidad local.

#### a) Prueba del sitio web:

- El sitio web diseñado estará activo por unos días.
- Se analizará su funcionalidad, navegación, accesibilidad desde móvil.
- La publicación del sitio web y dominio estará bajo cargo de la unidad de turismo si así lo consideren en un futuro.

#### b) Prueba en redes sociales:

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Durante ese mismo periodo se publicarán contenidos diseñados para Facebook, y en Instagram y TikTok en caso de apertura,
- Se evaluará su alcance, reacciones, comentarios y nivel de interacción con el público.

Además, se aplicarán:

- Encuestas breves a usuarios digitales o asistentes.
- Entrevistas o encuestas a actores involucrados para conocer su percepción sobre la visibilidad lograda.

La prueba en redes sociales y publicación del sitio web estará bajo la disposición de la unidad de turismo, en caso de no poder llegarse a publicar los contenidos en las redes sociales en las fechas establecidas, únicamente se les entregara los diseños creados y archivos editables para futuras publicaciones.

### 5. Evaluación Final y Ajustes.

En esta etapa se sistematizarán los resultados obtenidos durante las pruebas piloto. Se elaborará un informe con recomendaciones específicas, ajustes a las estrategias, posibles mejoras al sitio web, y una hoja de ruta sugerida para la implementación permanente por parte de la Unidad de Turismo.

Se analizarán los resultados de la prueba piloto a través de:

- Informe de métricas digitales en la medida posible (alcance, interacción, clics, comentarios).
- Sistematización de encuestas.
- Evaluación del desempeño del equipo capacitado en caso de poder desarrollar la capacitación al equipo de comunicación de la unidad de turismo.

Con esta información se generará un informe final de resultados y recomendaciones que incluirá:

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

- Ajustes al contenido y sitio web.
- Propuestas para sostenibilidad de las estrategias.
- Hoja de ruta para continuidad de la promoción digital a cargo de la Unidad de Turismo.

### ETAPAS DE DESAROLLO DEL PROYECTO



**Figura50:** Desarrollo etapas. **Fuente:** Elaboración propia.

## 6. PROPUESTAS DE EJECUCIÓN.

Este apartado describe los principales elementos operativos del proyecto, incluyendo sus resultados esperados, aportes diferenciadores, la metodología de ejecución, el impacto proyectado y los roles de quienes participan. A diferencia de otras iniciativas, esta propuesta prioriza el uso estratégico de medios digitales y el fortalecimiento comunicacional de la Unidad de Turismo de Izalco, como eje articulador de la promoción cultural, artística, gastronómica y turística del distrito.

### a) Productos Esperados

El principal producto de este proyecto será un conjunto de estrategias comunicacionales sostenibles, adaptadas al contexto de Izalco, para difundir sus expresiones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas. Entre los resultados específicos se incluyen:

- Un sitio web funcional en fase piloto, diseñado como una vitrina digital para la promoción de actividades, emprendimientos locales y rutas turísticas.
- Activación o propuestas de perfiles oficiales de la Unidad de Turismo en Instagram y TikTok, actualmente inexistentes.
- Al menos 10 piezas gráficas y 3 videos promocionales como muestra base para redes sociales.
- Taller práctico o guía sobre diseño editorial digital y manejo de redes, dirigidos al equipo encargado de las redes sociales de la Unidad de Turismo.
- Herramientas participativas (encuestas, entrevistas, observación) para validar la aceptación y efectividad de las estrategias aplicadas.

### b) Aportes Originales del Proyecto

El aporte más relevante de esta iniciativa es que no busca crear nuevas estructuras institucionales, sino fortalecer y ordenar los canales ya existentes, optimizando la gestión digital de la Unidad de Turismo. Su enfoque está centrado en el uso de estrategias comunicacionales accesibles, de bajo costo y con alta capacidad de réplica, adaptadas a las realidades locales.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Asimismo, el proyecto incorpora una perspectiva práctica de formación que brinda herramientas inmediatas y útiles para la creación de contenido digital. Esto permite a los actores locales, especialmente al personal de comunicación y líderes comunitarios, generar contenido de calidad sin depender exclusivamente de equipos externos.

Otro aporte clave es la incorporación de un enfoque de validación participativa, donde las estrategias se evalúan directamente con la comunidad, lo que asegura que el producto final esté alineado con los intereses y hábitos reales de los públicos meta.

### c) Proceso de Creación

El proceso metodológico se basa en las cinco etapas planteadas anteriormente, organizadas de manera secuencial y lógica para garantizar una implementación efectiva:

- Evaluación diagnóstica y planeación inicial: identificación de brechas comunicacionales mediante observación, entrevistas y encuestas.
- Diseño de estrategias y contenidos digitales: desarrollo de materiales visuales y mensajes adaptados para Facebook, Instagram, TikTok y un sitio web.
- Validación participativa y prueba piloto: aplicación de las estrategias en escenarios reales mediante publicaciones en redes, uso del sitio web durante unos días, y recolección de opiniones.
- Capacitación estratégica: talleres o guías sobre diseño editorial digital, herramientas de diseño para el equipo de comunicación de la Unidad de Turismo.
- Ajustes, sistematización y entrega final: análisis de resultados, incorporación de aprendizajes, y entrega de productos y recomendaciones finales.

Durante todo este proceso, se promoverá el involucramiento de actores locales, como artesanos, emprendedores y se buscará fomentar la participación en la entrega de información y toma de fotografías de sus productos para poder generar material de estrategias de contenidos para medios digitales, evitando así la difusión de contenido de baja calidad.

## DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

### a) Impacto

El proyecto impactará positivamente en varios niveles:

- A nivel institucional, la Unidad de Turismo tendrá mayor capacidad para gestionar su comunicación digital de forma autónoma y estratégica.
- A nivel comunitario, se visibilizará el trabajo de artistas, emprendedores y guardianes de la tradición, fortaleciendo su posicionamiento ante turistas y público nacional.
- A nivel económico, se espera una dinamización progresiva de las actividades turísticas y culturales locales, con potencial para generar ingresos a corto y mediano plazo.
- A nivel profesional y académico, se documentará un modelo comunicacional aplicable en otros territorios con necesidades similares.

### b) Creadores que Participan en el Proyecto

- Equipo de trabajo UES:  
Será el principal responsable de la planificación, desarrollo y ejecución del proyecto. Sus tareas incluirán diagnóstico, diseño de estrategias, elaboración de contenidos, creación del sitio web piloto, coordinación de pruebas, capacitación al equipo de la Unidad de Turismo y redacción del informe final.
- Unidad de Turismo de Izalco:  
Actuará como socio implementador, recibiendo capacitación, gestionando redes sociales, colaborando en la difusión del sitio web y validando los productos. El equipo de comunicación será clave en el mantenimiento y seguimiento del contenido generado.
- Actores locales (artesanos, artistas, emprendedores, guías turísticos):  
Participarán compartiendo información y material visual, sobre sus actividades y productos, colaborando en entrevistas.
- Público visitante y comunidad local:

Serán parte esencial en poder recopilar información a través de encuestas proporcionando desde su experiencia como usuarios.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

**7. Cronograma de actividades.**

Actividades.	Mes 1 Mayo.	Mes 2 Junio.	Mes 3 Julio.	Mes 4 Agosto.	Responsables.
<b>Etapa 1. Evaluación Diagnostica.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión de medios actuales.</li> <li>Reunión inicial.</li> </ul>					Equipo UES.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Observación directa de contenido existente.</li> <li>Reunión con la unidad de turismo.</li> </ul>					Equipo UES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuestas o entrevistas a comunidad, actores locales.</li> <li></li> </ul>					Equipo UES
<b>Etapa 2. Diseño de Estrategias y Contenidos Digitales.</b>					Equipo UES.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma de fotografías de algunos atractivos turísticos del centro del distrito.</li> <li>• Toma de fotografías de productos de los emprendedores y artesanos.</li> <li>• Creación de al menos 10 piezas gráficas y 3 videos para redes sociales.</li> <li>• Propuesta para activación de, Instagram y TikTok.</li> </ul>																																			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño del prototipo del sitio web</li> </ul>																																			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura de sitio web piloto.</li> <li>• Manual básico de estilo visual, retomando línea gráfica.</li> <li>• Guía sobre como tomar fotografías</li> </ul>																																			





DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

### 8. Recursos.

Categoría	Recursos	Uso/finalidad	Cantidad de personas	fuente	Costo estimado.
<b>Recursos humanos</b>	Profesionales administrativos.	Facilitadores de información y actores clave para el proyecto.	8	Unidad de turismo y emprendedores locales.	\$0
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinador/a general del proyecto.</li> <li>• Diseñador/a grafica</li> <li>• Facilitador/a de talleres.</li> <li>• Comunicador/as</li> <li>• Fotógrafo/a y videógrafo/a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• supervisión y articulación</li> <li>• materiales visuales, diseño de sitio web elaboración del proyecto.</li> <li>• Capacitación en material visual.</li> <li>• Gestión de difusión y redes.</li> <li>• Registro de eventos.</li> </ul>	3	Equipo Ues.	\$0
	emprendedores locales	Productos, información.	3	Emprendedores locales.	\$0

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

<b>Materiales</b>	. Cámara fotográfica profesional	Cámara fotográfica profesional	1	Recurso propio.	\$37.50
	Computadoras para diseño gráfico.	Diseño material visual, diseño web.	3	.Recurso propio	\$50
	Tabletas gráficas.	Ilustración digital.	1	Recurso propio	\$20
	Papelería.	Bocetos, apuntes	3	Compra colectiva.	\$45
	Material promocional digital.	Afiches, post publicitarios, plantillas	15	Recurso propio	\$40
<b>Técnicos</b>	Acceso a internet	Comunicación y herramientas digitales	4 meses	Infraestructura básica	\$3.50
	Energía eléctrica.	Alimentación eléctrica a equipos y eventos.	4 meses	Infraestructura básica.	\$4.00
<b>Licencias de programas de diseño.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licencia figma.</li> <li>• WIX</li> <li>• Dominio web</li> <li>• Photoshop</li> <li>• Ilustrador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prototipo de sitio web.</li> <li>• Diseño del sitio web</li> <li>• Compra del dominio para publicación del sitio web</li> </ul>	2 meses	Recurso propio.	\$30.
				Total estimado.	\$230

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

Otros.

Guía de fotografía de productos.



 **Guía rápida para fotografiar tus productos.**

¿Eres un emprendedor artesanal, gastronómico y quieres que tus productos brillen en redes sociales y plataformas de venta? ¡No necesitas una cámara profesional! Con tu teléfono celular y algunos consejos simples, puedes mandar y tomar fotografías que cautiven a tus clientes y muestren la belleza de tu trabajo o servicios.



## I. Iluminación: Tu mejor aliada

La luz es el ingrediente más importante para una buena foto. Olvídate del Flash de tu teléfono; casi siempre hace que los objetos se vean planos y con brillos feos.

Aquí te van algunos consejos.

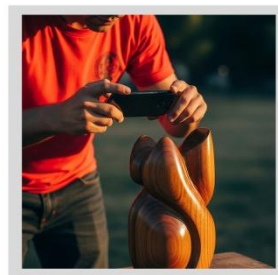
Luz natural: siempre la mejor opción.

La luz natural es tu mejor amiga. Busca un lugar cerca de una ventana o sal al exterior en un día nublado. La luz debe ser suave y uniforme para evitar sombras duras que distorsionen tu producto.

Evita el sol directo: No coloques tus productos bajo la luz solar directa, ya que crea sombras muy marcadas y brillos excesivos.

Horas ideales: Las mejores horas para fotografiar son por la mañana temprano o al final de la tarde (la famosa "hora dorada"), cuando la luz es más suave y cálida.

Si no tienes luz natural: Si debes fotografiar de noche o en un lugar oscuro, puedes usar lámparas de luz blanca con difusores (puedes improvisar con una tela blanca delgada) para suavizar la luz.



# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



## 2. El fondo: Protagonista es el producto, no el caos.

El fondo de tu fotografía es crucial. Debe complementar tu producto, no competir con él. Un fondo limpio y sin distracciones ayuda a que tu artesanía o producto de emprendimiento sea el centro de atención.

Fondos sencillos y limpios.

Opta por fondos lisos y discretos. Puedes usar: Cartulinas o papeles de colores neutros: Blanco, gris, beige o tonos pastel funcionan muy bien.

Maderas claras o telas texturizadas: Si quieres darle un toque más rústico o acogedor, asegúrate de que no roben el protagonismo.

Evita el desorden: Asegúrate de que no haya objetos extraños o distracciones en el fondo que resten profesionalismo a tu imagen.



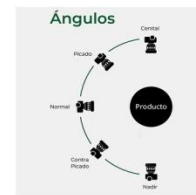
## 3. Composición: ¿Cómo colocar tu producto?

La forma en que encuadras tu producto y los elementos que lo rodean pueden hacer una gran diferencia.



Regla de los tercios y ángulos interesantes.

Regla de los tercios: Imagina que tu pantalla está dividida en nueve cuadros iguales. Intenta colocar tu producto o los elementos más importantes en las intersecciones o a lo largo de las líneas. Esto hace que la foto sea más atractiva visualmente. Para activar esta función en tu celular abre tu cámara y busca la opción líneas de cuadrícula.



Juega con los ángulos:

Vista superior (Flat lay): Ideal para productos planos o para crear composiciones con varios artículos.

Primeros planos: Destaca los detalles y la textura de tu artesanía.

Ángulo bajo o alto: Experimenta para encontrar el ángulo que mejor muestre tu producto.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



## 4. Enfoque y nitidez: Cada detalle cuenta.

Una foto desenfocada o borrosa no transmite profesionalismo. Asegúrate de que tu producto esté nítido.

¡Que tu producto se vea impecable!

**Toca la pantalla para enfocar:** En la mayoría de los celulares, simplemente tocando la pantalla sobre tu producto, la cámara enfocará en ese punto. ¡Hazlo siempre antes de disparar!

**Mantén el pulso firme:** Para evitar fotos borrosas, sostén tu celular con ambas manos o, mejor aún, usa un pequeño trípode para celular si tienes uno.

**Limpia la lente:** Parece obvio, ¡pero a veces lo olvidamos! Una lente sucia puede arruinar una foto. Pásale un paño suave antes de empezar.



## Utiliza elementos de atrezzo (props):

Pequeños objetos relacionados con tu producto (hojas secas para productos naturales, una taza de café si vendes tazas, etc.) pueden añadir contexto y estilo, pero úsalos con moderación para no opacar el producto.



# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.



## 5. Edición básica: El toque final

Una vez que tomes tus fotos, una pequeña edición puede mejorar mucho su apariencia. No necesitas programas complicados.

Pequeños ajustes para grandes resultados.

Las aplicaciones de edición de tu propio teléfono o apps gratuitas como Snapseed, Lightroom Móvil o PicsArt son tus aliadas. Puedes ajustar:

Brillo y contraste: Para que la foto no se vea ni muy oscura ni muy lavada.

Saturación: Para realzar los colores, pero sin exagerar. Queremos que los colores sean fieles a la realidad de tu producto.

Recorte: Para mejorar la composición o eliminar elementos no deseados.

Nitidez: Un pequeño ajuste puede hacer que tu producto se vea más definido.

¡Importante! Evita los filtros excesivos que alteren los colores reales de tu producto. Tus clientes deben ver el producto tal como es.



## Consejos adicionales para emprendedores

Crea una estética consistente: Intenta mantener un estilo similar en todas tus fotos. Esto ayuda a que tu marca sea reconocible.

·Muestra el producto en uso: Si es posible, muestra a alguien usando tu producto o colócalo en un entorno donde se vea cómo se utiliza. Esto ayuda a los clientes a imaginarse con él.

Toma varias fotos: Siempre toma más fotos de las que crees que necesitas. Así tendrás opciones para elegir la mejor.

·Práctica, practica, practica: Cuanto más fotografías, mejor te volverás. ¡No te desanimes si las primeras fotos no son perfectas!



**Figura 51:** guía de fotografía de producto, **Fuente:** Elaboración propia.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

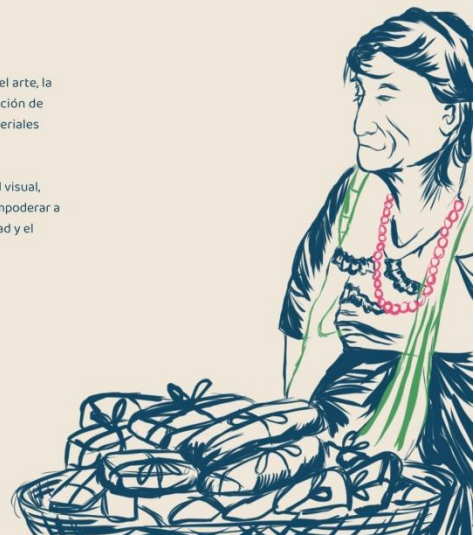
Guía social media.



## Introducción

Este manual reúne los lineamientos esenciales para crear contenido visual y digital que refleje la riqueza del arte, la cultura, la gastronomía y el turismo de Izalco. Está diseñado como una guía práctica para facilitar la producción de piezas gráficas y comunicativas coherentes, accesibles y atractivas, tanto para redes sociales como para materiales impresos y presentaciones digitales.

En las siguientes páginas encontrarás orientaciones claras sobre diseño editorial básico, manejo de identidad visual, formatos ideales, y buenas prácticas para comunicar de manera efectiva y auténtica. Esta herramienta busca empoderar a quienes promueven Izalco, para que su mensaje llegue con fuerza y profesionalismo, fortaleciendo la identidad y el valor cultural del territorio.



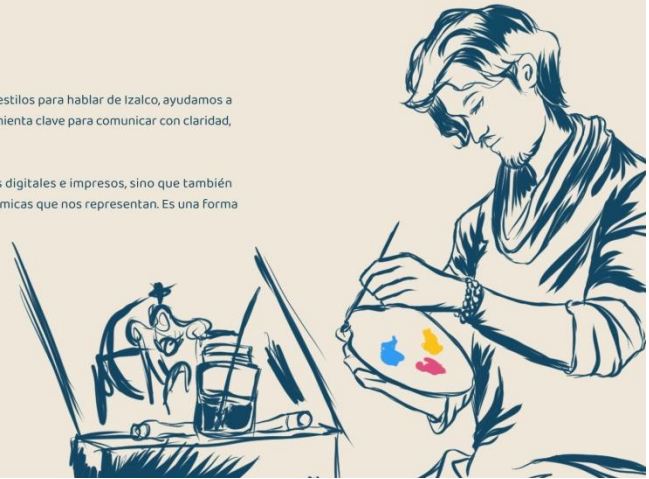
# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

## Nuestra línea gráfica:

más que una imagen

Todo comunica, incluso lo visual. Cuando usamos los mismos colores, formas y estilos para hablar de Izalco, ayudamos a que las personas reconozcan lo que hacemos y lo recuerden mejor. Es una herramienta clave para comunicar con claridad, coherencia y personalidad.

La identidad visual no solo fortalece la presencia de los contenidos en medios digitales e impresos, sino que también transmite el valor de las expresiones culturales, artísticas, turísticas y gastronómicas que nos representan. Es una forma de comunicar con respeto, orgullo y conexión hacia lo que nos hace únicos.



## Formato y retícula

Formatos recomendados



Digital: 1080x1920 px (pantalla vertical)  
Es práctico para contenido visual extenso o informativo, ya que ocupa toda la pantalla y mejora la legibilidad.



Impreso: A4 vertical (21x29.7 cm) o horizontal.  
Formato estándar para documentos. El vertical es ideal para manuales o resúmenes de información. El horizontal da más espacio para jugar con imágenes y diseño.



# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

## Tamaños y formatos para redes

Publicaciones comunes:



**Post (1080x1080 px)**  
Cuadrado. Se ve bien en Instagram, Facebook. Ideal para anunciar eventos, frases o mostrar productos.

**Historias y Reels (1080x1920 px)**  
Formato vertical completo para celulares. Se usa en Instagram, Facebook y TikTok. Perfecto para mostrar momentos rápidos o videos breves.

**Carruseles (1080x1080 px por imagen)**  
Cuadrado. Se ve bien en Instagram, Facebook. Varias imágenes que se deslizan. Muy útil en Instagram y Facebook para contar algo paso a paso o mostrar una galería de fotos.

## Recomendaciones generales de maquetación.



**Márgenes:** Sirven para dar respiro visual. Evitan que los textos o imágenes queden pegados al borde y se vean desordenados.  
Como mínimo 1 cm a cada lado en diseño impreso. 20 px a cada lado para post cuadrados. En historias, 150 px arriba y abajo, en los laterales entre 60 a 90 px.

**Sangrado:** 3-5 mm  
Es un margen que se deja alrededor del diseño impreso. Garantiza que si la guillotina corta un poco fuera de lugar, no aparezcan bordes blancos.

**Medianil (solo si se va a empastar o encuadernar)**  
Es el espacio extra que se deja en el centro donde se une la doble página.  
Recomendado: 1 cm adicional al margen interno.  
Así te aseguras que nada importante quede escondido en el doblar del cuaderno o libro.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

## Composición y aire visual

La composición es el orden en que colocás los elementos.

Dejá aire (espacios vacíos) para que el diseño respire. Un diseño limpio necesita espacio. Dejar márgenes y no llenar todo el lienzo ayuda a que cada elemento se entienda mejor y luzca. Evitá recargar con texto o imágenes innecesarias; lo simple comunica más claro y con más fuerza.

Usá alineación, jerarquía y repetición para guiar la mirada. Organizar bien los elementos hace que el contenido sea más fácil de leer y recorrer. Alinear, usar distintos tamaños para mostrar qué es más importante y repetir ciertos estilos da orden y coherencia visual.

## Tipografía

Usá máximo dos tipografías combinadas:

### Izalco florece con arte y tradición

La riqueza cultural de Izalco se expresa en cada celebración, plato típico y pieza artesanal. Este proyecto busca promover esas expresiones mediante herramientas visuales claras y coherentes.

Este uso es adecuado porque:

- Hay una jerarquía clara entre el título y el párrafo.
- Las tipografías cumplen su rol: Oregano Tiene curvas suaves y ornamentales que transmiten una sensación cálida, artesanal y cultural, perfecta para destacar el arte y la tradición de Izalco. Baloo es redondeada, legible y cálida.
- El tamaño del texto base es cómodo para leer.

Izalco Florece con arte y tradición

La riqueza cultural de Izalco se expresa en cada celebración, plato típico y pieza artesanal. Este proyecto busca promover esas expresiones mediante herramientas visuales claras y coherentes.

Este uso es incorrecto porque:

- El título no resalta: tamaño y estilo muy parecidos al texto.
- Las tipografías están invertidas: Baloo es una tipografía pensada para ser clara y legible en bloques de texto, mientras que Oregano tiene un estilo decorativo que funciona mejor en títulos o frases cortas. Usarlas al revés hace que el párrafo se vea recargado y difícil de leer.
- No hay jerarquía clara: todo se ve del mismo peso visual.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

**Izalco florece con arte y tradición**

Actividades culturales para toda la familia

La riqueza cultural de Izalco se expresa en cada celebración, plato típico y pieza artesanal. Este proyecto busca promover esas expresiones mediante herramientas visuales claras y coherentes.

*"Veni a disfrutar las fiestas de Izalco!"*

**Actividades culturales para toda la familia**

Durante el mes de julio se realizarán diferentes actividades para celebrar la riqueza artística y gastronómica de Izalco. Habrá Ferias, presentaciones en vivo, gastronomía local y más.

→ El uso de tipografías no establecidas rompe con la unidad visual del proyecto y da una apariencia poco profesional o desordenada.

Aunque esa fuente te parezca bonita o divertida, si no está dentro de la línea gráfica acordada, mejor no usarla. La coherencia construye confianza

**IZALCO CELEBRA SU RIQUEZA CULTURAL**

La riqueza cultural de Izalco se expresa en cada celebración, plato típico y pieza artesanal. Este proyecto busca promover esas expresiones mediante herramientas visuales claras y coherentes.

→ El uso de tipografías no establecidas rompe con la unidad visual del proyecto y da una apariencia poco profesional o desordenada.

Aunque esa fuente te parezca bonita o divertida, si no está dentro de la línea gráfica acordada, mejor no usarla. La coherencia construye confianza



## Paleta de color

Usá los colores definidos en la identidad visual.



Usar los colores originales sin alterarlos. Por ejemplo: si el naranja es #F48C42, no lo cambies por un naranja más fuerte ni más oscuro.

Aplicar tonos vibrantes solo en elementos clave. Como títulos, botones o detalles decorativos, no en todo el fondo.

Combinación equilibrada. Usá un color base claro y uno o dos colores acento. El diseño se ve más limpio y agradable.



No alterés la paleta original. Evitá aumentar la saturación, cambiar los tonos, usar filtros o copiar colores desde otras imágenes.

Evitá usar todos los colores vibrantes al mismo tiempo. Aunque estén dentro de la paleta, usarlos todos en un solo post puede verse cargado y poco profesional.

No uses colores fuera de la paleta.

Evitá usar verdes neón, azules chillones o tonos grises que no fueron seleccionados.

**NOTA:** Siempre revisá el código del color antes de aplicarlo. Si no estás seguro, usá los estilos predefinidos o consultá la guía de paleta. La coherencia en el color refuerza la confianza, profesionalismo y unidad del proyecto.

# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

## Tono comunicacional

Escribí con cercanía y respeto.



Escribí con cercanía y respeto.  
Habla como alguien de la comunidad.  
Evitá palabras complicadas o demasiado técnicas.

## Frecuencia y planificación

Planificá tus publicaciones paso a paso.

1. **Hacé una lista de temas clave.**  
Ejemplo: arte local, gastronomía, lugares turísticos, actividades culturales, emprendimientos.  
(Podés combinarlos durante la semana para mantener variedad).
2. **Revisá el calendario de actividades del mes.**  
Así sabés qué fechas importantes se vienen (fiestas patronales, exposiciones, ferias, etc.).
3. **Designá días para publicar cada cosa.**  
Por ejemplo:  
Lunes: promoción de emprendimientos  
Miércoles: post turístico  
Viernes: agenda cultural del fin de semana
4. **Coordiná con los emprendedores.**  
Podés invitarlos a enviar fotos, descripciones o videos de sus productos o servicios con anticipación, así se programan sus publicaciones en días específicos.
5. **Usá un calendario simple (en papel o digital).**  
Marcá ahí los días de publicación y qué contenido irá en cada uno.



# DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL SOSTENIBLES PARA LA PROMOCIÓN DE LA CULTURA, EL ARTE, EL TURISMO Y LA GASTRONOMÍA EN IZALCO, 2025.

**Cronograma**  
estratégico sugerido

DÍA	CATEGORÍA	TIPO DE CONTENIDO	TEMA SUGERIDO	ESTADO
Lunes	Arte local	Post o historia	Artista/artesano de la semana	En proceso
Martes	Recepción de contenido	(No aplica)	Día para recibir fotos, videos y textos de actores locales	Activo
Miércoles	Gastronomía tradicional	Carrusel o historia	Receta o platillo típico	En proceso
Jueves	Agenda cultural	Post o historia	Actividades del fin de semana	En proceso
Viernes	Emprendimiento local	Post o historia	Negocio destacado de la zona	En proceso / Programar sábado y domingo
Sábado	Cultura o turismo visual	Reel o historia	Galería visual o lugar para visitar	Programado
Domingo	Comunidad / interacción	Historia (encuesta, trivia, etc.)	Conectar con la comunidad o agradecimiento	Programado

**NOTA:** Si el equipo no trabaja fines de semana, se recomienda programar las publicaciones del sábado y domingo con anticipación (viernes como máximo). Esto asegura una presencia digital continua sin necesidad de intervención fuera del horario laboral.

## Buenas prácticas

### Diseñá bonito por Izalco

- Revisá la ortografía antes de publicar: errores restan credibilidad y profesionalismo.
- Mantené jerarquía clara en el texto: títulos grandes, subtítulos medianos, texto base legible.
- Usá imágenes nítidas y de buena calidad: evita fotos borrosas o pixeladas, especialmente si muestran productos o lugares turísticos.
- Aprovechá el espacio visual: no centres todo, jugá con alineaciones izquierda/derecha para que el diseño fluya.
- Chequeá que los logos o elementos gráficos no se deformen: mantené proporciones siempre.
- Probá el diseño en el celular antes de publicar: lo que se ve bien en la compu puede verse cortado o muy pequeño en el teléfono.



**Figura 52:** guía social media, **Fuente:** Elaboración propia.