

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



**TÍTULO:
CAPACITACIÓN DE MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES
A EMPRENDIMIENTOS ARTESANALES DEL BARRIO SAN
SEBASTIAN DEL DISTRITO DE CIUDAD DELGADO EN SAN
SALVADOR, 2024**

PRESENTADO POR:
TATIANA MARGARITA HERNANDEZ URBINA CARNET HU17004
NANCY MAGALY SANCHEZ PEREZ CARNET SP17011
NATHALY MARCELA VASQUEZ SARAVIA CARNET VS17008

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

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:
MAESTRA XENIA MARÍA PÉREZ OLIVA**

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

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR
CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, 31 DE AGOSTO DEL AÑO 2024

AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Ingeniero Juan Rosa Quintanilla Quintanilla
RECTOR

Doctora Evelyn Beatriz Farfán
VICERRECTOR ACADÉMICO

Maestro Roger Armando Arias Alvarado
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Licenciado Pedro Rosalío Escobar Castaneda
SECRETARIO GENERAL

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

Maestro Julio César Grande Rivera
DECANO

Maestra María Blas Cruz Jurad
VICEDECANA

Maestra Natividad de la Mercedes Teshé Padilla
SECRETARIA

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

Licenciado Miguel Ángel Mira Mira
DIRECTOR ESCUELA DE ARTES

Licenciado Luis Eduardo Galdámez Contreras
COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Maestra Xenia María Pérez Oliva
DOCENTE DIRECTORA

AGRADECIMIENTOS

Hoy, al culminar esta etapa tan importante de mi vida, quiero elevar una profunda gratitud a Dios, por su guía y bendiciones, A mi madre, María Hernández, mi más grande fuente de apoyo y amor incondicional, desde el primer día, me dijiste que con constancia y perseverancia podría lograr todo lo que me propusiera, gracias por estar siempre a mi lado, eres el corazón de mi éxito, y todo lo que soy te lo debo a ti. A mi abuela Joaquina Urbina, sé que desde el cielo me miras con orgullo, gracias por ser el pilar de mi vida y de nuestra familia. A mi hermana, Brenda Hernández, gracias por nunca soltar mi mano, por confiar siempre en mis capacidades, quiero ser el mejor ejemplo para ti, hoy y siempre, a mi tía, por ser el ejemplo constante de lucha y perseverancia que siempre he admirado, y una mención importante a mis padrinos, Rosa María González y Omar García, mis segundos padres, gracias por abrirme las puertas de su hogar y apoyarme en cada paso de mi educación, a mis otros hermanos, Elisa García, Adriana García, por su ayuda, apoyo, y cariño incondicional, a Diego, gracias por proporcionarme las herramientas académicas que necesitaba para mis tareas, a mi prima Abigail Hernández, por ayudarme a adquirir parte del material académico, y por estar al pendiente incondicionalmente.

Finalmente, a todas y cada una de las personas que de alguna manera contribuyeron a que mi educación superior culminará con éxito, les doy mi más profundo agradecimiento. A mis compañeras de proyecto y amigas incondicionales, Nancy Pérez y Nathaly Vásquez, gracias por compartir este camino conmigo.

Gracias por todo y tanto. Hoy celebro este logro con cada uno de ustedes en mi corazón.

Tatiana Margarita Hernández Urbina.

A lo largo de esta carrera en diseño gráfico, he contado con el apoyo incondicional de mi familia, quienes han sido mi pilar en todo momento. A mis padres y hermana, gracias por su paciencia y por creer en mí, incluso cuando dudaba de mis propias capacidades. A mi novio, por ser mi soporte constante, y a mi mascota, que fue mi fiel compañía en largas noches de estudio, brindándome consuelo y energía para seguir adelante. A mis amistades, aunque pocas, de gran calidad, gracias por compartir conmigo esta etapa tan importante, llena de retos y aprendizajes mutuos. A mis catedráticos, agradezco por compartir sus experiencias y conocimientos, los cuales me permitieron aprender mucho más de lo que esperaba. A Dios, por ser mi guía y sostén en cada momento difícil, y por permitirme culminar esta etapa de mi vida con éxito.

Finalmente, me agradezco a mí misma por mantener la determinación de terminar esta carrera, por aprender a ser resiliente frente a las adversidades económicas y psicológicas. Reconozco que aún me queda mucho por aprender, pero sé que cuento con personas valiosas a mi lado en este camino.

Nancy Magaly Sánchez Perez.

Agradezco principalmente a Dios, por permitirme llegar hasta esta etapa de mi carrera universitaria, por darme la fuerza, salud, capacidad, inteligencia y responsabilidad de cumplir con los requisitos para culminar satisfactoriamente este camino. A mi mamá y a mi papá, que con su amor han sido mi soporte siempre, por sus palabras de aliento, por creer en mí, por su apoyo material y emocional, porque han estado incondicionalmente desde mi formación académica inicial hasta la Universitaria. Agradezco a mis tres hermanas mayores y mi hermano mayor pues siempre me impulsaron y animaron a seguir estudiando y han visto en mí a esa profesional cuando muchas veces ni yo misma lo he hecho. Agradezco a mis docentes, especialmente a los que durante mi tiempo en la Universidad me instruyeron y enseñaron con pasión y con los cuales aprendí mucho, agradezco a mis amistades de la Universidad, pues hemos compartido momentos y experiencias inolvidables y han sido una excelente compañía en este proceso; no cabe duda que he tenido a muchas más personas en este trayecto que me han enseñado mucho tanto en lo académico, personal y en lo laboral, cada una de ellas han sido clave para mi éxito, y este es solo el inicio del triunfo que me espera, por esto y más, infinitas gracias.

Nathaly Marcela Vásquez Saravia

RESUMEN

Este proyecto artístico-cultural tuvo como propósito brindar herramientas de apoyo en marketing digital a emprendedores del Barrio San Sebastián del distrito de Ciudad Delgado en San Salvador. El desarrollo consistió en capacitar a tres emprendimientos para poder gestionar de mejor manera sus negocios, tanto en identidad gráfica como en publicidad en redes sociales. con el aprendizaje y conocimientos adquiridos en la carrera de Licenciatura en artes plásticas, opción diseño gráfico ha sido posible poder guiar de la mejor manera a cada negocio, dándoles las indicaciones necesarias para fortalecer la comercialización de sus productos y dar a conocer los aspectos culturales propios de la región mediante la presencia en plataformas digitales, para que así, personas de otros lugares conozcan los productos locales del Barrio San Sebastián y puedan interesarse en adquirirlos colaborando así con la economía de esta zona. Actualmente, las redes sociales son una vía importante para hacer crecer un negocio ya que la buena administración, la generación de contenidos correcta y la publicación constante hace que exista una mayor presencia en el campo digital y por lo tanto, mayor cantidad de población logre identificar estas marcas. Este proyecto se propuso para lograr resaltar el gran potencial artesanal del Barrio San Sebastián que, cuenta con gran cantidad de negocios locales que pueden ser más reconocidos si se difunden de una manera correcta en las redes sociales, logrando así, demostrar la gran riqueza cultural de la zona donde gente luchadora con deseo de emprender pueden superarse y lograr así una visibilidad mayor con ayuda de las plataformas digitales. otorgándoles los conocimientos, prácticas y herramientas suficientes para poder dar continuidad a la gestión correcta de sus negocios en cuanto a marketing digital.

Palabras claves: Diseño, identidad gráfica, social media, marketing digital, estrategias, plan, enfoque.

ABSTRACT

This artistic-cultural project aimed to provide digital marketing support tools to entrepreneurs from the San Sebastián neighborhood in the Ciudad Delgado district of San Salvador. The development involved training three businesses to better manage their operations, both in terms of graphic identity and social media advertising. With the knowledge and skills acquired during a degree in plastic arts graphic design option, it has been possible to guide each business effectively, offering the necessary advice to strengthen their product marketing and highlight the region's cultural aspects through a digital presence. This allows people from other areas to become aware of local products from the San Sebastián neighborhood and potentially be interested in purchasing them, thereby contributing to the local economy. Currently, social media is a crucial avenue for growing a business. Proper management, correct content generation, and consistent posting lead to a stronger digital presence and, consequently, a greater number of people recognizing these brands. This project aimed to highlight the significant artisanal potential of the San Sebastián neighborhood, which has many local businesses that could gain more recognition if properly promoted on social media. This would demonstrate the region's rich cultural heritage, where hardworking individuals with entrepreneurial aspirations can overcome challenges and achieve greater visibility with the help of digital platforms. The project provided the knowledge, practices, and tools necessary to ensure the continued effective management of their businesses in terms of digital marketing.

Keywords: Design, graphic identity, social media, digital marketing, strategies, plan, focus

ÍNDICE

HOJA DE AUTORIDADES.....	i
TRIBUNAL EVALUADOR	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
INDICE	vi
INDICE DE FIGURAS	vii
INTRODUCCION	1
I. CONTEXTO GENERAL	3
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	3
1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES	5
II. OBJETIVOS.....	11
2.1 GENERAL.....	11
2.2 ESPECÍFICOS.....	11
III. CONTENIDO GENERAL.....	12
3.1 FUNDAMENTACIÓN.....	12
3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA -CULTURAL	23
3.2.1 ASPECTOS POSITIVOS	23
3.2.2 LIMITACIONES	25
3.2.3 ESTRATEGIAS CREATIVAS	27
3.2.4 ADECUACIONES.....	28
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	30
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.....	30
4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.....	37
V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.....	50
VI. RECOMENDACIONES.....	55
BIBLIOGRAFÍA	58
ANEXOS.....	60

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1	Ubicación geográfica del barrio San Sebastian, distrito Ciudad Delgado	6
Fig. 2	Productos y personas involucradas del emprendimiento Gabita's Bisutería	7
Fig. 3	Productos y personas involucradas del emprendimiento Gabita's Bisutería	7
Fig. 4	Participación en feria de emprendimiento de Artesanías Reyes.....	8
Fig. 5	Productos del catálogo del emprendimiento Marbella's	9
Fig. 6	¿Qué es la economía naranja?	13
Fig. 7	Marketing en redes sociales	14
Fig. 8	Por qué las redes sociales son importantes para tu negocio....	19
Fig. 9	Participantes	31
Fig. 10	Antes y después del logo de Gabita's Bisutería	32
Fig. 11	Capacitación 1	32
Fig. 12	Capacitación 2	33
Fig. 13	Capacitación 3	34
Fig. 14	Capacitación 4	34
Fig. 15	Capacitación 5	35
Fig. 16	Capacitación 6	35
Fig. 17	Capacitación 7	36
Fig. 18	Capacitación 8	36
Fig. 19	Capacitación 8	37
Fig. 20	Encuesta de valoración hacia los participantes	38
Fig. 21	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	39
Fig. 22	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	40
Fig. 23	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	41
Fig. 24	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	41
Fig. 25	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	42
Fig. 26	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	43
Fig. 27	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	43
Fig. 28	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	44
Fig. 29	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	44
Fig. 30	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	45

Fig. 31	Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes...	45
Fig. 32	Cantidad de seguidores de Artesanías Reyes en marzo de 2024 comparado a agosto de 2024.....	46
Fig. 33	Cantidad de seguidores de Gabitas Bisutería en marzo de 2024 comparado a agosto de 2024	46
Fig. 34	Cantidad de seguidores de Marbellas Luxury en marzo de 2024 comparado a agosto de 2024	47
Fig. 35	Post publicitarios antes y después de Marbella's Luxury	48
Fig. 36	Post publicitarios antes y después de Marbella's Luxury	48
Fig. 37	Post publicitarios antes y después de Gabita's Bisutería.....	48
Fig. 38	Post publicitarios antes y después de Artesanías Reyes	49
Fig. 39	Redes sociales del emprendimiento Gabita's Bisutería	51
Fig. 40	Redes sociales del emprendimiento Marbella's	52
Fig. 41	Redes sociales del emprendimiento Artesanías Reyes	52
Fig. 42	Carta didáctica	66
Fig. 43	Capacitación 1	66
Fig. 44	Capacitación 2	66
Fig. 45	Capacitación 3	66
Fig. 46	Capacitación 4	66
Fig. 47	Capacitación 5	67
Fig. 48	Capacitación 6	67
Fig. 49	Participantes	67
Fig. 50	Participantes	67
Fig. 51	Capacitación 6	68
Fig. 52	Capacitación 6	68
Fig. 53	Capacitación 6	68
Fig. 54	Capacitación 7	68
Fig. 55	Participantes	69
Fig. 56	Capacitación 7	69
Fig. 57	Capacitación 7	69
Fig. 58	Capacitación 8	69
Fig. 59	Capacitación 8	69
Fig. 60	Capacitación 8	69
Fig. 61	Cantidad de seguidores de Artesanías Reyes en marzo 2024	70
Fig. 62	Cantidad de seguidores de Artesanías Reyes en agosto 2024	70
Fig. 63	Cantidad de seguidores de Gabitas Bisutería en marzo 2024	70

Fig. 64	Cantidad de seguidores de Gabitas Bisutería en agosto 2024	70
Fig. 65	Cantidad de seguidores de Marbellas Luxury en marzo 2024	70
Fig. 66	Cantidad de seguidores de Marbellas Luxury en agosto 2024	70
Fig. 67	Post publicitarios de Artesanías Reyes	71
Fig. 68	Post publicitarios de Marbellas Luxury	71
Fig. 69	Post publicitarios de Marbellas Luxury	71
Fig. 70	Post publicitarios de Gabitas Bisutería	72
Fig. 71	Diplomas de participación de final de capacitaciones para los emprendimientos	72
Fig. 72	Ubicación geográfica del barrio San Sebastian, distrito Ciudad Delgado	74
Fig. 73	Productos y personas involucradas del emprendimiento Gabita's Bisutería	75
Fig. 74	Productos y personas involucradas del emprendimiento Gabita's Bisutería	75
Fig. 75	Participación en feria de emprendimiento de Artesanías Reyes.....	76
Fig. 76	Productos del catálogo del emprendimiento Marbella's	76
Fig. 77	Cuadro de etapas y descripción	85
Fig. 78	Cuadro de etapas, actividades y resultados	88
Fig. 79	Cronograma de actividades	89
Fig. 80	Recursos y presupuesto	90
Fig. 81	Información del responsable del proyecto	91
Fig. 82	Información del responsable del proyecto	92
Fig. 83	Información del responsable del proyecto	93
Fig. 84	Portada de material informativo proporcionado a los emprendedores.....	94
Fig. 85	Página 1 de material informativo proporcionado a los emprendedores.....	95
Fig. 86	Página 2 de material informativo proporcionado a los emprendedores.....	96
Fig. 87	Página 3 de material informativo proporcionado a los emprendedores.....	97
Fig. 88	Página 4 de material informativo proporcionado a los emprendedores.....	98
Fig. 89	Página 5 de material informativo proporcionado a los emprendedores.....	99

Fig. 90	Página 6 de material informativo proporcionado a los emprendedores.....	100
Fig. 91	Página 7 de material informativo proporcionado a los emprendedores.....	101
Fig. 92	Página 8 de material informativo proporcionado a los emprendedores.....	102
Fig. 93	Diploma de reconocimiento a Artesanías Reyes	103
Fig. 94	Diploma de reconocimiento a Gabitas Bisutería	104
Fig. 95	Diploma de reconocimiento a Gabitas Bisutería	105
Fig. 96	Gráficas de las respuestas obtenidas en el formulario evaluativo.....	110

INTRODUCCIÓN

El entorno digital ha transformado significativamente las dinámicas del comercio y la promoción de productos, brindando nuevas oportunidades para emprendedores de todo el mundo. Este cambio se ha acelerado en los últimos años, donde el acceso a Internet y la proliferación de redes sociales han democratizado el acceso a mercados antes inaccesibles para los pequeños negocios. Sin embargo, en muchas comunidades, los emprendedores enfrentan desafíos para aprovechar estos recursos digitales muchas veces debido al poco conocimiento o nula ayuda por parte de las autoridades como alcaldías. El barrio San Sebastián, ubicado en el distrito de Ciudad Delgado en San Salvador, no es la excepción. Este proyecto se enmarcó en la necesidad de proporcionar herramientas de marketing digital a los emprendedores artesanales de esta comunidad, para potenciar sus negocios y asegurar su sostenibilidad a largo plazo. La globalización y la introducción de productos industriales han desplazado, en gran medida, a los productos artesanales, haciendo que los emprendedores locales luchen por mantener su relevancia en un mercado competitivo.

La falta de acceso a educación formal en áreas como el marketing, la tecnología y las finanzas, ha exacerbado esta situación, dejando a los emprendedores en desventaja frente a competidores más grandes y con mayor acceso a recursos a pesar de contar con productos de calidad. Para los emprendedores del barrio San Sebastián, adquirir estas habilidades no es solo una cuestión de mejorar sus ventas. En este contexto, la capacitación en marketing digital no es un lujo, sino una necesidad urgente que podría determinar el éxito o el fracaso de sus negocios. El proyecto de capacitación en marketing digital se ha enfocado en abordar estos desafíos de manera integral, brindando a los emprendedores del barrio San Sebastián las herramientas necesarias para mejorar la visibilidad de sus

productos, captar la atención de nuevos clientes y optimizar sus estrategias de ventas en el entorno digital.

Este documento describe las etapas de planificación, ejecución y evaluación del proyecto, detallando las actividades realizadas, como talleres y asesorías, y los resultados obtenidos a través de encuestas y entrevistas. El análisis de la utilidad de los contenidos enseñados, basado en la retroalimentación de los participantes, ofrece una visión clara de los beneficios y desafíos enfrentados durante la capacitación.

Finalmente, se presentan recomendaciones y anexos para la continuidad del proyecto, incluyendo la necesidad de un seguimiento continuo para asegurar que los emprendedores sigan aplicando los conocimientos adquiridos proponiendo un modelo que puede replicarse en otras comunidades con el objetivo de fomentar un desarrollo económico más inclusivo y sostenible.

I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO.

1.1 BREVE DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

El proyecto titulado "Capacitación de Marketing Digital en Redes Sociales a Emprendimientos Artesanales del Barrio San Sebastián del Distrito de Ciudad Delgado en San Salvador, 2024" se realizó como una necesidad de poder brindar herramientas a emprendedores locales, siempre buscando la manera de apoyar el comercio y productos que nacionalmente pueden tener mucho potencial sin embargo al no tener la visibilidad que merecen tienden a pasar desapercibidos. Dicho proyecto se realizó para fortalecer los conocimientos y habilidades en marketing digital de tres emprendimientos artesanales: Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes, y Marbella's. Este proyecto, fue realizado de manera virtual, tuvo como beneficiarios a 14 emprendedores, quienes representan un rango etario de 20 a 62 años, con un nivel socioeconómico medio-bajo/medio-alto.

Los emprendimientos participantes se dedican a la creación de bisutería artesanal y productos de cuidado del cabello, elaborados de manera artesanal. A través de una serie de capacitaciones diseñadas específicamente para sus necesidades, los participantes recibieron herramientas y técnicas avanzadas en marketing digital, enfocadas en mejorar su presencia en redes sociales y, por ende, incrementar sus ventas y visibilidad en el mercado.

Gabitas Bisutería se especializa en la producción y venta de bisutería artesanal, mientras que Artesanías Reyes se dedica a la elaboración de diversos productos artesanales, y Marbella's enfoca su producción en productos de cuidado capilar con un enfoque artesanal. Estas capacitaciones no solo les brindaron los conocimientos necesarios para mejorar su estrategia de marketing, sino que también los motivaron a seguir creciendo y adaptándose a las exigencias del mercado actual.

Se desarrollaron diferentes etapas, desde el contacto con los emprendedores donde cada uno de ellos nos brindó la información necesaria para poder ser orientados de la mejor manera posible, después se elaboró un plan de capacitaciones donde en equipo preparamos cada sesión, buscando que cada tema fuera de mucha ayuda para cada emprendimiento, les brindamos espacios para que ellos pudieran hacer preguntas y así aclarar cada duda que surgiera por cada capacitación

Las diferentes capacitaciones resultaron ser un catalizador para que los tres emprendimientos participantes, Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes, y Marbella's, comenzarán a utilizar de manera más efectiva las redes sociales.

Inicialmente, estos emprendimientos no contaban con una presencia significativa en plataformas digitales. Sin embargo, las herramientas y conocimientos impartidos durante las capacitaciones les permitieron comprender la importancia de una sólida presencia en línea. A través del aprendizaje sobre el uso de herramientas como Meta Business, CapCut, Canva, Tiktok, el Market Place de facebook y aplicaciones de edición de contenido, los emprendedores fueron incentivados a implementar estrategias que mejoran la visibilidad y el alcance de sus marcas. Estos nuevos conocimientos no solo les ayudaron a optimizar su presencia digital, sino que también les dieron la confianza y motivación necesarias para seguir expandiendo sus negocios en un entorno cada vez más competitivo.

El formato virtual permitió que las capacitaciones se adaptaran a los horarios y necesidades de los emprendedores, facilitando una participación constante y comprometida. Gracias a estas sesiones, los participantes ahora poseen una visión más clara y práctica de cómo manejar sus emprendimientos en el entorno digital, asegurando así un crecimiento continuo y sostenible.

1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES.

El proyecto de capacitación de marketing digital para los emprendimientos Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's surge como respuesta a una problemática crítica en el entorno actual: la falta de una presencia sólida en línea. Estos emprendimientos, aunque ofrecen productos artesanales de calidad, enfrentan serias limitaciones debido a su escasa actividad en plataformas digitales y redes sociales.

Los tres emprendimientos poseían una presencia mínima en redes sociales como Facebook y WhatsApp. Aunque tienen perfiles en estas plataformas, su actividad era escasa y el contenido que publicaban solía pasar desapercibido. Los emprendedores detrás de estos negocios carecían de conocimientos en marketing digital, lo que se reflejaba para aplicar estrategias efectivas. No estaban familiarizados con el tema por ende no les había resultado necesario conocer la importancia que este conlleva, además, la fotografía de producto y la creación de catálogos digitales son aspectos que ellos no conocían, lo cual hacía que disminuyera la calidad visual de sus publicaciones, afectando su capacidad para atraer y retener a su audiencia.

El barrio San Sebastián de Ciudad Delgado en San Salvador es el espacio territorial donde se llevó a cabo este proyecto. Esta área se caracteriza por ser una comunidad urbana con presencia de pequeños emprendimientos y comercios locales que buscan potenciar sus negocios más allá del municipio y departamento.

Además, el barrio San Sebastián de Ciudad Delgado está estratégicamente ubicado debido a que la comunidad está en constante movimiento en conjunto a otras, con ferias de emprendimientos y eventos ya sea en fines de semana, en fechas de celebraciones importantes, etc., que atraen tanto a residentes locales como a visitantes de otras zonas de la ciudad y del país.

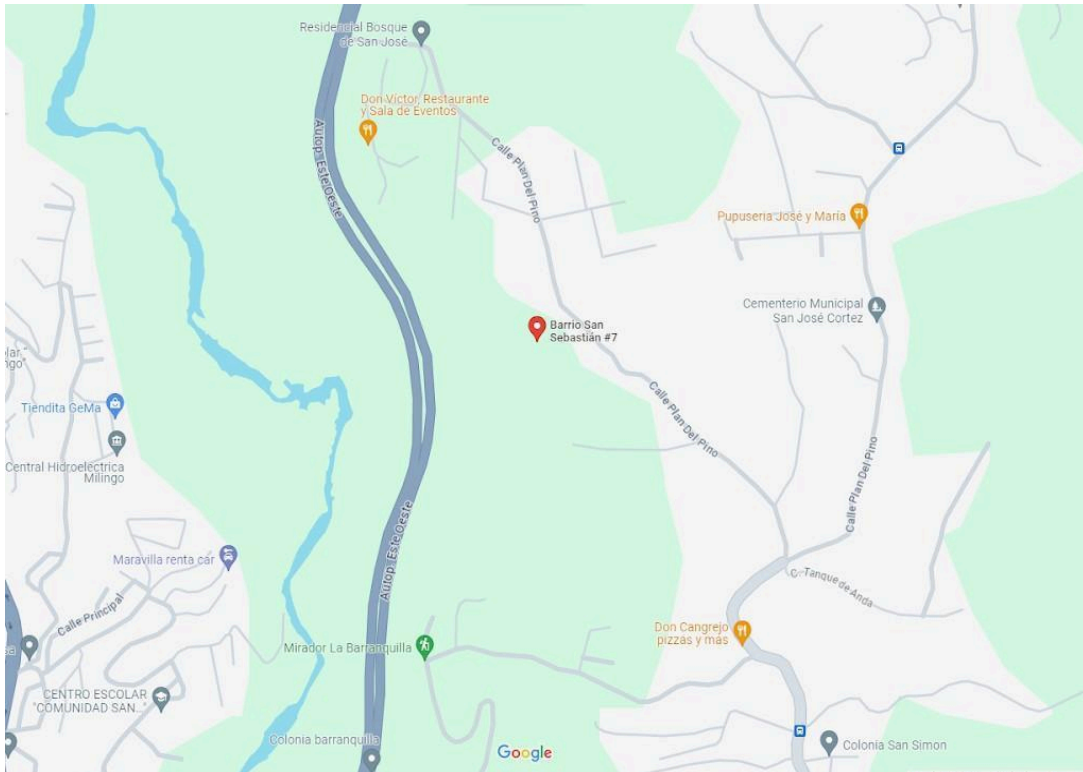


Fig. 1: Ubicación geográfica del barrio San Sebastian, distrito Ciudad Delgado, recuperado de <https://www.google.com/maps>

En este contexto, el proyecto de capacitación en marketing digital no solo buscaba aprovechar las oportunidades que los emprendedores han ido tomando para sus negocios sino también fortalecer sus habilidades en línea, ya que no solo se amplió su alcance en redes y aumento de ventas, sino que también contribuimos al desarrollo económico y social de la comunidad en su conjunto.

El municipio de Ciudad Delgado, ubicado en el departamento de San Salvador, tiene una historia rica y diversa que abarca desde su fundación hasta su nombramiento como municipio. Se puede observar que el proceso de consolidación y desarrollo de este municipio fue gradual y marcado por diversas etapas de cambio y evolución administrativa.

Cada emprendimiento, que ha surgido en el barrio San Sebastián de Ciudad Delgado, se ha ido creando en diferente año.

Gabita's Bisutería: es un emprendimiento artesanal desde el 2022 dedicado a la creación y venta de joyería única y hecha a mano, con el objetivo de expandir su alcance más allá de su localidad en el Barrio San Sebastián. Aunque no cuenta con una tienda física, la propietaria, junto con su esposo y su hermana, han establecido un taller en su hogar, donde se elaboran cuidadosamente todas las piezas de bisutería.



Fig. 2 y 3 : Productos y personas involucradas del emprendimiento Gabita's Bisutería, fotografías proporcionadas por Gabita's Bisutería.

Artesanías Reyes: Es un proyecto impulsado por dos personas comprometidas con la artesanía local, quienes dedican su tiempo y esfuerzo mostrando y vendiendo sus productos tanto en Ciudad Delgado como en el Hospital Rosales, además de participar en diversas actividades y ferias que les brindan la oportunidad. Su presencia en eventos fuera de su localidad demuestra su interés en expandir su alcance y llegar a nuevos públicos. Inspirados por la pasión por las artesanías y la necesidad de encontrar una fuente de ingresos desde el año 2006, Artesanías Reyes ha sido una vía

para salir adelante y generar un sustento económico. Su compromiso con la calidad y la creatividad se refleja en cada uno de sus productos, elaborados principalmente con cuero, semillas, y distintos minerales los cuales ofrecen a través de su página de Facebook, Artesanías Reyes.



Fig. 4 Participación en feria de emprendimiento de Artesanías Reyes, recuperado de Fanpage "Artesanías Reyes".

Marbella's: surgió en el 2018 como una iniciativa de emprendimiento donde de poco a poco ha ido creciendo y actualmente su bodega se encuentra ubicada en Ciudad Delgado, siempre en el barrio San Sebastián, desde donde producen y distribuyen sus productos a nivel nacional, hasta evolucionar para convertirse en una marca que ahora emplea a un equipo de 9 personas. La inspiración para el nombre Marbella's proviene de la combinación del segundo nombre de la madre del emprendedor, Maribel, y la ciudad de Marbella, que tiene un significado especial para ellos. Esta conexión personal con el nombre refleja el compromiso y la pasión detrás del negocio.

El enfoque de Marbella's en la belleza y el cuidado del cabello nació de la necesidad de satisfacer las demandas tanto de mujeres como de hombres de mantener su cabello limpio, sedoso e hidratado. La variedad de productos ofrecidos, que incluyen diferentes tipos de champús, mascarillas, alisados, gotas, proteínas y acondicionadores, lo cual demuestra una diversidad para satisfacer las necesidades de una amplia gama de clientes.

Con más de 18 fragancias diferentes, Marbella's ofrece una experiencia única para sus clientes, con opciones que van desde keratina y coco hasta menta y romero. Además, la inclusión de champús exclusivos, como el champú frío que proporciona una sensación refrescante en el cuero cabelludo, y champús matizantes para diferentes tonos de cabello, garantizando la atención al detalle y la innovación dentro de la marca.



Fig. 5: Productos del catálogo del emprendimiento Marbella's, recuperado de fanpage Marbella's Luxury

En el sector de los emprendimientos artesanales en el barrio San Sebastián de Ciudad Delgado, surgieron emprendimientos de manera individual, cada uno en diferente tiempo, como se menciona en el anterior punto, sobre todo con diferentes objetivos, pero teniendo en común la parte artesanal de sus productos.

Cada negocio se ha desarrollado de manera distinta, ya que su crecimiento se debe a diferentes oportunidades que se les brindan en cuanto a ferias de emprendedores o simplemente por su propia cuenta, en este caso Gabita's bisutería no ha recibido apoyo de alguna institución gubernamental ni otros centros de capacitación, a diferencia de Artesanías Reyes quienes por su parte; el apoyo que por el momento tienen brindado es por medio de la

alcaldía de Ciudad Delgado para el espacio de venta en zonas estratégicas para emprendedores. En cuanto a Marbella's, mencionan una falta de respaldo institucional aunque parte de sus productos se venden usualmente a academias del rubro donde han obtenido relaciones de negocio de manera regular, por lo que los principales beneficiarios de este proyecto son precisamente los emprendedores artesanales del Barrio San Sebastián, quienes no solo recibieron capacitación y apoyo en marketing digital, sino que a partir de esto, también contribuirán activamente a la promoción y preservación de la cultura local a través de sus productos y actividades. Su participación en el proyecto no solo les brindó herramientas para mejorar sus negocios, también fortalecieron su conexión con la comunidad y su identidad cultural.

La creciente tendencia hacia el consumo local y sostenible representa un factor positivo y fundamental para la intervención. Los consumidores que muchas veces son de la misma municipalidad o turistas, valoran la autenticidad, la calidad y la historia detrás de los productos artesanales, lo que crea una demanda estable y por ende un crecimiento que les permite participar de manera regular en varias actividades dedicadas a dar a conocer a los emprendedores.

Por último, el acceso cada vez mayor a internet y las redes sociales amplía significativamente el alcance y la visibilidad de los emprendedores locales. Plataformas como Facebook donde los emprendimientos involucrados tienen acceso, ofrecen la oportunidad de promocionar sus productos, interactuar con los clientes y establecer conexiones con nuevos mercados sin los costos asociados de una presencia física en mercados más grandes. Esta accesibilidad digital democratiza el espacio comercial y brinda a los emprendedores una herramienta poderosa para impulsar el crecimiento de sus negocios, sin embargo, aunque no tengan un alcance tan grande como desearían, debido a que no tienen conocimientos o estrategias que se acople a las tendencias actuales es que buscan una forma de tener una base más sólida y que los identifique para llegar a más clientes potenciales.

II.OBJETIVOS.

2.1 GENERAL

- Fortalecer a tres emprendimientos artesanales del barrio San Sebastián de Ciudad Delgado en San Salvador durante el año 2024 en habilidades de marketing digital en redes sociales, por medio de capacitaciones.

2.2 ESPECÍFICOS

- Desarrollar un plan de capacitación en marketing digital que integre prácticas y estrategias actuales del campo, asegurando que el contenido esté respaldado por un análisis de tendencias, ofreciendo a los emprendimientos participantes una formación sólida y actualizada.
- Diseñar un plan de capacitación personalizado para cada emprendimiento enfocado en las estrategias más relevantes del marketing digital para su nicho de mercado y productos.
- Evaluar los resultados de la capacitación realizada mediante indicadores de desempeño previamente establecidos, como el aumento en el número de seguidores en redes sociales, el incremento de interacción y el aumento en las ventas.

III. CONTENIDO GENERAL.

3.1 FUNDAMENTACIÓN

La fundamentación es una sección crítica de cualquier trabajo académico o científico que se encarga de establecer el contexto y la relevancia del estudio. Esta parte del documento tiene el propósito de justificar por qué se está llevando a cabo la investigación, basándose en antecedentes, teorías y literatura existente. La fundamentación proporciona una base sólida y argumentada que sostiene la importancia y la necesidad del estudio propuesto. Según Concepto.de, esta sección es crucial porque establece el marco teórico que guía la investigación, define los antecedentes del problema y articula las teorías y conceptos clave que serán utilizados (Concepto.de, n.d.).

3.1.1 La economía naranja

La economía naranja, también conocida como economía creativa o industrias culturales, ha ganado relevancia en el ámbito económico contemporáneo debido a su potencial para impulsar el crecimiento y la innovación en diversos sectores. Según Santander (s.f.), la economía naranja se refiere al conjunto de actividades que utilizan la creatividad, el conocimiento y el capital intelectual como principales insumos para generar valor económico y social. Este enfoque abarca industrias como el cine, la música, el diseño, la moda, la gastronomía y las artes escénicas, entre otras (Santander, s.f.)

Gracias a esto se puede decir que la economía naranja se caracteriza por su enfoque en sectores creativos y culturales, como el arte, las artesanías y moda, los cuales están representados por los emprendimientos artesanales mencionados en el Barrio San Sebastián. Estos emprendimientos, como Artesanías Reyes, Gabita 's Bisutería y Marbella's, están inmersos en la producción de bienes únicos y creativos que pueden beneficiarse enormemente de las estrategias de marketing digital en redes sociales.



Fig. 6: ¿Qué es la economía naranja? recuperado de <https://fedecamarasradio.com/nueva-era-digital-genera-crecimiento-a-la-economia-naranja>.

La capacitación en marketing digital en redes sociales proporcionaría a estos emprendimientos las habilidades y herramientas necesarias para promocionar y comercializar sus productos de manera efectiva en plataformas digitales como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok. Por ejemplo, pueden aprender a crear contenido atractivo, gestionar campañas publicitarias segmentadas, interactuar con clientes potenciales y construir una comunidad en línea en torno a sus marcas.

Además, la capacitación en marketing digital puede ayudar a estos emprendimientos a expandir su alcance más allá de su localidad y llegar a nuevos públicos, como lo demuestra el interés de Artesanías Reyes en participar en eventos y ferias fuera de

Ciudad Delgado, y el deseo de Gabita's Bisutería de expandir su alcance más allá del Barrio San Sebastián.

3.1.2 Marketing digital en redes sociales:

El marketing digital en redes sociales ha emergido como una estrategia vital para las empresas en la era contemporánea. Según Caltabiano (2021), para alcanzar resultados óptimos en esta área, es esencial comprender las dinámicas específicas de cada plataforma, ya que es una técnica que involucra acciones de posicionamiento, difusión de marca e incluso procesos de venta en redes sociales. Se trata de encontrar la audiencia en las redes

sociales para que la marca esté presente en la cotidianidad de las personas.



Fig. 7: Marketing en redes sociales. Recuperado de <https://escala.com/marketing-en-redes-sociales/>

Las redes sociales brindan una plataforma única para interactuar con los consumidores, además, la capacidad de segmentar audiencias permite una personalización efectiva del contenido. El análisis de métricas en redes sociales es crucial para evaluar el rendimiento de las campañas. Este enfoque analítico permite a las empresas adaptar sus estrategias en tiempo real, maximizando así su impacto (Caltabiano 2021)

3.1.3 ¿Por qué hacer Marketing en redes sociales?

Desde su surgimiento las redes sociales se convirtieron en parte de los planes de marketing de la mayoría de las empresas. Aportaron una proximidad con el público que nunca había existido y que transformó las relaciones entre marcas y consumidores. Como resultado, las marcas pudieron percibir innumerables beneficios de participar en este entorno y comunicarse directamente con su audiencia.

3.1.4 Cómo nació el Marketing

En los años 90 's surgió la primera versión de Internet, un poco diferente a la que conocemos hoy: la llamada Web 1.0. Este viejo Internet no permitía la interacción de los usuarios con páginas web de manera activa, pero dejaba que encontrarán información en un sistema de búsquedas simple (Caltabiano, 2021).

Era como una biblioteca en la que entrabas, encontrabas lo que querías, pero no se podía alterar el contenido que encontraste, en este momento primitivo del Internet se creó el término "Marketing Digital", no obstante, todavía era muy parecido al marketing tradicional, pues la comunicación era unilateral, hecha por la empresa en un sitio institucional, y el consumidor tan solo recibía pasivamente el contenido, sin una interacción cercana entre las dos partes.

Según Caltabiano (2021) En 1993, los usuarios de Internet comenzaron a relacionarse más con las empresas que anunciaban en la web, ya que en esta época surgieron los primeros anuncios en los que se podía hacer clic, sin embargo, fue tan solo hasta el año 2000 que el marketing digital se hizo más parecido a lo que conocemos hoy en día. La llegada de la Web 2.0 permitió que cualquier persona se convirtiera en un productor de contenidos, lo que hizo más democrático el flujo de la comunicación digital. Hay investigaciones que apuntan a otros cambios en la red, incluso después de la revolución de los años 2000. Esos cambios son a los que ahora llaman Web 3.0 y hasta 4.0, pero eso es asunto de otro día, el punto ahora es que el marketing digital, también conocido como "Marketing Online", "Marketing en Internet" o "Web marketing", ya evolucionó mucho desde su creación.

3.1.5 Principales conceptos del Marketing Digital

Así como cada especialización tiene sus especificidades, el marketing digital es un universo con sus propios términos. Antes de comenzar, vamos a elucidar cada uno de esos principales conceptos.

Buyer Persona

A diferencia de las estrategias tradicionales, el Marketing Digital trabaja con el concepto de personas, que son perfiles semi ficticios, basados en sus consumidores reales, y que representan a su comprador ideal, así, logras crear acciones más segmentadas y direccionadas a las personas correctas, ahorrando tiempo y dinero.

Lead

Leads son oportunidades de negocio, es decir, los contactos que, por medio de una estrategia de Inbound Marketing, dejan su información clave para que logres identificar a los clientes potenciales y nutrirlos con contenidos relevantes hasta que estén listos para comprar.

Embudo de ventas o Pipeline

Este concepto representa las etapas por las que un usuario pasa antes de cuenta de lo mucho que ha cambiado lo digital, al punto de hacer que el marketing se hiciera mejor, tanto para las empresas como para los consumidores, existen diversas ventajas que pueden representar economía para ambos, además de estrechar las relaciones entre el público y las marcas, cómo convertirse en cliente de una empresa, desde la comprensión de un problema hasta la consideración de compra y la decisión final.

El marketing digital ha traído muchos beneficios y de seguro es claro que una de las principales razones por las cuales el Marketing Digital es cada vez más adoptado a comparación de los canales tradicionales, sobre todo los offline, es la interactividad con el público, el enfoque ya no está en el producto sino en la experiencia del usuario en su jornada de compra, las empresas hacen campañas, publicaciones y acciones, y del otro lado, los consumidores pueden interactuar, opinar e indicar a otras personas con solo algunos clics, aumentando el engagement con las marcas, igual que las exigencias del público. Por lo tanto, es cada vez más necesario hablar con la audiencia, lo cual queda bastante claro si nos ponemos a observar el crecimiento de los contenidos interactivos.

3.1.6 Las redes sociales

Las redes sociales, en el mundo virtual, "son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos – como el profesional, de relación, entre otros – pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas" (RD Station, n.d.). Cuando hablamos de red social, lo que viene a la mente en primer lugar son sitios como Facebook, Twitter y LinkedIn o

aplicaciones como TikTok e Instagram, típicos de la actualidad. Pero la idea, sin embargo, es mucho más antigua: en la sociología, por ejemplo, "el concepto de red social se utiliza para analizar interacciones entre individuos, grupos, organizaciones o hasta sociedades enteras desde el final del siglo XIX" (RD Station, n.d.).

En Internet, las redes sociales han suscitado discusiones como la de falta de privacidad, pero también han servido como medio de convocatoria para manifestaciones públicas en protestas. Estas plataformas crearon, también, una nueva forma de relación entre empresas y clientes, abriendo caminos tanto para la interacción, como para el anuncio de productos o servicios.

3.1.7 Historia:

Las redes sociales han revolucionado la comunicación en la era digital, transformando la forma en que las personas y organizaciones interactúan y comparten información. Desde sus inicios en la década de 1990, estas plataformas han evolucionado significativamente, impactando profundamente en la sociedad global. Este texto explora la historia y evolución de las redes sociales, basándose en diversas fuentes para proporcionar una visión completa de su desarrollo e influencia.

Las primeras redes sociales comenzaron a surgir a finales del siglo XX, con la creación de SixDegrees.com en 1997, considerada la primera red social moderna. Este sitio permitía a los usuarios tener un perfil y agregar a otros participantes, estableciendo las bases de lo que hoy conocemos como redes sociales (RD Station, n.d.). A pesar de su cierre en 2001, SixDegrees influyó en la creación de futuras plataformas. En los primeros años del nuevo milenio, surgieron sitios como Friendster, MySpace y LinkedIn, cada uno con enfoques distintos, pero con el mismo objetivo de conectar a las personas (Fraguela, 2024).

La aparición de Facebook en 2004 marcó un hito en la historia de las redes sociales. Creada por Mark Zuckerberg, Facebook se convirtió rápidamente

en la plataforma dominante, acumulando millones de usuarios en poco tiempo (Fraguela, 2024). La estructura de Facebook permitió a las personas interactuar de maneras más diversas y complejas, desde la publicación de fotos y videos hasta la creación de eventos y grupos. Esta masificación del uso de redes sociales ha afectado profundamente la comunicación personal y profesional, llevando a un cambio significativo en la forma en que las personas se relacionan y consumen información (RD Station, n.d.).

En el ámbito empresarial, LinkedIn se destacó como una plataforma esencial para profesionales. Fundada en 2003, LinkedIn creció rápidamente y en 2008 ya contaba con más de 25 millones de usuarios registrados, consolidándose como una herramienta crucial para networking y reclutamiento (Fraguela, 2024). Este enfoque en las conexiones profesionales diferenció a LinkedIn de otras redes sociales y subrayó la importancia de adaptar las plataformas a necesidades específicas de los usuarios. Además, redes como Ryze.com, aunque no alcanzaron el éxito de LinkedIn, también contribuyeron al crecimiento de este tipo de plataformas (Rodriguez Nolasco, 2017).

La evolución de las redes sociales continuó con la aparición de nuevas plataformas que respondían a necesidades y tendencias emergentes. Por ejemplo, Instagram, lanzada en 2010, se enfocó en la fotografía y el contenido visual, atrayendo rápidamente a millones de usuarios (Fraguela, 2024). La introducción de los "Stories" por Snapchat, y luego adoptada por Instagram y Facebook, mostró cómo las innovaciones dentro de una plataforma pueden influenciar a otras y modificar el comportamiento de los usuarios (RD Station, n.d.). En años recientes, TikTok, lanzada en 2016, ha capturado la atención global con su formato de videos cortos y creativos, consolidándose como una de las redes sociales más populares entre los jóvenes y acumulando más de 1,000 millones de usuarios activos mensuales (Fraguela, 2024).

3.1.8 Importancia de las redes sociales en los diferentes negocios

Si tenemos un negocio no nos podemos quedar solo en la publicidad tradicional para lograr el impulso necesario para desarrollarnos en el mercado. Necesitamos más oportunidades para conseguir el posicionamiento adecuado para nuestro negocio, y estas oportunidades nos las brindan las redes sociales. Las plataformas virtuales son un medio rápido, sencillo y barato de acercar a más personas a un negocio.

Como afirma Gómez (2020): “Tus redes sociales, en las que eliges enfocarse un poco, simplemente serán nuevos canales para mostrar el contenido y la voz de tu marca. Esto es importante porque hará que tú seas más fácil y más accesible para tus clientes, al mismo tiempo que te hará más reconocible y familiar para los consumidores que ya tienes”. (p. 6)

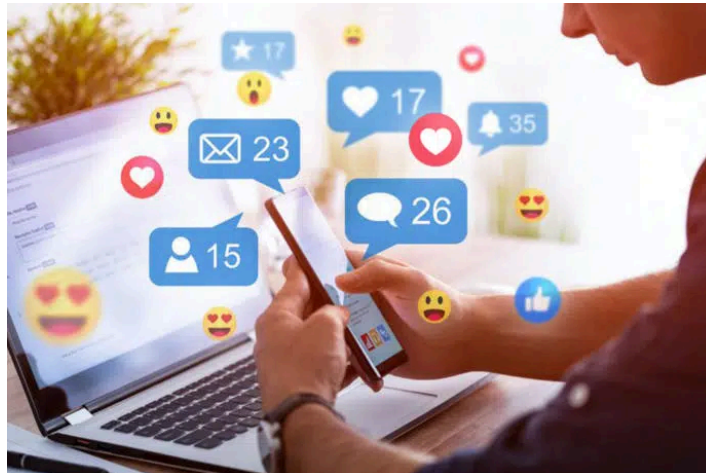


Fig. 8: Por qué las redes sociales son importantes para tu negocio.

Recuperado de

<https://cassocomunicaciones.com/por-que-las-redes-sociales-son-importantes-para-tu-negocio/>

Ahora bien, si ya sabemos que las redes sociales constituyen una herramienta fundamental para el impulso de nuestro negocio lo que nos falta es saber cómo usarlas provechosamente. Lo más cercano a las redes sociales que conocíamos era establecer relaciones con nuestros clientes a través del clásico correo electrónico, y podíamos esperar días para una

posible respuesta. Sin embargo, hoy por hoy con el uso de los perfiles en redes sociales, podemos contactar con nuestros clientes, conocer un poco más sobre su información, saber quiénes son sus contactos y demás información relevante para establecer conexiones con ellos. Comienza a utilizar las redes sociales para el beneficio de tu negocio.

No en vano, una encuesta de Statista en español asegura que la expansión de las redes sociales no tiene pausa y que según las últimas previsiones hechas en social media, hay un crecimiento continuo de su uso y el número de usuarios mensuales activos para el 2023 estará por encima de los 3.50 millones de personas. Además, para el mismo año, se prevé un aproximado de 82% de internautas usuarios de social media en el planeta.

3.1.9 Emprendimiento:

Según afirman Uribe, M y Reinoso, J. (2013): “emprendimiento es la capacidad de la persona para crear a partir de significados, aprender a solucionar problemas, con base a sus emociones, su creatividad, sus actitudes y valores personales lo que le permite adecuarse a un contexto y aprovechar las oportunidades que este brinda para beneficio propio y el de la sociedad en el que está inmerso”. (p. 13)

Por lo tanto, se puede entender que la capacidad de emprender surge de la inquietud de solucionar problemas según necesidades y aspectos de su entorno, un producto innovador, bien elaborado y que satisfaga requerimientos de un público consumidor tendrá un buen impacto a nivel social, lo cual mediante estrategias de marketing digital se verá mayormente potenciado para mejores resultados.

3.1.10 El marketing digital para emprendedores:

Para los emprendedores, las estrategias de marketing representan un pilar muy importante, las redes sociales, pueden convertirse en una herramienta esencial e innovadora, para promocionar los productos o servicios de una empresa, captar clientes potenciales o fidelizar los ya existentes.

El ámbito empresarial evoluciona a gran velocidad; los avances

tecnológicos, la globalización, consumidores más exigentes e informados y un entorno más competitivo, modifican también intensamente las estrategias comerciales y de marketing de empresas y organizaciones. Todos estos factores provocan un cambio total en la manera en que vendemos nuestros productos o servicios: la cercanía al cliente es clave para tener éxito.

Existen medianas empresas salvadoreñas, que no poseen un presupuesto definido para hacer publicidad tradicional; sin embargo, bien pueden implementar una estrategia de publicidad digital, para lograr expandir su negocio hacia otros mercados.

Es porque la publicidad digital permite a las compañías segmentar de mejor manera a quienes dirigir su mensaje, para obtener resultados cuantificables y medir la efectividad de sus campañas y de su estrategia; a la vez, pueden crear bases de datos que les permitan tener información valiosa acerca de sus consumidores y de esta manera, tomar decisiones más acertadas.

Considerando todo lo anterior, el proyecto Capacitación en Marketing Digital para Emprendimientos Artesanales de San Sebastián tuvo como objetivo principal fortalecer la presencia en línea y aumentar la visibilidad y ventas de tres emprendimientos artesanales ubicados en el barrio San Sebastián de Ciudad Delgado, San Salvador; por ello consideró emprendimientos como Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella 's. A través de la capacitación en habilidades de marketing digital en redes sociales, se buscó empoderar a estos emprendedores para que aprovechen al máximo las oportunidades que ofrece el entorno digital y alcancen un mayor éxito en sus negocios. Los participantes estuvieron compuestos por emprendedores desde los propietarios, así como sus colaboradores, en un aproximado de 14 personas, que comprenden entre el rango de 20 a 62 años de edad, con un nivel socioeconómico medio-bajo/medio-alto, dedicados a la fabricación y venta de bisutería artesanal y productos de cuidado del cabello siempre con el objetivo de elaboración artesanal.

Con la realización de este proyecto se podrá fomentar el desarrollo económico y social del barrio San Sebastián de Ciudad Delgado,

contribuyendo al crecimiento de los emprendimientos locales.

3.1.11 Valor cultural:

El valor cultural se refiere a la importancia atribuida a elementos, prácticas, o tradiciones que representan, expresan, o transmiten la identidad, historia, y valores de una comunidad o sociedad. Estos elementos pueden incluir desde objetos tangibles, como obras de arte, arquitectura, y artesanías, hasta aspectos intangibles, como costumbres, rituales, lenguaje, y conocimientos transmitidos de generación en generación. El valor cultural es una medida de la importancia que una sociedad o grupo atribuye a los elementos de su patrimonio cultural, los cuales pueden ser tangibles o intangibles y desempeñan un papel crucial en la preservación de la identidad cultural" (Smith, 2015, p. 45).

Los valores culturales no solo abarcan las tradiciones y costumbres, sino también la manera en que estas se transmiten y se adaptan a lo largo del tiempo, reflejando la evolución de la sociedad" (García & Pérez, 2018, p. 102).

3.1.12 Valor Artesanal:

El valor artesanal se refiere a la importancia y apreciación que se otorgan a los objetos, productos o bienes creados manualmente por artesanos, destacando su autenticidad, originalidad, y la habilidad técnica involucrada en su elaboración. El valor artesanal está intrínsecamente ligado a la preservación de técnicas y conocimientos tradicionales, los cuales son transmitidos de generación en generación, y que se reflejan en la autenticidad y la calidad de los productos hechos a mano" (Gómez, 2017, p. 65).

La artesanía no solo se valora por su funcionalidad, sino también por la expresión cultural y la identidad que representa, convirtiéndose en un medio a través del cual las comunidades mantienen y fortalecen sus tradiciones" (Martínez & Silva, 2019, p. 112).

3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL

Durante el desarrollo de cualquier proyecto, es normal que se presenten diferentes desafíos o dificultades, sin embargo, la resolución de estas situaciones es parte fundamental para que dicho proyecto sea exitoso. Tal es el caso de este proyecto de gestión cultural, del cual a continuación se detalla aquellos aspectos positivos obtenidos y limitantes a las que se les buscó la solución más óptima o que más se adecuara en beneficio de todos los involucrados.

3.2.1 Aspectos positivos.

-Aceptación de cada emprendimiento cuando se les propuso el proyecto desde un inicio, todos los participantes vieron como una buena oportunidad para ampliar sus conocimientos y hacer crecer sus negocios por medio de las diferentes plataformas digitales de hoy en día. Por lo cual, con entusiasmo y responsabilidad aceptaron asistir a la capacitación virtual.

-Identificación del gran potencial que tienen los productos de los emprendimientos, Gabita's Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's, ya que cada uno de ellos, conociéndolos más a profundidad se percibió que en la riqueza de sus productos tienen una gran fuente de comercialización y aceptación por parte de los consumidores locales y mediante las estrategias de marketing digital también pueden lograr su expansión hacia otros mercados.

-Ampliación del conocimiento ya que capacitar sirve de manera muy directa a los emprendedores para que puedan hacer crecer sus emprendimientos. La capacitación abordó una necesidad crítica, dada la importancia creciente de las redes sociales para el éxito comercial. Hoy en día, las redes sociales son una herramienta útil y necesaria para conectar con los clientes, compartir historias de marca y mostrar la calidad y singularidad de los productos. Al dominar estas plataformas básicas y

sabiendo cómo aprovecharlas, los emprendedores deben aprender a crear contenido atractivo y relevante que resuene con su audiencia objetivo, generando mayor interés y lealtad. El enfoque continuo hacia cada capacitación además de su participación y puntualidad aseguró que los participantes no solo aprendieran las técnicas, también a adaptarse a las tendencias y actualizaciones en las plataformas digitales, manteniéndose al día con las últimas herramientas.

-Fomento del desarrollo, ya que el proyecto tiene el potencial de mejorar el ámbito económico y social del barrio San Sebastián, no solo ayudando a los emprendimientos sino también beneficiando a la comunidad local gracias a la difusión de diversos productos locales como los de estos emprendimientos que, por déficit de publicidad han pasado desapercibidos en la zona, y es mediante las estrategias de marketing que irán logrando posicionarse cada vez más en la economía local.

-Adaptabilidad, ya que las capacitaciones se han adaptado a los horarios convenientes de los emprendedores de manera virtual para mayor flexibilidad. La capacitación se adaptó a un formato en línea, lo que ha permitido mayor flexibilidad y accesibilidad para todos los participantes. Este formato fue hecho especialmente para acomodar los horarios variados y las responsabilidades diarias de los emprendedores, así como los compromisos laborales de las gestoras.

Al realizar las sesiones los sábados por la noche, se pudo asegurar una participación más constante y comprometida, lo que facilitó el aprendizaje y la aplicación de las estrategias enseñadas para diferenciarse en un mercado competitivo y, a atraer una mayor fidelidad de los consumidores. En cada capacitación se brindaron temas para identificar qué necesitan mejorar de su imagen de marca, así como la explicación de herramientas (como Meta Business, WhatsApp Business, cambio de perfil personal a empresarial en las plataformas digitales, Notion, Canva, así como el uso de apps de edición de fotografía y vídeo, entre otros) que, les facilitaron las tareas de

organizarse y generar mejores contenidos y la manera de sacar el máximo provecho con materiales que tengan a la mano, puesto que estos emprendimientos no cuentan por el momento con un presupuesto tan amplio para contratar personal adicional que les maneje sus redes sociales y deben valerse por sí mismos en esta etapa de crecimiento.

-Puntualidad de respuesta por parte de los emprendedores, eso significó interés por conocer del tema. Así también en cada capacitación para los emprendedores a la hora de dar inicio. La puntualidad y la presentación demuestran el nivel de compromiso por parte de la mayoría de los emprendedores, lo cual fue un punto importante para la autoexigencia. Cada sábado se pudo brindar el tema asignado de la mejor manera posible resolviendo dudas y ejemplificando de manera clara para no perder el interés de cada uno de los implicados.

-Participación en la resolución de los ejercicios asignados en un 90% por parte de los emprendedores, demostrando así, la atención prestada en cada sesión y el interés por querer mejorar aplicando lo que se les fue instruyendo en cada sesión, mejorando así la calidad del contenido que publicaban en sus redes sociales.

3.2.2 Limitaciones

-Horarios de las sesiones. Al inicio del proyecto hubo un poco de dificultad para establecer el día y hora de las capacitaciones por la diferencia de horario de cada emprendimiento. Las sesiones se programaron los sábados por la noche en el horario de 8:00 pm, lo cual se acomodó a las actividades de los emprendedores para no limitar su disponibilidad debido a compromisos; esto también benefició a las organizadoras por el tiempo de trabajo. Fue el obstáculo principal debido a que los emprendedores suelen asistir a ferias y realizar ventas individuales durante el día, lo que les deja con poco tiempo para organizarse y para asistir a sesiones presenciales por lo que cada capacitación fue en sesiones en línea por medio de Google Meet.

-Problemas técnicos: Conexiones de internet inestables ocasionalmente, dificultaron la participación constante, se dio en específico durante las sesiones que se desarrollaron en época de lluvias intensas y fue por estas condiciones climáticas ocurridas que uno de los emprendimientos no pudo estar presente en la totalidad de las sesiones. Aunque las sesiones virtuales ofrecen flexibilidad para visualizarse de forma asincrónica, fueron propensas a problemas técnicos como fallas en conexión de internet por parte de los participantes lo que dificultó de vez en cuando, la participación activa.

-Participación variable: La participación fue variable entre los distintos emprendimientos, con uno mostrando menor interés debido a deficiencias en habilidades digitales. Si bien, todos los participantes procuraron ser puntuales, dos de los negocios mostraron un alto nivel de interés y compromiso, uno de ellos evidenció una menor participación, tanto en la asistencia a cada sesión como en la ejecución de los ejercicios prácticos asignados.

-Diferencias en habilidades digitales, El nivel de habilidades digitales y de marketing entre los participantes pueden afectar la velocidad y eficacia de la implementación de las estrategias aprendidas. Se identificó falta de comprensión de los temas entre los participantes, pero con dicha observación se intentó explicar de manera más “coloquial” y sin mucho lenguaje técnico, de manera que comprendieran los contenidos para llevarlos a la práctica de forma más efectiva. Esto fue necesario para no afectar la velocidad y eficacia de la implementación de las estrategias aprendidas.

- Modelo de gestión. En este caso el proyecto utilizó el modelo de gestión directa ya que todo ha sido con equipos y recursos propios, desde la planificación, ejecución, control y cierre del proyecto, sin depender de recursos externos.

Desde el momento de tener contacto con los emprendimientos una de las

gestoras fue la encargada de comunicarse, ya que ella tiene cercanía con habitantes de la zona, seguidamente se elaboró todo el plan de capacitación sin ningún tipo de ayuda externa, todas las capacitaciones han sido impartidas con conocimientos adquiridos durante la carrera y llevando del mano material bibliográfico; el cual ha sido recopilado por todas las integrantes del equipo.

- **Planificación interna.** Se establecieron los objetivos que se buscaban lograr con los emprendedores y sus negocios. Se dividieron las tareas entre las miembros del equipo, asegurándose de que cada una tenga un rol claro. Por ejemplo, cada una tenía asignado un tema que derivan del desglose del tema general de cada capacitación.

3.2.3 Estrategias creativas

-**Coordinación de horarios,** entre las diferentes estrategias creativas como solución a los imprevistos debido a las limitantes encontradas fue, acordar las reuniones los días sábados a las 8:00pm ya que fue el espacio en el que se logró coincidir todos los involucrados para llevar a cabo las reuniones.

-**Lenguaje comprensible,** También, se consideró usar un lenguaje más comprensible para los emprendedores participantes, ya que, algunos conceptos técnicos no son muy conocidos por ellos, por lo tanto, luego de percibir ese detalle en las primeras reuniones se intentó mejorar las explicaciones y se notó una mejor participación y actividad, denotando que si se estaban comprendiendo mejor los temas expuestos.

-**Material didáctico,** De igual manera, las diapositivas utilizadas para cada reunión, se adecuaron los temas con imágenes, y diverso material audiovisual para ejemplificar lo que se iba explicando y así obtener una mejor comprensión al finalizar cada contenido. Todo esto estructurado con colores idóneos, tamaños de letra y tipografías legibles y utilizando un tono de voz adecuado para generar una mayor retención y atención por parte de los participantes.

-Ejercicios prácticos, se consideró para estos, solicitar tareas sencillas, para no afectar a los emprendedores con su tiempo ni someterlos a gastos que no estuvieran contemplados. Se les designó una semana para el desarrollo de cada actividad y que en cualquier día de esa semana hicieran llegar sus ejercicios, para que se sintieran cómodos y no presionados. Se obtuvo una respuesta favorable en la que se pudo ver el compromiso y responsabilidad de cada uno de ellos.

-Reconocimiento, en las reuniones donde se expuso el resultado de los ejercicios asignados se reconoció de manera pública la responsabilidad del emprendimiento Artesanías Reyes ya que fue quien entregó las tareas primero y de quien se pudo observar que acató de mejor manera las sugerencias y correcciones que se le brindaron en cada capacitación. Todo esto demuestra atención e interés. De igual manera en cada reunión asistieron puntualmente. También, se destacó los esfuerzos de trabajo de los otros emprendimientos y a cada uno se le hizo ver que aspectos podrían mejorar en cada resultado obtenido de cada ejercicio.

-Agradecimiento y evaluación, por último, como estrategia creativa por parte de las gestoras, en la reunión final, se les entregó un pequeño reconocimiento a cada emprendimiento el cual consistía en un diploma agradeciendo su participación y colaboración a lo largo de esta capacitación. Asimismo, se entregó un material bibliográfico digital con información importante acerca de lo que se ha venido desarrollando en cada reunión y que les servirá para seguir creciendo en el marketing digital. De igual forma, se les solicitó completar un pequeño formulario para evaluar los conocimientos adquiridos, lo que sirvió también para poder medir el rendimiento que se obtuvo como gestoras de este proyecto al impartir las capacitaciones.

3.2.4 Adecuaciones

Entre las adecuaciones que se presentaron durante el desarrollo del proyecto fue, lo que se ha venido mencionando, que consistió en cambiar el

lenguaje técnico por uno más coloquial y por lo tanto más comprensible para cada uno de ellos. También para aclarar las dudas que surgieron en cada sesión se intentó explicar y ejemplificar de la manera más clara posible, de igual forma adecuar los horarios de sesión.

Otro caso fue, el día sábado 1 de junio del presente año, por decreto legislativo de toma de posesión presidencial se dispuso asueto nacional, lo cual generó que se tomara la decisión de ese día suspender la sesión programada, y se retrasó una semana para la finalización de la capacitación, sin embargo, al estar dentro del tiempo óptimo para la realización de la misma, pudieron adecuarse los tiempos de duración.

Se cree que las adecuaciones y estrategias desarrolladas durante el proyecto fueron bien tomadas y decididas para el buen culmen del mismo y concretar los resultados obtenidos y preparando a los emprendimientos para poder hacer un buen uso de los contenidos explicados durante la capacitación.

IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.

Este proyecto de capacitación en marketing digital se desarrolló con el objetivo de fortalecer las habilidades de los emprendedores artesanales del barrio San Sebastián en Ciudad Delgado, San Salvador, a lo largo del año 2024. La ejecución del proyecto abarcó una serie de actividades planificadas para responder a las necesidades específicas de los participantes, incluyendo en cada capacitación conocimientos teóricos y prácticos, así como el seguimiento personalizado y la evaluación continua de sus actividades asignadas. La metodología empleada garantizó que los objetivos planteados fueron alcanzados de manera efectiva, contribuyendo al desarrollo socioeconómico del área por lo que todo comenzó con una fase de diagnóstico y planificación que se llevó a cabo entre enero y febrero de 2024 donde se contactó a cada emprendimiento y se le hizo la invitación y la propuesta para que fuesen partícipes del proyecto. Durante esta etapa, también se realizó un análisis individual de la situación actual de los emprendedores con el objetivo de identificar sus necesidades formativas en marketing digital. Para ello, se realizaron entrevistas para comprender mejor las necesidades y capacidades de los participantes, lo que permitió adaptar el contenido de la capacitación a las realidades del contexto.

Este diagnóstico inicial permitió identificar en qué áreas eran las más débiles o las que necesitaban una mejoría y que obstaculizaban el crecimiento y las ventas de cada emprendimiento, como: la necesidad de mejorar la presencia en redes sociales, el contenido audiovisual de los productos y el manejo de herramientas publicitarias y de organización digitales. Asimismo, se definieron los objetivos específicos del proyecto, que giraron en torno al desarrollo de habilidades prácticas que permitieran a los emprendedores incrementar su visibilidad, atraer más clientes y aumentar sus ventas.

Una vez identificado los problemas y situaciones a mejorar, se diseñó un plan de capacitación que abordara todas esas necesidades identificadas.

Este plan se estructuró un cronograma con sesiones que cubrían temas desde aspectos generales de la identidad gráfica, importancia del marketing digital en redes, así como temas abordando la creación de contenidos para diversas plataformas de redes sociales.

Se determinó que el enfoque pedagógico sería tanto teórico como práctico, permitiendo a los emprendedores no solo adquirir conocimientos actualizados del mundo digital actual, sino también aplicarlos en sus propios negocios. Cada sesión fue diseñada para ser interactiva y aplicable, utilizando herramientas y plataformas accesibles para los participantes como por ejemplo el uso de Google Meet para cada reunión virtual.

El segundo paso en la ejecución del proyecto, fue la adecuación del material de capacitación. Se desarrollaron presentaciones a según el tema a tratar, algunas con actividades prácticas para evaluar el aprendizaje de los participantes y recursos digitales como una guía que se entregó al final de todas las capacitaciones para el uso de los emprendedores y que resumía los contenidos vistos en cada sesión, todos contextualizados al entorno y capacidades de los emprendedores. El lenguaje utilizado fue simple pero preciso, si bien se mencionaron tecnicismos se buscó explicar de la manera más adecuada, para asegurar la comprensión de todos los conceptos abordados. También se incluyeron ejemplos y casos de estudio que facilitaron la participación regular de los emprendedores.

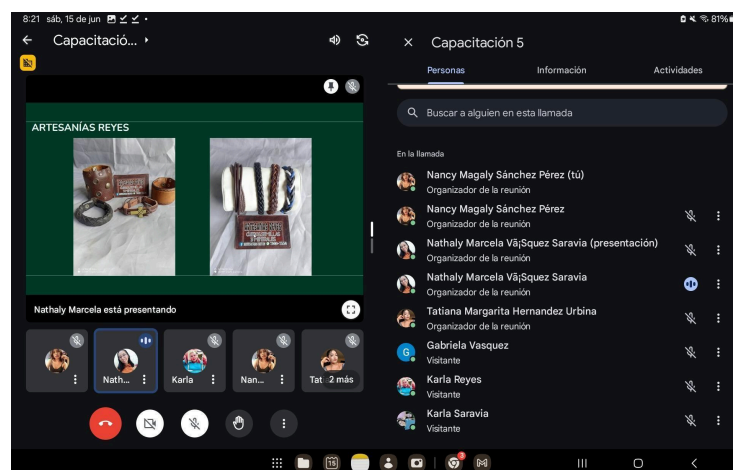


Fig.9: Participantes. Elaboración propia.

Los temas de las sesiones que se abordaron en el proyecto de capacitación fueron las siguientes:

Aspectos generales de identidad gráfica y su importancia: Esta sesión introductoria sirvió para dar a conocer las bases conceptuales sobre la identidad gráfica, y cómo identificar qué aspectos a mejorar se deben tener en cuenta según cada caso de los emprendimientos.



Fig.10: Antes y después del logo de Gabita's Bisutería. Fuente: Gabriela Vásquez

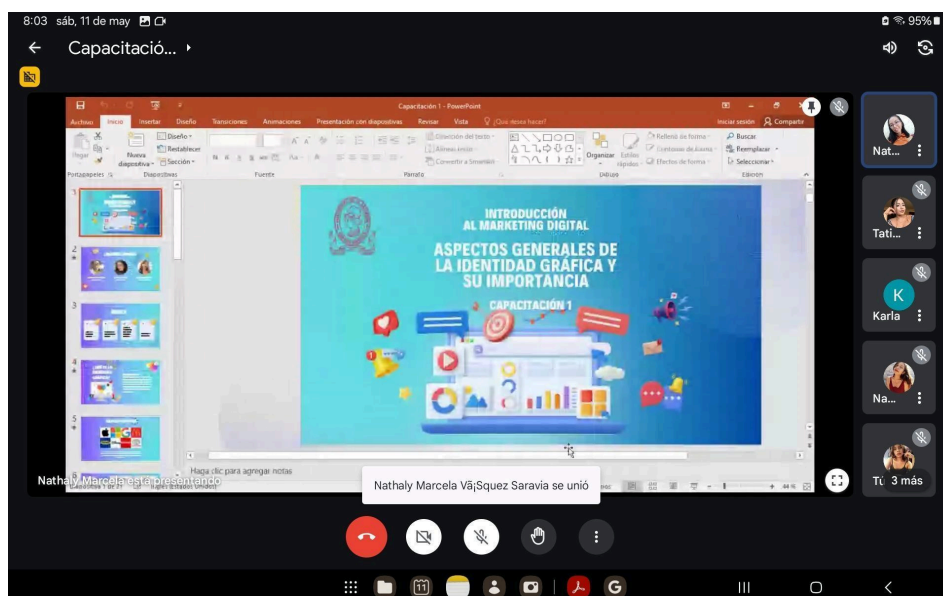


Fig.11: Capacitación 1. Elaboración propia

Creación y usos correctos de la identidad gráfica: Se enfocó en la adaptación práctica de la identidad gráfica en diversos formatos y plataformas de manera introductoria para ir verificando que tanto conocimiento tenían los emprendedores, especialmente en redes sociales y packaging. Se exploraron aplicaciones adicionales que refuerzan la imagen de marca además de enfatizar la importancia de la organización en cuanto a la creación de contenido y que incluso sirva de base para las ventas y la atención a clientes.

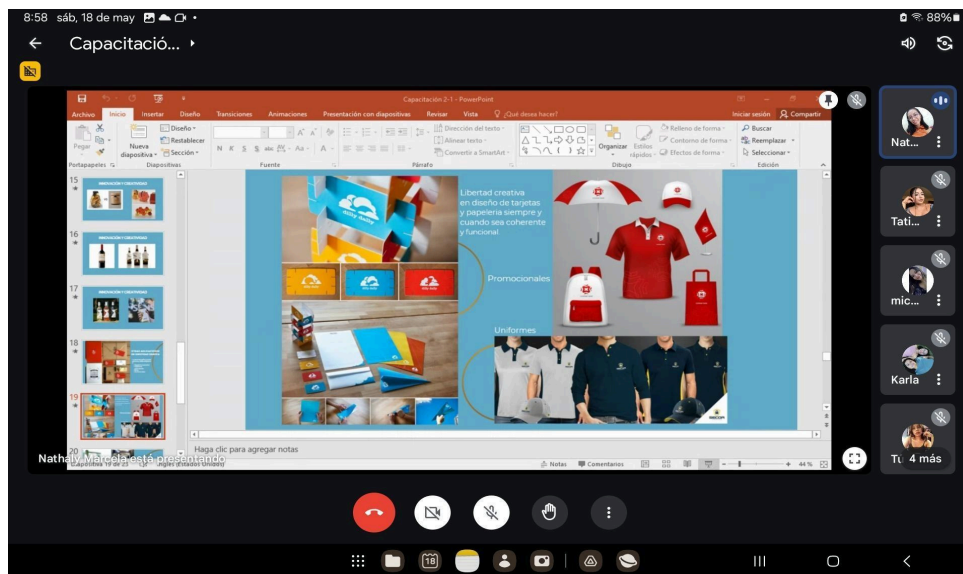


Fig.12: Capacitación 2. Elaboración propia

Importancia del marketing digital en redes sociales: Se explicó el papel que juegan las redes sociales en el marketing digital, además de maneras diversas para mantener una organización con los contenidos digitales e incluso ventas con la aplicación de Notion. Se mostró el uso de herramientas de Meta Business para optimizar la gestión y alcance de las campañas en redes.



Fig.13: Capacitación 3. Elaboración propia

Cómo generar buen contenido: recomendaciones para toma de fotografías y formatos para post e historias: Se proporcionaron conocimientos para crear contenido visual de calidad utilizando conceptos básicos de fotografía y técnicas accesibles con el celular además de complementos como luces o accesorios que se tengan a la mano para ambientar. Se mostraron ejemplos prácticos y se realizó una actividad de toma de fotos para aplicar lo aprendido.

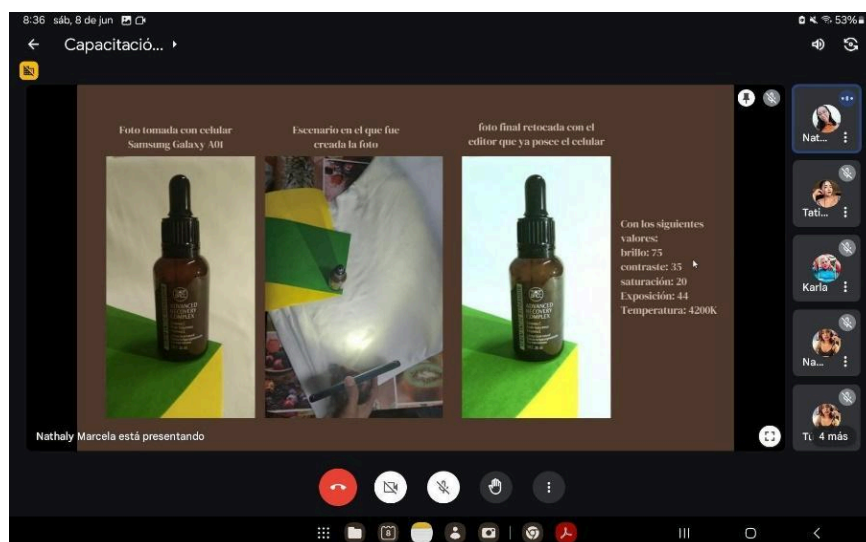


Fig. 14: Capacitación 4. Elaboración propia

Cómo tomar buenos videos en formato vertical para Reels y Tiktok: Se brindó una guía para grabar videos en formato vertical, centrándose en la adecuación a las plataformas de TikTok y reels. Se incluyó un ejercicio práctico para reforzar las técnicas discutidas.

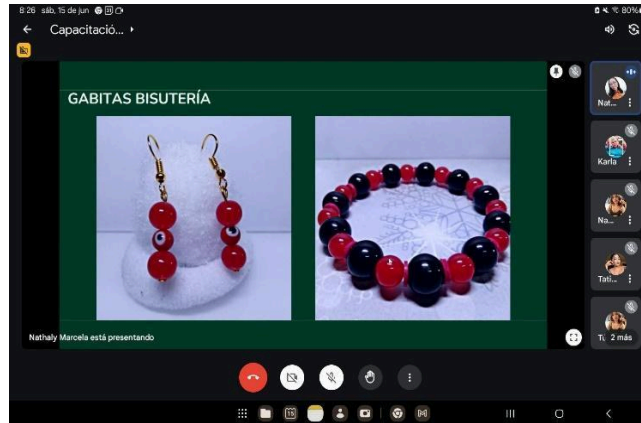


Fig 15: Capacitación 5. Elaboración propia

Utilización de Canva para post y uso de Chat GPT para copys. Marketplace como herramienta: Se presentó el uso de Canva para diseñar contenido visual, y cómo Chat GPT puede asistir en la redacción de insights y copys para redes sociales. Además, se habló sobre el uso de Marketplace como un canal para expandir las ventas.

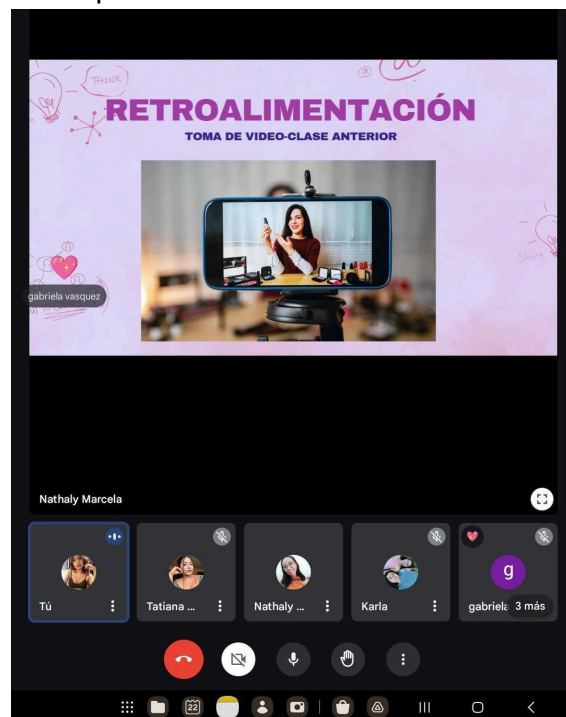


Fig 16: Capacitación 6. Elaboración propia

Ediciones de video en CapCut y TikTok: Se habló de las herramientas principales de CapCut para la edición de vídeos y cómo aplicar estas técnicas igualmente en Tik Tok. Se realizan demostraciones prácticas para garantizar la correcta publicación de contenido.

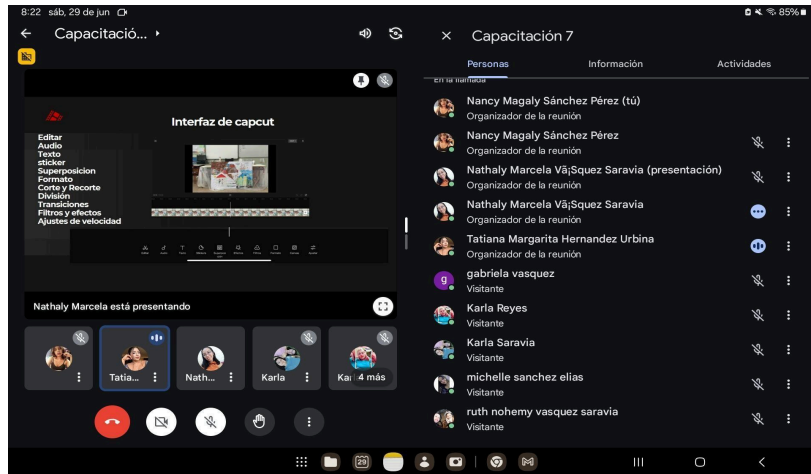


Fig 17: Capacitación 7. Elaboración propia

Revisión final y conclusiones: Este espacio fue dedicado a resolver dudas y comentarios para asegurar que los participantes comprendieran cómo seguir potenciando sus contenidos en las redes sociales. Se concluyó con la entrega de diplomas y una guía básica sobre la capacitación.

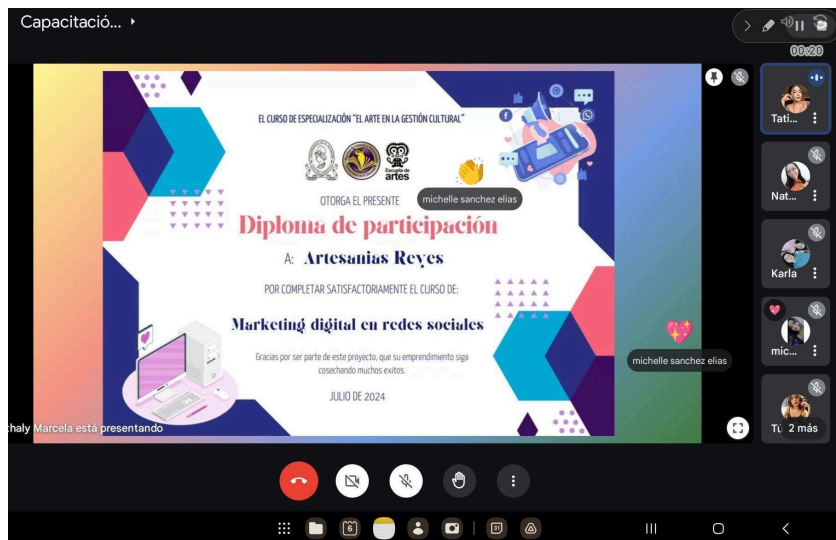


Fig 18: Capacitación 8. Elaboración propia

La fase de implementación del proyecto consistió en la ejecución de las sesiones de capacitación que se llevaron a cabo por medio de la plataforma de Google Meet en horarios de 8:00 pm los días sábados, para garantizar la mayor asistencia posible para los participantes y organizadoras debido a las ocupaciones laborales o personales durante días de semana hábil, que se ha de añadir se dificultó en un principio establecer un horario. Se utilizaron metodologías activas como actividades de toma de fotografía y videos permitiendo a los emprendedores explorar con la creación de su contenido y aplicarlo a sus productos, asimismo, esto ayudó a su evaluación y a dar retroalimentación para hacer notar las fallas y aciertos en sus actividades y de cómo podrían potenciarlos.



Figura 19: Capacitación 8. Elaboración propia

4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

En primer lugar, se realizó una evaluación inicial a modo de entrevistas personales que sirvieron como línea base para medir el nivel de conocimiento previo de los emprendedores sobre marketing digital, así como el grado de digitalización de sus negocios y como ellos se movían en el mercado artesanal para obtener ingresos y hacer crecer sus redes sociales. Los resultados iniciales mostraron un bajo nivel de conocimientos y habilidades en marketing digital entre los participantes, con un uso limitado de herramientas para la promoción y gestión de sus emprendimientos.

Al finalizar cada sesión, se abría un espacio de participación donde los

emprendedores hacían preguntas o comentarios si así lo deseaban, sobre el contenido asignado en las reuniones. Esto ayudaba para saber que se podría mejorar para las siguientes sesiones o alguna retroalimentación adicional y además conocer si se sentían más preparados para gestionar sus negocios en el entorno digital. Este proceso, facilitó el seguimiento y control de la ejecución, así como referente para evaluar el producto de cada sesión.

Una vez finalizada la capacitación, se llevó a cabo una evaluación final para medir el impacto global del proyecto. Esto incluyó la recolección de datos cualitativos a través de un formulario de evaluación que tuvo como objetivo evaluar la efectividad de la capacitación en marketing digital, así como comprender cómo se aplicaron los contenidos aprendidos en los distintos emprendimientos. Los resultados finales mostraron una mejor comprensión del uso de herramientas digitales por parte de los emprendedores, así como una mejora en la presencia en línea de sus negocios. Por lo tanto, para garantizar que el proyecto fuese llevado con éxito y que los emprendedores entendieran el contenido y su práctica, se llevó a cabo un seguimiento, por medio de la revisión de redes sociales y/o los testimonios personales de cada participante sobre el crecimiento y el uso de la información brindada en cada sesión y su mejora con ello.

Preguntas Respuestas Configuración

Capacitación en marketing digital para emprendedores- Valoración

B I U ↺ ↻

El presente formulario tiene como objetivo evaluar la efectividad de la capacitación en marketing digital que has recibido, así como comprender cómo ha aplicado los contenidos aprendidos en su emprendimiento. Agradecemos su tiempo y honestidad al completar este formulario.

Nombre de su emprendimiento *

Texto de respuesta corta

Conocimiento previo y uso de aplicaciones:

¿Conocías las siguientes aplicaciones antes de la capacitación? (Marca todas las que apliquen)

- Canva
- Chat GPT
- CapCut
- OTRA...

Fig.20: Encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

La evaluación se llevó a cabo mediante una encuesta virtual utilizando Google Forms, dirigida a los tres emprendimientos participantes. En las siguientes secciones, se destacan las preguntas más significativas para la obtención de resultados durante el proyecto. El cuestionario completo está disponible en la sección de anexos para una consulta más detallada.

Conocimiento previo y uso de aplicaciones: ¿Conocías las siguientes aplicaciones antes de la capacitación? (Marca todas las que apliquen)

3 respuestas

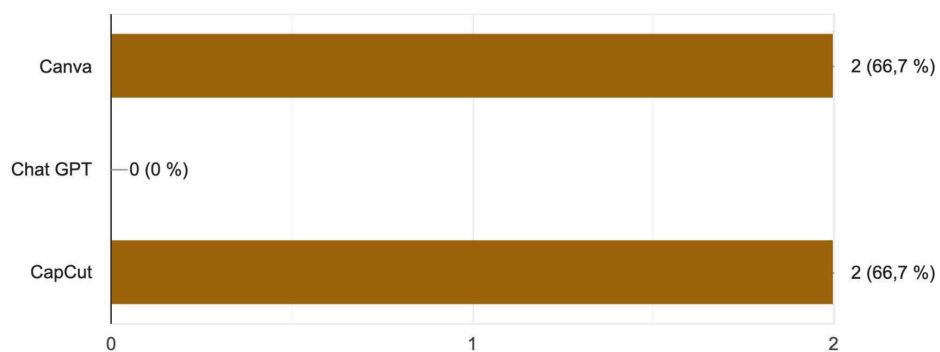


Fig. 21 : Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

¿Conocías las siguientes aplicaciones antes de la capacitación?

Ante esta pregunta, la mayoría de los emprendedores ya estaban familiarizados con herramientas como Canva y CapCut, lo que facilitó su adaptación durante la capacitación. La presencia previa de estas aplicaciones era bastante básica por lo que la capacitación se centró en reforzar esas habilidades existentes y la manera de sacarle un mejor provecho para que sus resultados fuesen más profesionales.

¿Habías utilizado alguna de estas aplicaciones antes de la capacitación?

La capacitación ofreció una oportunidad valiosa para introducir a la mayoría de los emprendedores en el uso práctico de estas herramientas. Esto indica que la formación fue crucial para cerrar la brecha de conocimientos tecnológicos y habilidades digitales esenciales para su emprendimiento.

¿Habías utilizado alguna de estas aplicaciones antes de la capacitación?
3 respuestas

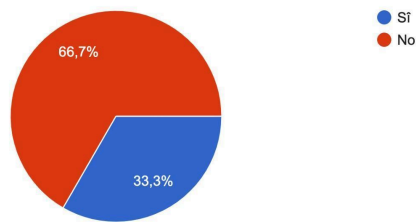


Fig.22 : Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

Si tu respuesta fue "Sí", ¿cuál o cuáles habías utilizado y con qué frecuencia?

La experiencia previa de un emprendedor con Canva facilitó su progreso durante la capacitación al menos en el contenido teórico cuando se impartió. Por otro lado, el uso ocasional de aplicaciones de edición de video muestra que algunos emprendedores estaban explorando el área de creación de contenido visual, pero necesitaban orientación más estructurada.

¿Has reconocido qué aspectos de la identidad gráfica de tu emprendimiento podrían mejorar después de la capacitación?

El resultado subraya el impacto de la capacitación en la conciencia de la identidad gráfica de sus marcas. Todos los participantes identificaron áreas de mejora, lo que demuestra que en las sesiones que se habló de branding e identidad gráfica fueron efectivas y lograron cambiar su percepción sobre la presentación visual de sus negocios.

¿Has creado y publicado contenido en redes sociales utilizando las recomendaciones de toma de fotografías y videos que se proporcionaron?

Aunque un emprendedor no ha implementado aún las recomendaciones, la mayoría ya está aplicando las técnicas aprendidas. Esto indica que la capacitación proporcionó herramientas prácticas y aplicables que están

comenzando a ser utilizadas en tiempo real para mejorar la presencia en redes sociales de sus negocios.

¿Has creado y publicado contenido en redes sociales utilizando las recomendaciones de toma de fotografías y videos que se proporcionaron?
3 respuestas

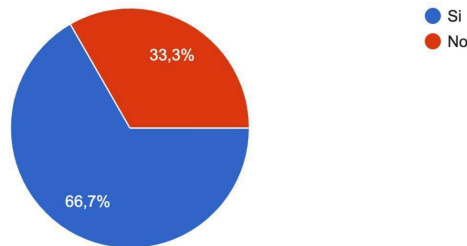


Fig.23 : Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

¿Has utilizado Canva para crear publicaciones o material promocional?

La adopción de Canva ha sido limitada hasta el momento. Esto puede sugerir que, algunos emprendedores aún no han encontrado la necesidad o el tiempo para incorporarla en sus estrategias de marketing. Es posible que requieran más tiempo o

ejemplos adicionales para ver cómo esta aplicación puede beneficiar directamente sus negocios.

¿Has utilizado Canva para crear publicaciones o material promocional?
3 respuestas

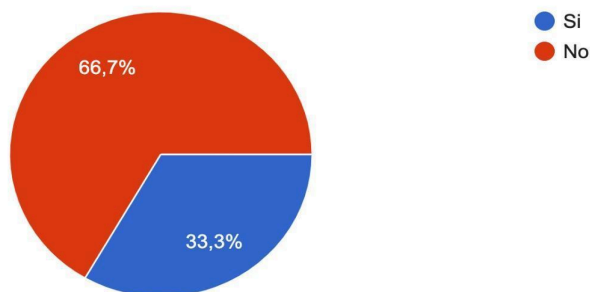


Fig.24 : Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

¿Has utilizado ChatGPT para crear copys o textos promocionales para tus redes sociales?

Ninguno de los participantes ha utilizado ChatGPT para crear contenido, lo que puede indicar una falta de confianza en esta herramienta específica o un desconocimiento de su potencial aun con el contenido y ejemplos que se brindaron en las sesiones.

¿Has utilizado ChatGPT para crear copys o textos promocionales para tus redes sociales?
3 respuestas

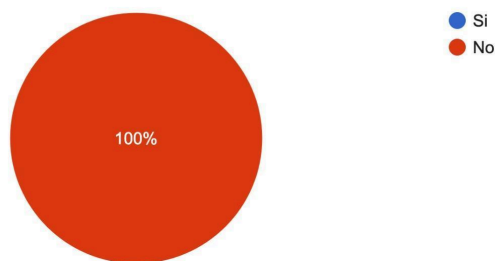


Fig.25 : Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

¿Has editado videos para TikTok o Instagram usando CapCut?

Todos los emprendedores han utilizado CapCut para editar videos, lo que demuestra la efectividad de la capacitación en este aspecto. CapCut parece haber sido la herramienta más accesible y de aplicación inmediata para los participantes en la creación de contenido visual para redes sociales.

¿Has utilizado alguna estrategia de marketing digital aprendida para atraer más seguidores o clientes?

Solo un emprendedor ha comenzado a aplicar estrategias de marketing digital en las áreas de producto, precio y promoción, además de mejorar sus fotos promocionales. Esto sugiere que, aunque las estrategias enseñadas fueron claras, puede que algunos participantes necesiten más tiempo o un entorno más propicio para implementarlas.

¿Has utilizado alguna estrategia de marketing digital aprendida para atraer más seguidores o clientes?
3 respuestas

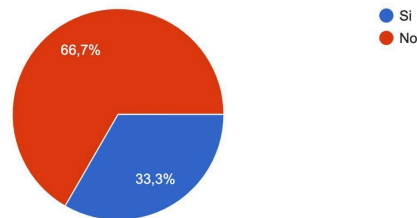


Fig.26 : Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

Si tu respuesta fue "Sí", ¿cuál o cuáles has utilizado?

Este emprendedor ha comenzado a integrar las estrategias aprendidas en su enfoque de marketing, lo que es un buen indicativo de que las capacitaciones fueron útiles. La mención específica de mejoras en la fotografía sugiere que este aspecto de la capacitación fue especialmente impactante.

¿Consideras que la información proporcionada en las capacitaciones fue clara y fácil de entender?

La unanimidad en esta respuesta confirma que los contenidos fueron presentados de manera clara y comprensible, lo cual es fundamental para el éxito de cualquier programa de capacitación. Esta respuesta positiva también indica que los participantes se sintieron apoyados y comprendieron los conceptos enseñados.

Evaluación de las capacitaciones: ¿Consideras que la información proporcionada en las capacitaciones fue clara y fácil de entender?
3 respuestas

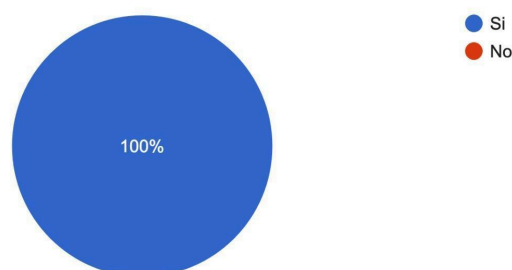


Fig. 27: Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

¿Los ejemplos prácticos y las actividades te ayudaron a comprender mejor los conceptos enseñados?

Los ejemplos prácticos y actividades demostraron ser efectivos en facilitar la comprensión. Este tipo de enseñanza práctica permite a los emprendedores aplicar inmediatamente lo aprendido.

¿Los ejemplos prácticos y las actividades te ayudaron a comprender mejor los conceptos enseñados?
3 respuestas

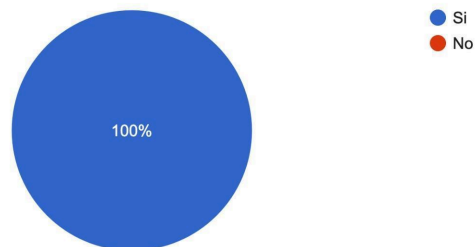


Fig. 28: Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

¿Qué temas te resultaron más útiles para tu emprendimiento?

Las respuestas reflejan la diversidad en las necesidades de los emprendedores. Algunos valoraron los aspectos de promoción, mientras que otros encontraron útil la capacitación en su totalidad o en áreas específicas como la fotografía

¿Qué temas te resultaron más útiles para tu emprendimiento?

3 respuestas

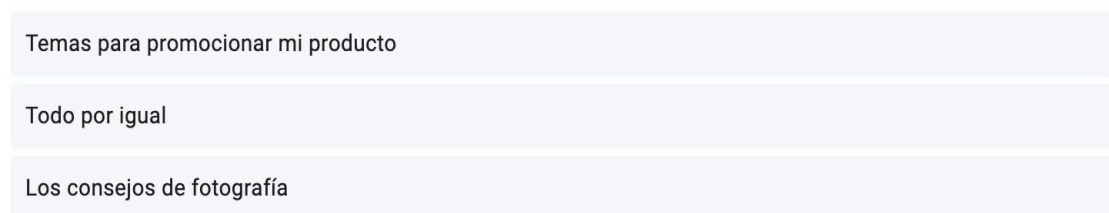


Fig. 29: Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

¿Sientes que las herramientas y estrategias aprendidas contribuirán al crecimiento de tu emprendimiento?

Los emprendedores reconocen el valor de las herramientas y estrategias aprendidas, dando a entender que están optimistas sobre su capacidad para aplicar estos conocimientos en el crecimiento de sus negocios.

4. Impacto de la capacitación: ¿Sientes que las herramientas y estrategias aprendidas contribuirán al crecimiento de tu emprendimiento?
3 respuestas

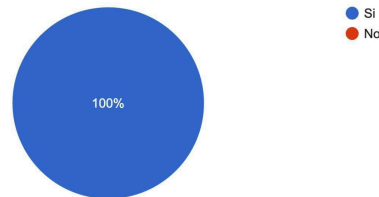


Fig. 30: Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

¿Has identificado nuevas oportunidades de negocio o colaboración gracias a la capacitación?

La identificación de nuevas oportunidades es una señal clara de que se ampliaron las visiones sobre posibles futuros proyectos o asociaciones. Este resultado es un indicio de que la capacitación ha cumplido con su objetivo de fomentar el crecimiento y la innovación.

¿Hay algún comentario adicional que te gustaría compartir sobre tu experiencia general con esta capacitación?

Los comentarios finales reflejan una satisfacción general con la capacitación, especialmente en áreas prácticas como la fotografía y los videos. El agradecimiento expresado refuerza la idea de que la capacitación fue un éxito en términos de relevancia y aplicación práctica.

5. Sugerencias y comentarios:

¿Hay algún comentario adicional que te gustaría compartir sobre tu experiencia general con esta capacitación?

3 respuestas

Gracias por la capacitación, todo me servirá en mi negocio.

Toda la información de las capacitaciones son de mucha importancia me gustos todo videos y fotos me interesan mucho gracias por todo su apoyo y tiempo

Todo fue excelente

Fig. 31: Resultado de encuesta de valoración hacia los participantes. Elaboración propia.

Haciendo una evaluación a nivel de gestión de redes sociales se vió una mejora a raíz de la capacitación brindada, de marzo del 2024 a agosto del mismo año, se notó una mayor afluencia de personas que se interesaron en visitar y seguir las fanpage de los emprendimientos, ya sea por los reels publicados o por postear de forma más constante, lo cual pone de manifiesto que, el gestionar de manera más frecuente las redes sociales hace que llegue el contenido a mayor número de personas que comparten los intereses que los productos ofrecen.

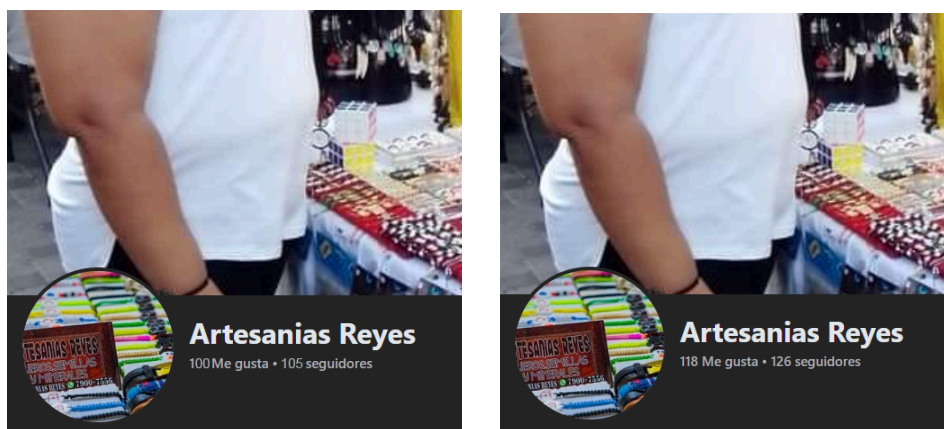


Fig. 32: Cantidad de seguidores de Artesanías Reyes en marzo de 2024 comparado a agosto de 2024. Fuente: Fanpage de Facebook de Artesanías Reyes.

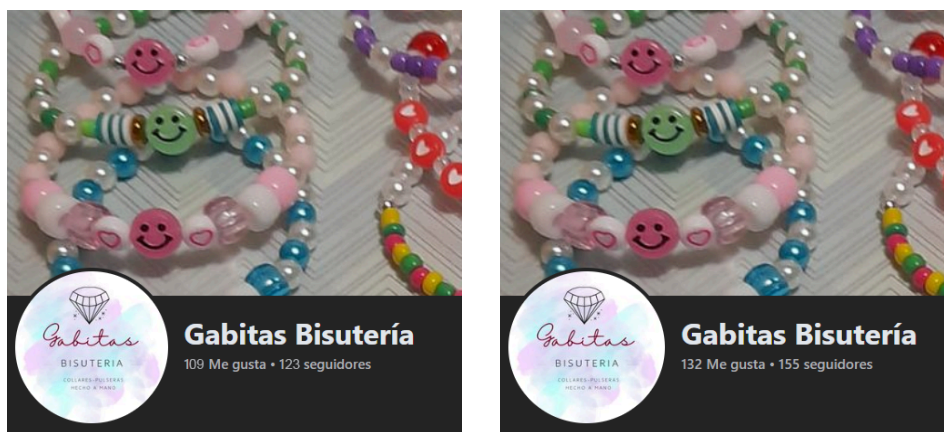


Fig. 33: Cantidad de seguidores de Gabitas Bisutería en marzo de 2024 comparado a agosto de 2024. Fuente: Fanpage de Facebook de Gabitas Bisutería.



Fig. 34: Cantidad de seguidores de Marbellas Luxury en marzo de 2024 comparado a agosto de 2024. Fuente: Fanpage de Facebook de Marbellas Luxury.

La evaluación del proyecto pone de manifiesto el aprendizaje y las capacidades de los emprendedores para integrar herramientas digitales en sus estrategias de negocio. Los participantes no solo han reconocido áreas de mejora en la identidad gráfica de sus marcas, sino que también han comenzado a aplicar las técnicas aprendidas en la creación de contenido para redes sociales. Aunque algunos aún no han implementado todas las estrategias, su disposición a continuar explorando y utilizando los recursos proporcionados refleja el valor de cada sesión de este proyecto. Con el adecuado seguimiento, estos emprendedores tienen el potencial de fortalecer su presencia digital y promover el crecimiento de sus negocios en un mercado cada vez más competitivo. Integrar y fortalecer la dimensión cultural en los emprendimientos proporciona un diferenciador único en el mercado al que se enfrentan. El enfoque en la identidad cultural y artesanal en las estrategias de marketing digital fortalece el vínculo con sus consumidores, quienes valoran la autenticidad y el respeto por las tradiciones. Este proyecto ha demostrado que, al proporcionar herramientas digitales adaptadas a las necesidades y particularidades de los emprendimientos culturales y artesanales, se puede impulsar su crecimiento de manera sostenible y significativa. La combinación de prácticas modernas con la rica herencia cultural no solo enriquece el panorama económico local, sino que también asegura la continuidad y

relevancia de las tradiciones artesanales en un mundo en constante cambio.



Fig.35 y 36: Post publicitarios antes y después de Marbella's Luxury. Fuente: Michel Sánchez



Fig.37: Post publicitarios antes y después de Gabita's Bisutería. Fuente: Gabriela Vásquez



Fig.38: Post publicitarios antes y después de Artesanías Reyes. Fuente: Karla Reyes

V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.

El proyecto de capacitación en marketing digital para emprendedores ha demostrado ser una intervención valiosa y necesaria en el contexto actual de los negocios artesanales. A lo largo del desarrollo del programa, se han abordado aspectos clave del marketing digital que son esenciales para la visibilidad y crecimiento de los emprendimientos en un mercado cada vez más competitivo. La formación impartida no sólo facilitó el acceso a herramientas digitales como Canva, CapCut y ChatGPT, Meta Business y otras herramientas adicionales como Notion sino que también permitió a los participantes mejorar la identidad gráfica de sus negocios, optimizar sus estrategias de contenido en redes sociales con los contenidos impartidos sobre toma de video y fotografía con celular y reconocer nuevas oportunidades de negocio.

Una de las conclusiones más significativas es que, aunque algunos emprendedores ya conocían herramientas como Canva y CapCut, la mayoría no había explotado su potencial antes de la capacitación. Esto destaca la importancia de no solo introducir a los participantes a nuevas tecnologías, sino también de capacitarlos en su uso diario para sus respectivos negocios. La familiaridad previa con estas herramientas por parte de algunos participantes fue una ventaja, aún así la capacitación fue pensada para que todos los emprendedores adquirieran las habilidades necesarias para aplicarlas de manera estratégica en sus emprendimientos.

La capacitación también reveló que, si bien los emprendedores están dispuestos a mejorar la identidad gráfica de sus emprendimientos, la implementación práctica de las herramientas y estrategias aprendidas puede ser un proceso gradual. Por ejemplo, aunque todos los participantes reconocieron áreas de mejora en su identidad gráfica como por ejemplo en sus logos y el uso de una paleta de color adecuada, solo algunos han comenzado a aplicar los conocimientos adquiridos, como la creación y publicación de contenido en redes sociales utilizando las recomendaciones de toma de fotografías y videos y la retroalimentación respectiva que se brindó en las



Fig 39: Redes sociales del emprendimiento Gabita's Bisutería. Fuente: Fanpage de Gabitas Bisutería

sesiones. Esto sugiere que, para maximizar el impacto de la capacitación, lo ideal es proporcionar un seguimiento regular que permita a los emprendedores aplicar los conocimientos a su propio ritmo. Otro hallazgo importante es la aceptación generalizada y la implementación efectiva de CapCut para la edición de videos en plataformas como TikTok e Instagram ya que por las tendencias actuales y la importancia del contenido visual en el marketing digital contemporáneo es una herramienta accesible puede capacitar a los emprendedores para crear contenido atractivo y profesional ya sea con la

ayuda de plantillas prediseñadas o con la elaboración completa de un video con los conocimientos básicos que se brindaron. Sin embargo, el hecho de que ninguna de las personas capacitadas haya utilizado ChatGPT para crear copys o textos promocionales indicaría

que, a pesar de haber aprendido sobre esta herramienta, los emprendedores aún no consideran necesario implementarla o se podrían sentir un poco inseguros sobre su uso.

En cuanto a las estrategias de marketing digital enseñadas, se observa una adopción desigual entre los participantes. Mientras que algunos ya han implementado estrategias específicas relacionadas con producto, precio, promoción y mejoras en la presentación visual, otros aún no han comenzado a aplicarlas. Esto puede deberse a la variabilidad en los niveles de preparación, confianza y necesidades inmediatas de cada negocio. La capacitación fue percibida como clara y comprensible, lo que es un indicador positivo de la calidad del contenido y la metodología utilizada. Los ejemplos prácticos y

actividades fueron especialmente útiles para afianzar los conceptos aprendidos, además de su retroalimentación. Los comentarios finales de los participantes reflejan una experiencia satisfactoria, con un reconocimiento de la utilidad de la capacitación para el crecimiento de sus emprendimientos.



Fig. 40: Redes sociales del emprendimiento Marbella's. Fuente: Fanpage de Marbellas Luxury

Aun cuando poco a poco los emprendedores van tratando de seguir un ritmo regular para sus contenidos de redes sociales se ha observado un progreso con el número de seguidores, la mejora de su contenido visual y la interacción con ello por lo que se puede deducir de que la capacitación no solo cumplió con su objetivo de enseñar herramientas y estrategias de marketing digital, sino que también fomentó un ambiente de aprendizaje donde los emprendedores pudieron identificar nuevas oportunidades de negocio y colaboración.

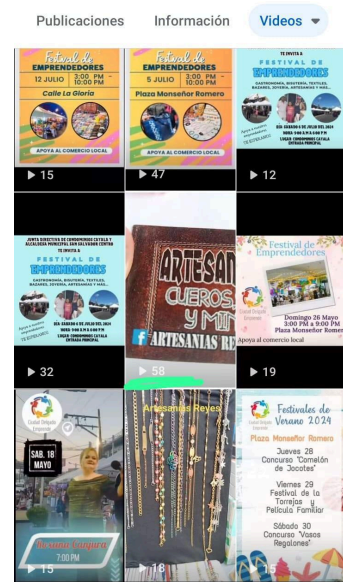


Fig.41: Redes sociales del emprendimiento Artesanías Reyes. Fuente: Fanpage de Artesanías Reyes

Continuidad del Proyecto

La continuidad del proyecto es para asegurar que los conocimientos y habilidades adquiridos durante la capacitación y que no solo se mantengan, sino que se expandan y adapten a las necesidades cambiantes del mundo actual debido a las tendencias que vienen y van y la exigencia de los consumidores a tener en cuenta de un negocio debe de tener presencia en línea para ser mayormente reconocido. A continuación, se presentan las principales acciones que se pensaron para la continuidad y expansión del proyecto: Uno de los desafíos identificados en la implementación de las herramientas y estrategias es la variabilidad en el ritmo y la confianza con la que los emprendedores las adoptan. Este programa podría incluir sesiones de asesoría individual donde los emprendedores puedan recibir orientación específica sobre cómo aplicar los conocimientos a sus propios negocios y ajustar las estrategias a su contexto. Esto podría permitir a los emprendedores mantenerse a la vanguardia de las tendencias digitales y seguir puliendo sus habilidades.

Una de las principales áreas a fortalecer es el uso de herramientas avanzadas como ChatGPT. Si bien la capacitación inicial introdujo a los emprendedores en su potencial, parece ser necesario de que se pueda recomendar algún contenido adicional que guíe a los participantes en la creación de contenido promocional utilizando esta herramienta. La inteligencia artificial representa una ventaja competitiva en el mercado digital, y su dominio podría abrir nuevas oportunidades de negocio para los emprendedores.

Al finalizar la capacitación, se distribuyó el PDF a todos los participantes. Este documento contiene secciones bien organizadas que cubren los temas esenciales de la capacitación, como identidad gráfica, estrategias de contenido y creación como la toma de fotografías y video con celular, uso de herramientas digitales (Canva, CapCut, ChatGPT, Meta Business), y otras estrategias de marketing digital. Cada sección está diseñada para ser clara y concisa, permitiendo a los emprendedores revisar la información sin dificultad.

Parte de la continuidad del proyecto incluye la sugerencia a los emprendedores de mantenerse al tanto de las tendencias actuales y adaptarlas a sus contenidos de negocio. Se recomendó a los participantes que incorporen canciones o sonidos virales en sus videos, participen en *trends* populares que se alineen con sus productos o servicios, y que tengan en cuenta los pilares de contenido esenciales como por ejemplo promoción, educación y entretenimiento.

III. RECOMENDACIONES.

Para asegurar la sostenibilidad y expansión del impacto generado por la capacitación en marketing digital dirigida a emprendedores artesanales, se ha considerado una serie de recomendaciones que permitan tanto la continuidad del proyecto como su adaptación y replicación en otros contextos. Estas sugerencias buscan abordar las áreas de oportunidad identificadas, fomentar una adaptación continua a las tendencias del mercado, y fortalecer el vínculo entre la identidad cultural de los emprendimientos artesanales y sus estrategias de marketing digital. A continuación, se presentan recomendaciones clave que pueden guiar la evolución futura del proyecto y su adopción como modelo de capacitación para otros emprendedores.

Implementación de un programa de seguimiento personalizado: Para asegurar que los emprendedores continúen aplicando las herramientas y conocimientos adquiridos, se recomienda desarrollar un programa de seguimiento personalizado. Este programa podría incluir mentorías periódicas, sesiones de asesoría individual y retroalimentación sobre los avances en sus estrategias digitales. Al ofrecer apoyo continuo, se fortalecerá la implementación de las prácticas aprendidas y se abordarán las dificultades que puedan surgir.

Actualización continua de contenidos: Dado que el entorno digital evoluciona rápidamente, es necesario que el contenido de las capacitaciones se mantenga actualizado. Se recomienda incorporar sesiones de actualización periódicas que aborden las últimas tendencias en marketing digital, incluyendo nuevas herramientas, algoritmos de redes sociales, y estrategias emergentes. Esto permitirá a los emprendedores estar al día con las tendencias actuales y adaptar sus contenidos para mantenerse competitivos.

Desarrollo de materiales complementarios: Como parte de la continuidad del proyecto, se sugiere la creación de materiales complementarios como guías o manuales que los emprendedores puedan utilizar como referencia constante. La inclusión del PDF "Capacitación de marketing digital para emprendedores"

ha sido un inicio, y se podría ampliar con recursos específicos sobre branding, estrategias de contenido y optimización de campañas en redes sociales. Estos materiales deben ser fácilmente accesibles y estar disponibles en plataformas digitales para consulta en cualquier momento.

Integración del valor cultural y artesanal en la capacitación: Para que el proyecto continúe enfatizando la importancia del valor cultural y artesanal en los emprendimientos se recomienda que futuros módulos de capacitación incluyan contenidos específicos sobre cómo preservar y promover las tradiciones culturales y técnicas artesanales en el entorno digital con la utilización de materiales locales y sostenibles, y la promoción de prácticas éticas en la producción y comercialización.

Fortalecimiento de la identidad cultural como diferenciador de mercado: Para los emprendimientos artesanales, la identidad cultural puede ser un elemento clave de diferenciación en el mercado. Se sugiere que el proyecto continúe ayudando a los emprendedores a identificar y reforzar estos aspectos en su branding y marketing digital. Esto puede incluir la creación de estrategias que destaquen la autenticidad y la singularidad de sus productos, así como la conexión emocional con sus raíces culturales, atrayendo así a un público que valora y busca apoyar el patrimonio cultural.

Promoción de la sostenibilidad en los negocios artesanales: Es importante integrar prácticas sostenibles en los negocios artesanales, tanto en la producción como en la promoción digital. Recomendaciones sobre el uso de materiales ecológicos, reducción del desperdicio, y comunicación de estos valores a los clientes pueden diferenciar a los emprendedores por decir un ejemplo. Capacitar a los participantes en cómo integrar la sostenibilidad en su narrativa de marca y cómo comunicar efectivamente en sus estrategias de marketing digital puede aumentar su atractivo ante consumidores conscientes.

Al implementar estas recomendaciones, el proyecto no solo consolidará su éxito entre los emprendedores actuales, sino que también establecerá un estándar para futuros programas de capacitación en marketing digital. El enfoque en la actualización continua, la personalización de recursos, y la

integración de la identidad cultural y artesanal garantizarán que los emprendedores puedan mantenerse competitivos y relevantes en un entorno digital en constante cambio. Con estos ajustes y mejoras, el proyecto tiene el potencial de convertirse en un modelo replicable que puede ser adaptado a diversas comunidades, fomentando el desarrollo económico y cultural en un contexto más amplio.

BIBLIOGRAFÍA

- Caltabiano, G. (2021, November 19). Marketing en las redes sociales: cómo alcanzar los mejores resultados. Rock Content. Retrieved April 13, 2024, recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-en-las-redes-sociales>
- Concepto.de. (n.d.). Fundamentos teóricos. Recuperado de: <https://concepto.de/fundamentos-teoricos/>
- Fraguela, N. (2024). Historia de las Redes Sociales: cómo nacieron y cuál fue su evolución. Marketing4ecommerce. Recuperado de: <https://marketing4ecommerce.mx/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>
- Gómez, Leonardo. Mercadeo en las Redes Sociales: una guía estratégica. Park Publishing House, Apr 29, 2020.
- RD Station. (n.d.). ¿Qué son las redes sociales? RD Station. Recuperado el 13 de abril de 2024, de: <https://www.rdstation.com/es/redes-sociales/>
- Rodriguez Nolasco, G. (2017, enero 6). Una breve historia de las redes sociales.Hootsuite. Recuperado de: <https://blog.hootsuite.com/es/breve-historia-de-las-redes-sociales/>
- Samayoa, I. (n.d.). MARKETING EN REDES SOCIALES: SOCIAL MEDIA PARA PYMES. ISEADE. Retrieved April 13, 2024, recuperado de: <https://www.iseade.edu.sv/index.php/cpc/articulos/innovacion-y-tecnologi>

a/319-marketing-en-redes-sociales-social-media-para-pymes

- Santander. (s.f.). Economía naranja. Recuperado de: <https://www.santander.com/es/stories/economia-naranja>
- Schnarch Kirberg, Alejandro. *Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión*. 2da edición. Bogotá: Ecoe ediciones 2022.
- TRESMEDIA. (n.d.). tresmedia. Retrieved April 13, 2024, 10 formas de usar las redes sociales para impulsar el éxito de tu negocio recuperado de: <https://www.tres.pe/blog/formas-usar-redes-sociales-impulsar-exito-negocio/>
- Uribe Macías, Mario Enrique y Reinoso Lastra, Juan Fernando. *Emprendimiento y empresarismo*. Bogotá: Ediciones de la U. 1° ed. 2013. 126 p.
- Gómez, P. (2017). *Artesanía y Tradición Cultural: Un Patrimonio Vivo*. Editorial Arte y Cultura.
- Martínez, L., & Silva, R. (2019). *El Valor de lo Hecho a Mano: Una Aproximación a la Artesanía Contemporánea*. Fondo Editorial de la Universidad de Granada.
- Smith, J. (2015). *Cultural Heritage and Its Importance*. Oxford University Press.
- García, L., & Pérez, M. (2018). *Preservation of Cultural Identity Through Tradition*. Cambridge Cultural Review.

ANEXOS

- **Anexo 1. OFERTA TÉCNICA Y ECONÓMICA**

Fecha de presentación: 20 DE MAYO DE 2024

Capacitación de marketing digital en redes sociales a emprendimientos artesanales del barrio San Sebastián del distrito de Ciudad Delgado en San Salvador, 2024

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre de Ofertantes Número de carnet:

SANCHEZ PEREZ NANCY MAGALY SP17011

HERNANDEZ URBINA TATIANA MARGARITA HU17004

VASQUEZ SARAVIA NATHALY MARCELA VS17008

II. OFERTA TÉCNICA

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

Emprendimientos artesanales del Barrio San Sebastián de Ciudad Delgado

Gabita's Bisutería:

Gabita's Bisutería es un emprendimiento artesanal que se destaca por la creación y venta de joyería única y hecha a mano. Fundado en el año 2022, este negocio es gestionado por la propietaria, su esposo y su hermana, quienes operan desde un taller ubicado en su hogar en el Barrio San Sebastián de Ciudad Delgado. La decisión de establecer el taller en casa les permite un control minucioso sobre la calidad de sus productos y les brinda la oportunidad de infundir creatividad en cada pieza de bisutería que elaboran, lo que también les ha llevado a incursionar en el mundo digital mediante una página en Facebook, lo que les brinda la oportunidad de conectar con un público más amplio y diverso. Además, participan en ferias de emprendedores y eventos locales para dar a conocer su marca y fomentar el espíritu emprendedor en la comunidad.

Marbella's:

Marbella's es un emprendimiento que surgió en 2018 en el Barrio San Sebastián de Ciudad Delgado, dedicado al cuidado del cabello. La marca, que emplea a un equipo de 9 personas que rondan entre los 20 y 50 años, produce y distribuye una variedad de productos a nivel nacional. Su enfoque en la belleza y el cuidado capilar nació de la necesidad de satisfacer las demandas de hombres y mujeres que desean su cabello limpio, sedoso e hidratado. La marca ofrece una variedad de productos que van desde champús hasta mascarillas, con más de 18 fragancias diferentes disponibles. Además, la inclusión de champús matizantes para diferentes tonos de cabello demuestra su compromiso con la diversidad y la atención a las necesidades específicas de sus clientes. El apoyo a este emprendimiento se ha visto más demandado en academias relacionadas al rubro de la cosmetología quienes adquieren sus productos aún incluso cuando este emprendimiento se ha posicionado solo debido a la falta de apoyo de instituciones gubernamentales.

Artesanías Reyes:

Artesanías Reyes es un proyecto impulsado por dos personas (madre e hija) dedicadas a la artesanía local desde 2006. Su taller se ubica en Ciudad Delgado, donde muestran y venden sus productos tanto en ferias de emprendedores de la localidad así como en el Hospital Rosales, participando activamente en diversas actividades y eventos a los que encuentren oportunidad de asistir para expandir su alcance.

Cada uno de sus productos elaborados se basa principalmente en cuero, semillas y minerales. Además de ser una fuente de ingresos, el emprendimiento resalta el valor cultural y social que la artesanía aporta a la comunidad, mostrando su disposición para crecer y adaptarse a las dinámicas del mercado.

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo general de la asistencia técnica/capacitación

Fortalecer a tres emprendimientos artesanales del barrio San Sebastián de Ciudad Delgado en San Salvador durante el año 2024 en habilidades de marketing digital en redes sociales, por medio de capacitaciones.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Desarrollar un plan de capacitación en marketing digital que integre prácticas y estrategias actuales del campo, asegurando que el contenido esté respaldado por un análisis de tendencias, ofreciendo a los emprendimientos participantes una formación sólida y actualizada.

Diseñar un plan de capacitación personalizado para cada emprendimiento enfocado en las estrategias más relevantes del marketing digital para su nicho de mercado y productos.

Evaluar los resultados de la capacitación realizada mediante indicadores de desempeño previamente establecidos, como el aumento en el número de seguidores en redes sociales, el incremento de interacción y el aumento en las ventas.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

Se trabajará en capacitaciones constantes brindadas a los emprendimientos artesanales del Barrio San Sebastián de Ciudad Delgado antes descritos, con las cuales se les instruirá acerca del marketing digital en redes sociales para poder potenciar sus negocios a través de estas plataformas, dichas capacitaciones se llevarán a cabo de manera virtual en reuniones por google meet los días sábados desde las 8:00 pm a 9:00 pm aproximadamente, durante los meses de mayo y junio contabilizando 8 capacitaciones en total.

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

- a) Plan de capacitación
- b) Capacitación en marketing digital
- c) Informe final

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

128 horas efectivas, de las cuales un 50% será trabajado junto con los emprendimientos artesanales del Barrio San Sebastián de Ciudad Delgado, entre capacitación, consultas y asesorías solicitadas, y el 50% restante será

destinado a la elaboración de material informativo acerca de los temas a abordar en la capacitación, elaboración de informes por parte del equipo de trabajo y evaluación del progreso de capacitación.

Se desarrollará en un plazo no máximo de 8 semanas a partir de la firma de contrato.

6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS¹

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SEMANAS								H
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Planificación de contenidos del Plan de capacitación y preparación de material didáctico.	8	8	8	8	8	8	8	8	64
Capacitación en marketing digital y asesorías	8	8	8	8	8	8	8	8	64
TOTALES	16	16	16	16	16	16	16	16	128

¹ En el caso de capacitación se deberá agregar como anexo la carta didáctica.

III. OFERTA ECONÓMICA

1. COSTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA O CAPACITACIÓN

Detalle	Dólares	%
Planificación de contenidos del Plan de capacitación y preparación de material didáctico.	\$832.00	50%
Capacitación en marketing digital	\$832.00	50%
TOTAL	\$1664.00	100%

2. DURACIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia tendrá una duración de 128 horas efectivas en un plazo no mayor a 8 semanas contabilizadas a partir de la firma del contrato.

3. PRESUPUESTO DEL PLAN DE ACTIVIDADES

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	No. DE HORAS CONSULTOR			COSTO
	Empresa	Oficina	Total	
Planificación de contenidos del Plan de capacitación y preparación de material		64	64	\$832.00

Capacitación de marketing digital en redes sociales a emprendimientos artesanales del Barrio San Sebastián del distrito de Ciudad Delgado en San Salvador, 2024

didáctico.				
Capacitación en marketing digital	64		64	\$832.00
TOTAL	64	64	128	\$1,664.00

4. PERSONAL ASIGNADO

ACTIVIDAD	Consultor asignado	Funciones en el Proyecto	Horas Consultor Comprometidas	COSTO
Planificación de contenidos del Plan de capacitación y preparación de material didáctico.	Equipo de gestores	Gestor	64	\$1560.00
Capacitación en marketing digital	Equipo de gestores	Gestor	64	\$104.00
TOTAL			128	\$1664.00

Nombres de ofertantes.

Nathaly Marcela Vásquez Saravia

Nancy Magaly Sánchez Pérez

Tatiana Margarita Hernandez Urbina

CARTA DIDÁCTICA Universidad de El Salvador Facultad de Ciencias y Humanidades Escuela de Artes Curso de Especialización “El Arte en la gestión cultural” Año: 2024 Tiempo: 8 semanas Nombre del proyecto: Capacitación de marketing digital en redes sociales a emprendimientos artesanales del barrio San Sebastián del distrito de Ciudad Delgado en San Salvador, 2024 OBJETIVOS ESPECÍFICOS: Desarrollar un plan de capacitación en marketing digital que integre prácticas y estrategias actuales del campo, asegurando que el contenido esté respaldado por un análisis de tendencias, ofreciendo a los emprendimientos participantes una formación sólida y actualizada. Diseñar un plan de capacitación personalizado para cada emprendimiento enfocado en las estrategias más relevantes del marketing digital para su nicho de mercado y productos. Evaluar los resultados de la capacitación realizada mediante indicadores de desempeño previamente establecidos, como el aumento en el número de seguidores en redes sociales, el incremento de interacción y el aumento en las ventas. RESPONSABLES: Nancy Magaly Sánchez Pérez Tatiana Margarita Hernandez Urbina Nathaly Marcela Vásquez Saravia				
Secuencia de contenidos	Pasos Metodológicos.	Criterios de evaluación	Retroalimentación	Recursos
Aspectos generales de identidad gráfica y su importancia	1ra semana (1 hora) Presentación del equipo gestor. Saludo de bienvenida. Abordaje de que es la identidad gráfica (15 min) Elementos de identidad gráfica (15 min) Como estructurar una identidad gráfica (15 min) Espacio de preguntas y respuestas. Despedida.	Valorar los conocimientos previos de los involucrados en cuanto a identidad gráfica y marketing digital. Formativa Su valor será cualitativo, tomando en cuenta la participación activa de los involucrados durante cada sesión.	La retroalimentación de los temas expuestos se realizará al inicio de cada sesión, a partir de la segunda semana, mediante una serie de preguntas y respuestas acerca del tema de la sesión anterior para mantener fresco el contenido, y poder llevar de manera más coherente la información.	Todos los recursos didácticos necesarios. Diapositivas para cada sesión con los temas a desarrollar.
Creación y usos correctos de la identidad gráfica	2da semana (1 hora) Saludo inicial. Retroalimentación (10min) Explicación sobre cómo adaptar la identidad gráfica redes sociales (20min) Importancia del packaging (15min) Otras aplicaciones de identidad gráfica (10min) Preguntas y respuestas (5min) Despedida.	Sumativa: Considerando, avances obtenidos y mejora en sus marcas gracias a la comprensión y aprendizaje de los temas facilitados. evolucionando de manera		Ejemplos mediante imágenes y videos. Software de edición de fotos y videos como capcut, tiktok, canva, etc. para la parte práctica.
Importancia del marketing digital en redes sociales	3ra semana (1 hora) Saludo Retroalimentación (5min) ¿Que son las redes sociales? (15min) Marketing digital en redes sociales (15 min) Presencia de marca gracias al			Material digital informativo de los

Capacitación de marketing digital en redes sociales a emprendimientos artesanales del Barrio San Sebastián del distrito de Ciudad Delgado en San Salvador, 2024

	Marketing digital con el uso de Meta Business (15min) Preguntas y respuestas (10min) Despedida.	favorable en las plataformas digitales teniendo una mayor presencia y reconocimiento.	temas abordados. Infografías.
Cómo generar buen contenido: recomendaciones para toma de fotografías y formatos para post e historias.	4ta semana (1 hora) Saludo. Retroalimentación (5min) Conceptos básicos de fotografía (15min) Recomendaciones para toma de fotografías con celular (15min) Ejemplos de artes para redes sociales y fotografías (15min) Preguntas y respuestas (10min) Despedida.	Competencias a desarrollar: Participación activa. Valorar conductas:	
Cómo tomar buenos videos en formato vertical para reels y tiktok.	5ta semana (1 hora) Saludo. Retroalimentación (5min) Explicación del formato correcto para video de tiktok y reel (15min) Indicaciones para tomar un buen video con celular(15min) Ejemplos de videos tomados con celular y Ejercicio práctico de toma de video con celular (15min) Preguntas y respuestas (10min) Despedida	medición de conocimiento con preguntas y respuestas. Mejora de la imagen en redes sociales. Mayor alcance y reconocimiento de nuevos clientes gracias al marketing digital facilitado a través de las capacitaciones .	
Utilización de canva para post, y uso de chatgpt para copys. Marketplace como herramienta.	6ta semana (1 hora) Saludo Retroalimentación (5min) Explicación del uso de canva y sus utilidades para crear contenido. (15min) Uso de chatgpt para optimizar la creación de textos que acompañan las publicaciones. (15min) Uso de marketplace para expandir ventas (15min) Preguntas y respuestas (10min) Despedida.		
Ediciones de video en capcut y tiktok.	7ma semana (1 hora) Saludo. Retroalimentación (5min) Explicación de interfaz de capcut y herramientas principales (15min) Ejemplo de edición de video en capcut (15min) Explicación de edición de video en tiktok y manera correcta de publicarlos (15min) Preguntas y respuestas Despedida.		
Interacción con los beneficiarios:	8va semana (1 hora) Saludo de capacitación final. Aclaración de dudas a partir de		

comentarios, aclaración de dudas, etc.	los contenidos vistos, participación activa, ejercicios prácticos apoyo en Explicación de cómo subir contenido a redes y demás dudas que puedan surgir (45min) Despedida y agradecimientos (15min)			
--	---	--	--	--

Fig.42: Carta didáctica. Elaboración propia

- Anexo 2. Evidencia fotográfica.

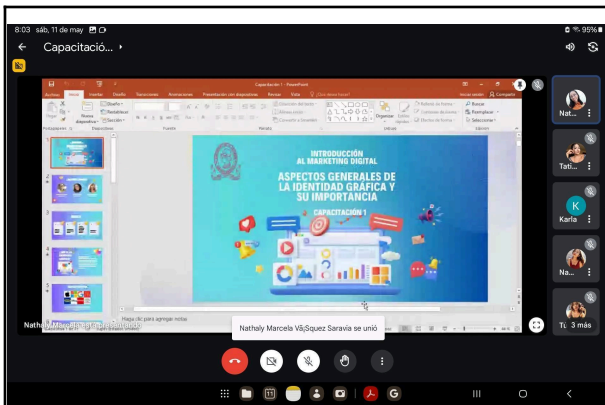


Fig 43. Capacitación 1. Elaboración propia

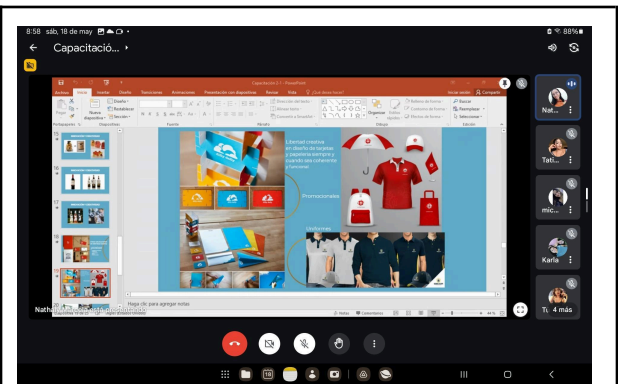


Fig 44. Capacitación 2. Elaboración propia



Fig 45. Capacitación 3. Elaboración propia



Fig 46. Capacitación 4. Elaboración propia

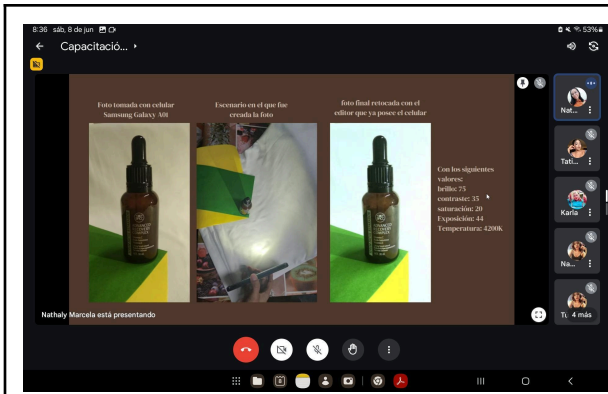


Fig 47. Capacitación 5. Elaboración propia

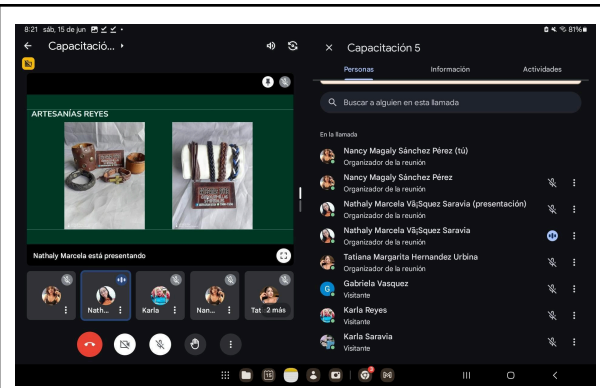


Fig 48. Capacitación 6. Elaboración propia

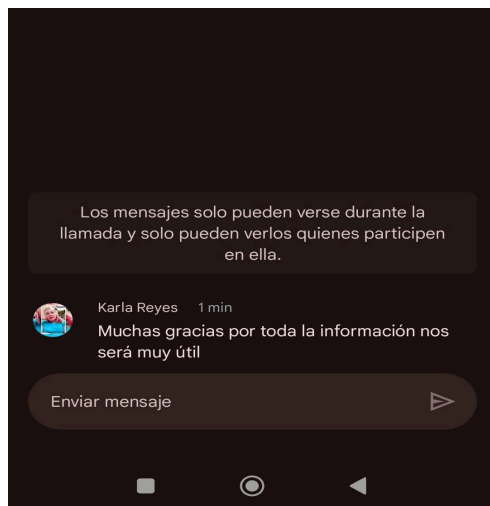


Fig 49. Participantes. Elaboración propia

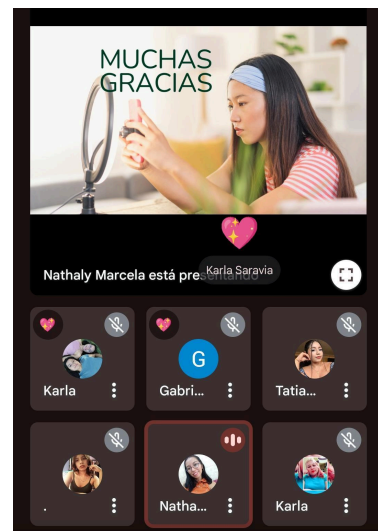


Fig 50. Participantes. Elaboración propia

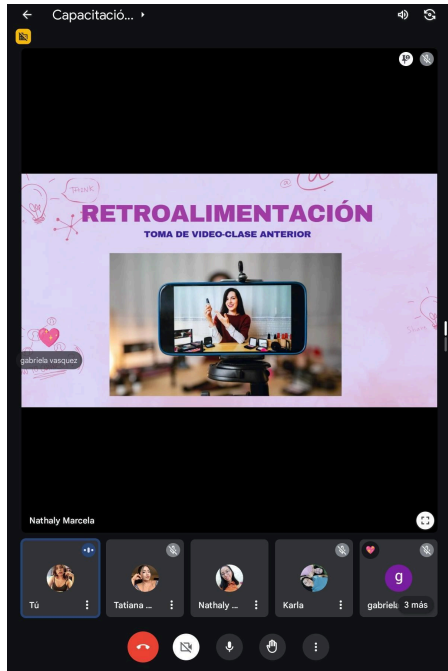


Fig 51. Capacitación 6. Elaboración propia

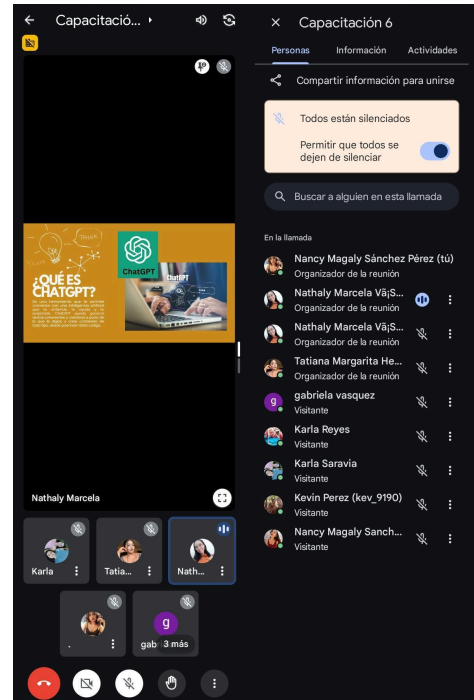


Fig 52. Capacitación 6. Elaboración propia



Fig 53. Capacitación 6. Elaboración propia

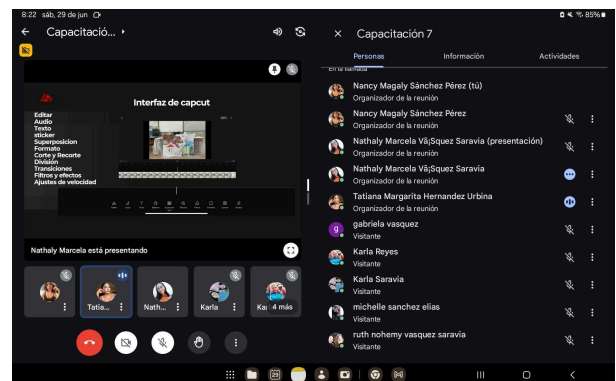


Fig 54. Capacitación 7. Elaboración propia

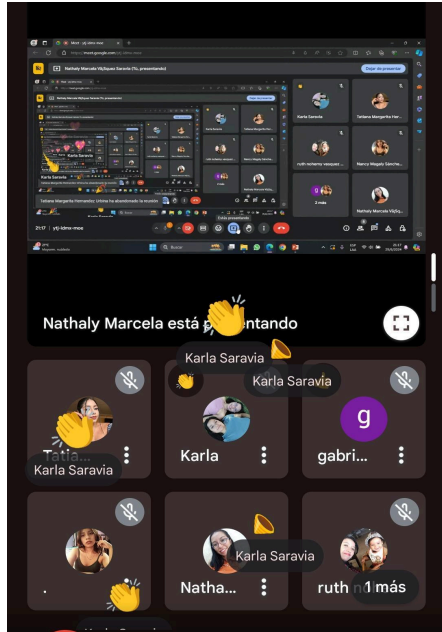


Fig 55. Participantes. Elaboración propia

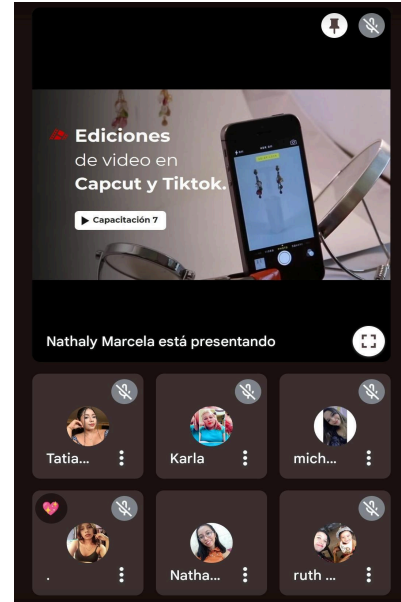


Fig 56. Capacitación 7. Elaboración propia

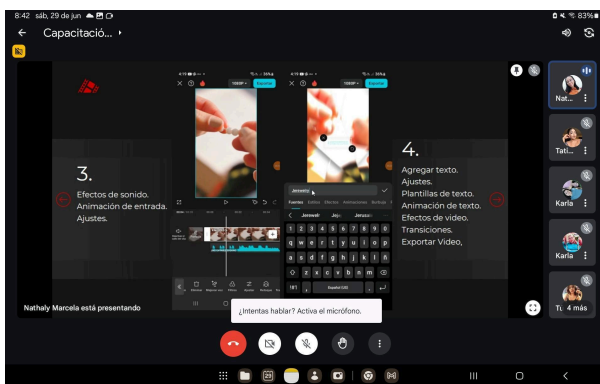


Fig 57. Capacitación 7. Elaboración propia

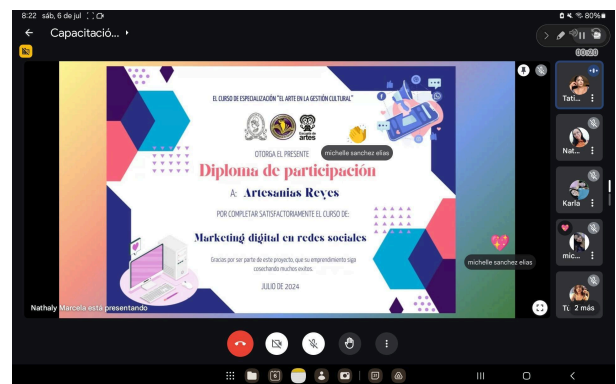


Fig 58. Capacitación 8. Elaboración propia



Fig 59. Capacitación 8. Elaboración propia



Fig 60. Capacitación 8. Elaboración propia

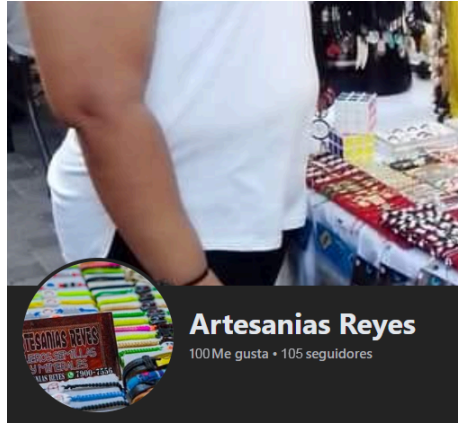


Fig. 61: Cantidad de seguidores de Artesanías Reyes en marzo de 2024, Fuente: Fanpage de Facebook de Artesanías Reyes.

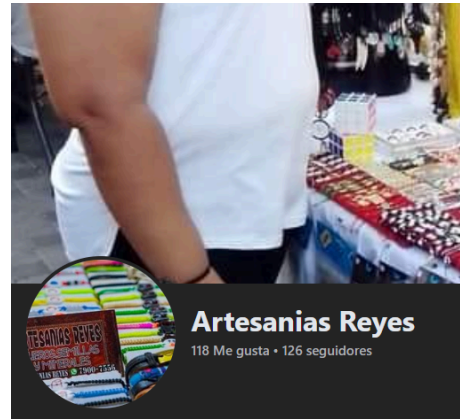


Fig. 62: Cantidad de seguidores de Artesanías Reyes en agosto de 2024, Fuente: Fanpage de Facebook de Artesanías Reyes.



Fig. 63: Cantidad de seguidores de Gabitas Bisutería en marzo de 2024, Fuente: Fanpage de Facebook de Gabitas Bisutería.



Fig. 64: Cantidad de seguidores de Gabitas Bisutería en agosto de 2024, Fuente: Fanpage de Facebook de Gabitas Bisutería.



Fig. 65: Cantidad de seguidores de Marbellas Luxury en marzo de 2024, Fuente: Fanpage de Facebook de Marbellas Luxury.



Fig. 66: Cantidad de seguidores de Marbellas Luxury en agosto de 2024, Fuente: Fanpage de Facebook de Marbellas Luxury.



Fig 67. Post publicitarios de Artesanías Reyes. Fuente: Karla Reyes propietaria de Artesanías Reyes.



Fig 68. Post publicitarios de Marbellas Luxury. Fuente: Michel Sánchez propietaria de Marbellas Luxury.



Fig 69. Post publicitarios de Marbellas Luxury. Fuente: Michel Sánchez propietaria de Marbellas Luxury.



Fig 70. Post publicitarios de Gabitas Bisutería. Fuente: Gabriela Vásquez propietaria de Gabitas Bisutería.



Fig 71. Diplomas de participación de final de capacitaciones para los emprendimientos. Fuente: autoría propia

- **Anexo 3. Protocolo**

1. TÍTULO

Capacitación de marketing digital en redes sociales a emprendimientos artesanales del Barrio San Sebastián del distrito de Ciudad Delgado en San Salvador, 2024.

2. ELEMENTOS CONTEXTUALES.

Destinatarios/Usuarios/Beneficiarios/Público:

Los destinatarios de este proyecto son los emprendimientos artesanales del barrio San Sebastián de Ciudad Delgado en San Salvador, específicamente Gabitás bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's. Este público objetivo está compuesto por emprendedores desde los propietarios, así como sus colaboradores, en un aproximado de 14 personas, que comprenden entre el rango de 20 a 62 años de edad, con un nivel socioeconómico medio-bajo/medio-alto, dedicados a la fabricación y venta de bisutería artesanal y productos de cuidado del cabello siempre con el objetivo de elaboración artesanal, que si

bien no poseen tiendas físicas, sus talleres se encuentran ubicados en el Barrio San Sebastián del distrito de Ciudad Delgado. Cada negocio se maneja por medio de redes sociales para el contacto directo con sus clientes (Facebook y WhatsApp) añadiendo distintas ferias de emprendimientos a las que tienen oportunidad de participar y darse a conocer. Estos emprendedores representan una parte vital de la economía local y tienen el potencial de expandir su alcance y aumentar sus ventas a través del marketing digital por lo que es esencial comprender sus necesidades, desafíos y aspiraciones para diseñar un plan de capacitación que sean relevantes y efectivas para ellos según su área de producción.

El apoyo se brindará a través de la capacitación especializada en gestión de redes sociales haciendo uso de los recursos digitales y materiales que puedan tener disponibles. Con el diseño y desarrollo de una identidad gráfica sólida con el debido asesoramiento continuo, la forma correcta de cómo utilizarlo en la visibilidad hacia sus productos marcando un sello único y seguimiento para garantizar la implementación efectiva de las estrategias aprendidas.

Dinámica territorial:

El barrio San Sebastián de Ciudad Delgado en San Salvador es el espacio territorial donde se llevará a cabo este proyecto. Esta área se caracteriza por ser una comunidad urbana con presencia de pequeños emprendimientos y comercios locales que buscan potenciar sus negocios más allá del municipio y departamento.

Además, el barrio San Sebastián de Ciudad Delgado está estratégicamente ubicado debido a que la comunidad está en constante movimiento en conjunto a otras, con ferias de emprendimientos y eventos ya sea en fines de semana, en fechas de celebraciones importantes, etc., que atraen tanto a residentes locales como a visitantes de otras zonas de la ciudad y del país.

En este contexto, el proyecto de capacitación en marketing digital no solo busca aprovechar las oportunidades que los emprendedores han ido tomando para sus negocios sino también fortalecer sus habilidades en línea, ya que no solo ampliará su alcance en redes y aumento de ventas, sino que también contribuyan al desarrollo económico y social de la comunidad en su conjunto.

El municipio de Ciudad Delgado, ubicado en el departamento de San Salvador, El Salvador, tiene una historia rica y diversa que abarca desde su fundación hasta su nombramiento como municipio. Se puede observar que el proceso de consolidación y desarrollo de este municipio fue gradual y marcado por diversas etapas de cambio y evolución administrativa.

En cuanto a su fundación, se remonta a la era precolombina, donde la zona que ahora ocupa Ciudad Delgado era habitada por tribus indígenas como los Acolhuas, los Yaquis o pipiles, y los Texincas. Estos pueblos, con sus propias culturas y lenguas, fueron posteriormente influenciados por la llegada de los españoles, quienes cambiaron los nombres originales de los pueblos por Santiago Aculhuaca, Nuestra Señora de la Asunción de Paleca y San Sebastián Texinca. La evolución administrativa se evidencia en su transformación desde tres barrios separados (Paleca, San Sebastián y Aculhuaca) a villa y finalmente a ciudad. Esta evolución se consolidó mediante la fusión de estos barrios en 1935, bajo el nombre de Villa Delgado. Este cambio fue impulsado por la necesidad de mejorar la administración local y superar las rivalidades internas, por lo que el reconocimiento oficial de Villa Delgado como ciudad ocurrió en 1968, después de varios intentos de solicitud a lo largo de ocho años. Este proceso de elevación se basó en una serie de méritos que el municipio había alcanzado, incluyendo un notable crecimiento poblacional, mejoras en infraestructura, servicios públicos y desarrollo económico. Estos logros fueron el resultado de esfuerzos continuos por parte de la administración local y la comunidad para mejorar la calidad de vida en el municipio.

A partir del 1 de mayo de 2024, Ciudad Delgado se incorpora al distrito de San Salvador Centro como uno de los cinco municipios que componen esta área. Esta reestructuración municipal es el resultado de la "Ley de reestructuración municipal" aprobada el 7 de junio a solicitud del presidente Nayib Bukele. Esta ley reduce el número total de municipios en El Salvador de 262 a 44, con el objetivo de mejorar la eficiencia administrativa y la prestación de servicios públicos.

La nueva división político-administrativa solamente elimina los concejos municipales y los empleados de confianza de los concejales. En el caso de Ciudad Delgado, ahora forma parte de un distrito más amplio que incluye otros municipios como Ayutuxtepeque, Mejicanos, San Salvador y Cuscatancingo. Esta reorganización territorial también implica cambios en la estructura interna de los municipios, con algunos teniendo un solo distrito y otros hasta 20 distritos. En el caso específico de Ciudad Delgado, su integración en el distrito de San Salvador Centro puede implicar ajustes en la gestión municipal y la distribución de recursos para adaptarse a esta nueva estructura.

En cuanto a su administración territorial, Ciudad Delgado se divide en 8 cantones y 171 caseríos. Cada cantón tiene su propia identidad y contribuye al funcionamiento general del municipio. Este sistema administrativo descentralizado permite una gestión más eficiente de los recursos y una mayor participación de la comunidad en los asuntos locales.

En términos de turismo, Ciudad Delgado ofrece una variedad de atracciones y actividades para visitantes y residentes por igual. Entre los lugares recomendados para visitar se encuentran el río Las Cañas, el cerro El Milingo, canchas y parques recreativos, la Casa de la Cultura y la Casa de la Juventud "Jorge Shafick Hándal", el parque acuático y el polideportivo. Estas opciones turísticas reflejan la diversidad natural y cultural del municipio, brindando oportunidades para el esparcimiento y la recreación.

En cuanto a la cultura, las fiestas patronales de Ciudad Delgado se celebran el 25 de julio en honor a Santiago Apóstol. Estas festividades son ocasiones especiales que reúnen a la comunidad en torno a actividades religiosas, culturales y recreativas. Además, la identidad cultural del municipio se refleja en sus tradiciones, costumbres y eventos locales, que contribuyen a fortalecer el sentido de pertenencia y la cohesión social entre los habitantes. Se adjunta mapa de la localización del barrio San Sebastián de Ciudad Delgado:

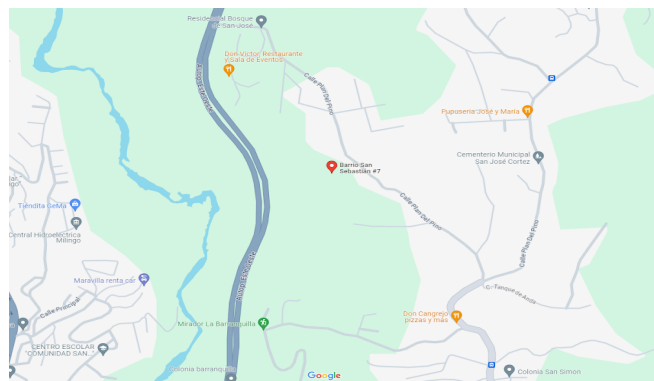


Fig. 72: Ubicación geográfica del barrio San Sebastian, distrito Ciudad Delgado, recuperado de <https://www.google.com/maps>

Cada emprendimiento, que ha surgido en el barrio San Sebastián de Ciudad Delgado, se ha ido creando en diferente año.

Gabita's Bisutería: es un emprendimiento artesanal desde el 2022 dedicado a la creación y venta de joyería única y hecha a mano, con el objetivo de expandir su alcance más allá de su localidad en el Barrio San Sebastián. Aunque no cuenta con una tienda física, la propietaria, junto con su esposo y su hermana, han establecido un taller en su hogar, donde se elaboran cuidadosamente todas las piezas de bisutería. Esta decisión les permite

controlar de cerca la calidad de sus productos y tener de primera mano la creatividad en el proceso de fabricación, generando un impacto positivo en la comunidad local, al ofrecer sus productos artesanales y promoviendo la creatividad y el emprendimiento dentro del barrio. A través de su participación en ferias de emprendedores y eventos locales, buscan no solo dar a conocer su marca, sino también inspirar a otros residentes a seguir sus pasos en el mundo del emprendimiento. Además de su presencia física en el barrio, Gabita's Bisutería ha dado un paso adelante en el mundo digital al establecer una página en redes sociales, específicamente en Facebook. Esta plataforma les brinda la oportunidad de llegar a un público más amplio y diverso, más allá de las fronteras geográficas de su localidad buscando conectar con clientes potenciales y compartir su pasión por la joyería artesanal.



Fig. 73 y 74 Productos y personas involucradas del emprendimiento Gabita's Bisutería, fotografías proporcionadas por Gabita's Bisutería.

Artesanías Reyes: Es un proyecto impulsado por dos personas comprometidas con la artesanía local, quienes dedican su tiempo y esfuerzo mostrando y vendiendo sus productos tanto en Ciudad Delgado como en el Hospital Rosales, además de participar en diversas actividades y ferias que les brindan la oportunidad. Su presencia en eventos fuera de su localidad demuestra su interés en expandir su alcance y llegar a nuevos públicos. Inspirados por la pasión por las artesanías y la necesidad de encontrar una fuente de ingresos desde el año 2006, Artesanías Reyes ha sido una vía para salir adelante y generar un sustento económico. Su compromiso con la calidad y la creatividad se refleja en cada uno de sus productos, elaborados principalmente con cuero, semillas, y distintos minerales los cuales ofrecen a través de su página de Facebook, Artesanías Reyes. Este testimonio refleja no solo la importancia del emprendimiento como una alternativa económica en contextos donde el empleo formal puede ser escaso, sino también el valor cultural y social que la artesanía aporta a la comunidad. La participación activa en ferias y eventos muestra su disposición para crecer y adaptarse a las dinámicas del mercado, lo que sugiere un potencial prometedor para aprovechar las oportunidades que brinda el marketing digital en redes sociales.



Fig. 75 Participación en feria de emprendimiento de Artesanías Reyes, recuperado de Fanpage "Artesanías Reyes".

Marbella's: surgió en el 2018 como una iniciativa de emprendimiento donde de poco a poco ha ido creciendo y actualmente su bodega se encuentra ubicada en Ciudad Delgado, siempre en el barrio San Sebastián, desde donde producen y distribuyen sus productos a nivel nacional, hasta evolucionar para convertirse en una marca que ahora emplea a un equipo de 9 personas. La inspiración para el nombre Marbella's proviene de la combinación del segundo nombre de la madre del emprendedor, Maribel, y la ciudad de Marbella, que tiene un significado especial para ellos. Esta conexión personal con el nombre refleja el compromiso y la pasión detrás del negocio.

El enfoque de Marbella's en la belleza y el cuidado del cabello nació de la necesidad de satisfacer las demandas tanto de mujeres como de hombres de mantener su cabello limpio, sedoso e hidratado. La variedad de productos ofrecidos, que incluyen diferentes tipos de champús, mascarillas, alisados, gotas, proteínas y acondicionadores, lo cual demuestra una diversidad para satisfacer las necesidades de una amplia gama de clientes. Con más de 18 fragancias diferentes, Marbella's ofrece una experiencia única para sus clientes, con opciones que van desde keratina y coco hasta menta y romero. Además, la inclusión de champús exclusivos, como el champú frío que proporciona una sensación refrescante en el cuero cabelludo, y champús matizantes para diferentes tonos de cabello, garantizando la atención al detalle y la innovación dentro de la marca.



Fig. 76 Productos del catálogo del emprendimiento Marbella's, recuperado de fanpage Marbella's Luxury

La historia rica y evolución administrativa de Ciudad Delgado, junto con su reciente integración al distrito de San Salvador Centro, establece el escenario para una colaboración municipal más amplia en pos del desarrollo económico y social. En este entorno, los emprendimientos artesanales en el barrio San Sebastián representan la diversidad y la creatividad de la comunidad local. Desde Gabita's Bisutería hasta Artesanías Reyes y Marbella's, donde cada negocio se ha impulsado buscando sus propias oportunidades. Es por lo cual, el proyecto busca capitalizar esta diversidad y promover la innovación a través de estrategias digitales. Al dotar a los emprendedores locales con habilidades en línea, se fortalece el tejido económico y cultural del barrio, generando oportunidades de crecimiento y desarrollo para toda la comunidad ya sea de manera directa o indirecta.

Dinámica sectorial

El sector de los emprendimientos artesanales en el barrio San Sebastián de Ciudad Delgado. Es en este sector han surgido los emprendimientos de manera individual, cada uno en diferente tiempo, como se menciona en el anterior punto, con diferentes objetivos, pero teniendo en común la parte artesanal de sus productos. Cada negocio se ha visto desarrollándose de maneras distintas ya que la manera en que han crecido ha sido con diferentes oportunidades que se les brindan en cuanto a ferias de emprendedores o simplemente por su propia cuenta, en este caso Gabita's bisutería no ha recibido apoyo de alguna institución gubernamental ni otros centros de capacitación, a diferencia de Artesanías Reyes quienes por su parte, el apoyo que por el momento tienen brindado es por medio de la alcaldía de Ciudad Delgado para el espacio de venta en zonas estratégicas para emprendedores: en cuanto a Marbella's, mencionan una falta de respaldo institucional aunque parte de sus productos se venden usualmente a academias del rubro donde han obtenido relaciones de negocio de manera regular, por lo que los principales beneficiarios de este proyecto son precisamente los emprendedores artesanales del Barrio San Sebastián, quienes no solo recibirán capacitación y apoyo en marketing digital, sino que a partir de esto, también contribuirán activamente a la promoción y preservación de la cultura local a través de sus productos y actividades. Su participación en el proyecto no solo les brinda herramientas para mejorar sus negocios, sino que también fortalece su conexión con la comunidad y su identidad cultural.

La creciente tendencia hacia el consumo local y sostenible representa un factor positivo y fundamental para la intervención. Los consumidores que muchas veces son de la misma municipalidad o turistas, valoran la autenticidad, la calidad y la historia detrás de los productos artesanales, lo que crea una demanda estable y por ende un crecimiento que les permite participar de manera regular en varias actividades dedicadas a dar a conocer a los emprendedores.

Por último, el acceso cada vez mayor a internet y las redes sociales amplía significativamente el alcance y la visibilidad de los emprendedores locales. Plataformas como Facebook donde los emprendimientos involucrados tienen acceso, ofrecen la oportunidad de promocionar sus productos, interactuar con los clientes y establecer conexiones con nuevos mercados sin los costos asociados de una presencia física en mercados más grandes. Esta accesibilidad digital democratiza el espacio comercial y brinda a los emprendedores una herramienta poderosa para impulsar el crecimiento de sus negocios, sin embargo, aunque no tengan un alcance tan grande como desearían, debido a que no tienen conocimientos o estrategias que se acople a las tendencias actuales es que buscan una forma de tener una base más sólida y que los identifique para llegar a más clientes potenciales.

3. DIAGNÓSTICO.

Gabitas bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's tienen una presencia mínima en plataformas digitales y redes sociales. Aunque pueden tener perfiles en redes sociales, en este caso, Facebook y comunicación con WhatsApp, estos suelen ser poco activos y carecen de contenido que pueda ser atractivo visualmente para su audiencia. Por lo que la falta de una presencia sólida en línea limita la capacidad de estos emprendimientos para llegar a nuevos clientes y promover sus productos más allá de su alcance local. Los emprendedores carecen de conocimientos en marketing digital. Pueden estar familiarizados con conceptos muy básicos, pero tienen dificultades para aplicar estrategias efectivas como calendarización de contenido o fotografía de producto para las publicaciones o catálogo digital en sus propios negocios ya que desconocen herramientas de análisis para evaluar el rendimiento de sus respectivos negocios como por ejemplo la plataforma de Meta Business que sirve para administrar cuentas de diferentes redes sociales de un mismo negocio. Eso incluye al uso muy poco frecuente de aprovechar tendencias actuales o conocer el tipo de personas que visitan sus diferentes redes agregando de que sus productos si bien son de calidad, no hay un movimiento constante digitalmente, teniendo en cuenta que muchos negocios actuales se manejan por medio de tener una identidad gráfica bien definida y seguir diversas novedades que se ajusten a promocionar y crecer sus negocios. Por lo que en un mundo cada vez más digitalizado, es crucial que los emprendimientos artesanales de este proyecto se adapten a las nuevas tendencias de consumo y canales de venta.

Se han determinado distintos puntos a tratar para la generación de dicho proyecto ya que, al conocer y evaluar cada emprendimiento, se han encontrado los siguientes aspectos:

Necesidad o problema	Causas del problema	Prioridad del problema
Los emprendimientos artesanales en el Barrio San Sebastián enfrentan una necesidad crítica de mejorar su presencia y desempeño en el ámbito digital.	La falta de conocimientos y herramientas que pudieran funcionar en el ámbito del marketing digital por parte de los emprendedores es una causa fundamental del problema.	Abordar este problema se convierte en una prioridad estratégica para asegurar el éxito y la sostenibilidad a largo plazo de los emprendimientos
A pesar de ofrecer productos de calidad, su limitada presencia en plataformas digitales y redes sociales les impide alcanzar un mercado más amplio y maximizar su potencial de crecimiento.	Aunque pueden tener perfiles en redes sociales, carecen de habilidades para crear contenido atractivo y relevante que genere interacción y aumente su visibilidad en línea.	Mejorar su presencia y desempeño en línea no solo les permitirá llegar a nuevos clientes y expandir su alcance geográfico, sino que también fortalecerá su posición en el mercado frente a competidores más digitales y sofisticados.
La falta de una estrategia de marketing digital efectiva y habilidades en gestión de redes sociales constituyen barreras significativas para su éxito y competitividad en el mercado actual.	La identidad de marca sólida dificulta su diferenciación en el mercado y la conexión emocional con los clientes.	Dada la creciente importancia del comercio digital y las redes sociales, la implementación efectiva de estrategias de marketing digital y desarrollo de marca se convierte en un factor para el éxito empresarial en el entorno actual.

<p>La adaptación al entorno digital se vuelve prioritario para estos emprendimientos, ya que cada vez más consumidores realizan compras en línea y buscan información sobre productos y servicios a través de internet.</p>	<p>La falta de seguimiento de tendencias y herramientas de análisis adecuadas dificulta aún más la situación al limitar su capacidad para comprender y adaptarse a las demandas del mercado digital en constante cambio.</p>	<p>La falta de acción frente a este problema podría resultar en una pérdida significativa de oportunidades de crecimiento y un debilitamiento de la posición competitiva de los emprendimientos artesanales en el mercado digital.</p>
---	--	--

A pesar de estos desafíos, Gabitas bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's tienen un potencial significativo para crecer y expandirse en el mercado digital. Su enfoque en productos únicos y artesanales los hace atractivos para una audiencia más amplia, pero es necesario mejorar su visibilidad y estrategias de promoción en línea para capitalizar este potencial dando paso a que cada vez sean más reconocidos sus negocios.

4. OBJETIVO GENERAL.

Capacitar a emprendimientos artesanales del barrio San Sebastián de Ciudad Delgado en San Salvador durante el año 2024 en habilidades de marketing digital en redes sociales, con el fin de fortalecer su presencia en línea y aumentar su visibilidad y ventas.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

Desarrollar un plan de capacitación en marketing digital que integre prácticas y estrategias actuales del campo, asegurando que el contenido esté respaldado por un análisis de tendencias, ofreciendo a los emprendimientos participantes una formación sólida y actualizada.

Diseñar un plan de capacitación personalizado para cada emprendimiento enfocado en las estrategias más relevantes del marketing digital para su nicho de mercado y productos.

Rediseñar la identidad gráfica de los emprendimientos participantes apoyándose con sus valores, productos y cultura de la marca.

Evaluar los resultados de la capacitación realizada mediante indicadores de desempeño previamente establecidos, como el aumento en el número de seguidores en redes sociales, el incremento de interacción y el aumento en las ventas.

6. FUNDAMENTACIÓN.

En el dinámico mundo del marketing digital y las redes sociales, comprender los fundamentos teóricos es imprescindible. Desde la historia del marketing hasta los principios que impulsan los emprendimientos, cada aspecto se entrelaza en la compleja red de estrategias y técnicas que definen el éxito en el ámbito empresarial actual. Conocer estos datos teóricos no sólo proporciona un contexto invaluable, sino que también ofrece una visión clara de cómo el marketing impulsa la innovación y el crecimiento en los emprendimientos. En este sentido, comprender la evolución del marketing y su papel esencial en la era digital se convierte en un activo indispensable para quienes buscan sobresalir en un mundo cada vez más competitivo y en constante cambio.

Marketing digital en redes sociales:

Es una técnica que involucra acciones de posicionamiento, difusión de marca e incluso procesos de venta en redes sociales. Se trata de encontrar a tu audiencia en las redes

sociales para que tu marca esté presente en la cotidianidad de las personas. De esa forma, te vuelves más conocido y relevante para tu audiencia.

¿Por qué hacer Marketing en redes sociales?

Desde su surgimiento las redes sociales se convirtieron en parte de los planes de marketing de la mayoría de empresas. Aportaron una proximidad con el público que nunca antes había existido y que transformó las relaciones entre marcas y consumidores.

Como resultado, las marcas pudieron percibir innumerables beneficios de participar en este entorno y comunicarse directamente con su audiencia.

Cómo nació el Marketing

En los años 90's surgió la primera versión de Internet, un poco diferente a la que conocemos hoy: la llamada Web 1.0. Este viejo Internet no permitía la interacción de los usuarios con páginas web de manera activa, pero dejaba que encontrarán información en un sistema de búsquedas simple.

Era como una biblioteca en la que entrabas, encontrabas lo que querías, pero no se podía alterar el contenido que encontraste, en este momento primitivo del Internet se creó el término "Marketing Digital", no obstante, todavía era muy parecido al marketing tradicional, pues la comunicación era unilateral, hecha por la empresa en un sitio institucional, y el consumidor tan solo recibía pasivamente el contenido, sin una interacción cercana entre las dos partes.

En 1993, los usuarios de Internet comenzaron a relacionarse más con las empresas que anunciaban en la web, ya que en esta época surgieron los primeros anuncios en los que se podía hacer clic, sin embargo, fue tan solo hasta el año 2000 que el marketing digital se hizo más parecido a lo que conocemos hoy en día. La llegada de la Web 2.0 permitió que cualquier persona se convirtiera en un productor de contenidos, lo que hizo más democrático el flujo de la comunicación digital.

Hay investigaciones que apuntan a otros cambios en la red, incluso después de la revolución de los años 2000. Esos cambios son a los que ahora llaman Web 3.0 y hasta 4.0, pero eso es asunto de otro día, el punto ahora es que el marketing digital, también conocido como "Marketing Online", "Marketing en Internet" o "Web marketing", ya evolucionó mucho desde su creación.

Principales conceptos del Marketing Digital

Así como cada especialización tiene sus especificidades, el marketing digital es un universo con sus propios términos. Antes de comenzar, vamos a elucidar cada uno de esos principales conceptos.

Buyer Persona

A diferencia de las estrategias tradicionales, el Marketing Digital trabaja con el concepto de personas, que son perfiles semi ficticios, basados en sus consumidores reales, y que representan a su comprador ideal, así, logras crear acciones más segmentadas y direccionadas a las personas correctas, ahorrando tiempo y dinero.

Lead

Leads son oportunidades de negocio, es decir, los contactos que, por medio de una estrategia de Inbound Marketing, dejan su información clave para que logres identificar a los clientes potenciales y nutrirlos con contenidos relevantes hasta que estén listos para comprar.

Embudo de ventas o Pipeline

Este concepto representa las etapas por las que un usuario pasa antes de cuenta de lo mucho que ha cambiado lo digital, al punto de hacer que el marketing se hiciera mejor, tanto para las empresas como para los consumidores, existen diversas ventajas que pueden representar economía para ambos, además de estrechar las relaciones entre el público y las marcas.

El marketing digital ha traído muchos beneficios y de seguro ya nos hemos dado Una de las principales razones por las cuales el Marketing Digital es cada vez más adoptado a comparación de los canales tradicionales, sobre todo los offline, es la interactividad con el público, el enfoque ya no está en el producto sino en la experiencia del usuario en su jornada de compra, las empresas hacen campañas, publicaciones y acciones, y del otro lado, los consumidores pueden interactuar, opinar e indicar a otras personas con solo algunos clics, aumentando el engagement con las marcas, igual que las exigencias del público.

Por lo tanto, es cada vez más necesario hablar con la audiencia, lo cual queda bastante claro si nos ponemos a observar el crecimiento de los contenidos interactivos.

Las redes sociales

Las redes sociales, en el mundo virtual, son sitios y aplicaciones que operan en niveles diversos como el profesional, de relación, entre otros, pero siempre permitiendo el intercambio de información entre personas y/o empresas, cuando hablamos de red social, lo que viene a la mente en primer lugar son sitios como **Facebook, Twitter y LinkedIn** o aplicaciones como **TikTok e Instagram**, típicos de la actualidad. Pero la idea, sin embargo, es mucho más antigua: en la sociología, por ejemplo, el concepto de red social se utiliza para analizar interacciones entre individuos, grupos, organizaciones o hasta sociedades enteras desde el final del siglo XIX.

En Internet, las redes sociales han suscitado discusiones como la de falta de privacidad, pero también han servido como medio de convocatoria para manifestaciones públicas en protestas. Estas plataformas crearon, también, una nueva forma de relación entre empresas y clientes, abriendo caminos tanto para la interacción, como para el anuncio de productos o servicios.

Historia:

Fue en la década de 1990, con internet disponible, que la idea de red social emigró también al mundo virtual. El sitio SixDegrees.com, creado en 1997, es considerado por muchos como la primera red social moderna, ya que permitía a los usuarios tener un perfil y agregar a otros participantes en un formato parecido a lo que conocemos hoy. El sitio pionero, que en su auge llegó a tener 3,5 millones de miembros, se cerró en 2001, pero ya no era el único.

A principios del milenio, empezaron a surgir páginas dirigidas a la interacción entre usuarios: Friendster, MySpace, Orkut y hi5 son algunos ejemplos de sitios ilustres en el período. Muchas de las redes sociales más populares hoy en día también surgieron en esa época, como LinkedIn y Facebook.

Pocas personas imaginaban que las redes sociales tendrían un impacto tan grande como lo poseen hoy. Pero el deseo de conectarse con otras personas desde cualquier lugar del mundo ha hecho que las personas y las organizaciones estén cada vez más inmersas en las redes sociales.

Importancia de las redes sociales en los diferentes negocios

Si tenemos un negocio no nos podemos quedar solo en la publicidad tradicional para lograr el impulso necesario para desarrollarnos en el mercado. Necesitamos más oportunidades para conseguir el posicionamiento adecuado para nuestro negocio, y estas oportunidades nos las brindan las redes sociales. Las plataformas virtuales son un medio rápido, sencillo y barato de acercar a más personas a nuestro negocio. Como afirma Gómez (2020): “Tus redes sociales, en las que eliges enfocarse un poco, simplemente serán nuevos canales para mostrar el contenido y la voz de tu marca. Esto es importante porque hará que tu seas más fácil y más accesible para tus clientes, al mismo tiempo que te hará más reconocible y familiar para los consumidores que ya tienes”. (p. 6)

Ahora bien, si ya sabemos que las redes sociales constituyen una herramienta fundamental para el impulso de nuestro negocio lo que nos falta es saber cómo usarlas provechosamente. Lo más cercano a las redes sociales que conocíamos era establecer relaciones con nuestros clientes a través del clásico correo electrónico, y podíamos esperar días para una posible respuesta. Sin embargo, hoy por hoy con el uso de los perfiles en redes sociales, podemos contactar con nuestros clientes, conocer un poco más sobre su información, saber quiénes son sus contactos y demás información relevante para establecer conexiones con ellos. Comienza a utilizar las redes sociales para el beneficio de tu negocio.

No en vano, una encuesta de Statista en español asegura que la expansión de las redes sociales no tiene pausa y que según las últimas previsiones hechas en social media, hay un crecimiento continuo de su uso y el número de usuarios mensuales activos para el 2023 estará por encima de los 3.50 millones de personas. Además, para el mismo año, se prevee un aproximado de 82% de internautas usuarios de social media en el planeta.

Emprendimiento:

Según afirman Uribe, M y Reinoso, J. (2013): “emprendimiento es la capacidad de la persona para crear a partir de significados, aprender a solucionar problemas, con base a sus emociones, su creatividad, sus actitudes y valores personales lo que le permite adecuarse a un contexto y aprovechar las oportunidades que este brinda para beneficio propio y el de la sociedad en el que está inmerso”. (p. 13)

Por lo tanto, se puede entender que la capacidad de emprender surge de la inquietud de solucionar problemas según necesidades y aspectos de su entorno, un producto innovador, bien elaborado y que satisfaga requerimientos de un público consumidor tendrá un buen impacto a nivel social, lo cual mediante estrategias de marketing digital se verá mayormente potenciado para mejores resultados.

El marketing digital para emprendedores:

Para los emprendedores, las estrategias de marketing representan un pilar muy importante, las redes sociales, pueden convertirse en una herramienta esencial e innovadora, para promocionar los productos o servicios de una empresa, captar clientes potenciales o fidelizar los ya existentes.

El ámbito empresarial evoluciona a gran velocidad; los avances tecnológicos, la globalización, consumidores más exigentes e informados y un entorno más competitivo, modifican también intensamente las estrategias comerciales y de marketing de empresas y organizaciones. Todos estos factores provocan un cambio total en la manera en que vendemos nuestros productos o servicios: la cercanía al cliente es clave para tener éxito.

Existen medianas empresas salvadoreñas, que no poseen un presupuesto definido para hacer publicidad tradicional; sin embargo, bien pueden implementar una estrategia de publicidad digital, para lograr expandir su negocio hacia otros mercados.

Es porque la publicidad digital permite a las compañías segmentar de mejor manera a quienes dirigir su mensaje, para obtener resultados cuantificables y medir la efectividad de sus campañas y de su estrategia; a la vez, pueden crear bases de datos que les permitan tener información valiosa acerca de sus consumidores y de esta manera, tomar decisiones más acertadas.

El proyecto Capacitación en Marketing Digital para Emprendimientos Artesanales de San Sebastián tiene como objetivo principal fortalecer la presencia en línea y aumentar la visibilidad y ventas de tres emprendimientos artesanales ubicados en el barrio San Sebastián de Ciudad Delgado, San Salvador. Los emprendimientos seleccionados para este proyecto son Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's. A través de la capacitación en habilidades de marketing digital en redes sociales, se busca empoderar a estos emprendedores para que aprovechen al máximo las oportunidades que ofrece el entorno digital y alcancen un mayor éxito en sus negocios.

Se busca capacitar a los emprendedores de Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's en el uso efectivo de herramientas de marketing digital en redes sociales, para así mejorar la presencia en línea de los emprendimientos, aumentando su visibilidad y alcance en el mercado digital, de esta manera se podrá incrementar las ventas de los productos artesanales a través de estrategias de marketing digital bien planificadas y ejecutadas. Se promoverá la buena ejecución y selección de una identidad gráfica, los usos correctos que deben tener y demostrar la forma en que se puede conseguir un buen logo en donde se capture la esencia de cada emprendimiento. Al ser pequeños negocios, permite que estén en la disposición de poder recibir nueva información la cual podrán implementar en sus negocios. Hay mucho potencial en los productos que comercializan estos negocios el cual puede ser explotado mediante buenas estrategias de marketing en redes sociales, actualmente conforme la tecnología va avanzando las redes sociales se vuelven cada vez más importantes, hoy en día quien no está en redes sociales va quedando atrás, y por ello hay que saber darles el uso correcto y hacer que estas funcionen como un herramientas útiles en el campo del marketing.

Con la realización de dicho proyecto podremos fomentar el desarrollo económico y social del barrio San Sebastián de Ciudad Delgado, contribuyendo al crecimiento de los emprendimientos locales.

7. DESCRIPCIÓN

El barrio San Sebastián de Ciudad Delgado en San Salvador alberga una vibrante comunidad de emprendedores artesanales que se esfuerzan por destacar en un mercado cada vez más competitivo. Con el avance de la tecnología y el cambio en los hábitos de consumo, es crucial que estos emprendimientos aprovechen al máximo las oportunidades que ofrece el entorno digital para fortalecer su presencia en línea y aumentar sus ventas. En este contexto, surge la iniciativa de desarrollar un proyecto de capacitación en estrategias de marketing digital en redes sociales para tres emprendimientos destacados: Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's.

¿Qué? El tipo de investigación que se va a realizar está enfocada principalmente en capacitar directamente con estrategias de marketing digital a tres negocios del Barrio San Sebastián, San Salvador los cuales son el emprendimiento Gabita's, Artesanías Reyes y Marbella's a su vez elaborar un manual de marca el cual generará una mejor coherencia visual y construcción de confianza entre otros aportes importantes, gracias a esto se podrán definir los elementos visuales de la marca, las directrices para su aplicación y los temas de formación necesarios para el personal del negocio.

¿Cómo? La capacitación en gestión de redes sociales será la principal prioridad del proyecto. Se impartirán sesiones teóricas enfocadas en estrategias efectivas para promover las marcas, interactuar con la audiencia y aumentar la visibilidad en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok, se brindarán herramientas y recursos específicos, sin perder la idea de que son emprendimientos que apenas van expandiéndose por lo que es vital de que hagan uso del material que realmente puedan tener a su alcance para que los involucrados en este proyecto puedan gestionar de manera autónoma las redes sociales de Gabita's Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's de manera eficaz y estratégica.

Sin embargo, para dar una imagen en concreto se elaborará un manual de marca completo que incluirá directrices claras sobre el uso y aplicación de la identidad visual en diversos contextos. Se proporcionarán instrucciones detalladas sobre el uso del logotipo, la paleta de colores, la tipografía y otros elementos visuales incluyendo diseño de packaging para los productos y propuestas para llevar un feed ordenado y coherente en sus redes sociales que sea profesional pero orgánico.

Continuando, las sesiones de capacitación se llevarán a cabo en línea, adaptándose a las necesidades y preferencias del emprendimiento. Se proporcionará material de apoyo,

ejemplos prácticos y ejercicios de aplicación para reforzar los conceptos aprendidos durante las sesiones de capacitación, además de que se efectuarán sesiones de seguimiento y evaluación periódicas para monitorear el progreso la gestión de redes sociales y la aplicación de la identidad gráfica, se brindará retroalimentación constructiva y se realizarán ajustes según sea necesario para garantizar el éxito y la efectividad a largo plazo.

¿Con quiénes?

Responsables del proyecto: grupo de investigación conformado por tres integrantes, las cuales se encargan de orientar y capacitar.

Participantes del proyecto: de Gabita's Bisutería son tres dueños, la dueña principal, su esposo y la hermana de la dueña, así reconocemos a los responsables del negocio, de Artesanías Reyes son dos los encargados y de Marbella's actualmente cuenta con nueve integrantes del emprendimiento, a los participantes directos e indirectos, a los expertos que pueden brindar que darán el asesoramiento especializado, en este caso, como diseñadores gráficos a las personas influyentes en el contexto del negocio.

¿Dónde? Dicho proyecto se desarrollará principalmente en el Barrio San Sebastián del municipio de Ciudad Delgado en el departamento de San Salvador. El emprendimiento de Gabita's Bisutería no cuenta con tienda física, sin embargo es la propietaria la que reside en dicho lugar y es ella quien en su vivienda elabora las piezas de bisutería, de la cual la dirección exacta es; Barrio San Sebastián, Calle al Pino, Casa #19 bis. Ciudad Delgado. Buscando de esta manera generar un mayor alcance en esta misma zona y que los lugareños conozcan de esta marca de bisutería. Sin embargo, por medio de las plataformas digitales se tendrá un alcance mayor en distintas zonas del país.

Por otro lado, Artesanías Reyes se encuentran en ciudad delgado o frente al hospital rosales, o en las diferentes actividades donde son invitados.

Marbella's actualmente cuenta con su bodega en ciudad delgado, cabe recalcar que las capacitaciones serán en línea se realizarán por medio de Google meet.

Problema identificado: El problema identificado radica en la falta de presencia efectiva en línea y la limitada utilización de estrategias de marketing digital por parte de los emprendimientos artesanales del barrio San Sebastián de Ciudad Delgado en San Salvador. A pesar de la calidad de los productos ofrecidos por Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's, estos negocios enfrentan dificultades para alcanzar un público más amplio y aumentar sus ventas, en conclusión, la falta de aprovechamiento del potencial del marketing digital en redes sociales por parte de los emprendimientos hace que carezcan de un mayor público y reconocimiento.

Para elaborar este trabajo hemos optado por las siguientes 4 etapas, para una mejor organización:

- **Planeación:** Es el primer acercamiento que se tiene hacia a los emprendimientos, organización y estructura de proyecto.
- **Diseño metodológico:** Aquí se elabora el plan de trabajo que posteriormente se va a utilizar en la capacitación con los emprendimientos, Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's.
- **Ejecución:** Se desarrolla la capacitación que anteriormente se había propuesto.
- **Evaluación:** Observación y análisis de los resultados obtenidos del proyecto Plan de marketing digital.

8. PROPUESTA GENERAL DE LA EJECUCIÓN.

Nombre de la etapa	Descripción
Planeación	Primera reunión con los dueños de los tres emprendimientos
Diseño metodológico	Se realiza toda la estructura con todas las actividades del proyecto a realizar con los emprendimientos
Ejecución	Se ponen en marcha las ocho capacitaciones que se les dará a los emprendedores de Gabita's Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's.
Evaluación	Se recolectan y miden todos los resultados obtenidos al finalizar la etapa de ejecución.

Fig. 77: Cuadro de etapas y descripción Elaboración propia.

1. Productos esperados:

Al finalizar la capacitación hacia los emprendedores se espera que les haya brindado el conocimiento y las herramientas prácticas para construir una presencia sólida en línea, aumentar su visibilidad en el mercado y, en última instancia, impulsar sus ventas, la creación de una identidad gráfica. Además, se anticipa que esta iniciativa fomente la innovación, fortalezca la economía local y promueva el desarrollo sostenible dentro de la comunidad artesanal, generando así un impacto positivo a largo plazo en el tejido social y económico del Barrio San Sebastián.

2. Aportes originales del proyecto:

La capacitación de marketing digital serán un gran aporte para los negocios de los emprendedores por varias razones fundamentales:

- En primer lugar, brindará conocimientos actualizados sobre las últimas tendencias y herramientas en el ámbito digital, permitiendo a los emprendedores mantenerse al día en un entorno en constante evolución.
- Además, esta capacitación les proporciona habilidades prácticas para aprovechar al máximo las plataformas digitales, lo que les permite alcanzar a un público más amplio y diverso, expandiendo así su base de clientes potenciales.
- También les ayuda a comprender mejor las necesidades y preferencias de su audiencia, lo que les permite adaptar sus estrategias de marketing de manera más efectiva. En resumen, las capacitaciones de marketing digital empoderan a los emprendedores para maximizar su presencia en línea, aumentar su competitividad en el mercado y alcanzar el éxito a largo plazo en sus negocios.

3. Proceso de creación:

Después de haber tenido el contacto inicial con los dueños de los tres emprendimientos: Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbellas, se recopiló toda la información necesaria para impartir las diferentes capacitaciones, de estrategias de marketing digital en las cuales los emprendedores conocerán más a fondo todo lo que conlleva llevar las redes sociales de la mano de sus emprendimientos y estos tengan un mayor alcance y sus ventas sean más potenciales.

Se realizaron cuatro fases las cuales se describirán a continuación:

Planeación: Es el primer acercamiento con los dueños de los emprendimientos para informarles cómo se llevaría a cabo la realización de todo el proyecto

Diseño metodológico: En esta etapa se pretende dejar bien estructuradas todas las actividades que se van a desarrollar en las diferentes capacitaciones de marketing digital e identidades gráficas de los emprendimientos.

Ejecución: Durante un período de dos meses, se realizará una serie de sesiones de capacitación semanales en formato virtual. En estas reuniones, se abordarán temas predefinidos sobre estrategias de marketing digital y diseño de identidad visual. En esta etapa es donde ya se echa a andar el proyecto. Es acá donde los emprendedores comenzarán a hacer uso de los conocimientos que les estaremos brindando.

Evaluación: Al concluir la fase de ejecución, se llevará a cabo la recolección, medición y análisis de los resultados obtenidos. Esto permitirá conocer el nivel de aprendizaje alcanzado por los emprendedores en los diversos temas de marketing digital abordados durante la capacitación, así como evaluar su desempeño de manera positiva.

4. Impacto:

El impacto del proyecto de Capacitación de Marketing Digital en Redes Sociales en los emprendimientos artesanales del Barrio San Sebastián, se espera que sea significativo. Para Gabita's Bisutería, Artesanías Reyes y Marbella's, esta capacitación les proporcionará herramientas clave para promover y comercializar sus productos de manera efectiva en línea.

En primer lugar, se anticipa que estos emprendimientos mejorarán su visibilidad en las redes sociales, lo que puede resultar en un aumento de seguidores y clientes potenciales. La implementación de estrategias de marketing digital específicas, como la publicidad dirigida y el contenido atractivo, les permitirá llegar a un público más amplio y diverso.

Además, al aprender a utilizar plataformas de redes sociales de manera más efectiva, como Facebook, Instagram o Pinterest, estos emprendimientos podrán crear una identidad de marca sólida y construir relaciones más sólidas con sus clientes existentes y potenciales. Esto puede conducir a una mayor fidelización de los clientes y a un aumento en las ventas a largo plazo.

Por último, la capacitación en marketing digital les brindará a estos emprendimientos artesanales la capacidad de realizar un seguimiento y análisis de su desempeño en línea. Esto les permitirá identificar áreas de mejora y ajustar sus estrategias según sea necesario para maximizar su impacto y alcanzar sus objetivos comerciales.

5. Creadores que participan en el proyecto.

En este proyecto participan Nathaly Marcela Vásquez Saravia quien es estudiante egresada de la Universidad de El Salvador de la carrera, Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico, quién es la responsable de la coordinación y comunicación con los emprendedores de los negocios. responsable de programar e impartir capacitaciones para el plan de marketing digital y manejo de redes sociales.

Tatiana Margarita Hernandez Urbina, estudiante egresada de la Universidad de El Salvador de la carrera, Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico, quién es la responsable de programar e impartir capacitaciones para el plan de marketing digital y manejo de redes sociales.

Nancy Magaly Sánchez Pérez, estudiante egresada de la Universidad de El Salvador de la carrera, Licenciatura en artes plásticas opción diseño gráfico, quién es la responsable de programar e impartir capacitaciones para el plan de marketing digital y manejo de redes sociales.

9. ACTIVIDADES Y TAREAS, MÉTODOS Y TÉCNICAS.

No.	Etapas	Actividades	Resultados esperados
1	Planeación Acercamiento inicial a los emprendimientos y organización y estructura de proyecto.	Contacto inicial con los 3 emprendimientos: Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbellas, para acordar su consentimiento en ser parte del proyecto. Organización con el equipo para crear el tema a desarrollar y planear el contenido que se va a trabajar.	Se espera que los tres emprendimientos estén a favor de cooperar con el proyecto y acceder a participar activamente en el desarrollo del proyecto. Así mismo se espera concretar el tema del proyecto y poder iniciar con su desarrollo.
2	Diseño Metodológico Creación del plan de trabajo a desarrollar en el proyecto.	Estructuración de las actividades a desarrollar: Creación del plan de capacitación de estrategias de marketing digital e identidad gráfica para los tres emprendimientos artesanales: Gabitas Bisutería, Artesanías Reyes y Marbellas. Establecer los temas a tratar en la capacitación, búsqueda de información que respalde al tema y creación de material didáctico para la capacitación en modalidad virtual.	Se espera obtener de manera ordenada el plan de todo el contenido a desarrollar. Teniendo de forma clara los temas a tratar para que sean productivos y comprensibles para cada uno de los emprendedores involucrados.
3	Ejecución. Desarrollo de la capacitación propuesta.	Se llevará a cabo la capacitación en el transcurso de dos meses, abordando una reunión virtual cada semana, en las cuales se irán desarrollando los temas ya definidos acerca de estrategias de marketing digital y creación de identidad gráfica. Cada reunión irá teniendo relación a la anterior para llevar un orden en su desarrollo, y permita un aprendizaje cronológico y secuencial, a la vez que sea experimental ya que se irá explicando contenidos que podrán ir poniendo en práctica los emprendedores de manera individual.	Se espera que la capacitación se desarrolle de la mejor manera, abordando los temas que se han definido en la etapa anterior y que los emprendedores muestren una actitud activa, entusiasta y participativa durante el desarrollo de la misma. Se espera cumplir con los tiempos de la capacitación y que los temas resulten agradables y digeribles para los involucrados.
4	Evaluación. Observación y análisis de los resultados obtenidos del proyecto.	Recolección, medición y análisis de los resultados obtenidos al finalizar la etapa de ejecución en donde se conocerá lo aprendido por parte de los emprendedores en cada uno de los temas de marketing digital desarrollado en la	Se espera obtener resultados positivos, al finalizar la capacitación y que los emprendedores logren identificar y poner en práctica las diferentes estrategias de marketing digital en redes sociales.

		capacitación observando el buen desempeño en estrategias de publicidad de redes sociales por parte de ellos mismos.	Así como que tengan un buen criterio a la hora de decidir o crear su identidad gráfica haciendo buen uso de la misma.
--	--	---	---

Fig. 78: Cuadro de etapas, actividades y resultados. Elaboración propia

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES. *Fig. 79: Cronograma de actividades. Elaboración propia*

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	marzo			abril			mayo			junio			julio			agosto			septiembre			
Semanas																						
ACTIVIDADES																						
Reuniones del equipo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Acercamiento inicial a un primer emprendimiento para propuesta de proyecto y elección del tema en base a ello.	■																					
Reunión del grupo de trabajo para establecer las actividades a realizar en el transcurso del proyecto.	■																					
Realización del diagnóstico del proyecto para tener una base del mismo y poder iniciar.		■																				
Pausa por vacaciones de semana santa			■																			
Elaboración de protocolo de investigación				■	■	■																
Organización y planificación de los contenidos a abordar en la capacitación sobre estrategias de marketing digital.					■																	
Capacitación introductoria sobre aspectos generales de identidad gráfica y su importancia							■															
2da capacitación, creación y usos correctos de la identidad gráfica								■														
3ra capacitación, importancia del marketing digital en redes sociales									■													
4ta capacitación, cómo generar buen contenido: recomendaciones para toma de fotografías y formatos para post e historias.										■												
5ta capacitación, cómo tomar buenos videos en formato vertical para reels y tiktok.											■											
6ta capacitación. Utilización de canva para post, y uso de chatgpt para copys. Marketplace como herramienta.												■										
7ma capacitación, ediciones de video en capcut y tiktok.													■									
Última capacitación, interacción con los beneficiarios: comentarios, aclaración de dudas, etc.														■								
Formulación y construcción de resultados del proyecto.															■	■	■	■				
Pausa por vacación de agosto																	■					
Análisis de resultados																		■	■			
Entrega de informe final																					■	

11. RECURSOS Y PRESUPUESTO

En el desarrollo de nuestro proyecto de capacitación en marketing digital para emprendimientos, los recursos abarcan una amplia gama de aspectos, desde el personal humano hasta los equipos técnicos y financieros. Estos recursos son esenciales para llevar a cabo las sesiones de capacitación de manera eficiente y satisfactoria, ya que permiten hacer una visión clara de las personas involucradas desde gestores a beneficiarios hasta la provisión de materiales didácticos y el acceso a herramientas tecnológicas que puedan estar al alcance para lograr los objetivos planteados. Entender y gestionar adecuadamente estos recursos es clave para garantizar un desarrollo sin problemas de nuestro proyecto y el cumplimiento de los objetivos planteados.

Recursos	Tipo	Descripción	Presupuesto
Humanos	Emprendimientos	Gabita's Bisutería Artesanías Reyes Marbella's	Voluntarios
	Gestores	Integrantes del grupo de investigación como gestores y ejecutores del proyecto	Voluntarios
	Beneficiarios	Dueños y colaboradores de cada emprendimiento	Voluntarios
Materiales	Insumos	Material gráfico auxiliar (Material de bisutería, productos de belleza, cartulinas, bases de cartón)	\$60 \$30
		Material impreso como Infografías	\$4.50
		Resma de papel	\$40
		Tinta de impresora	
Financieros	Transporte	Pasajes del equipo gestor	\$53
	Propios	Imprevistos	264.79
Tecnológicos o técnicos	Tangibles	Computadoras	\$200
		Celulares	\$180
Camara fotografica		\$200	
Luces (3 Aros de luz)		\$30	
Impresoras		\$100	
Intangibles	Internet Wifi	\$714	
	Datos móviles	\$42	
	Energía eléctrica	\$265	
	Programas de edición para contenidos:	\$57.99	
	Adobe Canva	\$55	
Total			\$2295.49

Fig 80: Recursos y presupuesto Elaboración propia

12. RESEÑA DE LOS RESPONSABLES Y EJECUTORES DEL PROYECTO

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Nombre: Nathaly Marcela Vásquez Saravia

Edad: 26 años

Teléfono: 7364-7602

E-mail: natha.saravia@gmail.com

EDUCACIÓN

- Bachillerato técnico comercial vocacional opción contaduría

Institución: Complejo Educativo Católico San Antonio.

Tiempo: 2014-2016

- Lic. en artes plásticas opción diseño gráfico.

Institución: Universidad de El Salvador.

Tiempo: 2017-actualidad

- Curso de Photoshop CS6 y Curso de diseño gráfico e ilustración digital

Institución: Insaforp y Global Education Academy.

Tiempo: Marzo-Mayo 2023

EXPERIENCIA LABORAL

- **Cargo:** Diseñadora gráfica Jr.

Empresa: Planeta Creativos.

Función Principal: Apoyo en creación de contenido para redes sociales.

Tiempo: junio-octubre 2023

- **Cargo:** grabado láser.

Empresa: Ross Bisutería.

Función Principal: Apoyo en creación de artes para grabado láser y creación de videos para redes sociales.

Tiempo: Actualidad.



CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES

- Manejo de Microsoft Office (word, excel, power point, publisher)
- Manejo de suite de Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere)
- Creación de videos en Capcut.
- Manejo de Blender (modelado 3D)
- Manejo básico de cámara semiprofesional.
- Habilidad de trabajo en equipo.
- Responsabilidad.
- Disponibilidad para aprender.

Fig 81: Información del responsable del proyecto. Elaboración propia

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Nombre: Tatiana Margarita Hernandez Urbina

Edad: 25 años

Teléfono: 6461-0950

E-mail: tatianahernandez031999@gmail.com

EDUCACIÓN

- Bachillerato general
Institución: Instituto Catolico Nuestra señora de Guadalupe INCAGUA
Tiempo: 2015- 2016
- Lic. en artes plásticas opción diseño gráfico.
Institución: Universidad de El Salvador.
Tiempo: 2017-actualidad
- Curso básico de diseño gráfico
Institución: CETEC-ES
Tiempo: Febrero - Noviembre 2016

EXPERIENCIA LABORAL

- **Cargo:** Diseñadora gráfica
Empresa: CENSALUD -UES
Función Principal: Apoyo en creación de artes publicitarias para redes sociales.
Tiempo: octubre 2022- marzo 2023
- **Cargo:** Diseñadora gráfica
Empresa: JH cars Import
Función Principal: Creación de identidad gráfica y elaboración de artes publicitarios para redes sociales
Tiempo: 2023.



Cargo: Diseñadora gráfica freelance
Empresa: Monarca Creaciones
Función Principal: Diseñadora gráfica de tiempo completo
Tiempo: 2023- actualidad.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES

- Manejo de Microsoft Office (word, power point.)
- Manejo de suite de Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign y Lightroom.)
- Manejo de Blender (modelado 3D)
- Manejo de figma, Google Sites y canva
- Manejo básico para toma de fotografía y edición.
- Eficiencia
- Responsabilidad.
- Trabajo en equipo
- Liderazgo
- Capacidad para aprender.

Fig 82: Información del responsable del proyecto. Elaboración propia

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Nombre: Nancy Magaly Sánchez Pérez

Edad: 26 años

Teléfono: 7000-7361

E-mail: nancymsp97@gmail.com

EDUCACIÓN

- Bachillerato Técnico vocacional en Servicios turístico

Institución: Instituto Nacional "Gral. francisco Menendez"

Tiempo: 2013-2015

- Lic. en artes plásticas opción diseño gráfico.

Institución: Universidad de El Salvador.

Tiempo: 2017-actualidad

- Curso Diplomado en Community manager

Institución: Insaforp y Eduperse

Tiempo: 2023

- Curso Diseño y estructura de Diseño de Página Web

Institución: Insaforp

Tiempo: 2016

EXPERIENCIA LABORAL

- **Cargo:** Ilustradora y diseñadora Freelancer

Empresa: Magaly Studio

Función Principal: Ilustraciones personalizadas y elaboración de papelería para emprendimientos

Tiempo: 2021-2023

- **Cargo:** Diseñadora gráfica

Empresa: SIC-UES

Función Principal: Servicio social -Apoyo en creación de artes publicitarias para redes sociales.

Tiempo: octubre 2022- marzo 2023

- **Cargo:** Diseñadora gráfica

Empresa: Express Shopping

Función Principal: Creación de contenido para redes sociales.

Tiempo: Actualidad.



CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES

- Manejo de Microsoft Office
- Manejo de suite de Adobe (Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects, Lightroom, Premiere)
- Creación y edición de videos en Capcut y Filmora.
- Manejo de Blender (modelado 3D)
- Conocimiento y manejo en Figma.
- Manejo de toma y edición fotográfica
- Habilidad de trabajo en equipo.
- Responsabilidad.
- Disponibilidad para aprender.
- Conocimientos y manejo en Google sites.

Fig 83: Información del responsable del proyecto. Elaboración propia

- Otros.

Material informativo entregado a los emprendimientos al finalizar la capacitación.



Fig 84: Portada de material informativo proporcionado a los emprendedores.:
Elaboración propia

CAPACITACIÓN EN MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES 2024

ELEMENTOS DE UNA IDENTIDAD GRÁFICA



LOGO

Parte fundamental de la identidad gráfica de una Marca. Se trata de un diseño visual único que Representa la esencia, los valores y la personalidad De la marca de manera simplificada y memorable



PALETA DE COLORES

La paleta de colores es un conjunto específico de Colores seleccionados para representar una marca.



TIPOGRAFÍAS

La tipografía se refiere al arte y técnica de diseñar y Seleccionar tipos de letra, también conocidos como Fuentes o tipografías.

Avenir

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

ICONOGRAFÍA

Se refiere al conjunto de iconos, símbolos o imágenes Representativas que se utilizan para comunicar los valores, la personalidad y los mensajes clave de una marca de manera visualmente efectiva.

Imagotipo compuesto por tipografía e icono



PACKAGING

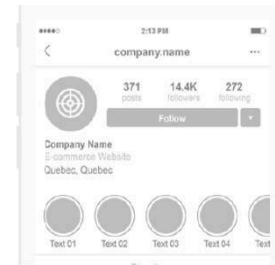
Se refiere al diseño y la Presentación visual de los envases O empaques de los productos de Una marca



Fig 85: Página 1 de material informativo proporcionado a los emprendedores.:
Elaboración propia

CAPACITACIÓN EN MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES 2024

ADAPTACIÓN DE LA IDENTIDAD GRÁFICA EN REDES SOCIALES



La coherencia visual en redes sociales es crucial para consolidar la identidad de una marca en el entorno digital. Implica mantener uniformidad en la presentación de contenidos visuales que reflejen la identidad gráfica de la marca, además de mantenerse al tanto de las tendencias. Una estrategia de branding sólida no solo fortalece la presencia en línea de la marca, sino que también fomenta conexiones significativas con la audiencia, impulsando el engagement y la fidelidad.



OTRAS APLICACIONES DE IDENTIDAD GRÁFICA

La identidad gráfica puede aplicarse y debe adaptarse a:

- Papelería corporativa
- Tarjetas de presentación.
- Sellos.
- Promocionales.



Fig 86: Página 2 de material informativo proporcionado a los emprendedores.
Elaboración propia

CAPACITACIÓN EN MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES 2024

MARKETING DIGITAL EN REDES SOCIALES



¿QUÉ SON LAS REDES SOCIALES?

Son plataformas en línea donde las personas pueden comunicarse, compartir contenido y conectarse con otros.

Un marketing en redes sociales eficaz permite humanizar la marca, aumentar el tráfico web, generar clientes potenciales y ventas, y mejorar el conocimiento de la marca.

REFLEJA TU IDENTIDAD DE MARCA

Una identidad de marca coherente, que abarque todos los materiales de marketing y canales, permite que las personas conecten con tu empresa y la distingan de los competidores, aumentando la fidelidad a la marca.

PRIORIZA LA CALIDAD SOBRE LA CANTIDAD

En lugar de publicar en exceso, enfócate en crear contenido de calidad y coherente para evitar penalizaciones y estrés. Utiliza un calendario de redes sociales para planificar y organizar tus publicaciones, mejorando así tu estrategia y control sobre las variables.

IDENTIFICA A TU PÚBLICO

Enviar mensajes adecuados y alcanzar tus objetivos de marketing. Recopila datos sobre la edad, ubicación e interacción de tu audiencia, utiliza herramientas de análisis en redes sociales, e investiga a la competencia para mejorar tu estrategia.

INTERACCIONA CON TUS SEGUIDORES

Aumenta el conocimiento de la marca, el alcance y la rentabilidad, además de proporcionar una alta demostración social de tu negocio. Utiliza preguntas, grupos, multimedia y herramientas en vivo para comunicarse eficazmente.



Fig 87: Página 3 de material informativo proporcionado a los emprendedores.
Elaboración propia



¿QUÉ SON LOS ALGORITMOS DE REDES SOCIALES?

Las redes sociales funcionan a través de algoritmos. Estos son cálculos automatizados que deciden qué publicaciones llegan a la parte superior del feed y cuáles no. De esta forma, el algoritmo se asegura de que los usuarios vean únicamente el contenido que es de su interés, por lo que, para los negocios puede resultar todo un reto.

FACEBOOK

Facebook tiene más de 2.500 millones de usuarios activos al mes, pese a que su popularidad ha disminuído, sigue siendo la principal plataforma en términos de usuarios. Es importante publicar contenido atractivo. En este sentido, te recomendamos crear publicaciones que inviten al usuario a dejar comentarios. Y claro, también te aconsejamos utilizar vídeos, pues los usuarios suelen entrar por esto a la red social.

INSTAGRAM

Instagram es una de las redes sociales más utilizadas por los usuarios y es una excelente plataforma para llegar a tu público objetivo. Te invitamos a probar Reels, la nueva función de la red y que es una versión de TikTok. Desde que la red de Meta incorporó esta nueva funcionalidad, muchos perfiles han disparado su alcance. Así que es aconsejable invertir tiempo en este tipo de contenido. ¡Esto te permitirá atraer a tu audiencia! Por otra parte, no olvides publicar de forma constante, para lo cual puedes utilizar herramientas de gestión de redes sociales y tener preparado tu contenido con suficiente antelación. ¿Por qué es tan importante publicar de forma periódica? Porque el algoritmo de Instagram degrada perfiles que publican de forma aleatoria.

TIKTOK

Muchas personas consideran a TikTok como la mejor red social para hacer crecer su negocio. Los hashtags y el tiempo de publicación no influyen mucho en esta red social, pues el algoritmo se centra en las métricas del tiempo de visualización. Por lo tanto, tu vídeo debe ser bueno y de calidad. Si un vídeo es considerado atractivo por TikTok y recibe muchas visualizaciones, es muy probable que termine en la página de «Para tí» de los usuarios. Lo más importante es generar vídeos que sean muy atractivos, que inviten al usuario a permanecer viéndolo de principio a fin. También es recomendable utilizar los sonidos tendencia que la red social ofrece, pues es una manera de llegar a más personas. Y por supuesto, incluye palabras clave que sean tendencia en TikTok para que los usuarios te encuentren fácilmente.



Fig 88: Página 4 de material informativo proporcionado a los emprendedores. Elaboración propia

CAPACITACIÓN EN MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES 2024

RECOMENDACIONES PARA TOMA DE FOTOGRAFÍAS CON CELULAR

Podemos obtener buenas fotografías con nuestros dispositivos móviles tomando algunos consejos o recomendaciones:

1. Sujeta bien tu móvil
2. Limpia la cámara
3. Encuadra las escenas.
4. No uses el flash
5. Aprovecha el modo retrato (no solo con personas)
6. Tomar fotos en formato HDR



INDICACIONES PARA TOMAR UN BUEN VIDEO CON CELULAR

Planificación del Video.
Configuración del Entorno.
Configuración del Celular.

CONFIGURACIÓN DEL ENTORNO

Iluminación
Fondo
Evitar Ruido ambiental.

CONFIGURACIÓN DEL CELULAR

Resolución
Estabilidad
Enfoque y Composición

POSTPRODUCCIÓN

Edición Básica
Recorte
Ajuste de estabilización.

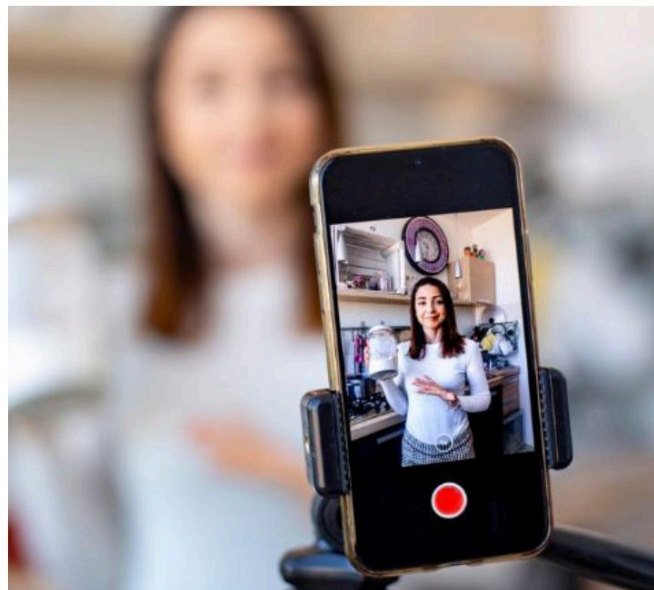


Fig 89: Página 5 de material informativo proporcionado a los emprendedores.:
Elaboración propia

CAPACITACIÓN EN MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES 2024

UTILIZACIÓN DE CANVA PARA POST, Y USO DE CHATGPT PARA COPYS. MARKETPLACE COMO HERRAMIENTA.

CANVA

<https://www.canva.com/login/>

Canva es una herramienta de diseño gráfico en línea que permite a los emprendedores crear contenido visual de alta calidad sin necesidad de tener conocimientos avanzados en diseño. Su interfaz intuitiva y su amplia variedad de plantillas hacen que el proceso de diseño sea accesible para cualquier persona, independientemente de su nivel de experiencia. Esto es especialmente útil para emprendedores que pueden no tener los recursos para contratar diseñadores profesionales.

RECURSOS DE CANVA

Exploración de Plantillas
Herramientas de Diseño Básicas
Edición de Videos en Canva

TIPS PARA USAR CANVA EFICAZMENTE

Usa Plantillas Pre-Diseñadas (Ahorra tiempo, Variedad)
Biblioteca de Activos de Marca (Centraliza tus Recursos, Acceso rápido)
Herramientas de Animación Atracción (Visual, Videos y GIFS)
Creación de Material de Marketing (Folletos y Flyers, Infografías)

CHATGPT

<https://openai.com/chatgpt/>

Es una herramienta que te permite conversar con una inteligencia artificial que te entiende, te ayuda y te sorprende. ChatGPT puede generar textos coherentes y creativos a partir de lo que le digas, y crear contenido de todo tipo, desde poemas hasta código.

¿QUÉ ES UN COPY?

Un copy es un texto persuasivo utilizado en publicidad, marketing y ventas escrito para motivar a los lectores a realizar una acción específica, como comprar un producto o suscribirse a un servicio. Su objetivo es convencer a la persona de que una oferta es valiosa y satisfará alguna de sus necesidades o deseos.



Fig 90: Página 6 de material informativo proporcionado a los emprendedores. Elaboración propia

CAPACITACIÓN EN MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES 2024

MARKETPLACE

El Marketplace se refiere a un concepto más amplio de ventas online. En esta plataforma, diferentes tiendas pueden anunciar sus productos, ofreciéndole de esa forma, un abanico de opciones al cliente.

¿CÓMO VENDER EN MARKETPLACE?

- Crea tu publicación
- Incluye información del producto
- Añade tu ubicación

CONSEJOS PARA TRIUNFAR EN MARKETPLACE

- Usa imágenes de alta calidad.
- Aprovecha las opciones de anuncios pagos para llegar a más usuarios.
- No olvides de poner el precio claro en tus publicaciones.
- Evita la etiqueta "Gratis" cuando no sea así.
- Solo haz una publicación del mismo artículo.
- Ofrece varias opciones de pago para tus clientes.
- Dispón de varios servicios de envíos nacionales e internacionales.
- Crema una política de entregas, devoluciones y reembolsos.
- Aprovecha la tecnología de chatbots para resolver las dudas más frecuentes.



EDICIONES DE VIDEO EN CAPCUT Y TIKTOK



¿QUÉ ES CAPCUT?

Capcut es una app de edición de vídeo, gratuita, fácil de usar y está disponible para ordenador y para dispositivos móviles, tanto Android como Apple.

INTERFAZ DE CAPCUT

- Editar
- Audio
- Texto
- sticker
- Superposicion
- Formato
- Corte y Recorte
- División
- Transiciones
- Filtros y efectos
- Ajustes de velocidad

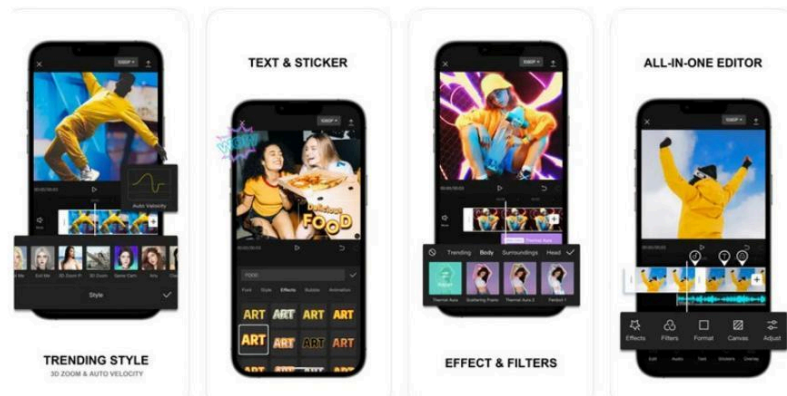


Fig 91: Página 7 de material informativo proporcionado a los emprendedores. Elaboración propia

CAPACITACIÓN EN MARKETING DIGITAL PARA EMPRENDEDORES 2024

EL USO DE PLANTILLAS DE CAPCUT

Facilita la creación de videos atractivos y profesionales sin necesidad de empezar desde cero.

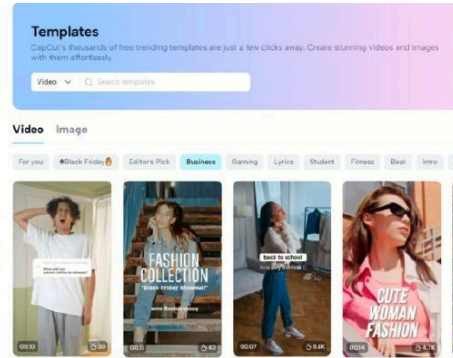
como utilizar plantillas de capcut

Paso 1: visita CapCut y pasa a la sección de plantillas

Paso 2: elige tu plantilla

Paso 3: usa la plantilla y editála con tus materiales de marca

Paso 4: descarga tu video o publícalo directamente en TikTok



EDICIÓN DE VIDEOS EN TIKTOK

FUNCIONES BÁSICAS DE EDICIÓN

- Cortar y unir clips
- Ajuste de velocidad
- Uso de filtros y efectos
- Añadir música y sonido
- Sincronización
- Grabación de voz

PUBLICACIÓN DE VIDEOS EN TIKTOK

- Descripción
- Selección de Hashtags
- Portada del video

ESTRATEGIAS DE PUBLICACIÓN

- Horarios
- Interacciones
- Análisis de rendimiento
- Prueba y error



Finalización de capacitación en marketing digital a emprendedores 2024

Equipo Gestor/ Diseñadoras gráficas:
Nancy Magaly Sanchez Perez
Tatiana Margarita Hernandez Urbina
Nathaly Marcela Vasquez Saravia

Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Artes



Fig 92: Página 8 de material informativo proporcionado a los emprendedores.
Elaboración propia



Fig 93: Diploma de reconocimiento a Artesanías Reyes. Elaboración propia



Fig 94: Diploma de reconocimiento a Gabitas Bisutería. Elaboración propia



Fig 95: Diploma de reconocimiento a Gabitas Bisutería. Elaboración propia

Valoración de capacitación

El presente formulario tiene como objetivo evaluar la efectividad de la capacitación en marketing digital que has recibido, así como comprender cómo ha aplicado los contenidos aprendidos en su emprendimiento. Agradecemos su tiempo y honestidad al completar este formulario.

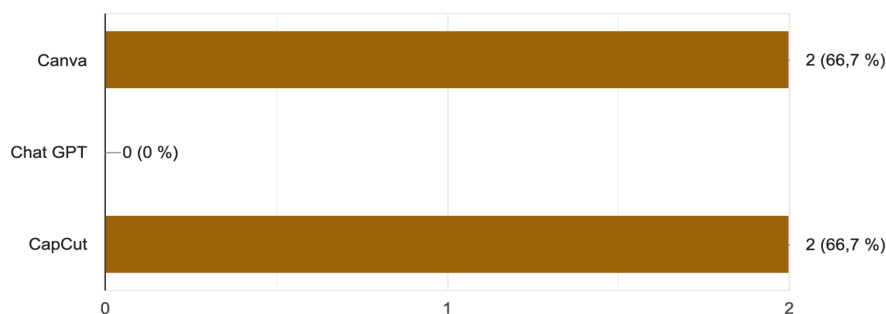
Nombre de su emprendimiento

3 respuestas

Marbella's Luxury
Artesanías Reyes
Gabitas bisutería

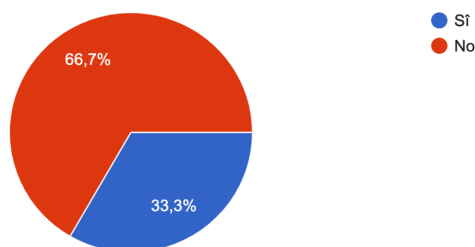
Conocimiento previo y uso de aplicaciones: ¿Conocías las siguientes aplicaciones antes de la capacitación? (Marca todas las que apliquen)

3 respuestas



¿Habías utilizado alguna de estas aplicaciones antes de la capacitación?

3 respuestas



Si tu respuesta fue "Sí", ¿cuál o cuáles habías utilizado y con qué frecuencia?

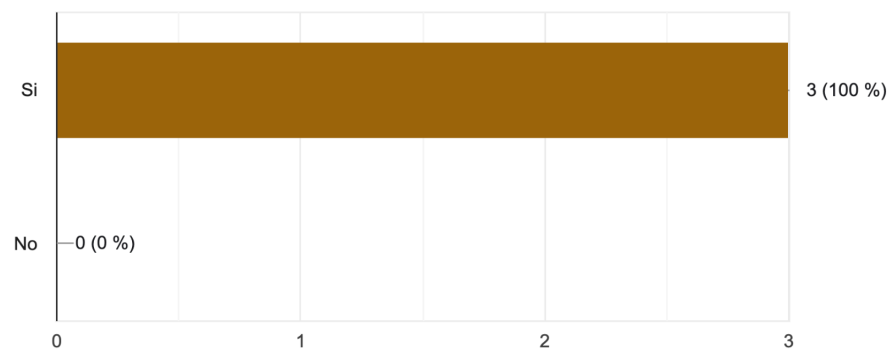
2 respuestas

En video

Canva, una vez por semana

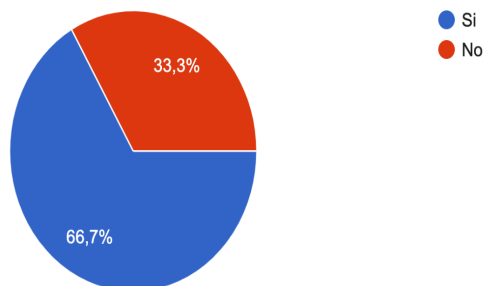
Aplicación de los contenidos en tu emprendimiento: ¿Has reconocido que aspectos de la identidad gráfica de tu emprendimiento podrían mejorar después de la capacitación?

3 respuestas



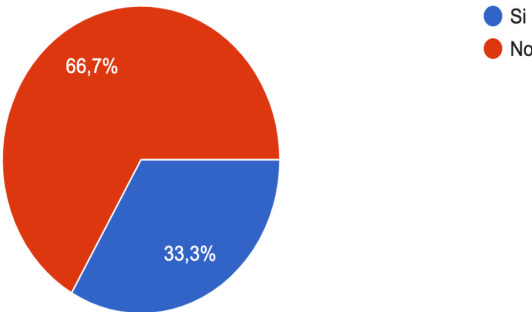
¿Has creado y publicado contenido en redes sociales utilizando las recomendaciones de toma de fotografías y videos que se proporcionaron?

3 respuestas



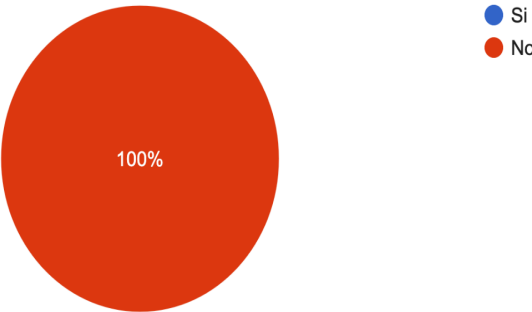
¿Has utilizado Canva para crear publicaciones o material promocional?

3 respuestas



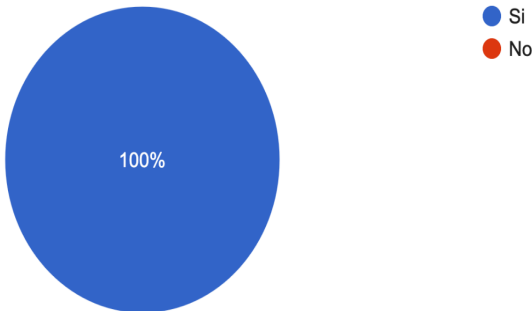
¿Has utilizado ChatGPT para crear copys o textos promocionales para tus redes sociales?

3 respuestas



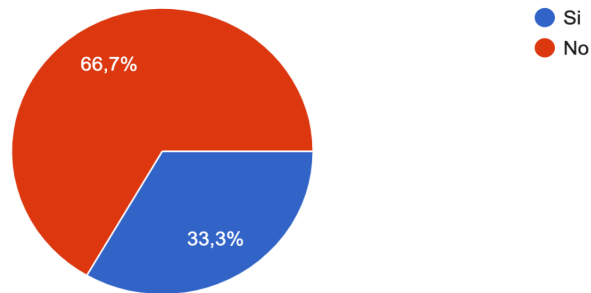
¿Has editado videos para TikTok o Instagram usando CapCut?

3 respuestas



¿Has utilizado alguna estrategia de marketing digital aprendida para atraer más seguidores o clientes?

3 respuestas



Si tu respuesta fue "Sí", ¿cuál o cuáles has utilizado?

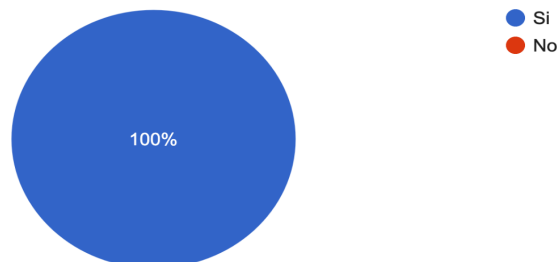
2 respuestas

Producto, precio y promoción, aparte de ellos la forma en la que tomo las fotos promocionales

No todavía

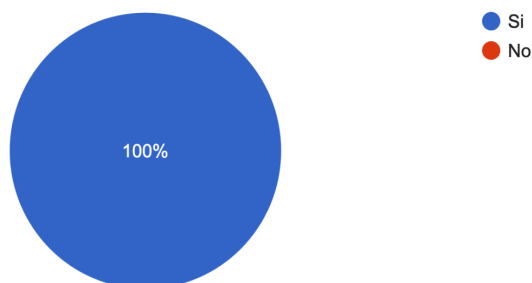
Evaluación de las capacitaciones: ¿Consideras que la información proporcionada en las capacitaciones fue clara y fácil de entender?

3 respuestas



¿Los ejemplos prácticos y las actividades te ayudaron a comprender mejor los conceptos enseñados?

3 respuestas



¿Qué temas te resultaron más útiles para tu emprendimiento?

3 respuestas

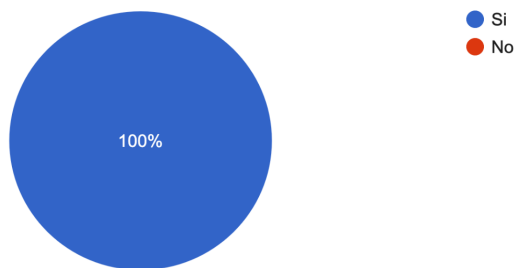
Temas para promocionar mi producto

Todo por igual

Los consejos de fotografía

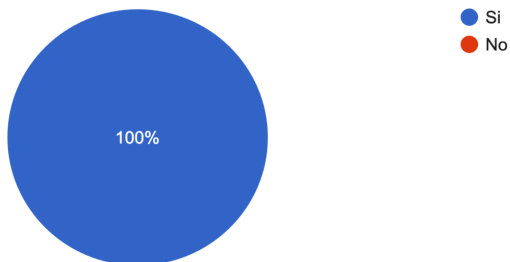
4. Impacto de la capacitación: ¿Sientes que las herramientas y estrategias aprendidas contribuirán al crecimiento de tu emprendimiento?

3 respuestas



¿Has identificado nuevas oportunidades de negocio o colaboración gracias a la capacitación?

3 respuestas



5. Sugerencias y comentarios:

¿Hay algún comentario adicional que te gustaría compartir sobre tu experiencia general con esta capacitación?

3 respuestas

Gracias por la capacitación, todo me servirá en mi negocio.

Toda la información de las capacitaciones son de mucha importancia me gustos todo videos y fotos me interesan mucho gracias por todo su apoyo y tiempo

Todo fue excelente

Fig 96: Gráficas de las respuestas obtenidas en el formulario evaluativo. Elaboración propia