

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



TÍTULO

**ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN EL ÁREA DEL MARKETING
DIGITAL PARA MICROEMPRESARIOS COMO SMART COFFEE SV Y
VALKIRIAS SAN SALVADOR EL SALVADOR 2024**

PRESENTADO POR:

BONILLA OSORIO, CAMILO ENRIQUE

CARNET:

BO17012

**INFORME FINAL DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
PARA OPTAR AL TÍTULO DE LICENCIADO EN ARTES PLÁSTICAS
OPCIÓN, DISEÑO GRÁFICO**

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACIÓN:
LICENCIADO JOSÉ ORLANDO ÁNGEL ESTRADA**

**COORDINADOR GENERAL DEL PROCESO DE GRADO:
LICENCIADO LUIS EDUARDO GALDÁMEZ CONTRERAS**

**31 DE AGOSTO DEL AÑO 2024
CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA, SAN SALVADOR
CENTRO, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA, NOVIEMBRE DEL 2022**

AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

Ingeniero Juan Rosa Quintanilla Quintanilla

VICERRECTOR ACADÉMICO

Doctora Evelyn Beatriz Farfán

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Maestro Roger Armando Arias Alvarado

SECRETARIO GENERAL

Licenciado Pedro Rosalío Escobar Castaneda

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Maestro Julio César Grande Rivera

VICEDECANA

Maestra María Blas Cruz Jurado

SECRETARIA

Maestra Natividad de la Mercedes Teshé Padilla

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

DIRECTOR ESCUELA DE ARTES

Licenciado Miguel Ángel Mira Mira

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Licenciado Luis Eduardo Galdámez Contreras

DOCENTE DIRECTOR

Licenciado José Orlando Ángel Estrada

AGRADECIMIENTOS

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me apoyaron y guiaron durante el desarrollo de mi proyecto de especialización. En primer lugar, a los docentes José Orlando Ángel Estrada, Xenia María Pérez Oliva y Carlos Alberto Quijada Fuentes, quienes, con su conocimiento, paciencia y orientación constante, me brindaron las herramientas necesarias para llevar a cabo este proyecto con éxito. Su dedicación y compromiso con mi formación fueron invaluable y siempre estaré agradecido por su apoyo.

También quiero extender mi agradecimiento a Marlon Antonio Rivera Reyes, quien no solo me ayudó a elegir el tema del proyecto, sino que me acompañó y alentó en cada etapa del proceso. Su consejo y apoyo constante fueron fundamentales para mantenerme enfocado y motivado.

Finalmente, quiero agradecer a María de los Ángeles García y Rosmery Vásquez, dueñas de los microempresarios participantes, quienes confiaron en mí y me permitieron trabajar junto a ellas. Su disposición y colaboración fueron clave para que este proyecto cobrara vida. A todos, mi más sincero agradecimiento por hacer de este proyecto una experiencia de aprendizaje enriquecedora y gratificante.

Camilo Bonillo

RESUMEN

Este proyecto de grado, titulado "Asistencia Técnica Especializada en el Área del Marketing Digital para Microempresarios como Smart Coffee SV y Valkirias San Salvador, El Salvador 2024", fue desarrollado bajo la guía de los docentes de la Universidad de El Salvador, Facultad de Ciencias y Humanidades, Escuela de Artes. El objetivo principal del proyecto fue proporcionar asistencia técnica en marketing digital a microempresarios que carecían de conocimientos en esta área, especialmente aquellos con recursos económicos limitados. El proyecto se enfocó en dos microempresarios específicos: Smart Coffee SV, dirigido por Rosmery Vásquez, y Valkirias, gestionado por María de los Ángeles García. Dada la falta de conocimientos previos en marketing digital por parte de las propietarias, el proyecto se centró en la creación de estrategias factibles y personalizadas que pudieran ser implementadas de manera autónoma por los emprendedores al finalizar el proceso. Esto implicó la identificación de herramientas y plataformas accesibles y eficientes que pudieran ser utilizadas sin necesidad de una inversión significativa, permitiendo así una adopción sostenible y efectiva del marketing digital en sus operaciones diarias. Entre las estrategias implementadas se incluyeron la optimización de las redes sociales, la creación de contenidos atractivos y relevantes, y el uso de herramientas para crear imágenes digitales. Estas estrategias fueron seleccionadas no solo por su efectividad, sino también por su adaptabilidad a las capacidades técnicas y económicas de los microempresarios. La importancia de este proyecto radica en su contribución al fortalecimiento de la economía naranja en El Salvador, un sector que tiene el potencial de generar empleo, promover la cultura y mejorar la calidad de vida de muchas personas. Al capacitar a microempresarios en el uso efectivo del marketing digital, se les brinda la oportunidad de competir en un mercado cada vez más digitalizado, expandir su alcance y maximizar su impacto económico.

Palabras clave: marketing digital, asistencia técnica, microempresarios, economía naranja, estrategias factibles.

ABSTRACT

This is project of investigation, titled "Specialized Technical Assistance in the Area of Digital Marketing for Microenterprises such as Smart Coffee SV and Valkirias, San Salvador, El Salvador 2024," was developed under the guidance of professors from the University of El Salvador, Faculty of Humanities and Sciences, School of Arts. The project's main objective was to provide technical assistance in digital marketing to microenterprises lacking knowledge in this area, especially those with limited financial resources. The project focused on two specific microenterprises: Smart Coffee SV, run by Rosmery Vásquez, and Valkirias, managed by María de los Ángeles García. Given the owners' lack of prior knowledge in digital marketing, the project concentrated on creating feasible and personalized strategies that could be autonomously implemented by the entrepreneurs upon completion. This involved identifying accessible and efficient tools and platforms that could be used without significant investment, thus allowing for a sustainable and effective adoption of digital marketing in their daily operations. Among the implemented strategies were the optimization of social media, the creation of attractive and relevant content, and the use of tools to create digital images. These strategies were selected not only for their effectiveness but also for their adaptability to the technical and economic capabilities of the microenterprises. The importance of this project lies in its contribution to strengthening the orange economy in El Salvador, a sector with the potential to generate employment, promote culture, and improve the quality of life for many people. By training micro-entrepreneurs in the effective use of digital marketing, they are given the opportunity to compete in an increasingly digitalized market, expand their reach, and maximize their economic impact.

Keywords: digital marketing, technical assistance, microenterprises, orange economy, feasible strategies.

ÍNDICE

HOJA DE AUTORIDADES.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
ÍNDICE	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vii
INTRODUCCIÓN	9
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	12
II. OBJETIVOS	19
2.1 GENERAL	20
2.2 ESPECÍFICOS	20
III. CONTENIDO GENERAL	21
3.1 FUNDAMENTACIÓN	22
3.1.1 Marketing	22
3.1.2 Marketing Digital	22
3.1.3 Economía Naranja	22
3.1.4 Los Microemprendimientos	23
3.1.5 Asistencia Técnica Especializada En El Área De Marketing Digital	23
3.1.6 El COVID-19	24
3.1.7 Conclusión	26
3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL	27
3.2.1 Estrategias Creativas	29
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO	30
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS	31
Primera Capacitación: Publicidad Digital	32
Segunda Capacitación: Marketing Digital En Redes Sociales	33
Tercera Capacitación: Optimización De Motores De Búsqueda (Seo)	35
Cuarta Capacitación: Herramientas Para La Creación De Imágenes	36
Fig. 12. Fuente: Página Oficial de Facebook Valkirias.	39
4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS	41
4.2.1 Contraste Entre Objetivos Propuestos Y Resultados Alcanzados	41
4.2.2 Mecanismo De Evaluación De Resultados	43
4.2.3 Logros Trabajados Durante El Taller	43

V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO	46
5.1 Conclusiones	47
5.2 Continuidad Del Proyecto	48
VI. RECOMENDACIONES	49
BIBLIOGRAFÍA	52
ANEXOS	54
1. PRESENTACIÓN	55
1.1 NOMBRE DE LAS INSTITUCIONES	55
1.2 DESCRIPCIONES DE LAS INSTITUCIONES	55
2. OBJETIVOS	55
2.1 OBJETIVO GENERAL	55
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	56
3. PRODUCTOS ESPERADOS	56
A. PRODUCTOS:	56
B. DOCUMENTO DE INFORME FINAL:	56
4. OFERTA TÉCNICA Y ECONÓMICA	57
5. TIEMPO DE EJECUCIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA/CAPACITACIÓN	57
6. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS	58
7. FINANCIAMIENTO	58
8. PERFIL DEL OFERTANTE	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1. Ubicación geográfica de SmartCoffee (s/f). Fuente: Google maps.	16
Fig. 2. Ubicación geográfica de Valkirias . (s/f). Fuente: Google maps.	17
Fig. 3. (Departamento de Administración de Empresas, UCA, 2020).	25
Fig. 4. Captura de Pantalla, Primera capacitación de Valkirias.	33
Fig. 5. Captura de Pantalla, Primera capacitación de Smart Coffee.	33
Fig. 6. Captura de Pantalla, Segunda capacitación de Valkirias.	35
Fig. 7. Captura de Pantalla, Segunda capacitación de Smart Coffee.	35
Fig. 8. Captura de Pantalla, Tercera capacitación de Valkirias.	36
Fig. 9. Captura de Pantalla, Tercera capacitación de Smart Coffee.	36
Fig. 10. Captura de Pantalla, Cuarta capacitación de Smart Coffee.	37
Fig. 11. Captura de Pantalla, Cuarta capacitación de Valkirias.	38
Fig. 12. Fuente: Página Oficial de Facebook Valkirias.	39
Fig. 13. Fuente: Página Oficial de Facebook Valkirias.	39
Fig. 14. Imagen publicitaria Smart Coffee SV, Ejercicio Práctico.	44
Fig. 15. Imagen publicitaria Valkirias, Ejercicio Práctico.	45

INTRODUCCIÓN

En el contexto actual de San Salvador, El Salvador, el crecimiento y la sostenibilidad de los microempresarios son vitales para el desarrollo económico del país. Sin embargo, muchos de estos emprendimientos enfrentan desafíos significativos debido a la falta de conocimientos especializados en áreas clave como el marketing digital. Ante esta realidad, el proyecto Asistencia Técnica Especializada en el Área de Marketing Digital para Microempresarios como Smart Coffee, SV y Valkirias en 2024, tiene como objetivo principal implementar asistencia técnica especializada para apoyar a microempresarios que carecen de experiencia en marketing digital. Este proyecto no solo buscó mejorar las competencias digitales de los emprendedores, sino también contribuir al fortalecimiento de la economía naranja, un sector con un enorme potencial para generar empleo, promover la cultura y mejorar la calidad de vida en el país.

Para lograr este objetivo general, se establecieron varios objetivos específicos, incluyendo la realización de un análisis exhaustivo de Smart Coffee, SV y Valkirias, para entender sus necesidades y peculiaridades relativas al área de marketing digital. Este análisis permitió proporcionar asesoría personalizada, ayudando a desarrollar estrategias de marketing efectivas y adaptadas a cada microempresario. Además, el proyecto buscó mejorar la visibilidad de estos emprendimientos en el mercado mediante la implementación de tácticas de promoción diseñadas específicamente para sus características individuales. En conjunto, estas acciones permitirán a los microempresarios no solo sobrevivir en un mercado competitivo, sino también prosperar y expandirse, maximizando su impacto económico.

El documento, incluye como contenido los apartados de: Contexto general, que incluyen la descripción, la problemática y los antecedentes del proyecto.

Objetivos, detallando el general y los específicos, Contenido general, que aborda la fundamentación que respalda el proyecto, luego se plantean los desafíos y estrategias en la gestión artístico-cultural. Ejecución del proyecto, que describe las actividades realizadas durante la ejecución; además, del análisis de los resultados obtenidos. Conclusiones, donde se evaluó el potencial de continuidad para futuras iniciativas. Recomendaciones y Bibliografía, que complementan el desarrollo de este informe.

I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El proyecto titulado Asistencia Técnica Especializada En El Área Del Marketing Digital Para Microempresarios Como Smart Coffee Sv Y Valkirias San Salvador El Salvador 2024, tuvo como esencia el marketing digital, el cual ofrece una serie de beneficios como el alcance, costos más bajos y mayor interacción con los clientes.

Por otro lado, el proyecto cultivó técnicas que se fundamentan en estrategias básicas y útiles de marketing, las cuales fomentaron la creatividad. Este punto es importante para que los emprendimientos seleccionados “Smart Coffee Sv” y “Valkirias” despertasen dentro de sus visiones comerciales el interés de vender a través del uso de las imágenes, colores, textos y combinaciones para estimular los sentidos de sus consumidores, tomando en cuenta así el marketing digital.

Es importante considerar la naturaleza de servicio que ofrecen dichos emprendimientos ya que el proyecto focalizó la relación de los productos ofrecidos y sus clientes. Por ejemplo, “Smart Coffee Sv”, es un negocio dedicado al servicio de cafetería donde se encuentran productos como frozen, café, paninis, sandwiches, desayunos. Por otro lado, “Valkirias”, un emprendimiento basado en la venta de relojes, servicio de reparación y mantenimiento de los mismos.

En cuanto a las etapas desarrolladas en el proyecto, es destacado decir que en la primera fase se identificaron problemas como publicidad llamativa y vistosa, ausencia de conocimiento pleno sobre estrategias de contenido y herramientas que facilitan la creación de imágenes, esto mediante un sondeo o diagnóstico. Seguidamente, se planificaron capacitaciones que explicaron y facilitaron

conocimientos sobre el marketing digital que se enfocaron en utilización de plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y Tik Tok para promover productos o servicios. En consecuencia, se implementaron contenidos de publicidad como imágenes que comuniquen por sí solas y que los videos sean cortos, de fácil comprensión para los consumidores y que transmitieran experiencias. Luego, como última fase, se evaluaron los resultados de la aplicación de estrategias. Es importante destacar que dichas etapas y fases se ejecutaron en ocho sesiones, dedicadas en los meses de mayo y junio. Es necesario mencionar que se utilizó material didáctico y se implementaron herramientas digitales para la facilitación de dichas sesiones.

Este proyecto logró objetivos, entre ellos, analizó de manera particular a Valkirias y Smart Coffee para entender sus necesidades y peculiaridades relativas al área de marketing digital, permitiendo una asesoría personalizada. De la misma forma, proporcionó las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar estrategias de marketing efectivas. En consecuencia, alcanzó la implementación de tácticas de promoción adaptadas a sus características individuales.

Sin duda alguna, la realización de dicho proyecto se consolidó por la participación activa de los dos emprendimientos, la utilización de herramientas digitales, la motivación por destacar de manera notoria entre los competidores y las sugerencias propuestas. Asimismo, contribuyó a las habilidades y socialización de los conocimientos como profesional del arte y diseño gráfico.

1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES

Una de las principales iniciativas del proyecto fue visualizar las problemáticas situadas en los dos emprendimientos.

A través de la observación y preguntas guiadas, se encontró que hubo escasa o nula experiencia en la promoción de marcas mediante publicidad. Los encargados de los negocios seleccionados carecían de personal profesional o conocedor de marketing.

De igual modo, los emprendimientos dispusieron de recursos limitados. Eso significó que de manera financiera no se podía cubrir la inversión en algún servicio profesional dedicado a la asesoría técnica. Los emprendimientos iniciaron su publicidad con las ideas vagas, inconsistentes y espontáneas. Consideradas dichas adversidades, al carecer de propuestas enfocadas en el marketing, los emprendimientos pudieran desistir de demanda de sus productos, ausencia de clientes nuevos, disminución de ingresos, llevándolos a cierre o nulo progreso de espíritu emprendedor.

De esta manera, la realización de un proyecto de marketing digital fue esencial para la construcción de marca, especialmente en la fase inicial y establecimiento de los emprendimientos Smart Coffee y Valkirias. Esto fue relevante porque a través de la creación de contenido de calidad y la gestión de una presencia online coherente, los emprendedores pudieron establecer su marca, diferenciarse de la competencia y ganar credibilidad.

En esta misma línea, el proyecto impactó de forma cultural ya que los emprendimientos asesorados recibieron capacitaciones sobre marketing digital como es la promoción de las marcas para conectar con posibles clientes usando internet y otras formas de comunicación digital. Esto incluye el correo electrónico, las redes sociales y la publicidad basada en la web, mensajes de

texto y multimedia como canal de marketing. Teniendo en cuenta lo anterior, se puede decir que las personas construyeron una forma distinta de hacer sus publicidades, considerando su entorno, clientes, y productos ofrecidos.

En cuanto a los antecedentes, es importante tener en cuenta que la pandemia provocó un cambio significativo en los hábitos de consumo de la sociedad. En tiempos de dificultades económicas, las personas tienden a priorizar sus necesidades básicas, lo que se traduce en una reducción del gasto en productos no esenciales. Como resultado, los microempresarios que ofrecen bienes considerados menos fundamentales para la supervivencia han visto una disminución en sus ventas y en su base de clientes. Ante esta situación, es esencial desarrollar estrategias que revitalizan el interés en estos negocios.

Asimismo, otro elemento importante que el proyecto consideró en su realización es que los emprendimientos se encontraron en distintos espacios geográficos. Por un lado, Valkirias se encuentra en el municipio de Soyapango, mientras que Smart Coffee se ubica en una zona cercana al Paseo General Escalón. Dichos datos fueron significativos para entender la dinámica sectorial en el cual el proyecto se desempeñó. Como se ha mencionado, los emprendimientos radican en el área de San Salvador. Se detallan de forma precisa y sustancial ambos negocios.

“Smart Coffee, Sv” nace en los primeros meses del año 2020. No obstante, por motivos de situación de emergencia mundial sanitaria “COVID-19”, el negocio es obligado a cerrar. Luego de esto, a mediados del 2021, dicho emprendimiento intenta restablecer sus servicios. Actualmente, su ubicación está aledaña al Centro Comercial La Campana, cerca del Colegio Cerén y edificio de call center.

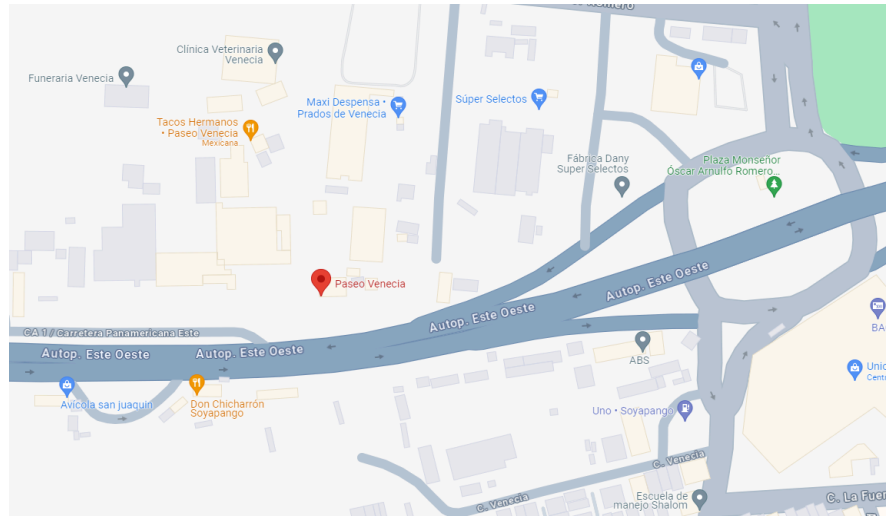


Fig. 2. Ubicación geográfica de Valkirias . (s/f). Fuente: Google maps.

De acuerdo a los esfuerzos o apoyos recibidos previo a la ejecución del proyecto, es preciso señalar que Valkirias no ha tenido acompañamiento, asesorías en el área de marketing digital. La propietaria del lugar ha realizado por cuenta propia dichas atribuciones. Por otro lado, Smart Coffee SV, ha tenido iniciativas para innovar en la promoción y publicidad de sus productos, no obstante, carece de alguien con conocimiento o formación profesional en el campo de marketing digital. Teniendo en cuenta lo anterior, se manifiesta la rotunda necesidad de que los dos emprendimientos apliquen un conjunto de técnicas y estrategias que promuevan a una marca en entornos de internet como los sitios web, buscadores y redes sociales. Busca conocer a la audiencia en profundidad para ofrecerles contenidos y ofertas personalizadas de acuerdo con sus intereses y comportamiento en línea.

Por último, es importante destacar que el contexto en el que operan los emprendimientos mencionados fue fundamental para identificar las estrategias necesarias que contribuyan a atraer y fidelizar a los clientes, usuarios o posibles consumidores de los productos o servicios que ofrecen. Además, se tuvo en cuenta la zona comercial en la que estos negocios están ubicados, lo que permitió adaptar las acciones de marketing a las características y necesidades específicas del entorno.

II. OBJETIVOS

2.1 GENERAL

- Implementar asistencia técnica especializada en el área del marketing digital para los microempresarios “Smart Coffee, SV” y “Valquirias”, San Salvador, El Salvador 2024.

2.2 ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis exhaustivo de Valquirias y Smart Coffee para entender sus necesidades y peculiaridades relativas al área de marketing digital, permitiendo una asesoría personalizada.
- Proporcionar a los microempresarios Valquirias y Smart Coffee las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar estrategias de marketing efectivas.
- Mejorar la visibilidad de los emprendimientos en el mercado mediante la implementación de tácticas de promoción adaptadas a sus características individuales.

III. CONTENIDO GENERAL

3.1 FUNDAMENTACIÓN

3.1.1 Marketing

El marketing abarca todas las actividades, procesos y estrategias que están diseñadas para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios, y la sociedad en general. Además, su objetivo principal es satisfacer las necesidades y deseos así como, al mismo tiempo, lograr los objetivos organizacionales, cómo alcanzar los objetivos de ventas, garantizar la cuota de mercado y lograr la fidelización de los clientes.

3.1.2 Marketing Digital

Según el blog digital de Oscar Fuente (2023) el marketing digital es una subdivisión del marketing. El marketing digital es el conjunto de estrategias y técnicas de marketing que se ejecutan a través de medios y plataformas digitales con el objetivo de promocionar productos, servicios o marcas.

3.1.3 Economía Naranja

La economía naranja, también conocida como la economía creativa, se refiere a un conjunto de actividades económicas relacionadas con la creación, producción, distribución y comercialización de bienes y servicios que tienen un contenido cultural, artístico o creativo. Esta economía abarca una amplia gama de sectores y disciplinas que se basan en la creatividad, las ideas y el talento de las personas.

Según CONAMYPE (2021) el concepto de economía naranja hace referencia al conjunto de actividades que, de manera encadenada, permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

Este término es idóneo para el proyecto debido a que la innovación, la tecnología y la creatividad favorecen de manera enriquecedora las diversas propuestas de marketing digital.

3.1.4 Los Microemprendimientos

Los microemprendimientos son pequeñas empresas que emplean a un número limitado de individuos y generan un nivel de ingresos relativamente bajo.

Algunas instituciones que apoyan el microemprendimiento son Comisión Nacional de la micro y pequeña empresa – CONAMYPE, Ministerio de Trabajo de El Salvador, Fundación para el Autodesarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (FADEMYPE) y Banco de Desarrollo de la República de El Salvador.

3.1.5 Asistencia Técnica Especializada En El Área De Marketing Digital

La realización de este proyecto se justifica por la imperante necesidad de fortalecer la presencia y competitividad de pequeños negocios como Smart Coffee, SV y Valkirias en el mercado local. La falta de experiencia en marketing es una barrera significativa para estos microemprendimientos, la cual limita su capacidad para alcanzar a su audiencia de manera efectiva y destacar entre la competencia.

Asimismo, se aborda el detalle de carencia de conocimiento al proporcionar una capacitación especializada y estrategias de marketing personalizadas. Los beneficios esperados son sustanciales ya que se anticipa un aumento significativo en la visibilidad de los microemprendimientos participantes, generando un impacto positivo del cliente y en las ventas. Este conocimiento adquirido no solo beneficia a los emprendimientos directamente involucrados, sino que también se traduce en una mejora palpable en la diversidad y calidad de productos y servicios disponibles para la comunidad local.

Además, la iniciativa pretende contribuir al desarrollo económico de la zona al fortalecer la sostenibilidad de estos pequeños negocios. La aplicación de estrategias de marketing efectivas no solo quiere impulsar el crecimiento individual de Valkirias y Smart Coffee, sino que también quiere crear un entorno empresarial más robusto y competitivo en San Salvador.

3.1.6 EI COVID-19

Es importante resaltar que la pandemia de COVID-19 es una crisis de salud global causada por el virus SARS-CoV-2, que pertenece a la familia de los coronavirus. Esta enfermedad surgió a finales de 2019 en la ciudad de Wuhan, China, y se propagó rápidamente por todo el mundo, llevando a la Organización Mundial de la Salud (OMS) a declarar una pandemia el 11 de marzo de 2020. ha impactado a los negocios en todo el mundo, resultando en el cierre de muchos de ellos. Smart Coffee, SV y Valkirias no fueron una excepción y se vieron afectados. A pesar de las dificultades, siguen en pie. Sin embargo, los microemprendimientos han sido los más golpeado, por lo antes visto se puede apreciar a través de estudios que se han realizados en diversas instituciones, uno de ellos fue hecho por la UCA que a través de su portal web de revista nos comparte un documento donde hay mucha información sobre cómo afectó la pandemia a las Empresas Salvadoreñas el documento se llama *Situación de la Empresa Salvadoreña Frente a la Emergencia COVID-19*, se muestra un gráfico comparativo del nivel de afectación según el tamaño de empresa en una escala porcentual del 70% que permite visualizar la diferencia de afectación tanto positiva como negativa:

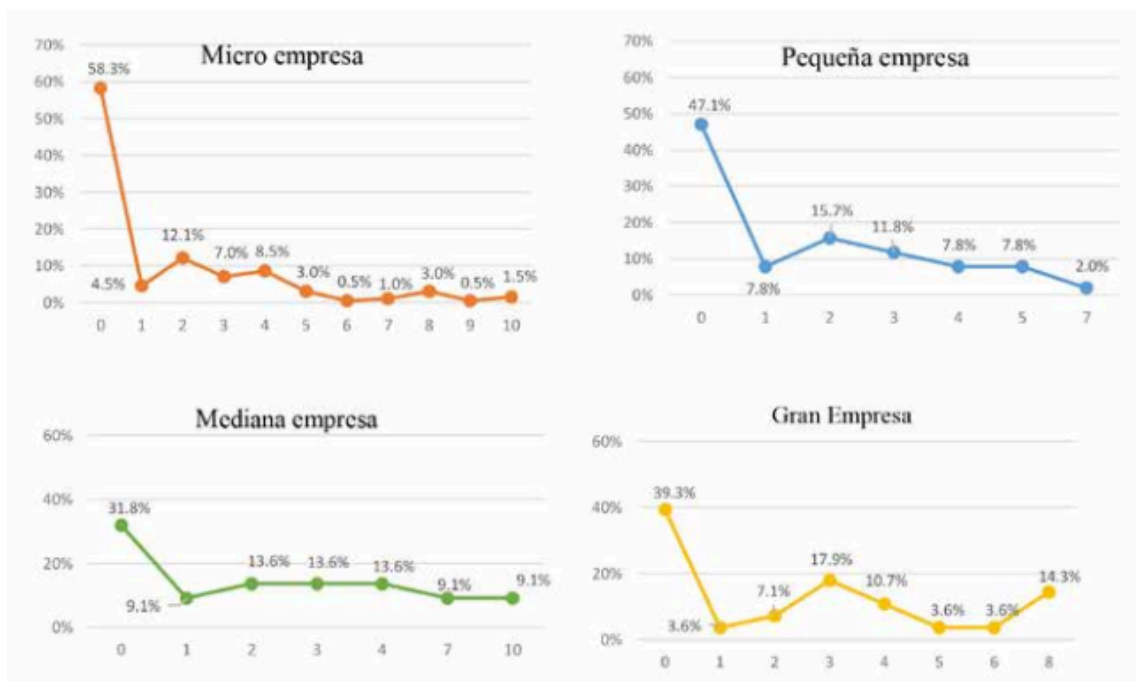


Fig. 3. (Departamento de Administración de Empresas, UCA, 2020).

Por lo antes visto podemos apreciar que los microemprendimientos son los más afectados, por esta razón, se considera que merecen recibir asistencia para ayudarles a recuperarse.

Es importante mencionar lo que enfatizó el Dr. Ricardo Córdova, Director Ejecutivo de FUNDAUNGO, al iniciar el foro “El Salvador en tiempos del COVID-19. Efectos en el desarrollo económico de El Salvador”: Dado lo mencionado anteriormente sobre la pandemia, es evidente que los microemprendimientos carecen del capital necesario para llevar a cabo grandes campañas publicitarias. Por lo tanto, necesitan estrategias que les permitan promocionarse de manera efectiva con bajos costos. (Fundaungo, 2020)

Lo que está ocurriendo en este momento no es solo un problema nacional, sino internacional. Ha afectado a todo el mundo, aunque de manera desigual entre

los países, tal como se señala en el Capítulo 1, "Los impactos económicos de la pandemia y los nuevos riesgos para la recuperación" proporcionado por el Banco Mundial, que dice lo siguiente: "La crisis tuvo un impacto drástico en la pobreza y la desigualdad en todo el mundo. La pobreza mundial se incrementó por primera vez en el curso de una generación, y las desproporcionadas pérdidas de ingresos sufridas por las poblaciones desfavorecidas condujeron a un enorme aumento de las desigualdades internas y entre los países". (Banco Mundial, 2020)

La sociedad ha experimentado un cambio en sus hábitos de consumo como consecuencia de la pandemia. Es evidente que, en momentos de mayor dificultad económica, las necesidades básicas se vuelven prioritarias, lo que se refleja en una reducción en el gasto destinado a productos no esenciales. Esto ha llevado a una disminución en las ventas y la clientela de los microempresarios que ofrecen productos considerados menos relevantes para la subsistencia. Es crucial desarrollar estrategias para revitalizar el interés en estos negocios.

Se destaca la elección de estos emprendimientos debido a que, al no ser fundamentales, a menudo se perciben como lujos que los clientes se permitían antes de la crisis. Un ejemplo que ilustra la disminución en la demanda de productos no esenciales es el apartado del PDF titulado "Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística", disponible en el sitio web de las Naciones Unidas. en la página 12 que tiene como una parte como subtítulo: El colapso del turismo arrastra a las exportaciones de servicios. (Naciones Unidas, 2020)

3.1.7 Conclusión

En resumen, el proyecto propuesto no solo aborda una necesidad urgente en términos de marketing para microempresarios, sino que también promete

beneficios tangibles para los participantes directos e indirectos, mejorando la calidad de vida en la comunidad local y contribuyendo al desarrollo económico sostenible de la región. Además, al integrar principios de la economía naranja, este proyecto fomenta la creatividad y la innovación en los negocios locales, potenciando sectores como las artes visuales, el diseño, los medios y el entretenimiento.

3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL

A lo largo del proyecto, se enfrentaron varios desafíos que requerían estrategias específicas para superarlos de manera efectiva, entre estas, se destacan las siguientes:

- 1. Investigación Inicial y Adaptación del Plan de Estudio.** Desde el inicio, fue necesario realizar una investigación exhaustiva para comprender las necesidades particulares de los microemprendimientos involucrados. Este fue el primer desafío, ya que la información recopilada debía traducirse en un plan de estudio adaptable a esas necesidades. Gracias a la tecnología y el acceso a recursos casi ilimitados de información, se logró diseñar un plan de estudio adecuado. Sin embargo, la verdadera prueba fue poner en práctica dicho plan, especialmente en un formato de capacitaciones en línea.
- 2. Diseño de Capacitaciones Efectivas y Concisas.** Crear contenidos que fueran breves, concisos y fáciles de entender fue un desafío significativo, dado el tiempo limitado para las capacitaciones, que se desarrollaron en el transcurso de un mes. Era crucial que los participantes no se sintieran abrumados o frustrados con la cantidad de

información nueva. Este desafío fue abordado diseñando material que se enfocará en lo esencial y facilitará la comprensión rápida.

- 3. Selección de Herramientas Tecnológicas Accesibles.** Otro reto importante fue la elección de herramientas para el diseño gráfico y el marketing digital. Estas herramientas debían ser accesibles tanto en términos de facilidad de uso como de costo. Teniendo en cuenta que algunos participantes eran personas mayores y con poca familiaridad con la tecnología, se optó por seleccionar herramientas económicas y gratuitas, que fueran a la vez efectivas y sencillas de utilizar.
- 4. Desempeño del Rol de Instructor.** Asumir el rol de instructor presentó un desafío personal significativo. La falta de experiencia previa en la enseñanza y la necesidad de transmitir conocimientos de manera clara y orgánica fue inicialmente complicada. Sin embargo, con el tiempo, se logró adaptarse y superar esta barrera, lo que permitió una comunicación más efectiva durante las asesorías.
- 5. Problemas Técnicos y Logísticos.** Las capacitaciones en línea presentaron desafíos técnicos, como la inestabilidad de la conexión a internet, que en una ocasión interrumpió una sesión. A pesar de estos inconvenientes, se logró concluir exitosamente la capacitación programada para ese día. Además, problemas personales obligaron a reprogramar una sesión, pero, nuevamente, con flexibilidad y planificación, se pudo completar todas las actividades según lo previsto.

A pesar de todos estos desafíos, el proyecto se completó con éxito, gracias no solo a la dedicación del instructor, sino también a la perseverancia de los participantes, que supieron adaptarse y mantenerse comprometidos a lo largo del proceso.

3.2.1 Estrategias Creativas

En el desarrollo del proyecto se implementaron varias estrategias creativas para enfrentar los desafíos y optimizar los resultados, a continuación del detalle:

- 1. Uso de Métodos Visuales y Audiovisuales.** Se incorporaron infografías, videos cortos y presentaciones interactivas en las capacitaciones para facilitar la comprensión de conceptos complejos. Estos métodos no solo hicieron las sesiones más dinámicas, también ayudaron a los participantes a retener mejor la información.
- 2. Creación de una Guía Visual Simplificada:** Dado que algunos participantes tenían poca familiaridad con herramientas tecnológicas, se diseñaron guías visuales simplificadas paso a paso.
- 3. Capacitaciones en Formato de Microlearning:** Se implementó el enfoque de microlearning, dividiendo los temas en módulos cortos y específicos. Este método permitió que los participantes asimilaban la información en sesiones más breves y enfocadas, lo que facilitó el aprendizaje en poco tiempo.
- 4. Ejemplos Prácticos Adaptados a los Microemprendimientos:** Para hacer más relevante el contenido, se utilizaron ejemplos y casos de estudio adaptados a los microemprendimientos específicos de los participantes. Esto ayudó a que los conocimientos adquiridos pudieran aplicarse directamente a sus negocios.

Estas estrategias creativas no solo ayudaron a superar los desafíos, también hicieron del proceso de aprendizaje, una experiencia más efectiva y atractiva para todos los involucrados.

IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO

4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS

Las actividades del proyecto comenzaron en el mes de marzo, durante las primeras tres semanas se llevó a cabo la elaboración del perfil del proyecto. Este proceso inicial incluyó reuniones con los representantes de los microempresarios "Smart Coffee SV" y "Valquirias", donde se realizaron charlas informativas con los dueños de los negocios para determinar su interés en participar en el proyecto. Estas reuniones permitieron entender las expectativas de los emprendedores y ajustar los objetivos del proyecto a las necesidades específicas de cada emprendimiento. Al concluir la tercera semana de marzo, se finalizó la elaboración del perfil del proyecto, estableciendo así las bases para las siguientes etapas.

En el mes de abril, el enfoque cambió hacia la identificación y análisis de las necesidades de marketing de los emprendimientos. Durante las primeras dos semanas, se realizó un estudio exhaustivo para comprender las áreas clave donde el marketing digital podría tener el mayor impacto en el crecimiento y desarrollo de "Smart Coffee" y "Valquirias". Este análisis fue fundamental para poder diseñar un plan de capacitación que no solo fuera relevante, sino que también abordará los desafíos específicos que enfrentaban los microempresarios en su entorno competitivo.

Con la información recopilada, se procedió a la creación del plan de estudios para las capacitaciones. Este plan se desarrolló meticulosamente, considerando la importancia de cada tema y el tiempo limitado disponible para su implementación. Dado que no era factible abarcar todos los aspectos del marketing digital en un tiempo tan corto, se priorizaron cuatro temas clave que se consideraron esenciales para mejorar la presencia y efectividad de los microempresarios en el mercado digital.

Los temas seleccionados fueron diseñados para proporcionar a los emprendedores las herramientas y conocimientos necesarios para implementar estrategias de marketing efectivas. Cada tema fue abordado en sesiones teóricas y la última se fue híbrida entre teórica y práctica, combinando la explicación de conceptos con la aplicación directa de las técnicas en los negocios. Esto no solo permitió a los participantes comprender mejor los principios del marketing digital, sino que también les dio la oportunidad de experimentar con las herramientas y estrategias en un entorno controlado, antes de aplicarlas en sus propios emprendimientos.

Durante la ejecución del proyecto, se tomaron en cuenta varios factores clave, como las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de los microemprendimientos, así como el nivel de conocimiento previo de los participantes. Dado que algunos tenían más experiencia que otros, se adaptaron las actividades de las capacitaciones para satisfacer necesidades específicas.

Primera Capacitación: Publicidad Digital

La primera sesión se enfocó en establecer una base sólida sobre publicidad digital, comenzando con una breve explicación de qué es la publicidad digital y su importancia para los emprendimientos. También se exploró los distintos tipos de publicidad digital y cómo se pueden aplicar estrategias específicas según el tipo de negocio. Además, se abordó la planificación de campañas publicitarias, destacando la importancia de una organización efectiva para lograr campañas exitosas. Se presentaron ejemplos de publicidades eficaces, lo que permitió a los participantes visualizar cómo llegar de manera más efectiva a sus clientes.

ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN EL ÁREA DEL MARKETING DIGITAL PARA MICROEMPRESARIOS COMO SMART COFFEE SV Y VALQUIRIAS SAN SALVADOR EL SALVADOR 2024

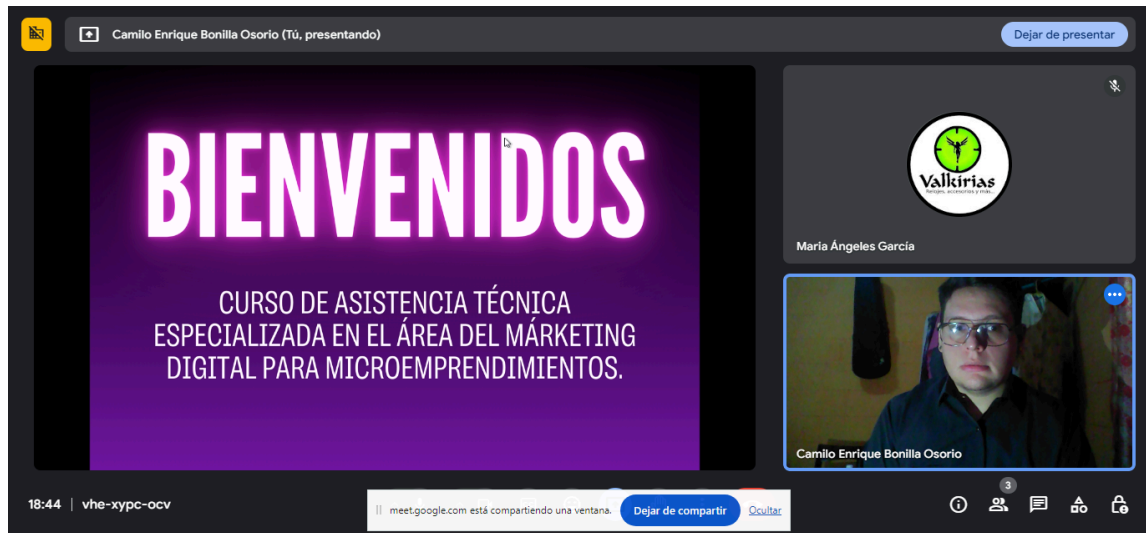


Fig. 4. Captura de Pantalla, Primera capacitación de Valkirias.

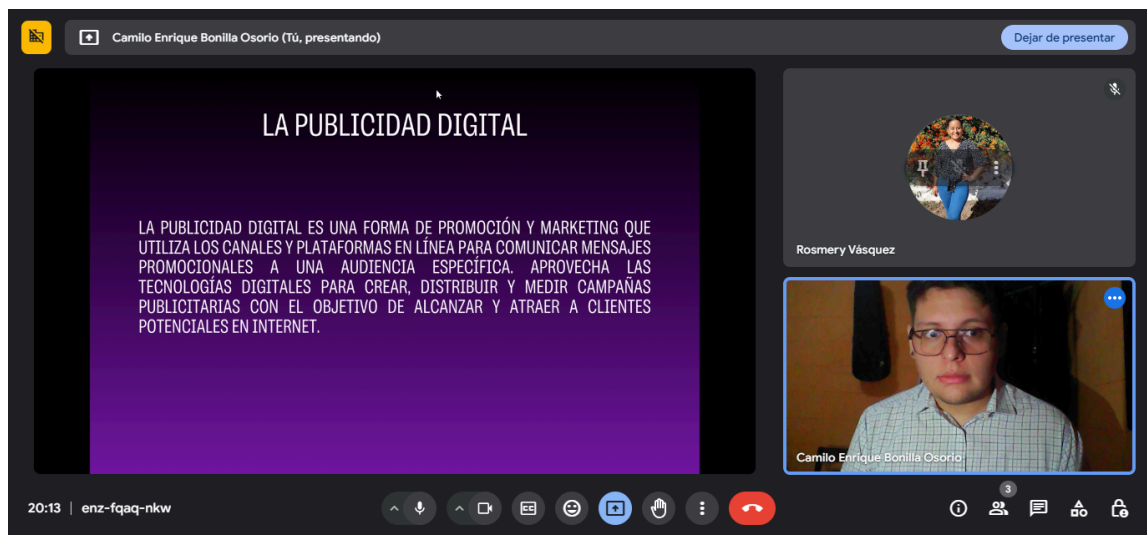


Fig. 5. Captura de Pantalla, Primera capacitación de Smart Coffee.

Segunda Capacitación: Marketing Digital En Redes Sociales

En la segunda sesión, se abordó el marketing digital en redes sociales y estrategias de contenido. Las redes sociales son un medio de comunicación eficaz y económico que puede alcanzar a un gran número de personas, por lo

que es crucial comprender las herramientas que estas plataformas ofrecen para optimizar la llegada de anuncios al público objetivo. Se enseñó cómo crear un calendario de contenido para mejorar la organización y efectividad de la publicidad. Además, se discutieron las ventajas y desventajas de las principales plataformas (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok), y cómo cada una puede beneficiar a los microempresarios.



Fig. 6. Captura de Pantalla, Segunda capacitación de Valkirias.

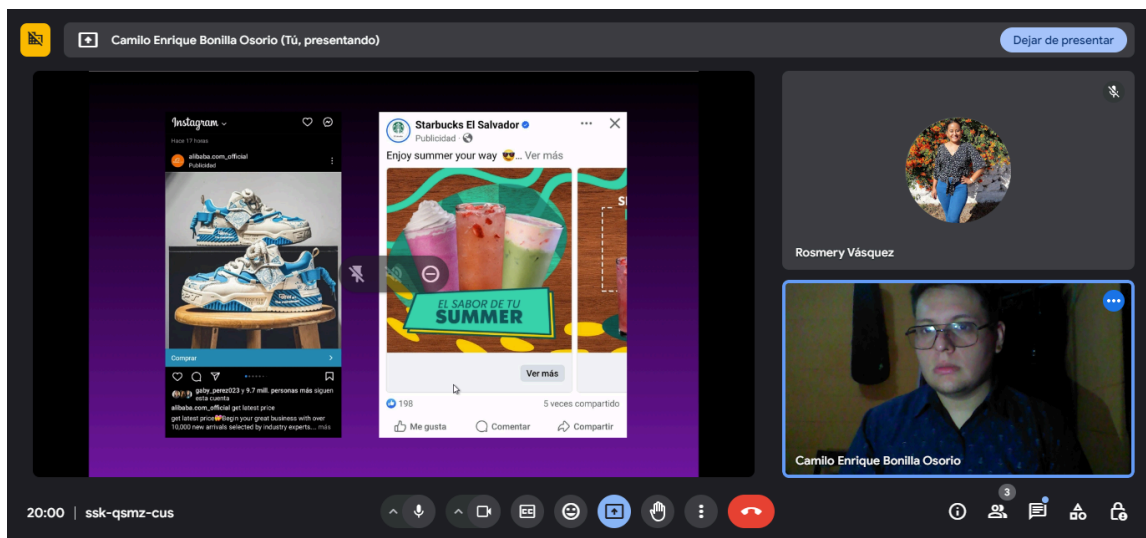


Fig. 7. Captura de Pantalla, Segunda capacitación de Smart Coffee.

Tercera Capacitación: Optimización De Motores De Búsqueda (Seo)

La tercera sesión se centró en la optimización de motores de búsqueda (SEO), una herramienta esencial en la actualidad para mejorar la visibilidad de la publicidad digital. Aunque el concepto puede ser nuevo para algunos, es fundamental entender cómo el SEO facilita que la publicidad llegue de manera

más eficiente al público objetivo. Se explicó el funcionamiento del SEO y su relevancia en las búsquedas en línea.

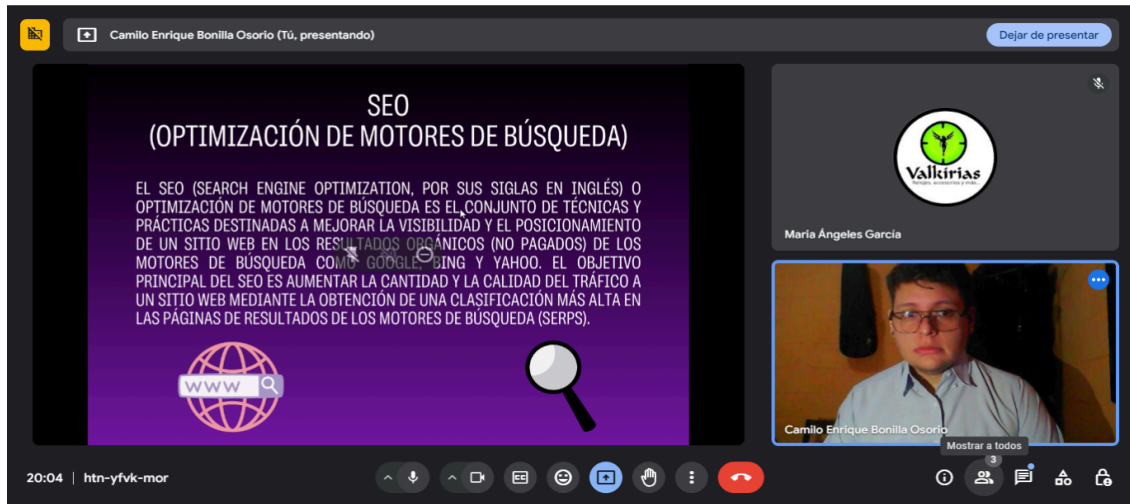


Fig. 8. Captura de Pantalla, Tercera capacitación de Valkirias.



Fig. 9. Captura de Pantalla, Tercera capacitación de Smart Coffee.

Cuarta Capacitación: Herramientas Para La Creación De Imágenes

La última capacitación se enfocó en herramientas para la creación de imágenes. Se presentaron diversos programas, tanto gratuitos como de pago, enfatizando aquellos que son gratuitos y de fácil uso. Además, se discutieron

El mecanismo de evaluación del proyecto se centró en un enfoque participativo, donde los dueños de los emprendimientos compartieron al final de todas las capacitaciones sus inquietudes, aciertos y desafíos de los temas. De tal manera se utilizó la observación en la creación de contenidos. Esto se realizó mediante un contraste de anteriores publicaciones, es decir, donde aún no se había proporcionado las capacitaciones y las posteriores cuando los emprendimientos recibieron la formación. Esto permitió que se tuviera un juicio de valor basado en el uso de elementos visualmente diferentes en la publicidad de los emprendimientos.

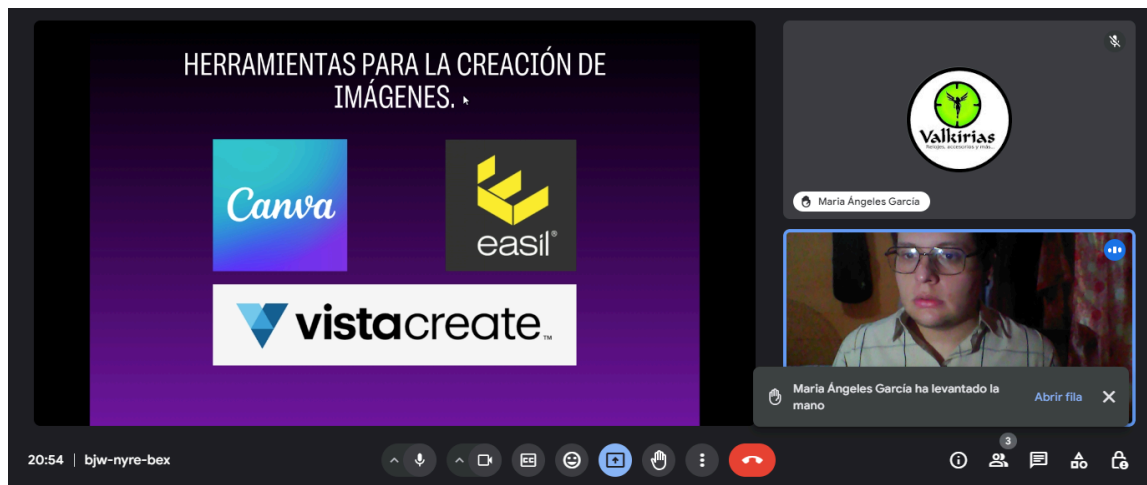


Fig. 11. Captura de Pantalla, Cuarta capacitación de Valkirias.

ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN EL ÁREA DEL MARKETING DIGITAL PARA MICROEMPRESARIOS COMO SMART COFFEE SV Y VALKIRIAS SAN SALVADOR EL SALVADOR 2024



Fig. 12. Fuente: Página Oficial de Facebook Valkirias.

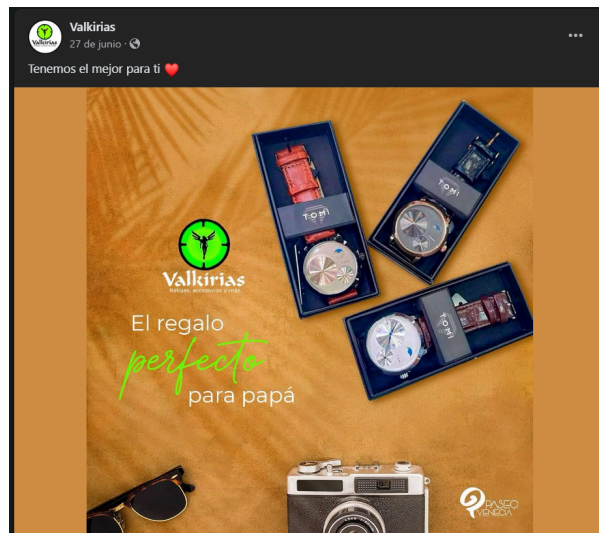


Fig. 13. Fuente: Página Oficial de Facebook Valkirias.

Para organizar los resultados obtenidos a través del trabajo de campo, es fundamental tener en cuenta los objetivos del proyecto y evaluar si se cumplieron cada uno de ellos.

El primer objetivo consistía en realizar un estudio exhaustivo de los microempresarios para comprender sus características clave, como sus fortalezas y debilidades, tomando en consideración su ubicación geográfica, los servicios que ofrecen y su estrategia publicitaria. Con esta información, pudimos diseñar un plan de estudios que respondiera a las necesidades específicas de cada emprendimiento, asegurando que las capacitaciones fueran relevantes y efectivas.

El segundo objetivo del proyecto era proporcionar a los emprendedores el conocimiento y las herramientas necesarias para desarrollar su publicidad de manera efectiva. Consideramos que este objetivo se cumplió con éxito, ya que las capacitaciones se llevaron a cabo sin mayores inconvenientes, y los participantes pudieron adquirir las habilidades necesarias para mejorar sus estrategias de marketing digital.

El objetivo final era mejorar la visibilidad de los microempresarios en el mercado mediante la implementación de tácticas de promoción adaptadas a sus características individuales. Reconociendo que las necesidades de cada emprendimiento son únicas, integramos estas consideraciones en las capacitaciones en línea, que se realizaron durante el mes de mayo y junio. Y durante el mes de julio los emprendedores tuvieron la oportunidad de consultarnos sobre cualquier duda o solicitar recomendaciones específicas, lo que facilitó una implementación más efectiva de las estrategias desarrolladas.

Los resultados obtenidos durante las actividades del proyecto reflejan que los objetivos del proyecto fueron alcanzados de manera satisfactoria, contribuyendo al fortalecimiento de las capacidades de marketing digital de los microempresarios.

4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS

4.2.1 Contraste Entre Objetivos Propuestos Y Resultados Alcanzados

Objetivo General: El objetivo general del proyecto era implementar asistencia técnica especializada en el área de marketing digital para los microempresarios "Smart Coffee, SV" y "Valquirias" en San Salvador, El Salvador, durante el año 2024. Este objetivo fue alcanzado de manera satisfactoria, ya que se proporcionó a ambos emprendimientos un conjunto integral de capacitaciones y herramientas que les permitió mejorar su presencia en el mercado digital.

Objetivos Específicos:

- 1. Realizar un análisis exhaustivo de "Valquirias" y "Smart Coffee" para entender sus necesidades y peculiaridades relativas al área de marketing digital, permitiendo una asesoría personalizada:**

Resultado: Se realizó un análisis detallado de cada microempresario, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA).

Este análisis incluyó un estudio de su ubicación geográfica, servicios ofrecidos y estrategias publicitarias actuales. Con base en esta información, se diseñó un plan de estudios adaptado a las necesidades específicas de cada negocio, lo que permitió una asesoría personalizada y relevante.

El resultado fue que cada emprendimiento recibió un enfoque que abordaba directamente sus necesidades más críticas.

2. Proporcionar a los microemprendimientos "Valkirias" y "Smart Coffee" las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar estrategias de marketing efectivas:

Resultado: Las capacitaciones se llevaron a cabo sin mayores inconvenientes y lograron equipar a los emprendedores con las habilidades necesarias para mejorar sus estrategias de marketing digital.

Los temas abordados incluyeron publicidad digital, marketing en redes sociales, optimización de motores de búsqueda (SEO) y herramientas para la creación de imágenes.

Los participantes pudieron aplicar de inmediato lo aprendido, lo que se reflejó en la calidad y efectividad de sus nuevas campañas publicitarias.

3. Mejorar la visibilidad de los emprendimientos en el mercado mediante la implementación de tácticas de promoción adaptadas a sus características individuales:

Resultado: La visibilidad de los microemprendimientos en el mercado mejoró significativamente, como se evidenció en el aumento de la interacción en redes sociales y la mayor cohesión visual en sus estrategias publicitarias.

Las capacitaciones en línea, seguidas de un período de soporte durante el mes de julio, permitieron a los emprendedores ajustar y optimizar sus tácticas promocionales de manera continua, basándose en las necesidades y características específicas de cada negocio.

4.2.2 Mecanismo De Evaluación De Resultados

El mecanismo de evaluación del proyecto se centró en un enfoque participativo, involucrando activamente a los dueños de los emprendimientos "Smart Coffee, SV" y "Valkirias" en el proceso de validación de los resultados. Al final de cada capacitación, los emprendedores compartieron sus inquietudes, aciertos y desafíos con respecto a los temas abordados. Este feedback fue crucial para ajustar y perfeccionar las capacitaciones en tiempo real.

Además, se utilizó la observación directa como herramienta de evaluación, contrastando las publicaciones anteriores a las capacitaciones con las posteriores. Este contraste permite identificar mejoras concretas en el uso de elementos visuales y de contenido en las estrategias publicitarias de los emprendimientos. Se notó un progreso significativo en la cohesión visual, la claridad de los mensajes y la interacción del público con las publicaciones.

Este enfoque de evaluación, que combinó la opinión de los participantes con un análisis objetivo de sus prácticas antes y después de las capacitaciones, proporcionó un juicio de valor sólido sobre la efectividad del proyecto. Los resultados obtenidos confirman que los objetivos del proyecto fueron alcanzados y que los microemprendimientos están ahora mejor equipados para competir en el mercado digital.

4.2.3 Logros Trabajados Durante El Taller

En las siguientes imágenes se muestran las prácticas realizadas durante la última asesoría. Al final, los resultados fueron satisfactorios, evidenciando una notable mejora en la calidad de la publicidad creada para sus microemprendimientos.



Fig. 14. Imagen publicitaria Smart Coffee SV, Ejercicio Práctico.



Fig. 15. Imagen publicitaria Valkirias, Ejercicio Práctico.

V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO

5.1 Conclusiones

En ejecución y desarrollo del proyecto se identificaron reflexiones y análisis sustanciales que permitieron concluir con lo siguiente:

En primer lugar, se implementó asistencia técnica especializada en el área de marketing digital en ambos emprendimientos. No cabe duda que el reconocimiento de dicho punto es vital ya que marcó la ruta de inicio hasta llegar al final.

En segundo momento, se analizó de forma exhaustiva los emprendimientos Valkirias y Smart Coffee. Esto contribuyó de gran manera ya que se entendieron las necesidades enfocadas en el área de marketing digital y permitió una asistencia más genuina, personalizada y dirigida.

De manera consecutiva, es relevante mencionar que el curso proporcionó herramientas y conocimientos significativos para los encargados de Valkirias y Smart Coffee.

Por último, todo el esfuerzo realizado durante las capacitaciones del curso logró frutos visibles ya que los encargados de los emprendimientos practicaron y ejecutaron tácticas y estrategias de promoción adaptadas al sentir, pensar y realidad de sus clientes y características individuales.

5.2 Continuidad Del Proyecto

En cuanto a la continuidad del proyecto, es necesario mencionar que desde el primer momento se pretendió la formulación de un curso que se dedicara al marketing digital, teniendo como resultado el nombramiento de dicha ambición como Asistencia Técnica Especializada en el Área del Marketing Digital para Microempresarios como Smart Coffee SV y Valkirias San Salvador, El Salvador 2024.

De forma general, el proyecto denotó aceptación por parte de los emprendimientos beneficiados. La gestión fue directa del formulador del proyecto, que está conformado por un estudiante egresado de la Licenciatura en Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico; certificando así una enseñanza pertinente y apropiada para el entendimiento de los encargados que participaron en el curso.

Es importante señalar que los resultados del proyecto fueron de beneficio para los emprendedores, sus negocios y los consumidores. El proyecto marcó un panorama que otros formuladores y/o ejecutores pueden retomar para enfocarse en nuevos emprendimientos.

VI. RECOMENDACIONES

A partir de la experiencia adquirida y los resultados alcanzados durante el proyecto de Asistencia Técnica Especializada en Marketing Digital para los microempresarios Smart Coffee SV y Valkirias en San Salvador, El Salvador, 2024, se proponen las siguientes recomendaciones con el fin de mejorar las futuras ediciones de talleres y proyectos de naturaleza similar.

a) Seguimiento Continuo Post-Capacitación:

Implementar un sistema de seguimiento más estructurado tras la finalización de las capacitaciones, incluyendo sesiones de asesoramiento individual a lo largo de varios meses. Este seguimiento podría incluir revisiones periódicas de las estrategias implementadas, ajustes necesarios, y la introducción de nuevas técnicas basadas en el desempeño y cambios en el mercado.

b) Ampliación de Temas en Capacitaciones:

Ampliar el rango de temas cubiertos en las capacitaciones, incluyendo tendencias emergentes como el marketing de contenidos, el uso de influencers, la automatización del marketing, y la analítica avanzada. Esto podría incluir módulos opcionales para aquellos emprendedores que ya dominan los fundamentos básicos y están listos para explorar estrategias más avanzadas.

c) Diversificación de Formatos de Capacitación:

Diversificar los formatos de capacitación más allá de las sesiones en línea y presenciales, incorporando podcasts, videos tutoriales, y webinars en vivo que puedan ser accesibles en cualquier momento. Esto permitirá a los emprendedores acceder al contenido a su propio ritmo y reforzar los temas aprendidos según su disponibilidad.

d) Adaptación de Contenido para Diferentes Niveles de Experiencia:

Ofrecer diferentes niveles de capacitación (básico, intermedio, avanzado) para adaptarse al nivel de experiencia de cada emprendedor. Esto asegurará que todos los participantes reciban formación adecuada a sus conocimientos previos y que no se sientan ni abrumados ni subutilizados.

e) Fomento de la Innovación:

Crear un espacio dentro del proyecto para fomentar la innovación, donde los emprendedores puedan experimentar con nuevas ideas y estrategias de marketing digital sin temor a cometer errores. Este espacio podría incluir desafíos o concursos que motiven a los participantes a pensar fuera de la caja.

BIBLIOGRAFÍA

Burin, A. (2023, octubre 6). *¿Qué es un microemprendimiento y cuáles son sus características?* Teclab Instituto Técnico Superior; TecLab. <https://www.teclab.edu.ar/que-es-un-microemprendimiento-y-caracteristicas/>

Cepal, N. U. (2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. CEPAL - Naciones Unidas.

CONAMYPE. (2021). CONAMYPE. Gob.sv. <https://www.conamype.gob.sv/blog/2021/08/13/economia-naranja-innovacion-a-l-os-desafios-globales/>

El municipio de Soyapango. (2016). In R. G. Guardado Alvarado (Ed.), Informe de municipio (1ª ed., p. 2). Alcaldía Municipal de Soyapango.

FundaUngo. (2020). Especialistas en materia económica analizan los efectos que tendrá el COVID 19 en el desarrollo de económico El Salvador. Fundación Dr. Guillermo Manuel Ungo. <https://www.fundaungo.org.sv/especialistas-en-materia-economica-analizan-los-efectos-que-tendra-el-covid-19-en-el-desarrollo-economico-de-el-salvador>

IEBS Business School. (2023). Marketing Digital: Qué es y sus ventajas. lebschool.com.

<https://www.iebschool.com/blog/que-es-marketing-digital-marketing-digital/>

Map, G. (2024). Ubicación geográfica de Smart Coffee. <https://www.google.com/maps/place/Smart+Coffee/@13.7029893,-89.2216065,15z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0x4089f1d9db9af6d9?sa=X&ved=1t:2428&ictx=111>

Mugira, A. (2016, diciembre 13). Tipos de entrevistas y sus características. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-entrevista/>

Mundial, B. (2022). Capítulo 1. Los impactos económicos de la pandemia y los nuevos riesgos para la recuperación. Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>

Slotnisky, D. (2021, octubre 1). Qué es un microemprendimiento y cómo puedes hacer realidad el tuyo. Digital House. <https://www.digitalhouse.com/blog/que-es-un-microemprendimiento-y-como-puedes-hacer-realidad-el-tuyo/>

ANEXOS

Anexo 1. Oferta técnica

1. PRESENTACIÓN

1.1 NOMBRE DE LAS INSTITUCIONES

- **“Smart Coffee, SV**
- **Valkirias”**

1.2 DESCRIPCIONES DE LAS INSTITUCIONES

“Smart Coffee, SV

Es un local dedicado a la venta de café y servicios de platos combinados como desayunos, variedad de sándwich, bebidas heladas y calientes.

“Valkirias”

Es un kiosco dedicado a la venta de relojes de mano, pared y despertadores. También ofrece productos como carteras, billeteras, baterías de reloj, pulseras, gafas entre otros.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

- Implementar asistencia técnica especializada en el área del marketing digital para los microempresarios “Smart Coffee, SV” y “Valkirias”, San Salvador, El Salvador 2024.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un análisis exhaustivo de Valkirias y Smart Coffee para entender sus necesidades y peculiaridades relativas al área de marketing digital, permitiendo una asesoría personalizada.
- Proporcionar a los microempresarios Valkirias y Smart Coffee las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar estrategias de marketing efectivas.
- Mejorar la visibilidad de los emprendimientos en el mercado mediante la implementación de tácticas de promoción adaptadas a sus características individuales.

3. PRODUCTOS ESPERADOS

A. PRODUCTOS:

Se espera que los microempresarios seleccionados en este proyecto “Smart Coffee, Sv” y “Valkirias”, tomen conciencia en el área de marketing digital y puedan poner en práctica los conocimientos adquiridos en las capacitaciones. De tal manera que la promoción de su marca y productos sean notorios y destacados.

B. DOCUMENTO DE INFORME FINAL:

4.OFERTA TÉCNICA Y ECONÓMICA

La oferta técnica y económica deberá ser presentada de acuerdo al siguiente

contenido:

- Descripción de la institución(es)

- Objetivos

- Metodología de trabajo

- Productos esperados

- Plazo de ejecución

- Plan de trabajo de la asistencia técnica (protocolo de investigación).

5. TIEMPO DE EJECUCIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA/CAPACITACIÓN

27 horas efectivas, de las cuales el 74% debe ser trabajo en la institución y el 26% restante en oficina para redacción de informes y cualquier otro aspecto que el proceso requiera. Deberá desarrollarse en un plazo no máximo de 12 semanas. Esta relación puede variar dependiendo del tipo de trabajo a realizar y debe ir justificado en la planificación de actividades de la Oferta Técnica.

6. PLAZO DE PRESENTACIÓN DE OFERTAS

5 días hábiles luego de recibido el presente documento. La forma de recepción debe ser al correo electrónico: jose.angel@ues.edu.sv

7. FINANCIAMIENTO

El costo de las horas laboradas es de \$15.00 por hora, teniendo un total \$405.00

8. PERFIL DEL OFERTANTE

- Estudiante egresado o profesional de la carrera de diseño gráfico, artes plásticas o marketing digital.
- Adicionalmente, con experiencia en programas como Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Filmora y Adobe After Effects.
- Persona responsable, dedicada, con habilidades sociales como asertividad, escucha activa, manejo de estrés y atención al cliente.

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN
"EL ARTE EN LA GESTIÓN CULTURAL"
**MÓDULO III. PROYECTOS
CULTURALES ARTÍSTICOS**



OFERTA TÉCNICA Y ECONÓMICA

Fecha de presentación: 20 de mayo del 2024.

Nombre de la Asistencia Técnica o Capacitación (Proyecto): Asistencia Técnica Especializada En El Área Del Marketing Digital Para Microempresarios Como "Smart Coffee, Sv" Y "Valkirias", San Salvador, El Salvador 2024.

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre del Ofertante: Camilo Enrique Bonilla Osorio Número de carnet: BO17012

II. OFERTA TÉCNICA

1. NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DE LAS INSTITUCIONES:

"Smart Coffee, SV

Es un local dedicado a la venta de café y servicios de platos combinados como desayunos, variedad de sándwich, bebidas heladas y calientes. El negocio está conformado por 3 empleados administrativos y 3 dedicados al servicio de atención al cliente y/o cocina. Dicho emprendimiento posee un local que se encuentra ubicado en las cercanías de El Salvador del Mundo. Smart Coffee inició operaciones en los primeros meses del año 2020.

"Valkirias"

Es un kiosco dedicado a la venta de relojes de mano, pared y despertadores. También ofrece productos como carteras, billeteras, baterías de reloj, pulseras, gafas entre otros. Entre los cargos ocupados en el emprendimiento, se encuentra 1 persona en el ámbito administrativo y 2 personas dedicadas a atención al cliente y/o sala de ventas. Es importante destacar que este emprendimiento arrancó operaciones en el 2017.

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo general

- Generar el crecimiento y la competitividad de los microempresarios con asistencia técnica especializada en el área del marketing digital.

2.2 Objetivos específicos

- Realizar un análisis exhaustivo de Valkirias y Smart Coffee para entender sus necesidades y peculiaridades relativas al área de marketing digital, permitiendo una asesoría personalizada.

- Proporcionar a los microempresarios Valkirias y Smart Coffee las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar estrategias de marketing efectivas.
- Mejorar la visibilidad de los emprendimientos en el mercado mediante la implementación de tácticas de promoción adaptadas a sus características individuales.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

El proyecto se estructura mediante etapas, las cuales especifican actividades con la intención de seguir una planificación, orden y ejecución. Vale la pena mencionar que todo se ha agendado desde el mes de mayo a julio del presente año.

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

- Curso de capacitación de marketing digital para los emprendimientos.
- Cuatro temas del marketing digital.
- Emprendedores capacitados.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

12 semanas.

6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SEMANAS												HORAS TOTALES		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Planificación de contenido.	8	8													16
Capacitaciones de los emprendimientos.	2	2	2	2	2	2	2	2							16
Asistencia técnica.									2	2	2	2			8
Presentación de informe.													8		8
TOTAL															48

III. OFERTA ECONÓMICA

1. COSTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA O CAPACITACIÓN

Detalle	Dólares	%
Planificación de contenido.	\$208.00	33.33%
Capacitaciones de los emprendimientos.	\$208.00	33.33%
Asistencia técnica.	\$104.00	16.67%
Presentación de informe.	\$104.00	16.67%
Total	\$624.00	100%

2. DURACIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia tendrá una duración de 48 horas efectivas en un plazo no mayor a 12 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 contenido.		16	16	\$208.00
Capacitaciones de los emprendimientos.	16		16	\$208.00
Asistencia técnica.	8		8	\$104.00
Presentación de informe.		8	8	\$104.00
TOTAL			48	\$624.00

4. PERSONAL ASIGNADO

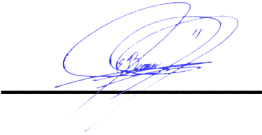
ACTIVIDAD	Consultor asignado	Funciones en el Proyecto	Horas Consultor Comprometidas	COSTO
Planificación de contenido.	Consultor	Gestor	16	\$208.00
Capacitaciones de los emprendimientos.	Consultor	Gestor	16	\$208.00
Asistencia técnica.	Consultor	Gestor	8	\$104.00

ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN EL ÁREA DEL MARKETING DIGITAL PARA MICROEMPRESARIOS COMO SMART COFFEE SV Y VALKIRIAS SAN SALVADOR EL SALVADOR 2024

Presentación de informe.	Consultor	Gestor	8	\$104.00
Total			48	\$624.00

Nombres de ofertantes.

Camilo Enrique Bonilla Osorio



Anexo 2. Carta didáctica.

ASIGNATURA: Capacitación en el área del marketing digital para microempresarios	NIVEL: Básico
FACILITADOR: Camilo Enrique Bonilla Osorio	FECHA: 6/05/24 - 24/06/24
OBJETIVO: Adquirir competencias sobre marketing digital para la administración, planificación, ejecución y optimización de microempresarios.	

<p>UNIDAD ÚNICA: Fundamentos sobre el marketing digital.</p> <p>PORCENTAJE DE EVALUACIÓN: 100%</p> <p>NÚMERO DE SEMANAS: FECHA: 8</p>	<p>OBJETIVO: Desarrollar competencia en el marketing digital para microempresarios</p>	<p>LOGRO ESPERADO: El personal administrativo o microempresarios implementan estrategias de marketing digital en sus negocios.</p>				
OBJETIVO	CONTENIDO	ACTIVIDADES/METODOLOGÍA	TIEMPO	RECURSOS	EVALUACIÓN	FECHA
1. Explorar estrategias de publicidad pagada en línea y optimización de campañas.	1. La publicidad digital.	<p>INICIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Bienvenida. → Breve presentación del instructor y los participantes. → Introducción a la importancia de la publicidad. <p>DESARROLLO:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Tipos de Publicidad Digital → Anuncios de búsqueda. → Anuncios de display. → Social media ads. 	<p>10 min.</p> <p>35 min.</p>	<p>Internet. Laptop. Cuaderno. Bolígrafo. Dispositivos móviles, smartph one, tablet, otros.</p>	<p>FORMATIVA: Los facilitadores generan preguntas sobre lo aprendido en la sesión.</p>	<p>6/05/24</p> <p>13/05/24</p>

		<ul style="list-style-type: none"> → Ejemplos de cada tipo. <p>RECESO</p> <ul style="list-style-type: none"> → Estrategias de Publicidad Pagada (45 minutos) → Planificación de Campañas Publicitarias → Identificación de objetivos y audiencia. → Creación de anuncios efectivos. → Presupuestación y gestión de campañas. <p>FINALIZACIÓN: ¿Qué aprendiste de la sesión? ¿Cómo se aplicaría a tu emprendimiento?</p>	15 min.			
			50 min.			
			10 Min.			
2. Enseñar a los participantes cómo crear y distribuir contenido relevante y atractivo en diferentes plataformas digitales, así como las mejores prácticas para el marketing en redes sociales.	2. Marketing en Redes Sociales y Estrategias de Contenido.	<p>INICIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Bienvenida. → Introducción a la importancia del contenido en el marketing digital. <p>DESARROLLO:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Elementos de una Estrategia de Contenido Efectiva → Identificación de la audiencia objetivo. → Creación de un calendario de contenido. → Tipos de contenido (blogs, videos, infografías, etc.). 	20 min.	Internet. Laptop. Cuaderno. Bolígrafo. Dispositivos móviles, smartph one, tablet, otros.	FORMATIVA: Los facilitadores generan preguntas sobre lo aprendido en la sesión. Socialización de las creaciones.	20/05/24 27/05/24
			40 min.			

		<p>→ Ejemplos de contenido exitoso.</p> <p>RECESO</p> <p>→ Panorama general de las principales plataformas: Facebook, Instagram, Twitter, TikTok.</p> <p>→ Ventajas y desventajas de cada plataforma.</p> <p>FINALIZACIÓN: ¿Qué aprendiste de la sesión? ¿Cómo se aplicaría a tu emprendimiento?</p>	<p>15 min.</p> <p>35 min.</p> <p>10 Min.</p>			
<p>3. Proveer técnicas y herramientas para mejorar el ranking de un sitio web en los resultados de búsqueda orgánica.</p>	<p>3. SEO (Optimización de Motores de Búsqueda)</p>	<p>INICIO:</p> <p>→ Bienvenida.</p> <p>→ Importancia del SEO en el marketing digital.</p> <p>DESARROLLO:</p> <p>→ ¿Qué es el SEO?</p> <p>→ ¿Cómo funcionan los motores de búsqueda?</p> <p>→ Componentes principales del SEO: On-page y Off-page.</p> <p>→ Optimización del Contenido.</p> <p>→ Investigación de palabras clave.</p>	<p>10 min.</p> <p>40 min.</p> <p>15 min.</p>	<p>Internet. Laptop. Cuaderno. Bolígrafo. Dispositivos móviles, smartph one, tablet, otros.</p>	<p>FORMATIVA: Los facilitadores generan preguntas sobre lo aprendido en la sesión. Socialización de las creaciones.</p>	<p>3/06/24</p> <p>10/06/24</p>

		<p>RECESO</p> <ul style="list-style-type: none"> → Optimización de títulos, meta descripciones y encabezados. → Uso adecuado de enlaces internos y externos. <p>FINALIZACIÓN: ¿Qué aprendiste de la sesión? ¿Cómo se aplicaría a tu emprendimiento?</p>	<p>40 min.</p> <p>10 Min.</p>			
<p>4. Mostrar cómo utilizar herramientas digitales para la creación de imágenes, especialmente con recursos limitados.</p>	<p>4.Herramientas para la Creación de Imágenes.</p>	<p>INICIO:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Bienvenida. → Importancia de las imágenes en el marketing digital. <p>DESARROLLO:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Panorama de Herramientas Disponibles. → Presentación de herramientas como Canva, Adobe Spark, y aplicaciones basadas en IA. → Ventajas y desventajas de cada herramienta. <p>RECESO</p> <ul style="list-style-type: none"> → Uso de Plantillas y Recursos Predefinidos. → Diseño Básico y Principios de 	<p>10 min.</p> <p>40 min.</p> <p>15 min.</p> <p>45 min.</p>	<p>Internet. Laptop. Cuaderno. Bolígrafo . Dispositivos móviles, smartph one, tablet, otros. Programas y plataformas Canva, Adobe Spark, y aplicaciones basadas en IA.</p>	<p>FORMATIVA: Los facilitadores generan preguntas sobre lo aprendido en la sesión. Socialización de las creaciones.</p>	<p>17/06/24 24/06/24</p>

		<p>Composición.</p> <ul style="list-style-type: none">→ Fundamentos del diseño gráfico.→ Principios básicos de composición visual.→ Uso de herramientas basadas en IA para generar imágenes.→ Ejemplos y demostraciones	10 min.			
		<p>FINALIZACIÓN:</p> <p>¿Qué aprendiste de la sesión?</p> <p>¿Cómo se aplicaría a tu emprendimiento?</p> <p>Consultas o dudas.</p>				

Anexo 3. Evidencias Fotográficas.



Fig. 1. Sala de restaurante Smart Coffee SV. Fuente: Fotografía por Camilo Bonilla.



Fig. 2. Sala de restaurante Smart Coffee SV. Fuente: Fotografía por Camilo Bonilla.

ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN EL ÁREA DEL MARKETING DIGITAL PARA MICROEMPRESARIOS COMO SMART COFFEE SV Y VALKIRIAS SAN SALVADOR EL SALVADOR 2024



Fig. 3. Entrada del restaurante Smart Coffee SV. Fuente: Fotografía por Camilo Bonilla.

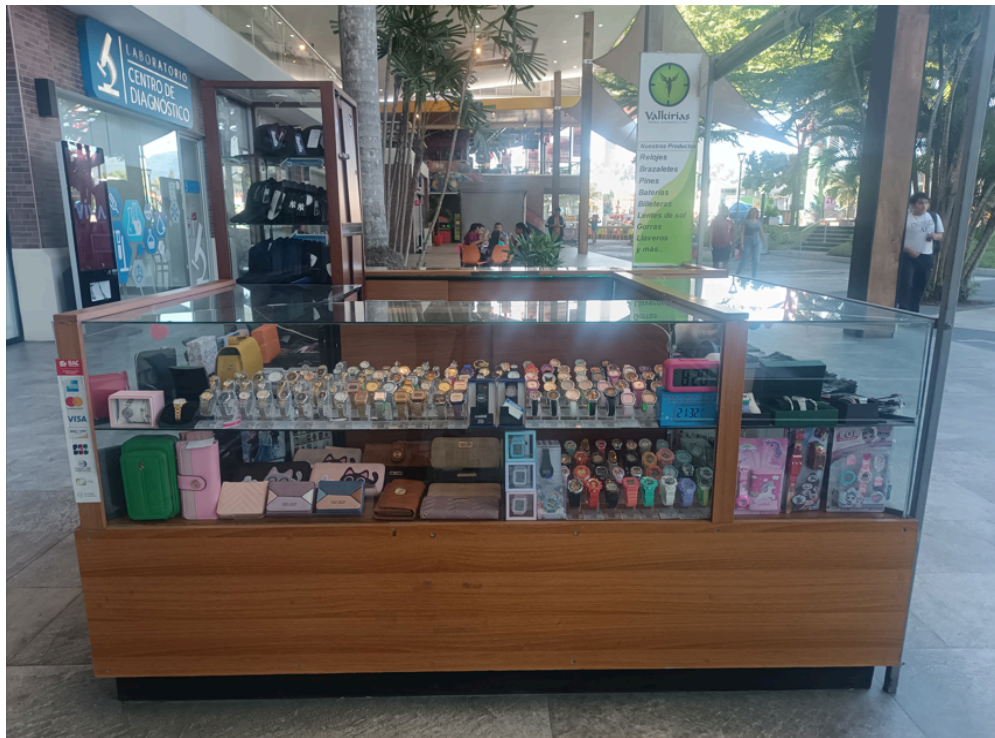


Fig. 4. Kiosco Valkirias. Fuente: Fotografía por Camilo Bonilla.



Fig. 5. Vitrina del kiosco Valkirias. Fuente: Fotografía por Camilo Bonilla.



Fig. 6. Vitrina del kiosco Valkirias. Fuente: Fotografía por Camilo Bonilla.

Anexo 3. Protocolo.

1. Título

Asistencia técnica especializada en el área del marketing digital para microempresarios como “Smart Coffee, SV” y “Valkirias”, San Salvador, El Salvador 2024.

2. Elementos Contextuales

a. Destinatarios/Usuarios/Beneficiarios/Público

El proyecto se titula Asistencia técnica especializada en el área del marketing digital para microempresarios como “Smart Coffee, SV” y “Valkirias”, San Salvador, El Salvador 2024. Dicho proyecto está dirigido hacia clientes de dos tipos de servicios. En primer lugar, se encuentra “Smart Coffee, Sv”, un negocio dedicado al servicio de cafetería donde se encuentran productos como frozen, café, paninis, sandwiches, desayunos. En él se atiende a clientes de varias edades y cobertura de eventos empresariales. Por otro lado, “Valkirias”, un emprendimiento basado en la venta de relojes, servicio de reparación y mantenimiento de los mismos. Del mismo modo, dicho local atiende a una diversidad de clientes ya que ofrece productos como relojes de varios tipos. Es importante destacar que los emprendimientos se ubican geográficamente en San Salvador.

En este sentido, los principales beneficiarios del proyecto se encuentran “Smart Coffee, Sv” Y “Valkirias” ya que tales locales recibirán apoyo y asistencia especializada en el área de marketing; esto con el principal propósito de orientar en técnicas, estrategias y procesos que la marca o empresa implementa para crear, comunicar, intercambiar y entregar ofertas o mensajes que dan valor e interesan a sus clientes. Todo ello enmarcado en una práctica comercial ética y actualizada.

De manera indirecta se beneficiarán, los clientes, usuarios o posibles consumidores de los productos o servicios ofrecidos por estos emprendimientos. Así como la zona comercial en que los negocios se encuentran ubicados.

b. Dinámica territorial

Smart Coffee SV

La zona de donde se encuentra ubicada la cafetería Smart Coffee SV, cuenta con referentes de comercio y servicios. Por ejemplo, personas que se dirigen a centros de estudio como el Colegio Cerén, Global English Academy, Universidad Andrés Bello, Colegio García Flamenco. De esta manera, se considera que es un sector altamente demandado y caracterizado por la movilidad de personas vinculadas al sector educativo.

Por otro lado, se visualizan lugares como el Centro Comercial La Campana, el Hotel Montreal, bancos, establecimientos reconocidos como Pizza Hut, Pollo Campero,

Mister Donald. También, no se deja de lado la Plaza Salvador del Mundo de San Salvador, la cual ha sido remodelada hace un año, siendo una zona visitada y atractiva para las personas locales o extranjeras. Dentro de la atención brindada, se considera que los clientes atendidos son varios por ubicarse en una zona reconocida y comercial.

“Valkirias”

El municipio de Soyapango está ubicado al Oriente del Área Metropolitana de San Salvador (AMSS), a 4.5 km al Este de la Ciudad de San Salvador, este Municipio tiene una posición estratégica en la región del AMSS por su localización, siendo el tercer municipio de entrada a la Ciudad de San Salvador por el costado oriente pasando por San Martín, e Ilopango y al norte del AMSS pasando por Tonacatepeque. Por lo que, tiene un rol importante dentro de la estructura del AMSS, ya que concentra la mayor parte de las industrias del país y alberga a la segunda población más grande; aquí se genera y demanda trabajo para los habitantes de la Región. (“El Municipio De Soyapango,” 2016, 2)

Según los registros catastrales se cuenta con un total de 86,000 contribuyentes de inmuebles y más de 9,000 empresas o comercios con cuentas activas, 4 de cada 5 se pueden clasificar como micro empresas que van desde tiendas, panaderías, billares hasta molinos; el resto son empresas industriales, comerciales y financieras. (“El Municipio De Soyapango,” 2016, 13)

El Centro Comercial Paseo Venecia se encuentra aledaño a colegios, escuelas, supermercados, residenciales y viviendas. Estos detalles hacen considerar que dichos emprendimientos manifiestan sus relaciones de producción, consumo y comercio. Este dato es importante ya que el emprendimiento Valkirias se ubica en dicho lugar.

La situación de crisis económica, violencia y delincuencia juvenil son los problemas más sentidos por los habitantes de Soyapango y del país entero, por lo tanto, son retos primordiales por resolver para esta municipalidad. Para esto es necesario impulsar y fortalecer programas que contribuyan a aumentar el involucramiento y compromiso de la sociedad civil el desarrollo humano sostenible acompañado de acciones de prevención y atención de la violencia juvenil, generación de actividades deportivas, culturales y recreativas, iniciativas de emprendimiento y de generación de empleo, acciones educativas para la población con énfasis en los jóvenes y mujeres. (“El Municipio De Soyapango,” 2016, 15)

Es importante destacar que, debido a las iniciativas de lucha contra las pandillas por parte del gobierno actual, en el Municipio se ha visibilizado un entorno más movido en cuanto a los diversos emprendimientos locales. En definitiva, ambos emprendimientos seleccionados mantienen una dinámica de trabajo importante y se encuentran en zonas transitadas y comerciales.

c. Dinámica sectorial

Como se ha mencionado, los emprendimientos radican en el área de San Salvador. Se detallan de forma precisa y sustancial ambos negocios.

“Smart Coffee, Sv” nace en los primeros meses del año 2020. No obstante, por motivos de situación de emergencia mundial sanitaria “COVID-19”, el negocio es obligado a cerrar. Luego de esto, a mediados del 2021, dicho emprendimiento intenta restablecer sus servicios. Actualmente, su ubicación está aledaña al Centro Comercial La Campana, cerca del Colegio Cerén y edificio de call center.

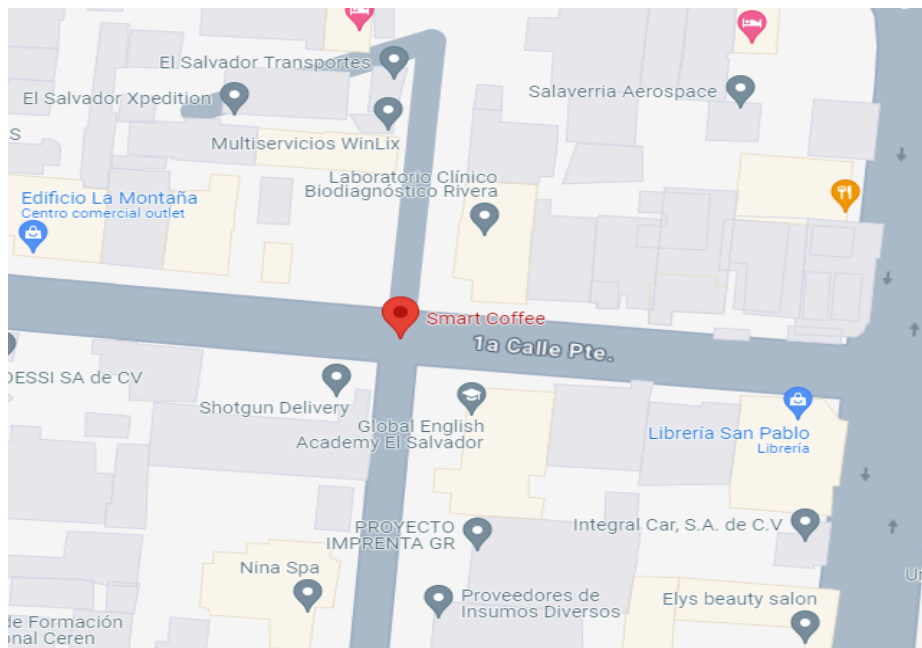


Fig. 1. Ubicación geográfica de Smart Coffee . (s/f). Fuente: Google maps

“Valkirias” es un quiosco establecido en el año 2017. Su iniciativa radica en la venta de relojes de mano, pulsera, de pared y despertadores. Debido a la misma situación de pandemia por “COVID-19”, cerró desde marzo de 2020 hasta septiembre de ese mismo año. Actualmente, se mantiene ubicado en el centro comercial Paseo Venecia.

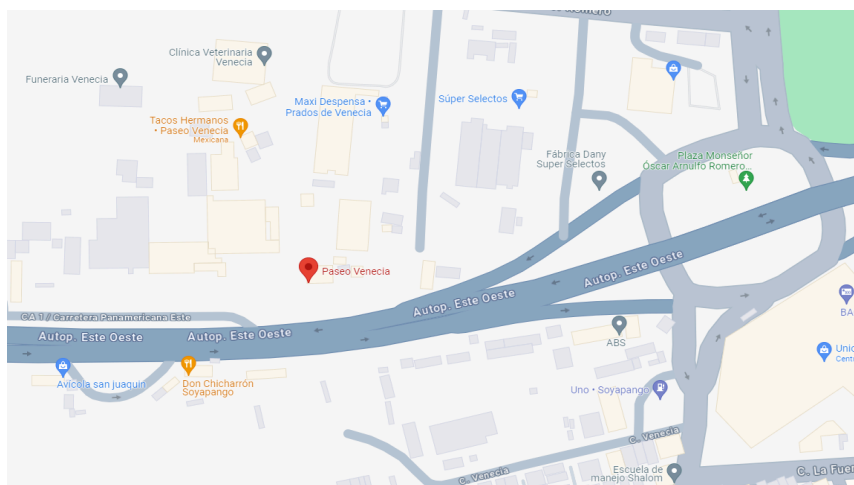


Fig. 2. Ubicación geográfica de Valkirias . (s/f). Fuente: Google maps

De acuerdo a los esfuerzos o apoyos recibidos previo a la ejecución del proyecto, es preciso señalar que Valkirias no ha tenido acompañamiento, asesorías en el área de marketing digital. La propietaria del lugar ha realizado por cuenta propia dichas atribuciones. Por otro lado, Smart Coffee SV, ha tenido iniciativas para innovar en la promoción y publicidad de sus productos, no obstante, carece de alguien con conocimiento o formación profesional en el campo de marketing digital. Teniendo en cuenta lo anterior, se manifiesta la rotunda necesidad de que los dos emprendimientos apliquen un conjunto de técnicas y estrategias que promuevan a una marca en entornos de internet como los sitios web, buscadores y redes sociales. Busca conocer a la audiencia en profundidad para ofrecerles contenidos y ofertas personalizadas de acuerdo con sus intereses y comportamiento en línea.

3. Diagnóstico

A continuación, se presentan las problemáticas identificadas en la población a beneficiar con el proyecto:

Necesidad o problema	Causas del problema	Prioridad del problema
Escasa o nula experiencia en la promoción de marcas mediante publicidad.	Son individuos que iniciaron sus emprendimientos sin tener conocimientos de marketing.	Brindar capacitación a las personas para que puedan gestionar de manera efectiva y profesional la promoción de su marca mediante estrategias de marketing.
Los microemprendimientos cuentan con recursos limitados, lo que restringe su capacidad para alcanzar a un público más amplio.	Los emprendimientos pequeños a menudo tienen recursos financieros limitados y apenas lo necesario para mantener sus operaciones. En ocasiones, la publicidad no se considera fundamental para estos negocios.	Aquí se presentarán medidas efectivas adaptadas a las condiciones y limitaciones específicas, pero que son ideales para alcanzar a un gran número de personas con recursos limitados.
Falta de recursos económicos para invertir en asesorías especializadas	Se tiene en cuenta que los dos emprendimientos han intentado perseverar desde el tiempo de su establecimiento con las nociones de publicidad, no obstante, ambos negocios no cuentan con asesoría especializada en marketing digital.	Proporcionar capacitación sobre marketing digital como es la promoción de las marcas para conectar con posibles clientes usando internet y otras formas de comunicación digital. Esto incluye el correo electrónico, las redes sociales y la publicidad basada en la web,

		mensajes de texto y multimedia como canal de marketing.
--	--	---

Fig 3. Fuente de elaboración propia.

Teniendo en cuenta lo anterior, estos emprendimientos se ven en la necesidad de obtener una capacitación basada en el marketing digital para generar tráfico y crear conocimiento sobre la marca, atrayendo a la gente a una conversación en línea. Las plataformas más populares para el marketing en redes sociales son Facebook e Instagram. Por esta razón, “Smart Coffee, SV” y “Valkirias”, requieren el apoyo o guía en términos de marketing. Como comentario final, el propósito del proyecto es brindar apoyo a estos microemprendimientos para que puedan promocionarse por sí mismos una vez que el proyecto haya concluido, permitiéndoles alcanzar a un público más amplio y así mejorar su negocio.

4. Objetivo General

- Implementar asistencia técnica especializada en el área del marketing digital para los microemprendimientos “Smart Coffee, SV” y “Valkirias”, San Salvador, El Salvador 2024.

5. Objetivos Específicos

- Análisis Personalizado: Realizar un análisis exhaustivo de Valkirias y Smart Coffee para entender sus necesidades y peculiaridades relativas al área de marketing digital, permitiendo una asesoría personalizada.
- Capacitación Especializada: Proporcionar a los microemprendimientos Valkirias y Smart Coffee las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar estrategias de marketing efectivas.
- Promoción y Visibilidad: Mejorar la visibilidad de los emprendimientos en el mercado mediante la implementación de tácticas de promoción adaptadas a sus características individuales.
- Valoración de resultados y continuidad: Evaluación de resultados de la asesoría especializada contrastando las mejoras implementadas por los microemprendimientos y las respuestas del público.

6. Fundamentación

La realización de este proyecto sobre Asistencia técnica especializada en el área del marketing digital para microemprendimientos “Smart Coffee, SV” y “Valkirias”, San Salvador, El Salvador 2024; se justifica por la imperante necesidad de fortalecer la presencia y competitividad de pequeños negocios como Smart Coffee, SV y Valkirias en el mercado local. La falta de experiencia en marketing es una barrera significativa para estos microemprendimientos, limitando su capacidad para alcanzar a su audiencia de manera efectiva y destacar entre la competencia.

El proyecto propuesto, aborda esta carencia al proporcionar una capacitación especializada y estrategias de marketing personalizadas. Los beneficios esperados son

sustanciales: se anticipa un aumento significativo en la visibilidad de los microempresarios participantes, generando un impacto positivo en la participación del cliente y, en última instancia, en las ventas. Este conocimiento adquirido no solo beneficia a los emprendimientos directamente involucrados, sino que también se traduce en una mejora palpable en la diversidad y calidad de productos y servicios disponibles para la comunidad local.

Además, la iniciativa contribuirá al desarrollo económico de la zona al fortalecer la sostenibilidad de estos pequeños negocios. La aplicación de estrategias de marketing efectivas no solo impulsa el crecimiento individual de Valkirias y Smart Coffee, sino que también crea un entorno empresarial más robusto y competitivo en San Salvador.

Es importante resaltar que la pandemia de COVID-19 ha impactado a los negocios en todo el mundo, resultando en el cierre de muchos de ellos. Smart Coffee, SV y Valkirias no fueron una excepción y se vieron afectados. A pesar de las dificultades, siguen en pie. Sin embargo, los microempresarios han sido los más golpeados. Por esta razón, se considera que merecen recibir asistencia para ayudarles a recuperarse.

Es importante mencionar lo que enfatizó el Dr. Ricardo Córdova, Director Ejecutivo de FUNDAUNGO, al iniciar el foro "El Salvador en tiempos del COVID-19. Efectos en el desarrollo económico de El Salvador": Dado lo mencionado anteriormente sobre la pandemia, es evidente que los microempresarios carecen del capital necesario para llevar a cabo grandes campañas publicitarias. Por lo tanto, necesitan estrategias que les permitan promocionarse de manera efectiva con bajos costos. (Fundaungo, 2020)

Lo que está ocurriendo en este momento no es solo un problema nacional, sino internacional. Ha afectado a todo el mundo, aunque de manera desigual entre los países, tal como se señala en el Capítulo 1, "Los impactos económicos de la pandemia y los nuevos riesgos para la recuperación" proporcionado por el Banco Mundial, que dice lo siguiente: "La crisis tuvo un impacto drástico en la pobreza y la desigualdad en todo el mundo. La pobreza mundial se incrementó por primera vez en el curso de una generación, y las desproporcionadas pérdidas de ingresos sufridas por las poblaciones desfavorecidas condujeron a un enorme aumento de las desigualdades internas y entre los países". (Banco Mundial, 2020)

La sociedad ha experimentado un cambio en sus hábitos de consumo como consecuencia de la pandemia. Es evidente que, en momentos de mayor dificultad económica, las necesidades básicas se vuelven prioritarias, lo que se refleja en una reducción en el gasto destinado a productos no esenciales. Esto ha llevado a una disminución en las ventas y la clientela de los microempresarios que ofrecen productos considerados menos relevantes para la subsistencia. Es crucial desarrollar estrategias para revitalizar el interés en estos negocios.

Se destaca la elección de estos emprendimientos debido a que, al no ser fundamentales, a menudo se perciben como lujos que los clientes se permitían antes de la crisis. Un ejemplo que ilustra la disminución en la demanda de productos no esenciales es el apartado del PDF titulado "Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística", disponible en el sitio web de las Naciones Unidas. en la

página 12 que tiene como una parte como subtítulo: El colapso del turismo arrastra a las exportaciones de servicios. (Naciones Unidas, 2020)

En resumen, el proyecto propuesta no solo aborda una necesidad urgente en términos de marketing para microempresarios, sino que también promete beneficios tangibles para los participantes directos e indirectos, mejorando la calidad de vida en la comunidad local y contribuyendo al desarrollo económico sostenible de la región.

6.1 El Marketing digital

El Marketing digital es el conjunto de estrategias direccionadas a la comunicación y comercialización electrónica de productos y servicios. Usando canales digitales, como blogs, sitios, motores de búsqueda, medios sociales, emails y otros, las empresas intentan solucionar dolencias y deseos de sus clientes y clientes potenciales.

El Marketing digital puede ser realizado por las personas, empresas, universidades, ONGs, asociaciones, iglesias, etc. Pero debe tener en cuenta factores culturales, psicológicos, geográficos, jurídicos que influyen a las personas a la hora de comprar o vender un producto o servicio.

6.1.1 Estrategias de marketing digital

- A. **Atención a los clientes.** Como estrategias de mercadotecnia, se debe estar al pendiente de cada comentario, queja o sugerencia que hagan los usuarios en los canales sociales para responder de manera oportuna y eficaz. Si se responde de esta manera, el usuario se sentirá atendido y respaldado en todo momento.
- B. **Conocimiento de la publicidad.** El encargado o gestor de contenidos es una figura que ejecuta el plan de contenidos. Esta persona debe conocer cuáles son los temas más relevantes en su sector o nicho y, por supuesto, quienes son las personas con mejor reputación y más conocimiento en los temas que maneja, ya que podrá apoyarse en ellos como fuentes confiables de información.
- C. **Aplicaciones o sitios web.** En el entorno móvil, los sitios web y las aplicaciones optimizadas para estos dispositivos juegan un papel crucial. Siempre es deseable contar con una aplicación en la que nuestros usuarios puedan interactuar con nuestra marca, ya sea comprando, obteniendo información relevante o cualquier actividad acorde al giro de la empresa. Redes Sociales: Son un aliado fundamental para tu Campaña de Email Marketing. Estimula las suscripciones interactuando con tu audiencia a través de concursos, trivias, etc. y poniendo como condición para participar, que la gente deje su dirección de email.
- D. **Palabras clave.** Conocidas también como keywords o términos de búsqueda. En algunos casos son palabras aisladas pero pueden ser frases completas. Las palabras clave son el tema central del contenido de una página y permiten

relacionar el término de búsqueda del internauta con la información del sitio web. El proceso de selección de palabras clave es esencial, ya que permiten ganar notoriedad en los buscadores y lograr atraer el mayor número posible de usuarios al sitio.

6.2 El microemprendimiento

Se denomina microemprendimiento a las empresas unipersonales (integradas por una persona) aunque, en algunos casos, se unen varios emprendedores para concretar dicho negocio.

Se percibe que una de las principales causas que impulsa a las personas a crear estas microempresas está relacionada con la intención de distanciarse de sus trabajos en relación de dependencia, pero no cuentan con suficiente financiamiento para formar una PyME (Pequeña y Mediana Empresa).

6.2.1 Características de los microemprendimientos

- **Tamaño reducido.** Como ya mencionamos anteriormente, y su nombre lo indica, los microemprendimientos son pequeños en términos de tamaño y alcance. Por lo general, cuentan con un número limitado de empleados, y generalmente, el propietario o los propietarios son quienes realizan la mayor parte del trabajo.
- **Inversión inicial baja.** Los microemprendimientos tienden a requerir una inversión inicial relativamente baja en comparación con las empresas más grandes. Esto los hace accesibles para emprendedores con pocos recursos.

7. Descripción

La asistencia en marketing digital se llevará a cabo en dos fases: la primera consistirá en capacitaciones, mientras que la segunda se centrará en la aplicación práctica. El proyecto tiene como objetivo capacitar a las personas para que, una vez finalizado, puedan gestionar por sí mismas la publicidad digital en sus negocios. En la actualidad, la tecnología facilita a las personas con escaso o nulo conocimiento en el uso de programas profesionales de edición de imágenes. Ahora existen aplicaciones que ayudan en la creación de imágenes, ofreciendo plantillas predefinidas o incluso permitiendo la creación desde cero mediante inteligencia artificial. Es crucial que estas herramientas sean aprovechadas, especialmente por aquellas personas con recursos limitados que no pueden permitirse contratar a un diseñador gráfico.

- **Etapa Formativa y de Indagación:** Es esta etapa se buscó informarse más sobre el marketing y buscar metodologías que ayudan específicamente a estos negocios, también es necesario indagar la publicidad que ocupan otras empresas que son de la misma rama de los emprendimientos de los beneficiados para tomar ejemplo de las tendencias que ellos toman en su publicidad y así nosotros poder aplicarlas.
- **Implementación de las capacitaciones:** Durante este periodo de Mayo y Junio, durante este mes habrá 4 capacitaciones individuales para cada microempresa, donde se indaga todo lo antes investigado.

- **Aplicación de lo aprendido:** En este mes de Julio se buscará que los emprendimientos puedan aplicar los conocimientos adquiridos en las capacitaciones, siempre tendrá esa asistencia mía para que ellos puedan consultar alguna duda que tengan.
- **Recopilación y análisis de resultados:** Ya en esta etapa se hará un análisis de la aplicación de lo aprendido y luego se verán los resultados que darán la aplicación antes dicha.

En cuanto a los participantes del proyecto, se dividen en 2 grupos principales, cada uno con su papel:

- **Facilitador:** Es el que le corresponde al estudiante egresado Camilo Bonilla, quien se encargará de impartir los conocimientos y que asistirá en los beneficiados en la aplicación.
- **Beneficiarios:** Los beneficiarios son los dueños de los emprendimientos que son Maria de los Ángeles García y Rosmery Vásquez.

En cuanto a las labores específicas de los involucrados, serán detallados más adelante, además de presentar el perfil curricular del facilitador del proyecto.

8. Propuesta general de la ejecución

Productos esperados: Al concluir las capacitaciones se espera que los participantes puedan aplicar los conocimientos adquiridos, y por su cuenta propia llevar a cabo el marketing digital de sus emprendimientos de manera adecuada.

Aporte: Luego que los beneficiarios puedan aplicar los conocimientos adquiridos en sus negocios durante un mes, se verán los resultados de que dio las capacitaciones en su negocio.

Proceso de creación: Primeramente es importante detectar las necesidades de los micro emprendimientos por ello se hace un análisis de su negocio de manera general, luego de eso podemos ver sus fortalezas y debilidades, y se irá al proceso de investigación, donde se aplicara técnicas necesarias que ellos deben tener en cuenta a la hora de desarrollar sus publicidades en páginas digitales, ya luego se verá qué tipo de publicidad es la más adecuada dependiendo de su negocio y cómo poder hacerlo atractivo para el cliente para ellos las capacitaciones se dividirán en 4 capacitaciones de 45 minutos, estas capacitaciones serán de manera individual para cada emprendedor porque en algunos temas serán más personalizadas a sus necesidades.

Es importante resaltar que veremos 4 temas de manera general que son:

1. **Estrategias de contenido:** Explorar cómo crear y distribuir contenido relevante y atractivo en diferentes plataformas digitales para aumentar la visibilidad de la marca y atraer a la audiencia objetivo.

2. **Marketing en redes sociales:** Analizar las mejores prácticas para utilizar plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y Tik Tok para promover productos o servicios, interactuar con clientes potenciales y construir una comunidad en línea.
3. **SEO (Optimización de motores de búsqueda):** Profundizar en técnicas y herramientas para mejorar el ranking de un sitio web en los resultados de búsqueda orgánica, aumentando así la visibilidad y el tráfico de calidad.
4. **Publicidad digital:** Explorar estrategias de publicidad pagada en línea, como anuncios de búsqueda, display, y social media ads, así como también la optimización de campañas para maximizar el retorno de la inversión (ROI) y alcanzar los objetivos de marketing establecidos.
5. **Herramientas que facilitan la creación de imágenes:** Ahora existen aplicaciones que ayudan en la creación de imágenes, ofreciendo plantillas predefinidas o incluso permitiendo la creación desde cero mediante inteligencia artificial. Es crucial que estas herramientas sean aprovechadas, especialmente por aquellas personas con recursos limitados que no pueden permitirse contratar a un diseñador gráfico.

Al final los beneficiados tendrán 1 mes para aplicar lo aprendido en las capacitaciones siempre teniendo en cuenta que yo en ese mes lo estaré asistiendo si ello lo necesitan.

9. Actividades y tareas, métodos y técnicas

El proyecto se estructura mediante etapas, las cuales especifican actividades con la intención de seguir una planificación, orden y ejecución. Vale la pena mencionar que todo se ha agendado desde el mes de marzo a julio del presente año. A continuación, se detalla cada una de dichas etapas, seguidas las actividades y posibles resultados esperados.

No.	Etapas	Actividades	Resultados esperados
1	Diagnóstica e investigativa: Visualización de posibles problemas relacionados con el marketing digital. Acercamiento a los dos emprendimientos “Smart Coffee, SV” y “Valkirias”.	<ul style="list-style-type: none"> ● Construcción del marco teórico y referencia. ● Consulta y entrevista no estructurada o libre a los encargados de los emprendimientos. 	Construcción de problema focalizado y objetivos mediante el diagnóstico o sondeo.
2	Planificación de la capacitaciones: Preparación de materiales didácticos e interactivos para la formación de los propietarios de los	<ul style="list-style-type: none"> ● Construcción de diapositivas, plantillas, propuesta de publicidad. ● Utilización de marco bibliográfico o 	Crear una formación inmediata y oportuna sobre marketing digital.

	empresarios.	fuentes de información sobre el marketing digital.	
3	Facilitación de los conocimientos sobre el marketing digital: Capacitaciones dirigidas a los propietarios de los emprendimientos.	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones con los referentes de los emprendimientos. • Realización de jornadas de 45 minutos. • Facilitación de tutorías. 	Crear una conciencia sobre el marketing digital para que los emprendimientos apliquen los conocimientos adquiridos en las capacitaciones.
4	Implementación de estrategias: Aplicación de nociones y estrategias sobre el marketing digital.	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación de contenidos referidos a los emprendimientos. • Focalización en imágenes, colores, videos cortos. 	Implementación de publicidad de imágenes que comuniquen por sí solas y que los videos sean cortos y que transmitan experiencias.
5	Evaluación del proyecto aplicado en los emprendimientos: Presentación de resultados.	Construcción del informe final basado en objetivos, marco teórico sobre el marketing digital y resultados de la aplicación de estrategias.	Proporcionar los resultados obtenidos del proyecto y optar a grado académico.

Fig 4. Fuente de elaboración propia.

10. Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MESES/ SEMANAS																				Responsable
	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Encuentro con los emprendimientos Kiosco "Valkirias" .																					Facilitador y Formador
Encuentro con los emprendimiento "Smart Coffee, SV".																					Facilitador y Formador
Elaboración del perfil del proyecto																					Facilitador y Formador
Semana de vacación																					Facilitador y Formador
Identificación las necesidades relacionadas con el marketing de los emprendimientos																					Facilitador y Formador
Creación de las propuestas de capacitación plan de marketing																					Facilitador y Formador
Capacitación para emprendimiento Kiosco "Valkirias" .																					Facilitador y Formador

11. Recursos, equipo humano, recursos materiales y financieros

RECURSOS	TIPOS	DESCRIPCIÓN
Humanos	- Gestor del Proyecto.	Facilitador y formulador del proyecto es el encargado de la formulación y desarrollador de las capacitaciones y aplicaciones de lo aprendido.
	- Beneficiarios del proyecto.	Los dos propietarios de los microemprendimientos, van a ser beneficiados de las capacitaciones.
Materiales	- Viáticos.	Comida.
		Transporte.
Financieros	- Recursos propios.	Luz.
		Internet.
Tecnológico y Técnicos	- Recursos propios.	Computadoras.
		Celulares.

Fig 6. Fuente de elaboración propia.

CONCEPTO	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Operativos			
Computadora, laptop o celular	\$350	3	\$1,050
Internet	\$13	3	\$39
Electricidad	\$10	3	\$30
Subtotal			\$1,119
Insumos			
Alimentos	\$2.50	2	\$5
Subtotal			\$5
Difusión			

Pago de Redes Sociales	\$10	2	\$20
Subtotal			\$20
Movilización			
Transporte	\$0.25	12	\$3
Subtotal			\$3
Imprevisto			
Costo Varios	%15		\$172.05
Subtotal			\$172.05
Total			\$1319.05

Fig 7. Fuente de elaboración propia.

12. Reseña de los responsables y ejecutores del proyecto

En este cuadro, se presenta al participante que ejecutará el proyecto y los beneficiarios del proyecto, así como el rol de cada uno.

Participantes	Rol de los participantes	Responsabilidades	Momentos de Intervención
Camilo Enrique Bonilla Osorio	Facilitador y formulador del proyecto	Responsable de la Ejecución del Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> - Creador de la propuesta del trabajo. - Investigador de las herramientas necesarias que deben tener los micro emprendimientos en el marketing. - Capacitador de los beneficiados. - Asesor de la aplicación de las capacitaciones.
Maria de los Ángeles García	Beneficiada del proyecto	Poder cumplir con las metas del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> - Poder asistir a todas las capacitaciones. - Aplicar lo enseñado en las capacitaciones.
Rosmery Vásquez			

Fig 8. Fuente de elaboración propia.

DATOS DE CONTACTO	
Nombre: Camilo Enrique Bonilla Osorio Edad: 26 años Correo: camboos97@gmail.com	
EXPERIENCIA LABORAL	
Cargo: Creador de Contenidos. Empresa: Pet Boutique El Salvador. Función principal: Creador de contenido promocional de la empresa. Tiempo: 21 de Julio de 2021.	
EDUCACIÓN	
Carrera/curso: Artes Plásticas, Opción Diseño Gráfico. Facilitado por: Universidad de El Salvador. Tiempo: 2017 - Actualidad	
Carrera/curso: Bachillerato Tecnico, Contaduria. Facilitado por: Instituto Nacional Alberto Masferrer (INAM). Tiempo: 2014 - 2016.	
CONOCIMIENTO ADICIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de Microsoft Office (básico). - Manejo de Pintar con diferentes técnicas. 	
HABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad para trabajar en equipo. - Creatividad. - Responsabilidad. 	

Fig 9. Fuente de elaboración propia.

13. Bibliografía

Burin, A. (2023, octubre 6). *¿Qué es un microemprendimiento y cuáles son sus características?* Teclab Instituto Técnico Superior; TecLab. <https://www.teclab.edu.ar/que-es-un-microemprendimiento-y-caracteristicas/>

Cepal, N. U. (2020). Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística. CEPAL - Naciones Unidas.

El municipio de Soyapango. (2016). In R. G. Guardado Alvarado (Ed.), Informe de municipio (1ª ed., p. 2). Alcaldía Municipal de Soyapango.

FundaUngo. (2020). Especialistas en materia económica analizan los efectos que tendrá el COVID 19 en el desarrollo de económico El Salvador. Fundación Dr. Guillermo Manuel Ungo. <https://www.fundaungo.org.sv/especialistas-en-materia-economica-analizan-los-efectos-que-ten-dra-el-covid-19-en-el-desarrollo-economico-de-el-salvador>

Map, G. (2024). Ubicación geográfica de Smart Coffee. <https://www.google.com/maps/place/Smart+Coffee/@13.7029893,-89.2216065,15z/data=!4m2!3m1!1s0x0:0x4089f1d9db9af6d9?sa=X&ved=1t:2428&ictx=111>

Mugira, A. (2016, diciembre 13). Tipos de entrevistas y sus características. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/tipos-de-entrevista/>

Mundial, B. (2022). Capítulo 1. Los impactos económicos de la pandemia y los nuevos riesgos para la recuperación. Banco Mundial. <https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/https://www.bancomundial.org/es/publication/wdr2022/brief/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis/chapter-1-introduction-the-economic-impacts-of-the-covid-19-crisis>

Slotnisky, D. (2021, octubre 1). Qué es un microemprendimiento y cómo puedes hacer realidad el tuyo. Digital House. <https://www.digitalhouse.com/blog/que-es-un-microemprendimiento-y-como-puedes-hacer-realidad-el-tuyo>