

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



TÍTULO

**ESTRATEGIAS DE IDENTIDAD VISUAL PARA
EMPRENDEDORES APLICADO AL NEGOCIO DE PRODUCTOS
LOCALES FROZEN ART, DISTRITO DE SAN JOSÉ GUAYABAL,
DEPARTAMENTO DE CUSCATLÁN, EL SALVADOR 2024**

PRESENTADO POR:

CARNET

**ASHLEY MICHELLE CALLES CASTRO
CAMILA MARIA REYES LOPEZ**

**CC18062
RL18001**

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

**DOCENTE DEL CURSO DE ESPECIALIZACION
MAESTRO.CARLOS ALBERTO QUIJADA FUENTES**

**COORDINADOR GENERAL DE PROCESO DE GRADO
LICENCIADO. LUIS EDUARDO GALDAMEZ CONTRERAS**

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

AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR

Ingeniero Juan Rosa Quintanilla Quintanilla

VICERRECTOR ACADÉMICO

Doctora Evelyn Beatriz Farfán

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Maestro Roger Armando Arias Alvarado

SECRETARIO GENERAL

Licenciado Pedro Rosalío Escobar Castaneda

AUTORIDADES FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

DECANO

Maestro Julio César Grande Rivera

VICEDECANA

Maestra María Blas Cruz Jurado

SECRETARIA

Maestra Natividad de la Mercedes Teshé Padilla

AUTORIDADES DE LA ESCUELA DE ARTES

DIRECTOR ESCUELA DE ARTES

Licenciado Miguel Ángel Mira Mira

COORDINADOR DE PROCESOS DE GRADUACIÓN

Licenciado Luis Eduardo Galdámez Contreras

DOCENTE DIRECTOR

Maestro Carlos Alberto Quijada Fuentes

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero expresar mi más profundo agradecimiento a mi madre Ana Guadalupe Castro, quien ha sido el pilar fundamental en mi vida y la fuente inagotable de inspiración en este largo camino. Su amor incondicional me ha dado la fuerza para superar cada obstáculo que se ha presentado y alcanzar las metas que alguna vez solo fueron sueños. A mis hermanas, Keyri y Sofía, les agradezco desde lo más profundo de mi corazón por ser la luz en los momentos de mayor oscuridad. Su capacidad de llenar mi vida de felicidad, especialmente en los momentos de mayor estrés académico, me dieron la energía y la esperanza para seguir adelante. A mi familia en general, quiero agradecerles por el apoyo incondicional que siempre me han brindado. A mis amistades más cercanas, gracias por ser esa mano amiga que nunca dudó en tenderse cuando más lo necesitaba. Su compañía, sus palabras de aliento y su disposición para ayudarme en cada proyecto son gestos que atesoro profundamente. A mi compañera Camila, gracias por ser una verdadera hermana en esta travesía. Tu apoyo inquebrantable, tu lealtad y tu capacidad para sobrellevar cada obstáculo a mi lado han hecho de este camino algo mucho más llevadero y significativo. No solo compartimos desafíos, sino también innumerables momentos de aprendizaje y crecimiento que siempre llevaré en mi corazón. Finalmente, agradezco a todos los docentes que han contribuido a mi formación con su paciencia y dedicación, siendo guías esenciales en mi desarrollo académico y personal.

Ashley Calles

“En primer lugar les agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos académicos. Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades. También son los que me han brindado el soporte para poder concentrarme en los estudios y nunca abandonarlos”.

Son muchos los docentes que han sido parte de mi camino académico, y a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí.

Agradecerle a mi compañera Michelle Calles ella se ha convertido en mi amiga, cómplice y hermana. Gracias por las horas compartidas, los trabajos realizados en conjunto y las historias vividas.

En especial a Nancy Hernández siempre estuvo en esos momentos de estrés y alegría durante este largo camino. Su apoyo, confianza, soporte y cariño han sido invaluable.

Camila Reyes

RESUMEN

El proyecto de gestión cultural “Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores aplicado al negocio de productos locales Frozen Art, Distrito de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, El Salvador 2024” tuvo como propósito fortalecer la identidad visual del negocio Frozen Art, con el objetivo de mejorar su reconocimiento y presencia en el mercado local. A partir de un diagnóstico inicial, se identificó la necesidad de los emprendedores de acceder a herramientas de diseño gráfico y marketing visual que les permitieran posicionar su marca de manera efectiva. El proyecto se ejecutó en cuatro etapas principales. La primera etapa involucró la planificación y la propuesta del tema a los emprendedores y licenciados encargados, quienes aprobaron la iniciativa. En la segunda etapa, se desarrolló el logotipo del negocio, siguiendo un proceso colaborativo para captar las ideas y preferencias de los emprendedores. La tercera etapa consistió en la creación y diseño de menús, banners, y artes para redes sociales, alineando todos estos elementos con la nueva identidad visual del negocio. Finalmente, en la cuarta etapa, se realizaron talleres educativos para capacitar a los emprendedores en el uso y aplicación de las estrategias de identidad visual, y se efectuó una remodelación del local para reflejar la nueva imagen de la marca. Los resultados del proyecto muestran que una identidad visual coherente y bien definida es crucial para mejorar la percepción del negocio y aumentar su visibilidad en el mercado. Este enfoque ha sido particularmente beneficioso para los emprendedores de Frozen Art, permitiéndoles destacar su marca y atraer a más clientes.

Palabras clave: identidad visual, logotipo, emprendimiento, taller, marketing, redes sociales, remodelación.

ABSTRACT

The cultural management project “Visual Identity Strategies for Entrepreneurs applied to the local products business Frozen Art, District of San José Guayabal, department of Cuscatlán, El Salvador 2024” had the purpose of strengthening the visual identity of the Frozen Art business, with the objective to improve its recognition and presence in the local market. Based on an initial diagnosis, the need for entrepreneurs to access graphic design and visual marketing tools that would allow them to position their brand effectively was identified. The project was executed in four main stages.

The first stage involved planning and proposing the topic to the entrepreneurs and graduates in charge, who approved the initiative. In the second stage, the business logo was developed, following a collaborative process to capture the ideas and preferences of the entrepreneurs. The third stage consisted of the creation and design of menus, banners, and arts for social networks, aligning all these elements with the new visual identity of the business. Finally, in the fourth stage, educational workshops were held to train entrepreneurs in the use and application of visual identity strategies, and a remodeling of the premises was carried out to reflect the new image of the brand.

The results of the project show that a coherent and well-defined visual identity is crucial to improve the perception of the business and increase its visibility in the market. This approach has been particularly beneficial for Frozen Art entrepreneurs, allowing them to highlight their brand and attract more customers. **Keywords:** visual identity, logo, entrepreneurship, workshop, marketing, social networks, remodeling.

INDICE

HOJA DE AUTORIDADES.....	ii
AGRADECIMIENTOS	iii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	v
INDICE	vi
INDICE DE FIGURAS	viii
INTRODUCCION	1
I. CONTEXTO GENERAL	2
1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	2
1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES	4
1.2.1 Problemática.....	4
1.2.2 Antecedentes.....	4
II. OBJETIVOS.....	12
2.1 GENERAL.....	12
2.2 ESPECÍFICOS.....	12
III. CONTENIDO GENERAL.....	13
3.1 FUNDAMENTACIÓN.....	13
3.1.2 Los emprendimientos en El Salvador.....	13
3.1.3 Economía naranja.....	14
3.1.4 Recursos.....	17
3.1.4 Creación de un emprendimiento.....	18
3.1.5 Identidad visual.....	20
3.1.6 Branding.....	22
3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA	
-CULTURAL	28
3.2.1 Puntos fuertes.....	28
3.2.2 Limitantes.....	29
3.2.3 Modelo de Gestión Utilizado.....	30

3.2.4 Estrategias Creativas.....	33
3.2.5 Adecuaciones y Estrategias Implementadas.....	34
IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.....	36
4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.....	36
4.1.1 ETAPA 1.....	36
4.1.2 ETAPA 2.....	38
4.1.3 ETAPA 3.....	43
4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.....	45
4.2.1 Planificación y gestión del proyecto.....	45
4.2.2 Ejecución.....	46
4.2.3 Evaluación de talleres.....	47
4.2.4 Contraste de cumplimiento de objetivos.....	50
4.2.5 Análisis De Porcentajes De Cuestionario.....	51
4.2.6 Resultado.....	56
4.2.7 Encuesta de Satisfacción Del Trabajo Realizado.....	58
4.2.8 Evaluación	60
V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROEYCTO.....	61
VI. RECOMENDACIONES.....	65
BIBLIOGRAFÍA	67
ANEXOS.....	68

INDICE DE FIGURAS

<i>Fig. 1</i>	<i>Mapa de ubicación de Frozen Art</i>	8
<i>Fig. 2.</i>	<i>Mapa de ubicación de Frozen Art.....</i>	9
<i>Fig. 3.</i>	<i>Muestra del local Frozen Art en su interior</i>	10
<i>Fig. 4.</i>	<i>Imagen ilustrativa de ser un emprendedor exitoso.....</i>	15
<i>Fig. 5.</i>	<i>Imagen ilustrativa de la economía naranja.....</i>	16
<i>Fig. 6.</i>	<i>Imagen ilustrativa Estrategias de branding.....</i>	23
<i>Fig. 7.</i>	<i>Imagen ilustrativa de Rediseño de Logotipo.....</i>	27
<i>Fig. 8.</i>	<i>Captura sobre ideas del propietario.....</i>	38
<i>Fig. 9.</i>	<i>Captura sobre logotipo con compañera.....</i>	39
<i>Fig.10.</i>	<i>Captura sobre logotipo con propietario.....</i>	39
<i>Fig.11</i>	<i>Logotipo final.....</i>	40
<i>Fig.12.</i>	<i>Menú final. Fuente: Elaboración propia.....</i>	40
<i>Fig.13.</i>	<i>Remodelación de local. Elaboración propia.....</i>	41
<i>Fig.14.</i>	<i>Remodelación de local. Elaboración propia.....</i>	41
<i>Fig.15.</i>	<i>Local remodelado. Fuente: Elaboración propia.....</i>	41
<i>Fig.16.</i>	<i>Arte para redes sociales.....</i>	42
<i>Fig.17.</i>	<i>Publicación en redes sociales.....</i>	43
<i>Fig.18.</i>	<i>Captura de pantalla durante taller.....</i>	45
<i>Fig.19.</i>	<i>Respuesta de cuestionario.....</i>	52
<i>Fig.20.</i>	<i>Respuesta de cuestionario.....</i>	53
<i>Fig.21.</i>	<i>Respuesta de cuestionario.....</i>	54
<i>Fig.22.</i>	<i>Respuesta de cuestionario.....</i>	55
<i>Fig.23.</i>	<i>Respuesta de cuestionario.....</i>	56
<i>Fig.24.</i>	<i>Respuesta de cuestionario.....</i>	57
<i>Fig.25.</i>	<i>Respuesta de encuesta.....</i>	59
<i>Fig.26.</i>	<i>Respuesta de encuesta</i>	60
<i>Fig.27.</i>	<i>Respuesta de encuesta.....</i>	60

INTRODUCCIÓN

La identidad visual es crucial para las marcas, especialmente para pequeños negocios en un mercado competitivo. El informe aborda la necesidad de fortalecer la identidad visual de Frozen Art, un emprendimiento local con desafíos de posicionamiento. La falta de conocimientos en diseño gráfico y marketing limitaba su crecimiento. Se implementaron estrategias de identidad visual creativa, incluyendo un nuevo logotipo y materiales promocionales, que resultaron en una presencia sólida en el mercado y redes sociales.

El proyecto se basó en principios de diseño gráfico y marketing para crear una identidad coherente y atractiva. Estos esfuerzos impactaron positivamente en el negocio local, proporcionando las herramientas necesarias para prosperar en un entorno competitivo.

El informe contiene en primer lugar, el Contexto; es decir, una descripción detallada del proyecto desde su concepción hasta la valoración de sus resultados, además de una explicación de la problemática y sus antecedentes.

En segundo lugar, se plantean los objetivos que orientaron todo el trabajo realizado.

En tercer lugar, se aborda el Contenido General del proyecto, que aborda la base teórica por medio de la fundamentación. Este apartado incluye también las limitantes y estrategias creativas desarrolladas durante el trabajo de campo.

En cuarto lugar, se detalla la Ejecución del Proyecto, describiendo las actividades realizadas, para luego evaluar los resultados obtenidos.

En quinto lugar, se presentan las conclusiones y recomendaciones que se construyeron a partir de la experiencia adquirida y los logros alcanzados.

Finalmente se agrega bibliografía y anexos, como apartados complementarios que respaldan todo el proceso descrito en este documento.

I. CONTEXTO GENERAL DEL PROYECTO

1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

El desarrollo del proyecto titulado Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores aplicado al negocio de productos locales Frozen Art, Distrito de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, El Salvador 2024, se centró en fortalecer la identidad visual del negocio Frozen Art para mejorar su presencia y reconocimiento en el mercado local. Este esfuerzo fue fundamental para proporcionar a los emprendedores, herramientas que les permitieran definir y comunicar eficazmente la imagen de su marca.

En el contexto de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, los emprendimientos locales enfrentan el desafío de posicionar sus productos y servicios en un entorno donde la visibilidad y el reconocimiento son clave para el éxito. A través de un diagnóstico inicial, se identificó la carencia de herramientas de diseño gráfico y marketing visual, aspectos que limitaban el crecimiento y posicionamiento de la marca. Esto, dio origen al deseo de apoyar a emprendedores locales al proporcionarles conocimientos prácticos en identidad visual. La idea fue ofrecer soluciones que ayudaran a Frozen Art a destacarse en el mercado, asegurando que su marca fuera fácilmente reconocible y comunicara sus valores de manera efectiva.

El proyecto se estructuró en cuatro etapas principales, cada una dirigida a abordar aspectos específicos de la identidad visual del negocio. Desde la planificación y aprobación del proyecto, hasta la creación de un logotipo representativo, el diseño de materiales promocionales y la capacitación de los emprendedores, cada fase fue diseñada para dotar a Frozen Art de una imagen coherente y atractiva, cada una de estas etapas fue diseñada para abordar

aspectos fundamentales de la creación y consolidación de la identidad visual del negocio, con el objetivo de mejorar su posicionamiento en el mercado local.

Desde el principio, el proyecto comenzó con la propuesta del tema a los emprendedores de Frozen Art y a los encargados de su aprobación. Con la aceptación del proyecto, se inició el trabajo en la creación del logotipo. Este proceso incluyó reuniones con los emprendedores para entender sus preferencias y necesidades y se desarrollaron varias propuestas visuales que representaría a Frozen Art de manera efectiva.

Con el logotipo aprobado, se avanzó en el diseño de materiales visuales esenciales, tales como cuatro menús y dos banners, que alinearían la nueva imagen del negocio con sus objetivos de marketing. Además, se crearon artes específicas para las redes sociales, incluyendo Instagram y Facebook, para asegurar una presencia digital coherente y atractiva. Paralelamente, se llevó a cabo una remodelación completa del local, que incluyó la pintura y ajustes internos para mejorar la apariencia; creando un ambiente con la nueva identidad visual.

Se impartieron talleres educativos dirigidos a los emprendedores, en los que se les enseñó cómo aplicar las estrategias de identidad visual desarrolladas. Estos talleres fueron una parte clave del proyecto, ya que capacitaron a los emprendedores para que pudieran mantener y fortalecer su marca en el futuro. Además, se administró un cuestionario a través de Google Forms para evaluar el aprendizaje y la comprensión de las estrategias por parte de los participantes.

Como resultado del proyecto, Frozen Art ahora cuenta con una identidad visual sólida, que incluye un logotipo distintivo, menús y banners alineados con la nueva imagen de la marca y una presencia coherente en redes sociales. La remodelación del local ha mejorado la experiencia del cliente, y los talleres educativos proporcionaron los conocimientos necesarios para continuar desarrollando su identidad visual de manera efectiva.

1.2 PROBLEMÁTICA Y ANTECEDENTES.

1.2.1 Problemática

En el contexto del Distrito de San José Guayabal, en el departamento de Cuscatlán, muchos emprendedores enfrentan desafíos significativos al tratar de acceder a talleres especializados en identidad visual.

La falta de recursos económicos y la alta inversión requerida para contratar servicios profesionales en diseño gráfico y marketing visual representan barreras importantes. Los costos asociados con la creación de elementos como logotipos, menús, banners y la gestión de redes sociales pueden ser prohibitivos para pequeños negocios y emprendedores locales. Además, la falta de conocimientos sobre cómo desarrollar y aplicar estrategias de identidad visual limita la capacidad de los emprendedores para posicionar sus negocios de manera efectiva.

En este contexto, surge la necesidad de ofrecer un proyecto que proporcione capacitación y recursos accesibles en identidad visual para mejorar la imagen de los negocios locales. La iniciativa se basa en utilizar el conocimiento y experiencia de profesionales en diseño gráfico para apoyar a emprendedores en el desarrollo de una identidad visual coherente y profesional. Este proyecto buscó llenar el vacío existente, proporcionando herramientas prácticas y educación que permitan a los emprendedores de Frozen Art y otros negocios locales fortalecer su presencia en el mercado y destacar en un entorno competitivo.

1.2.2 Antecedentes

El proyecto titulado Estrategias de Identidad Visual para emprendedores, aplicado al negocio de productos locales Frozen Art, Distrito de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, El Salvador 2024, tuvo como beneficiarios a los siguientes grupos:

Primeramente, a los Emprendedores locales y potenciales emprendedores en San José Guayabal: Este grupo incluyó a individuos interesados en iniciar o mejorar sus negocios locales, especialmente aquellos involucrados en la industria de alimentos y bebidas, con un enfoque en productos congelados como los ofrecidos por Frozen Art, este grupo está entre las edades de los 20 hasta los 40 años. Estos emprendedores fueron beneficiarios directos de las estrategias de identidad visual desarrolladas en el estudio, ya que podrán aplicar las recomendaciones para fortalecer la imagen de sus negocios.

Además, también se beneficiaron los propietarios y equipo de gestión de Frozen Art. Este grupo incluyó a los propietarios, gerentes y empleados clave de Frozen Art, el negocio de productos locales objeto de estudio son de ambos géneros, dos masculinos y dos femeninos en el rango de edades desde los 29 hasta los 36 años. Fueron destinatarios directos de las estrategias de identidad visual propuestas, ya que podrán implementar las recomendaciones para mejorar la presencia de la marca y atraer a más clientes en su mercado local.

Otro grupo, fueron los consumidores locales y visitantes de San José Guayabal: Este grupo comprendió a los residentes locales de San José Guayabal y a los visitantes que frecuentan la zona, los clientes de Frozen Art pueden abarcar todas las edades y géneros. Serán usuarios potenciales de los productos y servicios ofrecidos por Frozen Art. Como destinatarios indirectos de las estrategias de identidad visual, se beneficiaron de una experiencia de marca mejorada y más atractiva, lo que podría influir en su decisión de compra y lealtad hacia el negocio. Por último, pero no menos importante se encontró la Universidad de El Salvador y los estudiantes de la Escuela de Artes Plásticas, en particular, las egresadas de la Opción de Diseño Gráfico, quienes ejecutaran el diseño de la identidad visual del emprendimiento como gestoras del proyecto.

En el contexto histórico, el Distrito de San José Guayabal, ubicado en el Departamento de Cuscatlán, El Salvador, representa un enclave vibrante en la región central del país. Su origen se remonta a la época colonial, cuando fue establecido como un modesto asentamiento agrícola. Con el transcurso del tiempo, experimentó un crecimiento gradual, influenciado en gran medida por la agricultura y el comercio local. El nombre "Guayabal" refleja la abundancia de árboles de guayaba que alguna vez poblaron su paisaje. La estructura de la ciudad se articula en torno a una plaza central, característica de los pueblos tradicionales de la región, además las casas pintorescas contribuyen al encanto de su arquitectura. A medida que se extiende hacia las afueras, el paisaje se transforma en campos fértiles y majestuosas montañas, proporcionando un telón de fondo impresionante.

En el ámbito social, San José Guayabal es conocido por su fuerte sentido de comunidad y solidaridad entre sus habitantes. Los lazos familiares son un elemento central de su tejido social, y la hospitalidad hacia los visitantes es una característica distintiva de la cultura local.

Económicamente, la agricultura sigue siendo el motor principal de la economía local, con cultivos como maíz, frijoles, y caña de azúcar que sustentan la vida de muchas familias en la región. Sin embargo, en los últimos años ha surgido un crecimiento en el emprendimiento y el comercio local, reflejado en iniciativas como "Frozen Art".

Desde el punto de vista político, el distrito forma parte integral de la estructura gubernamental de El Salvador, con representantes locales encargados de la administración y gobierno a nivel municipal. En términos de salud, la comunidad cuenta con centros de atención médica que brindan servicios básicos a sus residentes. Además, se promueve un estilo de vida saludable entre la población, con acceso a instalaciones deportivas y actividades al aire libre.

En el ámbito educativo, San José Guayabal alberga escuelas que ofrecen educación a niños y jóvenes locales, que contribuyen al desarrollo educativo de la región, preparando a la próxima generación de líderes y profesionales locales. Esta combinación de elementos sociales, económicos, políticos, de salud y educativos contribuye a la riqueza y vitalidad de San José Guayabal, creando un contexto propicio para el crecimiento y desarrollo de iniciativas emprendedoras como "Frozen Art".

El surgimiento del negocio "Frozen Art" en el Distrito de San José Guayabal, Departamento de Cuscatlán, viene luego de lo que fue la pandemia del Covid-19, que tuvo como consecuencia el desempleo de muchas personas, entre ellas el dueño y empleados del emprendimiento. Viendo la necesidad de ingresos económicos surgió la idea de Frozen Art por parte de Daniel Escobar, residente del distrito de San José Guayabal. El negocio "Frozen Art" se estableció el 5 de abril del 2021 con la visión de ofrecer productos alimenticios locales de alta calidad.

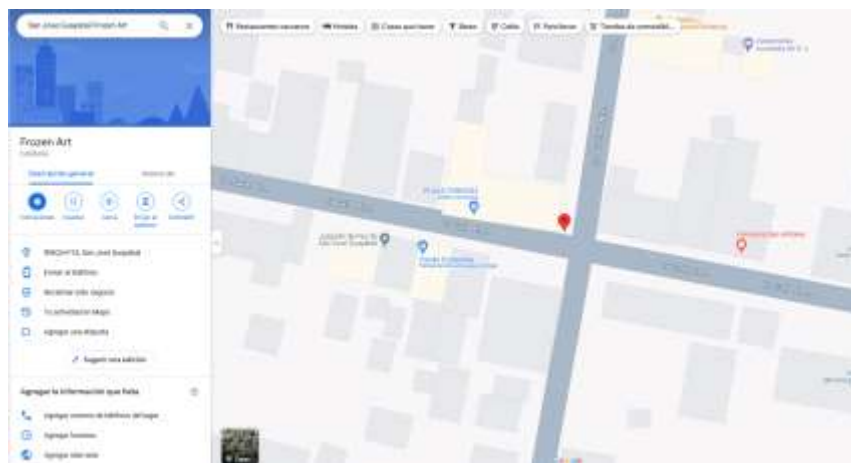


Fig 1. Mapa de ubicación de Frozen Art Fuente: Google Maps.

Desde sus primeros meses de operación, "Frozen Art" ha contribuido significativamente a resaltar la gastronomía de San José Guayabal, ofreciendo una amplia gama de productos que reflejan sabores auténticos y los ingredientes frescos de la zona. El emprendimiento ha buscado constantemente formas

innovadoras de presentar sus productos, reconociendo la importancia de una identidad visual sólida para destacarse en un mercado competitivo.

A lo largo de los años, "Frozen Art" ha enfrentado desafíos similares a otros negocios, como la competencia y los cambios en el mercado. Sin embargo, ha sabido adaptarse a las nuevas tendencias y demandas del mercado, manteniendo siempre su compromiso con la calidad y la autenticidad de sus productos.

Hoy en día, "Frozen Art" es reconocido como un referente en la promoción de productos locales en el Distrito de San José Guayabal. El emprendimiento cuenta con una sólida base de clientes fieles y ha logrado establecerse de la mejor manera. La misión de "Frozen Art" va más allá de simplemente vender productos; se trata de preservar y promover la identidad cultural y gastronómica de San José Guayabal, inspirando a otros emprendedores a seguir su ejemplo y contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad.



Fig 2. Mapa de ubicación de Frozen Art Fuente: Fotografía Propia

El desarrollo del proyecto fue comunicado al propietario del emprendimiento Daniel Escobar, quien brindó el espacio a las egresadas de la Universidad de El Salvador en la carrera de Artes Plásticas Opción Diseño Gráfico para ayudar a su negocio a tener una identidad visual que este no poseía. Llamo mucho la

atención debido a que ya se tenía la idea de crear una identidad para su negocio, y al presentarse la oportunidad de tener apoyo especializado, no dudó en aceptar el proyecto.



Fig 3. Muestra del local Frozen Art en su interior Fuente: Fotografía Propia

Al ser un negocio al que acuden muchos de los residentes del distrito de San José Guayabal, debe tener una mejor forma de identificarse de manera visual, es por eso, que se tomó la responsabilidad, tanto de parte de las gestoras del proyecto como todos los que forman parte del emprendimiento Frozen Art, la creación de la marca, tomando en cuenta sus necesidades. El ambiente en el que se desarrolló el proyecto fue seguro para todos los participantes ya que el distrito de San José Guayabal es caracterizado por la tranquilidad y seguridad que brinda. Además, con esto, se tuvo como resultado una guía de estrategias que podrán ser replicadas y aplicadas a cualquier emprendimiento del distrito, sabiendo que los resultados serán factibles y tendrán los resultados esperados.

A pesar del dinamismo económico y cultural de San José Guayabal, muchos emprendedores locales se enfrentan a la falta de apoyo por parte de instituciones gubernamentales u organizaciones locales. La ausencia de programas de capacitación, asistencia técnica y acceso a financiamiento limita el crecimiento y desarrollo de los negocios en la comunidad.

El gobierno local y otras entidades relevantes han realizado algunos esfuerzos, como la organización de ferias de emprendedores y la publicación de información en redes sociales por parte de la municipalidad. Sin embargo, estos esfuerzos muchas veces no reciben el seguimiento adecuado para garantizar su efectividad y generar resultados positivos a largo plazo.

La falta de recursos y la falta de seguimiento pueden obstaculizar el impacto de estas iniciativas en el apoyo a los emprendedores locales. A menudo, la falta de continuidad y coordinación en las acciones puede llevar a una falta de confianza y participación por parte de los emprendedores, lo que limita el potencial de crecimiento económico en la comunidad.

La carencia de programas específicos de apoyo empresarial también puede tener un impacto en la capacidad de los emprendedores para establecer una identidad visual sólida y diferenciarse en el mercado. Sin orientación y recursos adecuados, muchos negocios locales como Frozen Art pueden enfrentar dificultades para destacarse y atraer clientes.

La falta de apoyo institucional resalta la importancia de iniciativas como el proyecto de Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores en San José Guayabal. Al proporcionar orientación y herramientas prácticas a los emprendedores locales. Proyectos como este buscan llenar el vacío dejado por la falta de apoyo y fortalecer la economía local desde la base.

El proyecto "Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores: Caso de Estudio en el Negocio de Productos Locales Frozen Art, Distrito de San José Guayabal, Departamento de Cuscatlán, El Salvador 2024" se origina en la carencia de una identidad visual sólida en los emprendimientos locales, incluyendo a Frozen Art, ubicado en el Distrito de San José Guayabal. Esta falta de identidad se refleja en la ausencia de herramientas adecuadas por parte de los propietarios para destacarse en un mercado competitivo. En consecuencia, este proyecto buscó abordar esta necesidad proporcionando estrategias

efectivas de identidad visual que beneficien tanto a los emprendedores locales como al distrito en general.

El entorno cultural de San José Guayabal, en el Departamento de Cuscatlán, se caracteriza por su rica herencia cultural y su economía local en desarrollo. Sin embargo, muchos emprendedores carecen de las herramientas necesarias para destacarse en este entorno, lo que limita su capacidad para atraer clientes y expandir sus negocios. Frozen Art, siendo uno de estos emprendimientos, representa un caso de estudio para comprender los desafíos que enfrentan los emprendedores locales en términos de identidad visual y presencia de marca.

El proyecto no solo benefició directamente a Frozen Art, también servirá de guía para otros emprendimientos locales que enfrentan desafíos similares en cuanto a la falta de una identidad visual distintiva. Las estrategias desarrolladas, basadas en una investigación documental sólida y en la comprensión de las necesidades y valores de Frozen Art, podrán aplicarse en otros negocios locales en San José Guayabal y sus alrededores. Esto no solo fortalecerá la presencia de marca de los emprendimientos individuales, también contribuirá al desarrollo económico y social del distrito en su conjunto.

Los beneficiarios directos del proyecto incluyeron a los propietarios y el equipo de gestión de Frozen Art, quienes podrán aplicar las estrategias de identidad visual para mejorar la presencia de su marca y atraer más clientes. Además, otros emprendedores locales podrán beneficiarse al replicar estas estrategias en sus propios negocios, lo que contribuirá al desarrollo de un ecosistema emprendedor más robusto en San José Guayabal. En última instancia, este proyecto tuvo como objetivo promover la identidad cultural y económica del distrito al empoderar a sus emprendedores y fortalecer su presencia en el mercado local.

II. OBJETIVOS.

2.1 GENERAL

Aplicar estrategias de identidad visual efectivas para emprendedores al negocio de productos locales Frozen Art, ubicado en el Distrito de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, El Salvador, en el año 2024.

2.2 ESPECÍFICOS

- Establecer una investigación documental sobre las estrategias de identidad visual, branding y marketing en redes sociales para crear una base teórica sólida para el proyecto.
- Identificar las necesidades, valores y objetivos comerciales del emprendimiento Frozen Art definiendo una identidad visual coherente y distintiva, utilizando técnicas de diseño gráfico.
- Determinar estrategias de marca integrales para aumentar la visibilidad y el impacto de Frozen Art en la comunidad local.
- Evaluar el impacto de las estrategias de identidad visual implementadas en Frozen Art en términos de reconocimiento de marca y percepción de valor por parte de la comunidad local.

III. CONTENIDO GENERAL.

3.1 FUNDAMENTACIÓN

3.1.2 Los emprendimientos en El Salvador.

Los emprendimientos en El Salvador se desarrollan en un 60,8% por una necesidad (consumo familiar) y en un 37,6% por aprovechar una oportunidad. Además, el 57,8% del total de emprendimientos son administrados por mujeres, en tanto que el 42,4% son administrados por varones. Entre otros factores, el estudio concluye que un emprendimiento motivado por la “oportunidad” tiene mayores perspectivas de permanecer en el mercado y acceder al éxito que un emprendimiento movido por la “necesidad”. Esto conlleva a que en el país deben desarrollarse programas de fomento de emprendimientos que aprovechen una oportunidad en el mercado, para que las empresas se posicionen y crezcan a mediano y largo plazo, incrementando el empleo y la competitividad nacional. (Montoya, 2013)

Para realizar una conceptualización de la fundamentación en términos de investigación sobre los emprendimientos en El Salvador, es crucial desglosar y analizar los elementos clave del fenómeno, así como los datos proporcionados en el contexto del estudio.

El análisis de los emprendimientos en El Salvador revela dos motivos principales detrás de la creación de nuevas empresas: la necesidad y la oportunidad. Este contexto es vital para entender las dinámicas y la naturaleza de los emprendimientos en el país. Los emprendimientos que surgen para satisfacer necesidades inmediatas, como el consumo familiar. Estos tienden a ser menos estructurados y más reactivos, con el objetivo principal de resolver una carencia económica. Emprendimientos que nacen al identificar una oportunidad en el mercado. Estos tienden a ser más proactivos, con una visión más clara y estrategias a largo plazo.

Para mejorar la competitividad y el crecimiento económico, es esencial desarrollar programas que fomenten emprendimientos basados en oportunidades. Estos programas deben enfocarse en:

-Capacitación y Formación: Proveer a los emprendedores con las habilidades necesarias para identificar y aprovechar oportunidades de mercado.

-Acceso a Recursos: Facilitar el acceso a financiamiento, tecnología y redes de apoyo que permitan a los emprendedores crecer y escalar sus negocios.

En resumen, esta conceptualización subraya la importancia de apoyar y fomentar los emprendimientos por oportunidad en El Salvador, promoviendo un entorno que permita a estos negocios no solo sobrevivir, sino prosperar a largo plazo. (Masferrer M. S., 2014-2015)



Fig. 4. Imagen ilustrativa de ser un emprendedor exitoso.

Fuente: www.equiposytalento.com

3.1.3 Economía naranja

La economía naranja, también conocida como economía creativa, es un sector de la economía que se centra en las industrias que dependen de la creatividad, la innovación y la propiedad intelectual. Este concepto abarca una amplia gama de actividades económicas que utilizan el talento y la creatividad humana como sus principales insumos para generar valor. (González, 2020) También se refiere

a todas aquellas actividades que transforman ideas creativas en bienes y servicios culturales, cuyo valor está basado en la propiedad intelectual. Estos productos y servicios incluyen una amplia variedad de industrias, como las artes, el diseño, la tecnología y los medios de comunicación.



Fig. 5. Imagen ilustrativa de la economía naranja.

Fuente: forbescentroamerica.com

La economía naranja se aplica dentro de un emprendimiento aprovechando la creatividad, la innovación y la propiedad intelectual para crear y comercializar productos y servicios que generen valor. Aquí se detallan las formas en que los emprendedores pueden integrar los principios de la economía naranja en sus negocios:

-Los emprendedores deben identificar oportunidades en el mercado que puedan ser abordadas a través de la creatividad y la innovación. Esto puede incluir nuevas formas de entretenimiento, productos culturales únicos, aplicaciones tecnológicas innovadoras, etc.

-Incorporar el diseño como un componente central del producto o servicio. Esto puede incluir diseño gráfico, diseño de moda, diseño industrial y más, asegurando que el producto no solo sea funcional sino también estéticamente atractivo.

Algunas estrategias de Comercialización y Distribución dentro del emprendimiento

-Aprovechar las plataformas digitales para comercializar y distribuir productos y servicios. Esto incluye tiendas en línea, redes sociales, plataformas de streaming y aplicaciones móviles.

Implementar estrategias de marketing que resalten la originalidad y la historia detrás del producto o servicio. El marketing de contenidos, las campañas en redes sociales y la colaboración con influencers son herramientas poderosas en la economía naranja.

-Establecer redes de colaboración con otros creativos y emprendedores. Participar en hubs creativos, coworking spaces y clusters de industrias creativas para fomentar la innovación y el intercambio de ideas.

-Involucrarse en ferias, festivales y exposiciones para promover los productos y servicios, y conectarse con una audiencia más amplia.

Para un desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social se tomará en cuenta dentro del emprendimiento:

-Incorporar prácticas sostenibles en la producción y distribución. Esto puede incluir el uso de materiales ecológicos, procesos de producción responsables y estrategias de reciclaje.

-Emprender con un enfoque en el impacto social y cultural, contribuyendo a la preservación y promoción del patrimonio cultural y la diversidad.

La economía naranja se aplica en el emprendimiento al centrarse en la creatividad y la innovación como principales motores de valor. Los emprendedores deben proteger sus creaciones a través de la propiedad intelectual, utilizar plataformas digitales para comercialización y distribución, fomentar la colaboración y la sostenibilidad, y participar activamente en la promoción cultural. De esta manera, pueden crear negocios únicos y sostenibles que contribuyen al desarrollo económico y cultural.

3.1.4 Recursos

En la actualidad, muchos emprendedores pueden carecer de varios recursos o habilidades clave que son fundamentales para el éxito de sus proyectos:

- **Financiamiento adecuado:** Uno de los desafíos principales para los emprendedores es acceder a financiamiento suficiente y oportuno para iniciar o hacer crecer sus negocios. La falta de capital puede limitar el desarrollo de productos, la expansión del negocio y la capacidad de competir en el mercado.
- **Conocimientos en gestión empresarial:** Muchos emprendedores tienen habilidades técnicas en sus áreas de negocio, pero pueden carecer de conocimientos sólidos en gestión empresarial, como planificación estratégica, contabilidad, marketing, gestión de recursos humanos y análisis financiero.
- **Habilidades de marketing y ventas:** A menudo, los emprendedores tienen dificultades para promocionar y vender sus productos o servicios de manera efectiva. Pueden carecer de habilidades en marketing digital, estrategias de ventas, branding y desarrollo de clientes.
- **Capacidad para adaptarse al cambio:** El entorno empresarial actual es dinámico y está en constante cambio. Los emprendedores necesitan tener la capacidad de adaptarse rápidamente a nuevas tendencias, tecnologías y condiciones del mercado para mantener la relevancia y la competitividad de sus negocios.
- **Acceso a tecnología y herramientas digitales:** En la era digital, es crucial que los emprendedores tengan acceso y conocimientos sobre tecnología y herramientas digitales que les permitan optimizar sus procesos, mejorar la experiencia del cliente y aprovechar las oportunidades en línea. (Masferrer M. S., 2020)

3.1.4 Creación de un emprendimiento

En El Salvador la necesidad de crear un emprendimiento puede surgir por una variedad de razones, que van desde la identificación de oportunidades en el mercado hasta la búsqueda de independencia u oportunidad laboral y la solución de problemas específicos. Algunas de las razones por las que iniciar un emprendimiento en El Salvador son:

- **Identificación de oportunidades de negocio:** Un emprendimiento puede surgir cuando una persona identifica una oportunidad en el mercado que no está siendo aprovechada o que puede ser abordada de manera innovadora. Esto puede incluir la creación de nuevos productos o servicios, la mejora de procesos existentes o la identificación de nichos de mercado no atendidos.
- **Solución a problemas económicos:** la mayoría de familias salvadoreñas son sorprendidas con diferentes despidos repentinos lo cual llevan a la creación de un emprendimiento como forma de generar una fuente de dinero para proveer y suplir las necesidades dentro de las familias. Debido al alza de los precios en diferentes productos o alimentos familias completas deciden emprender y así mejorar su situación económica.
- **Deseo de independencia y autonomía:** Muchas personas deciden emprender porque desean tener control sobre su propio trabajo y tomar decisiones de manera independiente. El emprendimiento ofrece la posibilidad de ser tu propio jefe, establecer tus propias metas y crear un estilo de vida que se ajuste a tus necesidades y valores.
- **Creatividad y pasión:** Algunas personas emprenden porque tienen una pasión o un talento particular que desean convertir en un negocio. Esto puede incluir actividades como el arte, la música, la gastronomía, el diseño, entre otros. El emprendimiento les permite expresar su creatividad y dedicarse a lo que realmente les apasiona.
- **Inestabilidad laboral o desempleo:** Como se mencionaba anteriormente en situaciones donde existe inestabilidad laboral o dificultades para encontrar

empleo, algunas personas optan por emprender como una alternativa para generar ingresos y crear oportunidades laborales por cuenta propia.

Para poder desarrollar soluciones eficaces que potencien el empleo en El Salvador, es necesario conocer las características de los diferentes tipos de emprendedores salvadoreños, tales como edad, sexo, educación y sector de actividad económica. El salvadoreño emprendedor, normalmente es casado y en promedio tiene dos hijos, la mayor población de emprendedores se encuentra entre las edades de 25-44 años para la actividad emprendedora temprana (TEA), otros estudios se atreven a dar un promedio de 36.7 años, el emprendimiento es ligeramente más común en los hombres y en las zonas urbanas grandes, el estudio del GEM los separa en cuatro grandes apartados, el AMSS, ciudades medianas (más de 25,000 habitantes), ciudades pequeñas (menos de 25,000 habitantes) y área rural, de esto se desprende que la TEA es más común en las primeras dos distribuciones geográficas, aunque la TEA por oportunidad sigue siendo más alta que la por necesidad, esta última continua siendo de gran tamaño y apunta a un desajuste estructural del mercado laboral; en cuanto a los niveles educativos en su mayoría son bachilleres o técnicos superiores, aunque cabe destacar que el mismo desajuste estructural a encaminado 36 a que más profesionales graduados universitarios retomen el camino del emprendedor, la mayoría de estos emprendedores se declaran auto empleados y gran parte de estos catalogan el emprendimiento como una actividad secundaria, en cuanto al capital de inicio un 83% de los emprendedores lo hace con fondos propios o fondos provenientes de familiares y amigos, solamente cerca de un 17% logra el acceso a los canales de financiamiento formal. (Vallecillos, 2014)

El distrito de San José Guayabal, no escapa a estas características; y así como el resto de zonas de El Salvador, la situación económica que está creciendo exponencialmente en la actualidad, es favorable para los microemprendimientos, mismos esfuerzos que fortalecen el desarrollo económico local y nacional.

3.1.5 Identidad visual.

Todos en el mundo tienen un conjunto de características su nombre o aspectos de la individualidad y apariencia que los hacen únicos y ser reconocidos por otros. Tener una identidad bien definida es importante no solo para los seres humanos en la sociedad, sino también para las marcas y las empresas en general. Después de todo, ¿cómo ser reconocido sin una imagen?

La importancia de una buena identidad visual en la estrategia de cualquier emprendimiento debe considerarse una prioridad. Cuando la estrategia está bien elaborada, el proceso de encantamiento y conversión por parte de los clientes es más fácil.

En los casos en que es escasa o poco desarrollada, la realidad es dura, pero directa: nadie (o casi nadie) le dará la importancia que se espera.

La identidad visual es una construcción de varios elementos gráficos y visuales responsables de crear una atmósfera sobre quién es el emprendimiento o marca, cuáles son sus valores e incluso cómo se ve el mundo y la sociedad desde su perspectiva.

La marca es el componente visual de la identidad, un conjunto de elementos gráficos, líneas, figuras geométricas y colores que hacen que la imagen visual sea única y memorable para el público. Al manejar la marca se consigue aumentar el grado de memoria simbólica que es fundamental para crear una imagen fuerte y duradera en los distintos públicos.

Aplicación de la marca Implica seguir las normas de diseño establecidas en el manual de la imagen corporativa, donde se normalizan los usos gráficos y homogenizan los elementos de comunicación visual (forma, color, tamaño, etc.).

La aplicación de la marca es responsabilidad de todo el personal de la institución y proveedores de soportes gráficos, como pueden ser: publicistas, diseñadores, comunicadores, impresores, creadores audiovisuales, etc. Identidad corporativa Es el conjunto de características específicas de una institución que le diferencian de otra; esta se transmite y comunica a través de distintos elementos verbales,

visuales, culturales, ambientales, entre otros. Implica el conjunto de estrategias, filosofía, cultura y la manera única de hacer las cosas, lo cual se transmite a través del contacto con la ciudadanía, con los medios de comunicación y diversidad de visitantes. (Moran, 2019-2014)

La identidad visual es fundamental para un emprendimiento por varias razones clave:

- **Diferenciación:** En un mercado saturado y competitivo, tener una identidad visual sólida y distintiva permite que tu emprendimiento se destaque y se diferencie de la competencia. Esto es crucial para captar la atención de los clientes y crear una impresión memorable.
- **Reflejo de la marca:** La identidad visual, que incluye elementos como el logotipo, los colores, la tipografía y el diseño gráfico, es una representación visual de la marca y sus valores. Ayuda a comunicar la personalidad de la empresa, su estilo y su enfoque, lo que contribuye a construir una imagen coherente y atractiva para los clientes.
- **Generación de confianza:** Una identidad visual profesional y cuidadosamente diseñada transmite una sensación de profesionalismo y confianza. Los clientes tienden a confiar más en las empresas que presentan una imagen visual sólida y coherente, lo que puede influir positivamente en las decisiones de compra.
- **Consistencia:** La consistencia en la identidad visual es clave para establecer una presencia sólida y reconocible en todos los puntos de contacto con los clientes, ya sea en el sitio web, en redes sociales, en productos físicos o en material impreso. Esto ayuda a reforzar la percepción de la marca y a crear una experiencia coherente para los clientes.
- **Atracción y retención de clientes:** Una identidad visual atractiva y bien diseñada puede atraer la atención de nuevos clientes y aumentar la retención de clientes existentes. La estética visual juega un papel importante en la primera

impresión que los clientes tienen de un negocio y puede influir en su decisión de interactuar o realizar una compra.

- Facilita la comunicación: Una identidad visual clara y coherente facilita la comunicación de la empresa con su audiencia. Permite transmitir mensajes de manera efectiva y asegura que los clientes reconozcan rápidamente la marca en diferentes contextos y plataformas.

Como tal la identidad visual es esencial para un emprendimiento porque ayuda a diferenciarse, refleja la marca, genera confianza, asegura consistencia, atrae y retiene clientes, y facilita la comunicación con la audiencia.

3.1.6 Branding



Fig. 6. Imagen ilustrativa Estrategias de branding

Fuente: www.seonetdigital.com

En marketing digital, el branding hace referencia a la imagen que una empresa proyecta en internet, a cómo construye su imagen en los distintos medios y canales que ofrece la red: blogs, redes sociales, página web, e-commerce, etc. La construcción de nuestro branding combina elementos tangibles e intangibles, y hoy te presentamos 10 elementos que te servirán como base para diseñar tu estrategia:

- **Propósito:** el 77% de los consumidores se identifican con marcas que comparten sus mismos valores, por ello, brindarle un propósito a nuestra marca la humaniza y crea un lazo más significativo con tu público.
- **Naming:** es la palabra o conjunto de palabras que usaremos para identificar a nuestra empresa, productos, servicio o marca. Nuestro nombre debe ser notorio, único, y que transmita la esencia de la marca.
- **Logotipo:** logo es un símbolo visual que le otorga a nuestra empresa la oportunidad de ser recordado y quedar en la memoria del consumidor.
- **Paleta de colores:** los colores también influyen en la manera en que las personas perciben nuestra marca, de hecho, pueden aumentar su reconocimiento en un 80%.
- **Tono de comunicación:** esta es la manera en la que vamos a transmitir nuestra esencia y valores por distintos canales, como nuestras redes sociales, nuestra web o blog, correos electrónicos, etc.
- **Personalidad:** la personalidad de nuestra marca es la manera en que se reflejarán nuestros valores para que nuestra audiencia se identifique con ellos. Su propósito principal es despertar interés e influir en clientes potenciales.
- **Slogan:** es una frase que resume la propuesta de valor que ofrece nuestra marca y que busca inspirar a nuestros consumidores. Cabe mencionar que los mejores slogans son pegajosos y directos.
- **Características del producto:** se dice que el branding es sensorial, por ello características como el olor, forma o textura de nuestros productos, también

forman parte de él. Un buen dato es que la fidelidad de un cliente se amplía en un 43% al activar de 2 o a 3 sentidos.

- **Audio Branding:** se trata de crear una identidad sonora de una marca por medio de sonidos, melodías y voces, esto es importante puesto que recordamos un 83% más de lo que escuchamos que lo que vemos.
- **Experiencia de marca:** este punto abarca la experiencia de tu cliente desde que la conoce hasta el servicio de post venta. (Perez, 2020)

El branding tiene múltiples funciones tanto para las empresas o emprendimientos como para las personas, ya que la variedad de opciones convierte al mercado en un campo de batalla del que solo sobreviven los que tienen bien definida su marca. Ésta identifica a una empresa y la diferencia de las demás, por lo que es muy importante moldearla según los objetivos fijados.

Crear la marca de la empresa o emprendimiento da una gran ventaja sobre aquella competencia que no tiene una definida por ellos mismos. Dejar a la suerte lo que se percibe sobre nosotros hará que perdamos el control sobre los resultados del negocio, por lo que el branding es un pilar necesario en la realización de estrategias.

Toda organización, empresa o persona tiene algo que los hace únicos y los distingue de los demás. Estas diferencias son las que se utilizan para definir a la marca, ya que nos separan de la competencia y hace un lugar en el mercado para el producto o servicio que se quiera ofrecer.

El branding ayuda a comunicar los distintivos de la marca a los clientes, lo que afianza la conexión entre ellos y la empresa. Encontrar estas diferencias y volverlas la insignia de la marca mejorará el nivel de reconocimiento que esta tenga dentro del mercado.

Las virtudes también son puntos vitales para el branding. ¿Qué es lo que mejor hace? ¿Cuáles son sus ambiciones? Todo aspecto positivo se debe reflejar en la forma en la que el cliente percibe a la marca.

Cuidar estas cualidades y resaltarlas es una tarea muy importante, en la que el branding participa de manera directa diseñando nuevas formas de crear esta percepción positiva. Ya sea mediante la experiencia de packaging, las formas de comunicación y relación con el cliente, entre otras tantas maneras en las que se puede reforzar esta conexión.

Una marca ya consolidada también tiene necesidades y objetivos, ya que el mundo está en constante movimiento. Los mercados cambian, y los clientes prefieren unas cosas más que otras en diferentes momentos y tiempos. La posición que un producto o servicio tiene dentro de estas preferencias no se puede controlar al milímetro, pero si se puede gestionar. Para eso existe la creación de estrategias para el posicionamiento de marca.

La marca no debe deformarse para cumplir sus objetivos, por lo que todas sus estrategias deben estar alineadas con su identidad. El branding está estrechamente relacionado con el diseño y manejo de cualquier estrategia que involucre la imagen de la empresa hacia el exterior.

Con la creación de nuevos objetivos empresariales, las variaciones del mercado, o las exigencias de las nuevas eras, los negocios deben adaptar su marca más de una vez. Este proceso implica muchos cambios delicados que pueden impactar de manera positiva o negativa al desempeño de la empresa en general.



Fig. 7. Imagen ilustrativa de Rediseño de Logotipo

Fuente: wow-designstudio.com

Desde el rediseño de un logotipo hasta la transformación de la identidad visual de la compañía, el branding cumple la función de proveer las herramientas necesarias para manejar estos cambios de la mejor manera posible.

Los clientes están buscando constantemente personas con las que se identifiquen y con las que compartan valores y visiones de vida, por lo que exigen empresas cada vez más humanas. Una empresa humanizada es aquella que logra transmitir sus valores corporativos a través de sus trabajadores. La marca necesita estar acorde a estos valores al dirigirse a sus clientes, por lo que necesita de una gestión constante de sus estrategias de comunicación, ya sea en medios externos o internos. El branding participa en toda forma de comunicación de la marca y crea las estrategias necesarias para cumplir los objetivos de posicionamiento. Esto se logra a través de la publicidad, el marketing, el diseño gráfico o industrial, entre otras áreas de las que se apoya. Las empresas siempre tienen necesidades de comunicación y posicionamiento, por lo que el branding tiene siempre un papel fundamental en el desarrollo de una marca.

El análisis detallado de las necesidades y características de los emprendedores salvadoreños, específicamente en el distrito de San José Guayabal, resalta la importancia crítica de brindar apoyo técnico y especializado en identidad de marca. Los datos revelan que muchos emprendedores carecen de recursos clave, como financiamiento adecuado, conocimientos en gestión empresarial, habilidades de marketing y acceso a tecnología digital. Además, la mayoría de los emprendimientos se inician por necesidad económica o para aprovechar oportunidades identificadas en el mercado.

En este contexto, una identidad visual sólida y distintiva juega un papel fundamental para diferenciar un emprendimiento, reflejar sus valores y generar confianza en los clientes. La marca, junto con elementos como el logotipo, los colores y el tono de comunicación, contribuye a establecer una presencia reconocible y coherente en el mercado. (Anonimo, 2024)

Además, el branding digital se vuelve esencial en la era actual, donde la imagen de una empresa en internet tiene un impacto significativo en su éxito. La construcción de una marca sólida en línea, a través de blogs, redes sociales y otros medios digitales, es crucial para conectar con la audiencia y destacarse en un entorno cada vez más competitivo.

El surgimiento del negocio "Frozen Art" en el Distrito de San José Guayabal, Departamento de Cuscatlán, viene luego de lo que fue la pandemia del Covid-19, que tuvo como consecuencia el desempleo de muchas personas, entre ellas el dueño y empleados del emprendimiento. Viendo la necesidad de ingresos económicos surgió la idea de Frozen Art por parte de Daniel Escobar, residente del distrito de San José Guayabal. El negocio "Frozen Art" se estableció el 5 de abril del 2021 con la visión de ofrecer productos alimenticios locales de alta calidad.

Desde sus primeros meses de operación, "Frozen Art" ha contribuido significativamente a resaltar la gastronomía de San José Guayabal, ofreciendo una amplia gama de productos que reflejan sabores auténticos y los ingredientes

frescos de la zona. El emprendimiento ha buscado constantemente formas innovadoras de presentar sus productos, reconociendo la importancia de una identidad visual sólida para destacarse en un mercado competitivo.

En conclusión, proporcionar apoyo técnico y especializado en identidad de marca no solo ayudaría a los emprendedores salvadoreños a mejorar su presencia en el mercado y atraer a más clientes, sino que también contribuiría al crecimiento económico y al fortalecimiento del tejido empresarial en El Salvador. Con el adecuado respaldo en este aspecto, los negocios locales podrían potenciar su crecimiento, expandir su alcance y contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad y del país en su conjunto.

3.2 DESAFÍOS Y ESTRATEGIAS DE LA GESTIÓN ARTÍSTICA-CULTURAL

A continuación, se describen los puntos fuertes, limitaciones, el modelo de gestión además de estrategias creativas y adecuaciones realizadas en el proyecto desde su concepción, ejecución y finalización.

3.2.1 Puntos fuertes

- **Definición Clara del Enfoque.** Desde su concepción, el proyecto ha tenido un objetivo claro: potenciar la identidad visual y la presencia digital de Frozen Art. Esta claridad ha permitido un enfoque coherente en todas las etapas del proyecto.
- **Participación Activa de los Propietarios.** Los propietarios de Frozen Art han estado activamente involucrados en el proyecto, brindando apoyo, recursos y retroalimentación sobre los artes gráficos. Esta colaboración ha sido esencial para alinear las estrategias con las expectativas y necesidades del negocio.

- **Capacidades del Equipo.** El equipo de trabajo está compuesto por profesionales con habilidades específicas en diseño gráfico lo que ha permitido un desarrollo eficiente y creativo.
- **Adaptabilidad y Flexibilidad.** El proyecto ha demostrado ser adaptable a cambios y desafíos inesperados, como la necesidad de ajustar horarios y prioridades. Esta flexibilidad ha sido clave para mantener el proyecto en marcha pese a las dificultades encontradas.
- **Evolución de la Identidad Visual.** La creación de una identidad visual atractiva y consistente ha sido uno de los logros más destacados. El diseño del logo, su tipografía, la paleta de colores y los elementos gráficos han reforzado la marca y mejorado su reconocimiento en el mercado.

3.2.2 Limitantes

- **Limitantes Administrativas.** Las diferencias en los horarios y la disponibilidad de los propietarios han generado desafíos en la planificación y ejecución de tareas. La coordinación administrativa ha requerido un esfuerzo adicional para mantener el proyecto en curso.
- **Limitantes de Ejecución.** La falta de tiempo debido a las obligaciones laborales del equipo y las remodelaciones nocturnas del local, han causado interrupciones en el avance del proyecto. Estos factores han limitado la capacidad de trabajar de manera continua y eficiente.
- **Dificultades Técnicas y Logísticas.** La impresión de elementos gráficos ha enfrentado problemas técnicos y logísticos, lo que ha retrasado la disponibilidad

de materiales promocionales. Esto ha requerido encontrar soluciones alternativas y ajustar los plazos de entrega.

- Falta de Instituciones Colaboradoras. A diferencia de otros modelos de gestión mixta, este proyecto no ha contado con el apoyo de instituciones adicionales. La gestión ha dependido exclusivamente del equipo interno y los propietarios, lo que ha limitado el acceso a recursos externos.

3.2.3 Modelo de Gestión Utilizado:

El proyecto ha adoptado un modelo de gestión mixta, combinando esfuerzos del equipo de trabajo con la colaboración activa de los propietarios de Frozen Art, no se han involucrado instituciones externas, lo que ha centrado la responsabilidad en dos partes clave, las cuales son el equipo de gestión del proyecto y los propietarios del emprendimiento Frozen Art.

Entre los elementos producto de la Gestión Directa por el Equipo se pueden señalar:

- Diseño Gráfico. El equipo interno ha sido responsable de todo el diseño gráfico, creando una identidad visual sólida y coherente. Esto incluye el diseño del logo, la paleta de colores y todos los elementos gráficos.

- Creación de Contenido. El contenido para las redes sociales y otras plataformas digitales ha sido desarrollado internamente. El equipo ha producido material de alta calidad que refleja la autenticidad y frescura de los productos de Frozen Art.

- Gestión de Redes Sociales. La gestión de perfiles en plataformas de redes sociales ha sido manejada por el equipo y sus resultados se consideran profesionales y pertinentes.

Considerando la colaboración activa de los Propietarios, se puede destacar:

- **Información Crítica.** Los propietarios han proporcionado información esencial sobre el negocio, esta información ha sido fundamental para orientar las estrategias y diseños para asegurar que estén alineadas con los objetivos del negocio.
- **Recursos y Apoyo.** Los propietarios han contribuido con recursos necesarios para la ejecución del proyecto, incluyendo financiamiento y acceso a materiales. Su apoyo ha sido crucial para superar obstáculos y mantener el proyecto en marcha.
- **Retroalimentación.** La retroalimentación del propietario ha permitido ajustar y mejorar las estrategias de diseño. Este proceso de retroalimentación ha asegurado que las iniciativas estén siempre alineadas con las expectativas del propietario.

En cuanto a la comunicación y coordinación:

- **Conversaciones Regulares.** Se han realizado conversaciones en persona y vía mensajes, de forma periódica entre el equipo y los propietarios para discutir el progreso, identificar problemas y planificar las próximas etapas del proyecto.
- **Actualizaciones de Progreso.** Las actualizaciones regulares sobre el avance del proyecto han facilitado la toma de decisiones y la adaptación a nuevos desafíos. La transparencia en la comunicación ha fortalecido la confianza y la colaboración entre el equipo y los propietarios.
- **Resolución de Problemas.** La comunicación efectiva ha permitido identificar y resolver problemas de manera ágil. La capacidad de reaccionar rápidamente a desafíos y encontrar soluciones ha sido clave para el éxito del proyecto.

En relación al funcionamiento del Modelo de Gestión mixta implementado en este proyecto ha sido eficaz al combinar el conocimiento especializado y la creatividad del equipo con la visión de los propietarios de Frozen Art. Este enfoque ha permitido aprovechar al máximo los recursos internos y la colaboración activa, a pesar de la falta de instituciones colaboradoras externas. A continuación, se muestran puntos claves sobre el funcionamiento del Modelo de Gestión:

- Capacidades Técnicas. El equipo está compuesto por profesionales con habilidades en diseño gráfico y gestión de redes sociales. Este conocimiento especializado ha permitido desarrollar contenido de alta calidad y estrategias efectivas para la promoción de la marca.
- Creatividad e Innovación. La creatividad del equipo ha sido crucial para la creación de una identidad visual atractiva y distintiva.
- Conocimiento del Mercado Local. Los propietarios, al estar directamente involucrados en la operación diaria del negocio, poseen un profundo conocimiento del mercado local y de las preferencias de los clientes.
- Compromiso y Participación. La participación activa de los propietarios ha facilitado la toma de decisiones y la implementación de cambios necesarios para adaptarse a las circunstancias. Su compromiso ha sido un pilar fundamental para el avance del proyecto.
- Sobre Instituciones Colaboradoras Externas. La ausencia de instituciones colaboradoras ha significado que todas las responsabilidades recaen sobre el equipo interno y los propietarios. Esto ha incrementado la carga de trabajo y ha requerido una gestión eficiente del tiempo y los recursos.

- **Respuesta Rápida a Desafíos.** La gestión mixta ha permitido una mayor agilidad en la toma de decisiones y en la respuesta a desafíos. La capacidad de adaptarse rápidamente a cambios en el entorno y en las circunstancias del proyecto ha sido clave para mantener el progreso.
- **Flexibilidad en la Ejecución.** La combinación de esfuerzos internos y la colaboración cercana con los propietarios han permitido ajustar estrategias y tácticas de manera ágil, asegurando que el proyecto se mantenga en línea con los objetivos establecidos.
- **Consultas Regulares.** Las consultas periódicas entre el equipo y los propietarios han sido esenciales para la planificación y coordinación de actividades. Esto ha facilitado la comunicación efectiva y la alineación de todos los miembros hacia un objetivo común.
- **Retroalimentación Continua.** La retroalimentación constante de los propietarios ha proporcionado información valiosa para ajustar y mejorar las estrategias y diseños.

3.2.4 Estrategias Creativas

En el desarrollo del proyecto de gestión artístico-cultural de Frozen Art, se ha implementado una serie de adecuaciones y estrategias para superar los imprevistos y limitantes encontrados. Estas estrategias han sido fundamentales para asegurar el avance y éxito del proyecto, adaptándonos a los desafíos y maximizando los recursos disponibles.

3.2.5 Adecuaciones y Estrategias Implementadas

Cambio de Tema Inicial:

- **Adecuación.** Ante la complejidad del tema original relacionado con la restauración y preservación del área verde, se decidió cambiar el enfoque del proyecto a uno más factible. Este nuevo enfoque se centró en la identidad visual y la comunicación digital de Frozen Art.
- **Estrategia.** El equipo redefinió los objetivos y ajustó el plan de trabajo para enfocarse en áreas donde se podía tener un mayor impacto dentro del tiempo y recursos disponibles.

Manejo de la Falta de Tiempo y Remodelaciones:

- **Adecuación:** La falta de tiempo y las remodelaciones nocturnas afectaron la continuidad del trabajo. Se decidió ajustar el horario de trabajo del equipo para adaptarse a estas limitaciones.
- **Estrategia.** Se asignaron tareas específicas para ser realizadas de manera remota y se priorizaron actividades que no dependían de la disponibilidad del espacio físico. Esto permitió avanzar en áreas como la creación de contenido y el diseño gráfico sin interrupciones significativas.

Solución a las Dificultades de Impresión:

- **Adecuación.** Los problemas técnicos y logísticos en la impresión de elementos gráficos fueron resueltos mediante la búsqueda de proveedores alternativos y la utilización de impresoras de alta calidad disponibles dentro del equipo.
- **Estrategia.** Se optó por impresiones de pequeño costo en un principio mientras se obtenían las impresiones para que el local tenga menú ya que es el más importante para la venta del emprendimiento.

Fortalecimiento de la Comunicación y Coordinación:

- Adecuación. Para mejorar la comunicación y coordinación, se implementaron conversaciones vía WhatsApp.
- Estrategia. Se realizó la implementación de las conversaciones vía WhatsApp para una comunicación más rápida con el propietario y poder avanzar con lo necesario.

Modificaciones Creativas Realizadas:

Desarrollo de Identidad Visual:

- Modificación. La identidad visual se mejoró continuamente mediante retroalimentación constante y ajustes basados en los gustos del propietario.
- Resultado. Se creó un logo atractivo y una paleta de colores consistente que reflejan la frescura y autenticidad de Frozen Art.

Gestión de Redes Sociales:

- Modificación. Se adaptaron las estrategias de contenido para maximizar el alcance y el compromiso de los seguidores en redes sociales.
- Resultado. Las redes sociales de Frozen Art se gestionaron de manera efectiva,

Resultado Final:

Las estrategias creativas implementadas permitieron superar los imprevistos y limitantes encontrados, asegurando el avance del proyecto y logrando resultados tangibles y positivos. La combinación de adecuaciones estratégicas y la implementación de soluciones innovadoras permitió mantener la coherencia y calidad del proyecto, llevando a Frozen Art a fortalecer su presencia y reconocimiento en el mercado local.

IV. EJECUCIÓN DEL PROYECTO.

4.1 ACTIVIDADES REALIZADAS.

4.1.1 ETAPA 1

PLANIFICACIÓN

- Presentación de propuesta:

El proyecto Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores aplicado al negocio de productos locales Frozen Art, comenzó con la presentación de la propuesta a los emprendedores que conforman Frozen Art, más específicamente se habló con el dueño del negocio, luego se presentó la propuesta al encargado del módulo para que fuese aprobado y poder iniciarlo. El objetivo principal era fortalecer la identidad visual de Frozen Art mediante la creación de un logotipo, menús, banners, y artes para redes sociales, todo alineado con una estrategia de marketing visual coherente. Esta propuesta fue diseñada para apoyar a los emprendedores locales en el desarrollo de una identidad visual que mejorara su reconocimiento en el mercado.

- Acercamiento con los emprendedores y responsables:

Se llevaron a cabo varias reuniones con el dueño de Frozen Art para discutir y afinar los detalles de la planificación del proyecto. Durante estas reuniones, se acordaron los puntos clave, como los plazos de ejecución, las preferencias visuales del propietario, y los recursos necesarios para el desarrollo de las estrategias de identidad visual. Estas reuniones permitieron al propietario expresar sus ideas y expectativas, lo que fue fundamental para la creación de un logotipo y otros elementos visuales que realmente reflejaran la esencia de Frozen Art.

Además, se discutió la remodelación del local, un aspecto crucial para alinear el espacio físico del negocio con la nueva identidad visual. Se decidió que el proceso de pintura y ajuste del interior del local se realizaría paralelamente a la

creación de los elementos visuales, garantizando así una transformación coherente y efectiva. Además de la creación de redes sociales para obtener una presencia sólida y poder generar que más personas conozcan el emprendimiento.



Fig 8. Captura sobre ideas del propietario. Fuente: Elaboración propia

Actividades completadas:

- Se realizaron reuniones con el propietario para planificar el proyecto.
- Se presentó detalladamente el plan de trabajo, que abarcó desde la creación del logotipo hasta la implementación de artes en redes sociales y la remodelación del local.
- Se coordinaron los aspectos logísticos de la remodelación del local, asegurando que esta se alinee con los nuevos elementos visuales creados y con el tiempo que los emprendedores tuviesen a disposición sin interrumpir sus labores diarias.

4.1.2 ETAPA 2.

CREACIÓN DE IDENTIDAD VISUAL

Desarrollo del logotipo:

La segunda etapa del proyecto se centró en la creación de la identidad visual de Frozen Art, comenzando con el diseño del logotipo. Este proceso fue crucial, ya que el logotipo debía representar la esencia y valores del negocio, además de ser visualmente atractivo y fácilmente reconocible. Se realizaron reuniones con los emprendedores para discutir sus ideas, preferencias de color, formas y conceptos que querían transmitirse a través del logotipo. Posteriormente, se presentaron varias propuestas gráficas, permitiendo a los emprendedores seleccionar y ajustar el diseño final que mejor reflejara la identidad de Frozen Art.



Fig. 9. Captura sobre logotipo con compañera.

Fuente: Elaboración propia



Fig 10. Captura sobre logotipo con propietario.

Fuente: Elaboración propia



Fig 11. Logotipo final. Fuente: Elaboración propia

Diseño de menús y banners:

Con el logotipo aprobado, se avanzó en el diseño de cuatro menús y dos banners que estarían alineados con la nueva imagen visual del negocio. Los menús fueron diseñados no solo para ser funcionales y fáciles de leer, sino también para reforzar la identidad visual de Frozen Art, utilizando los colores, tipografías y elementos gráficos derivados del logotipo. Los banners, por su parte, fueron concebidos para atraer la atención de los clientes y comunicar claramente la oferta de productos de Frozen Art, integrando la nueva estética visual en cada detalle.



Fig. 12. Menú final. Fuente: Elaboración propia

Por último, pero no menos importante se realizó la remodelación del local cambiando la pintura para darle una imagen más fresca y que tenga armonía con la nueva imagen.



*Fig. 13. Remodelación de local.
Elaboración propia*



*Fig. 14. Remodelación de local.
Elaboración propia*



Fig. 15. Local remodelado. Fuente: Elaboración propia

Creación de artes gráficas para redes sociales:

Una parte fundamental de esta etapa fue la creación e implementación de artes gráficas para las redes sociales del negocio, específicamente Instagram y Facebook. Estos canales fueron seleccionados debido a su popularidad y efectividad en la promoción de marcas locales. Se diseñaron plantillas gráficas que mantenían la coherencia visual con el logotipo, menús y banners, asegurando que cada publicación en las redes sociales reflejara la nueva identidad visual de Frozen Art. Las artes gráficas incluían anuncios de productos, promociones, y contenido visualmente atractivo que capturara la atención del público objetivo y reforzara la presencia digital del negocio.



Fig. 16. Arte para redes sociales. Fuente: Elaboración propia

Implementación y ajuste en redes sociales:

La implementación de las artes gráficas en las redes sociales se llevó a cabo de manera estratégica, programando las publicaciones y ajustando los contenidos según la respuesta del público. Este proceso fue clave para consolidar la identidad visual de Frozen Art en el ámbito digital, permitiendo a los

emprendedores conectarse de manera más efectiva con su audiencia. Además, se proporcionaron guías y recomendaciones a los emprendedores para mantener la coherencia visual en futuras publicaciones, garantizando la continuidad de la estrategia de identidad visual.



Fig. 17. Publicación en redes sociales. Fuente: Elaboración propia

Actividades completadas:

- Diseño y aprobación del logotipo de Frozen Art.
- Creación de cuatro menús y dos banners alineados con la nueva identidad visual.
- Desarrollo e implementación de artes gráficas en Instagram y Facebook.
- Asesoramiento a los emprendedores para la gestión continua de la identidad visual en redes sociales.

4.1.3 ETAPA 3

PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE TALLERES VIRTUALES SOBRE BRANDING Y ESTRATEGIAS DE IDENTIDAD VISUAL

Planificación de los talleres virtuales:

La tercera etapa del proyecto consistió en la planificación y ejecución de talleres virtuales enfocados en branding y estrategias de identidad visual, dirigidos a los emprendedores de Frozen Art. Estos talleres tenían como objetivo proporcionar a los emprendedores las herramientas teóricas y prácticas necesarias para gestionar y fortalecer la identidad visual de su negocio. La planificación comenzó con la identificación de los temas más relevantes para el branding, incluyendo la importancia de una identidad visual coherente, el desarrollo de una estrategia de marca, y la aplicación de estas estrategias en la comunicación digital.

Se estableció un cronograma detallado de sesiones, en el cual se definieron los contenidos a cubrir en cada taller y la duración de las sesiones. Además, se optó por realizar los talleres de manera virtual para facilitar la participación de los emprendedores, quienes podrían acceder a las sesiones desde cualquier ubicación. Se utilizó una plataforma digital que permitiera la interacción en tiempo real, la presentación de material visual y la grabación de las sesiones para su posterior consulta.

Ejecución de los talleres virtuales:

Una vez finalizada la planificación, se procedió a la ejecución de los talleres. Las sesiones se llevaron a cabo en un formato dinámico y participativo, en el que los emprendedores pudieron aprender sobre los fundamentos del branding y cómo estos se aplican específicamente a la identidad visual de Frozen Art. Cada sesión incluyó presentaciones teóricas. Durante los talleres, se abordaron temas como la creación y mantenimiento de una identidad visual coherente, la importancia de la diferenciación en el mercado, y las mejores prácticas para la gestión de la marca en redes sociales. Los emprendedores también recibieron orientación

sobre cómo adaptar su identidad visual en función de las tendencias y necesidades del mercado, asegurando que Frozen Art mantenga su relevancia y atractivo para los clientes.

Al final de cada sesión, se realizaron actividades de evaluación para medir el entendimiento de los participantes y reforzar los conceptos clave aprendidos. Además, se ofreció un espacio para resolver dudas y recibir feedback, lo que permitió ajustar los contenidos de las siguientes sesiones según las necesidades de los emprendedores.

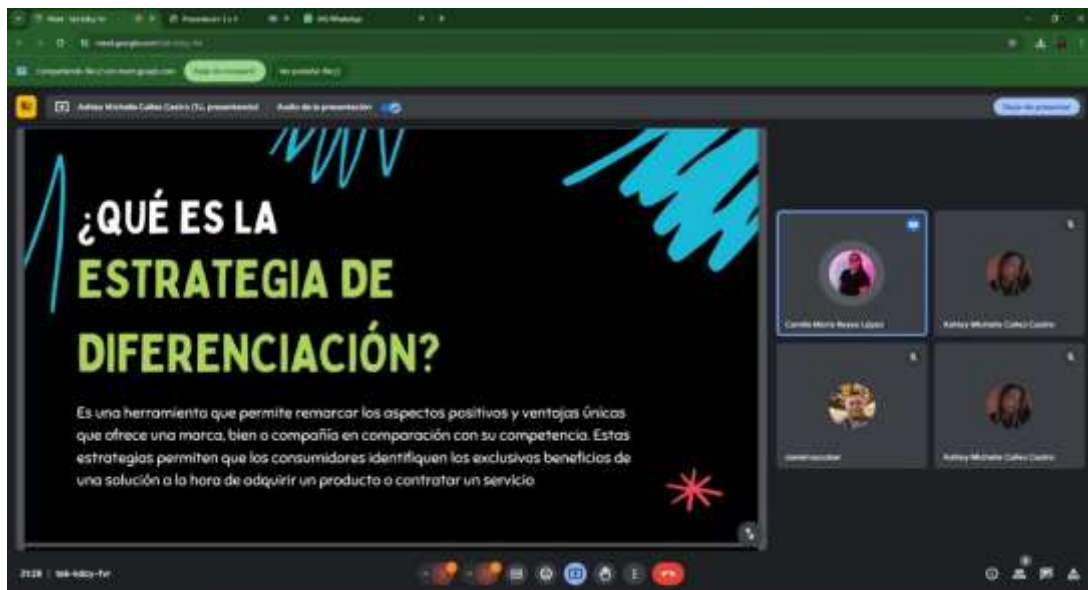


Fig. 18. Captura de pantalla durante taller. Fuente: Elaboración propia

Actividades completadas:

- Diseño y desarrollo del contenido educativo para los talleres virtuales.
- Establecimiento de un cronograma de sesiones y selección de la plataforma digital adecuada.
- Ejecución de las sesiones de capacitación en branding y estrategias de identidad visual.
- Evaluación del aprendizaje y adaptación de los contenidos según el feedback recibido.

4.2 EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

En un entorno empresarial donde la identidad visual se ha vuelto un factor fundamental para destacar en el mercado, cada elemento gráfico y diseño juega un papel crucial en la percepción de una marca. El proyecto "Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores" tuvo como objetivo principal fortalecer la identidad visual de los negocios locales en San José Guayabal, específicamente al negocio Frozen Art, a través de la creación de logotipos, menús, banners y artes para redes sociales. A continuación, se describen los resultados obtenidos y el impacto que estas estrategias tuvieron en la mejora de la visibilidad y cohesión de la marca para los emprendedores participantes.

4.2.1 Planificación y gestión del proyecto

Primero, los ejecutores del proyecto presentaron una propuesta formal para la implementación de "Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores", la cual fue aprobada y muy bien recibida por los emprendedores de Frozen Art. Para asegurar una propuesta alineada con las expectativas del propietario de Frozen Art, se tomaron en cuenta sus ideas sobre formas y colores preferidos, lo que permitió tener una visión más clara de lo que deseaba y necesitaba para su marca. Posteriormente, se le presentaron todas las estrategias a realizar, asegurando que cada elemento visual estuviera perfectamente alineado con la identidad que buscaba proyectar.

Una vez fue aprobado el proyecto se dio inicio a la calendarización de actividades. La distribución de tareas y la eficiente gestión del tiempo permitieron que todo el proceso se llevara a cabo de la mejor manera para obtener un proyecto exitoso, a pesar de que todos los miembros del equipo contaban con compromisos laborales.

4.2.2 Ejecución

Una vez que se definieron con claridad las expectativas y deseos del propietario de Frozen Art para su negocio, se desarrolló la identidad visual. Las estrategias de Identidad Visual para Emprendedores centradas en el negocio de productos locales Frozen Art, se llevaron a cabo varias acciones clave para fortalecer la identidad visual de la empresa. Estas acciones incluyeron la creación de elementos esenciales como un nuevo logotipo, menús, banner y artes para redes sociales. La implementación de estos elementos estuvo guiada por una estrategia de marketing visual coherente.

La creación de banner y menús fue fundamental para mejorar la identidad de marca. Los banners sirvieron como herramientas visuales para la promoción en eventos y puntos de venta, mientras que los menús, diseñados con una estética uniforme y profesional, facilitaron una experiencia coherente para los clientes. Estos elementos, junto con los artes para redes sociales, contribuyeron a establecer una presencia visual más fuerte y reconocible para la marca en el mercado.

Para evaluar la efectividad de los artes gráficos en redes sociales, se analizó el alcance y la interacción que las publicaciones lograron dentro de la comunidad. Los resultados indicaron que los artes gráficos diseñados y publicados tuvieron un impacto significativo, alcanzando a un amplio segmento de la audiencia local. Este aumento en el alcance no solo mejoró la visibilidad de Frozen Art, sino que también fortaleció la conexión del emprendimiento con sus clientes. A través de un contenido visual atractivo y coherente, los clientes pudieron familiarizarse con los productos que ofrece el negocio, así como mantenerse informados sobre las promociones diarias. La efectividad de los artes en redes sociales se reflejó en

un mayor interés y participación de la comunidad, lo que contribuyó a posicionar a Frozen Art como una marca más reconocida y valorada en el mercado local.

La implementación de estos elementos visuales no solo cumplió con las expectativas del propietario, sino que también contribuyó significativamente al éxito general del proyecto, asegurando que la marca se presente de manera unificada y atractiva en todos los puntos de contacto con sus clientes.

4.2.3 Evaluación de talleres

La evaluación de resultados durante los talleres proporcionó a los emprendedores las herramientas, conocimientos y conexiones necesarias para desarrollar y hacer crecer su emprendimiento de manera sostenible.

Para evaluar la efectividad de los talleres, se utilizó un cuestionario en Google Forms que constaba de 15 preguntas, abarcando todos los temas explicados durante las sesiones. Este cuestionario fue diseñado para medir el nivel de comprensión y la aplicación práctica de los conceptos de branding y estrategias de identidad visual presentados en el taller. La mayoría de las preguntas fueron respondidas correctamente por los participantes, lo que demuestra un alto grado de asimilación de los contenidos. Sin embargo, algunas preguntas reflejaron respuestas correctas de algunos y errores de otros, indicando áreas donde se podría mejorar con un poco más de información y práctica. Los resultados del cuestionario no solo sirvieron para evaluar el éxito del taller, también para ajustar y mejorar futuras sesiones de capacitación. Paralelamente d

Se realizó una encuesta de 5 preguntas para evaluar la satisfacción con el trabajo y todas las respuestas fueron positivas demostrando que el trabajo realizado fue del total agrado de los emprendedores.

Tras la planificación inicial, se ejecutaron los talleres diseñados para enseñar a los emprendedores los fundamentos del branding y su aplicación a la identidad

visual de Frozen Art. Estos talleres se realizaron en un formato dinámico y participativo para maximizar el aprendizaje y la aplicación práctica. Los propietarios del emprendimiento expresaron su agradecimiento por la fabricación de este material, reconociendo que estos elementos aportaron un valor significativo al negocio y contribuyeron a su fortalecimiento en el mercado.

Cada sesión de los talleres se estructuró con presentaciones teóricas seguidas de actividades prácticas. Los temas principales abordados incluyeron:

- Creación y Mantenimiento de una Identidad Visual Coherente. Los participantes aprendieron sobre los elementos que constituyen una identidad visual sólida, como el logotipo, los colores corporativos, y las tipografías.
- Importancia de la Diferenciación en el Mercado. Se discutieron estrategias para destacar en un mercado competitivo y cómo transmitir la singularidad de la marca.
- Mejores Prácticas para la Gestión de la Marca en Redes Sociales. Se ofrecieron pautas para mantener una presencia eficaz en redes sociales, incluyendo la creación de contenido y la interacción con los seguidores.
- Adaptación a Tendencias y Necesidades del Mercado. Se abordó cómo ajustar la identidad visual en función de las tendencias emergentes y las demandas del mercado.
- Al final de cada sesión, se llevaron a cabo actividades de evaluación que incluyeron cuestionarios y ejercicios prácticos. Estas actividades permitieron medir la comprensión de los participantes sobre los temas tratados y reforzar los conceptos clave. Además, se ofreció un espacio para resolver dudas y recibir retroalimentación.

Resultados Observados:

- **Comprensión de Conceptos.** La evaluación mostró que los emprendedores comprendieron bien los fundamentos del branding y cómo estos se aplican a la identidad visual. Las respuestas a los cuestionarios y la ejecución de actividades prácticas indicaron un entendimiento sólido de los temas.
- **Aplicación Práctica.** Los participantes demostraron habilidades mejoradas en la aplicación de los conceptos aprendidos a través de los trabajos en grupo y presentaciones individuales. Los ajustes realizados a la identidad visual de Frozen Art reflejan una integración efectiva de los principios enseñados.
- **Retroalimentación y Ajustes.** La retroalimentación proporcionada durante los talleres permitió adaptar los contenidos a las necesidades específicas de los emprendedores. Las modificaciones basadas en esta retroalimentación ayudaron a abordar áreas de dificultad y mejorar la eficacia de las sesiones.
- **Contenido Adicional.** Se observó que algunos participantes necesitaron más ejemplos prácticos y detalles adicionales sobre ciertos temas. Incluir estudios de caso y ejemplos específicos podría fortalecer el aprendizaje.
- **Interacción y Práctica.** Incrementar las oportunidades para ejercicios prácticos y simulaciones en futuras sesiones podría mejorar la aplicación de los conceptos en situaciones reales.
- **Los talleres lograron proporcionar una base sólida en branding y su aplicación a la identidad visual de Frozen Art.** Los emprendedores mostraron un buen nivel de comprensión y aplicación práctica. Se recomienda continuar con sesiones de seguimiento para evaluar la implementación continua y ofrecer apoyo adicional. También sería beneficioso incorporar más recursos y herramientas prácticas en futuras capacitaciones.

4.2.4 Contraste de cumplimiento de objetivos

El objetivo general del proyecto era aplicar estrategias de identidad visual efectivas para emprendedores en el negocio de productos locales Frozen Art, los resultados obtenidos demuestran que se logró implementar exitosamente estas estrategias, se diseñó un logotipo atractivo y coherente que refleja la esencia del negocio, y se desarrollaron artes gráficos que, junto con la creación de perfiles en redes sociales, han incrementado la visibilidad y promovido la interacción con la comunidad local, cumpliendo así con el objetivo general del proyecto.

En cuanto a los objetivos específicos, se logró establecer una base teórica sólida mediante una investigación documental exhaustiva sobre estrategias de identidad visual, branding y marketing en redes sociales, esta investigación fue fundamental para sustentar las decisiones de diseño y comunicación tomadas a lo largo del proyecto.

Además, se identificaron claramente las necesidades, valores y objetivos comerciales del emprendimiento Frozen Art a través reuniones con el propietario, esta comprensión permitió definir una identidad visual coherente y distintiva que refleja los valores del negocio, de esta manera se logró obtener la satisfacción del cliente.

Otro de los objetivos específicos era determinar estrategias de marca integrales para aumentar la visibilidad y el impacto de Frozen Art en la comunidad local. Este objetivo se alcanzó mediante la implementación de diseños consistentes en menús, banners y artes para redes sociales, lo que resultó en una mayor visibilidad de la marca y un impacto significativo en la comunidad.

Al final se evaluó el impacto de las estrategias de identidad visual implementadas en términos de reconocimiento de marca y percepción de valor por parte de la comunidad local. A través de encuestas y retroalimentación de los participantes del taller, se constató un alto nivel de satisfacción con la nueva identidad visual

de Frozen Art, los emprendedores que participaron en el taller manifestaron que las estrategias implementadas no solo les ayudaron a identificar los elementos clave de su marca, sino que también mejoraron su percepción de valor y aumentaron el interés de potenciales clientes. Los resultados obtenidos demostraron que se cumplieron de manera efectiva tanto el objetivo general como los específicos, fortaleciendo la identidad visual de Frozen Art y mejorando su presencia en el mercado local.

4.2.5 ANÁLISIS DE PORCENTAJES DE CUESTIONARIO

El formato del cuestionario fue a través de Google Forms de manera virtual, esto fue aplicado a los miembros de Frozen Art. A continuación se mostrarán las preguntas con su respectivo análisis para la recolección de los resultados que se obtuvieron.

Pregunta 1: ¿Al inicio del taller tenías conocimientos sobre lo que es la identidad visual y Re-diseño de Logotipo y Elementos Visual?

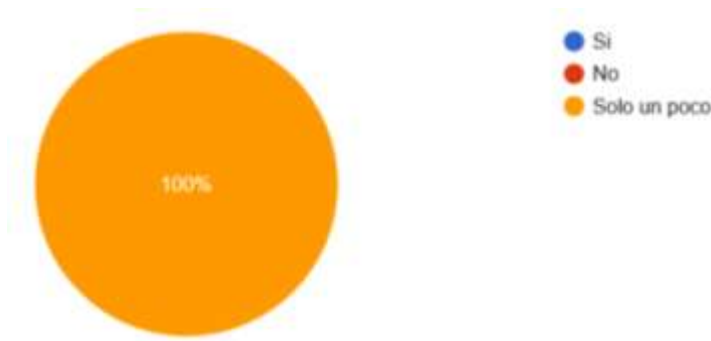


Fig. 19. Respuesta de cuestionario. Fuente: Elaboración propia

Según la primera pregunta, se encontró que todos los participantes, es decir, las 4 personas encuestadas, respondieron que tenían "solo un poco" de conocimiento sobre el tema. Esto corresponde al 100% de los participantes. El análisis de estos resultados muestra que ninguno de los participantes tenía un conocimiento profundo o nulo sobre la identidad visual y el re-diseño de logotipo

y elementos visuales antes de comenzar el taller. Este hecho sugiere que, aunque los participantes tenían alguna idea general del tema, carecían de una comprensión completa y profunda. Por lo tanto, se puede inferir que el taller tenía el potencial de ofrecer un aprendizaje significativo, ya que todos los participantes tenían una base mínima sobre la cual construir. La motivación principal para asistir al taller podría estar relacionada con el deseo de reforzar y expandir esos conocimientos básicos para mejorar la presentación visual de sus emprendimientos o proyectos.

Pregunta 2: ¿Consideras que la identidad de marca es esencial para el éxito de tu negocio?

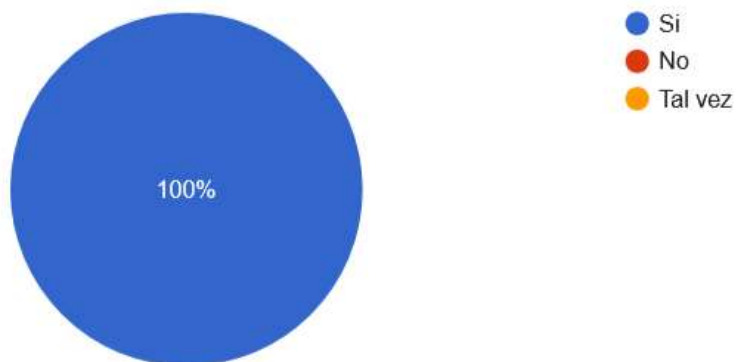


Fig. 20. Respuesta de cuestionario. Fuente: Elaboración propia

Los resultados muestran que los 4 participantes respondieron afirmativamente, lo que representa el 100% de los encuestados. Este resultado indica un reconocimiento unánime entre los participantes sobre la importancia de la identidad de marca en el éxito de sus negocios. La respuesta “sí” de todos los participantes sugiere que existe una clara percepción de que una identidad de marca bien definida no solo es un componente fundamental, sino también una herramienta clave para alcanzar los objetivos comerciales y destacarse en un

mercado competitivo. Este consenso subraya la relevancia del contenido del taller, ya que todos los participantes consideran crucial la identidad de marca, lo que refuerza la necesidad de que adquirieran conocimientos y habilidades en esta área para mejorar la presencia y la efectividad de sus negocios.

Pregunta 4: ¿Luego de los conocimientos adquiridos en el taller, consideras que la coherencia en el uso de colores y tipografía afecta la percepción de la marca?

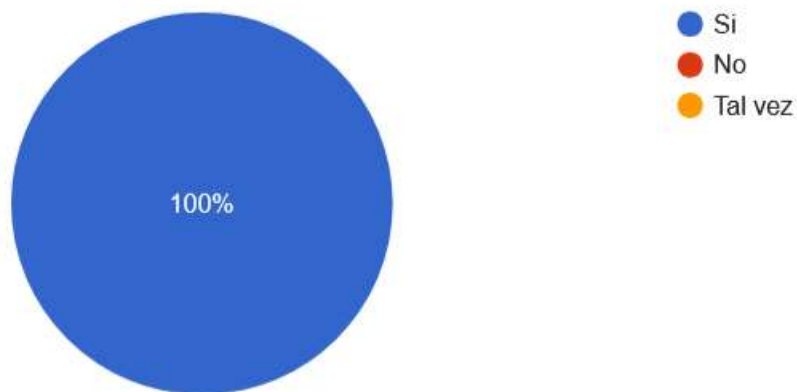


Fig. 21. Respuesta de cuestionario. Fuente: Elaboración propia

Los 4 participantes respondieron "sí", lo que representa el 100% de las respuestas. Este resultado demuestra que todos los participantes comprendieron la importancia de la coherencia visual en la percepción de la marca, como un aspecto clave para la identidad visual efectiva. El hecho de que todos coincidieran en que la coherencia en el uso de colores y tipografía influye en la percepción de la marca sugiere que el taller logró transmitir con éxito este concepto esencial. El consenso en las respuestas también destaca que los conocimientos impartidos durante el taller han reforzado la comprensión de la necesidad de una identidad visual consistente. Esta uniformidad en la percepción de los elementos visuales ayuda a fortalecer la presencia de la marca, mejorar su reconocimiento y asegurar que el mensaje de la marca se comunique de manera efectiva al público.

Pregunta 7: ¿Puedes identificar una razón común para hacer un re-diseño de logotipo?

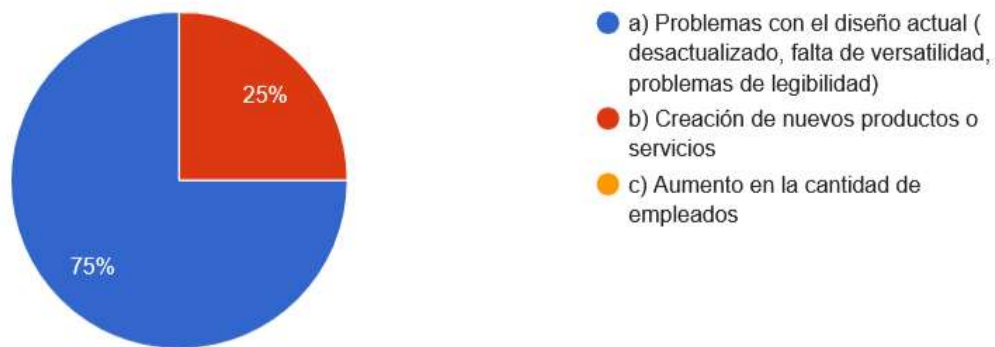


Fig. 22. Respuesta de cuestionario. Fuente: Elaboración propia

En la séptima pregunta se presentaron tres opciones de respuesta, la opción correcta era la "a)". Los resultados mostraron que 3 de los 4 participantes, es decir, el 75%, identificaron correctamente la opción "a)" como una razón común para realizar un re-diseño de logotipo. Sin embargo, 1 participante (25%) eligió la opción "b)". Este análisis indica que la mayoría de los participantes comprendieron que los problemas con el diseño actual, como la desactualización, la falta de versatilidad y los problemas de legibilidad, son motivos clave para considerar un re-diseño de logotipo. Sin embargo, el hecho de que uno de los participantes eligiera la opción "b)" sugiere que todavía existe cierta confusión o que otros factores, como la creación de nuevos productos o servicios, también son percibidos como razones válidas para el re-diseño. Este resultado subraya la importancia de enfatizar la distinción entre razones principales y secundarias para el re-diseño de logotipos, lo que podría ser un punto a reforzar en futuras formaciones o talleres.

Pregunta 8: Luego del taller, ¿puedes identificar la definición de una estrategia de comunicación?

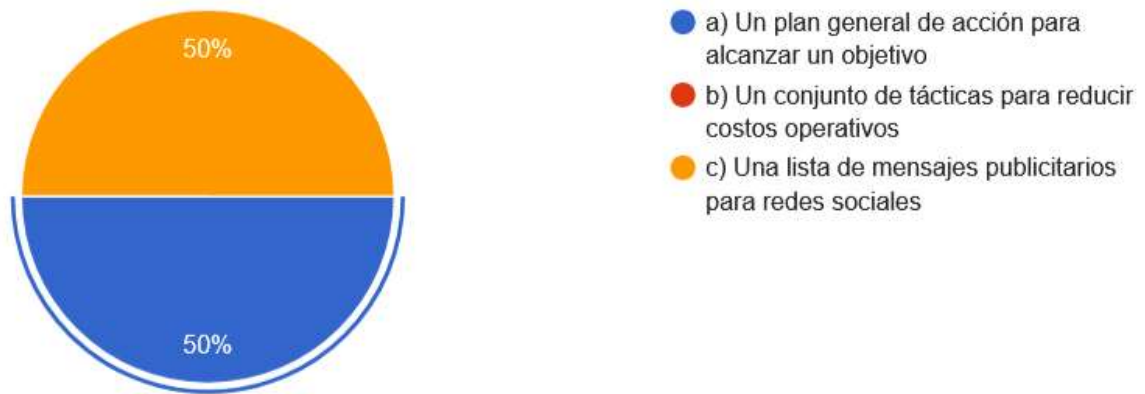


Fig. 23. Respuesta de cuestionario. Fuente: Elaboración propia

En la octava pregunta, la respuesta correcta es la "a)". Los resultados muestran que 2 de los 4 participantes (50%) seleccionaron la opción correcta "a)", mientras que los otros 2 participantes (50%) eligieron la opción "c)". Este análisis indica que solo la mitad de los participantes comprendió adecuadamente la definición de una estrategia de comunicación como un plan general de acción para alcanzar un objetivo. La otra mitad confundió la estrategia de comunicación con una lista de mensajes publicitarios para redes sociales, lo cual es un aspecto más táctico y específico, pero no una estrategia en sí. Estos resultados sugieren que algunos participantes pueden necesitar una mayor clarificación sobre la diferencia entre la estrategia, que es el plan general, y las tácticas, que son las acciones específicas dentro de ese plan. Esto señala una posible área de mejora en la comprensión de conceptos estratégicos clave, lo que podría ser un tema a reforzar en futuras capacitaciones.

Pregunta 10: ¿Cuáles son los elementos que se deben conocer para crear una estrategia de comunicación?

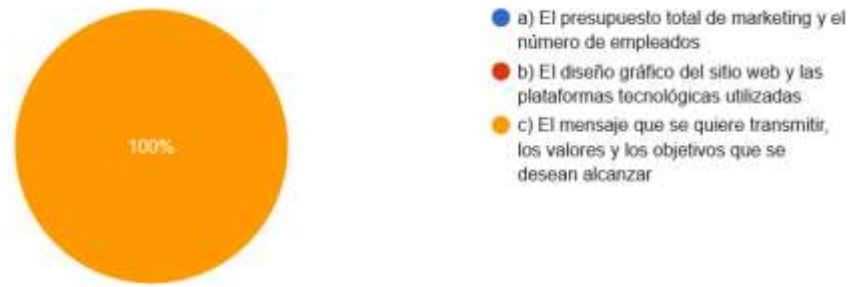


Fig. 24. Respuesta de cuestionario. Fuente: Elaboración propia

En la décima pregunta era 3 opciones de respuesta. La respuesta correcta es la "c)". Todos los participantes, es decir, los 4 encuestados (100%), eligieron correctamente la opción "c)". Este resultado muestra que todos los participantes comprenden que los elementos esenciales para crear una estrategia de comunicación incluyen el mensaje que se quiere transmitir, los valores de la marca y los objetivos que se desean alcanzar. Esta comprensión integral de los componentes clave de una estrategia de comunicación indica que el taller logró transmitir con éxito los conceptos fundamentales y su aplicación práctica. La unanimidad en las respuestas también refuerza la efectividad del taller en educar a los participantes sobre los aspectos cruciales que deben considerarse al desarrollar una estrategia de comunicación efectiva.

4.2.6 RESULTADO

Al finalizar el taller, se realizó un cuestionario virtual con el objetivo de evaluar tanto la calidad de la enseñanza impartida como el desempeño de los participantes en relación con los temas de identidad visual, re-diseño de logotipo, estrategias de comunicación y diferenciación. La encuesta tenía como propósito determinar si el curso cumplió con las expectativas y objetivos establecidos.

La revisión de las respuestas obtenidas por los participantes mostró que el taller logró cumplir con sus objetivos de manera efectiva. Inicialmente, los participantes tenían solo un conocimiento limitado sobre identidad visual y re-diseño de logotipo. No obstante, tras el taller, demostraron una comprensión clara de la importancia de estos conceptos para el éxito de sus negocios. Todos coincidieron en que la identidad de marca es esencial y entendieron la relevancia de mantener la coherencia en el uso de colores y tipografía.

Además, los participantes reconocieron la importancia de tener un eslogan claro y memorable, y pudieron identificar los elementos clave necesarios para crear una estrategia de comunicación efectiva. La mayoría comprendió bien la definición y los elementos del análisis FODA y las estrategias de diferenciación, aunque se observaron algunas confusiones menores en conceptos específicos.

En cuanto a la valoración del taller, todos los participantes lo calificaron como "Muy Útil", destacando especialmente la relevancia de la identidad visual en general. Esto indica que el taller fue percibido como una herramienta valiosa para sus emprendimientos, proporcionando conocimientos prácticos y aplicables. Los participantes consideraron que el aspecto más valioso del taller fue la comprensión integral de la identidad visual, aunque algunos también valoraron el re-diseño de logotipo y elementos visuales. Esta diversidad en la valoración refleja que diferentes aspectos del taller tuvieron impactos significativos según las necesidades individuales de los participantes.

El proyecto del taller sobre identidad visual y re-diseño de logotipo concluyó con éxito, logrando transmitir conocimientos fundamentales sobre la importancia de una identidad visual coherente y estrategias de comunicación efectivas. Los participantes demostraron una comprensión clara de los conceptos clave y se mostraron satisfechos con el contenido y la aplicación práctica del taller. La retroalimentación positiva y el alto nivel de utilidad percibida destacan el éxito del

taller en cumplir sus objetivos y proporcionar un valor significativo a los emprendedores.

4.2.7 ENCUESTA DE SATISFACCION DEL TRABAJO REALIZADO

Encuesta para evaluar el desarrollo de la identidad visual y logotipo creado para el emprendimiento y los beneficios de la aplicación de los contenidos impartidos para los emprendedores de frozen art en San José Guayabal, Cuscatlán. Se presenta un análisis de las preguntas redactadas en un cuestionario contestado por cada miembro del grupo capacitado para evaluar el proyecto.

Pregunta 1.

1. ¿Qué tan satisfecho estás con el diseño de la identidad visual que se creó para tu negocio?
4 respuestas



Fig. 25. Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

El 50% de los encuestadores manifestó que la calidad de los diseños realizados para su negocio fue muy satisfactoria, mientras el 50% restante opinó que la calidad de los diseños realizados fue satisfactoria. Con esto se puede entender que los diseños presentados tuvieron una buena aceptación por parte de los beneficiarios.

Pregunta 2.

2. ¿Cómo calificarías la adecuación del logotipo diseñado en relación con los valores y la identidad de tu marca?

4 respuestas



Fig. 26. Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados manifestó que fue excelente las adecuaciones que se elaboraron para el logotipo diseñado cumpliendo con los valores y la identidad de la marca. Con ello se puede entender que el logotipo fue aceptado de la mejor manera por los beneficiarios.

Pregunta 3.

3. ¿Consideras que el diseño de la identidad visual cumple con tus expectativas y objetivos para tu negocio?

4 respuestas



Fig. 27. Respuesta de encuesta. Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados manifestó que si se cumplió con todas las expectativas y objetivos que se presentaron para el negocio.

4.2.8 EVALUACION

El proyecto “Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores” aplicado a Frozen Art fue completado de manera exitosa, cumpliendo y superando las expectativas establecidas desde su concepción. Desde la planificación hasta la ejecución, cada fase del proyecto fue llevada a cabo con precisión, lo que resultó en la creación de una identidad visual coherente y atractiva que refleja la esencia del negocio. La implementación de un nuevo logotipo, junto con los menús, banners y artes para redes sociales, no solo fortaleció la imagen de Frozen Art, sino que también mejoró su visibilidad en la comunidad, conectando de manera efectiva con sus clientes actuales y potenciales.

El éxito del proyecto también se refleja en la respuesta positiva de la comunidad y de los emprendedores que participaron en los talleres. Las estrategias de branding y marketing visual aplicadas no solo incrementaron el reconocimiento de marca, sino que también mejoraron la percepción de valor de Frozen Art entre los consumidores locales. A través de una identidad visual bien definida y una presencia activa en redes sociales, el negocio logró captar la atención del público, generando un mayor interés en sus productos y servicios, lo que se tradujo en un aumento en la interacción y en la fidelidad de los clientes.

El proyecto logró cumplir con todos los objetivos planteados, demostrando que una identidad visual bien desarrollada puede ser un factor clave en el éxito de un emprendimiento. La combinación de un diseño gráfico estratégico, una comunicación efectiva y una presencia activa en redes sociales permitió que Frozen Art se destacara en un mercado competitivo, consolidando su posición como un negocio local de referencia en San José Guayabal. Estos resultados ratifican la importancia de las estrategias de identidad visual para fortalecer la conexión entre una marca y su comunidad, garantizando su crecimiento y sostenibilidad en el tiempo.

V. CONCLUSIONES Y CONTINUIDAD DEL PROYECTO.

Para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento continuo del proyecto "Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores aplicado al negocio de productos locales Frozen Art", es fundamental desarrollar estrategias amplias que mantengan la relevancia de la identidad visual y la efectividad de las acciones implementadas. A continuación, se proponen varias estrategias para extender y dar continuidad al proyecto:

1. Actualización Continua de la Identidad Visual

-Revisión Periódica del Logotipo y Materiales Visuales: Realizar una revisión anual o bienal del logotipo y otros elementos visuales para asegurar que sigan siendo relevantes y competitivos en el mercado. Esto incluye la posibilidad de pequeñas actualizaciones para adaptarse a tendencias emergentes sin perder la coherencia de la marca.

-Expansión de la Identidad Visual: A medida que el negocio crezca, se pueden desarrollar nuevas aplicaciones de la identidad visual, como el diseño de packaging personalizado, uniformes para el personal, o productos promocionales que fortalezcan el reconocimiento de la marca.

2. Estrategias de Marketing y Comunicación

-Plan de Marketing Digital: Desarrollar un plan de marketing digital que incluya estrategias de redes sociales, email marketing y campañas publicitarias en línea, utilizando la identidad visual como eje central. Esto permitirá mantener la presencia de Frozen Art en el entorno digital y atraer a nuevos clientes.

-Colaboraciones y Alianzas: Establecer colaboraciones con otros negocios locales o influenciadores en la región que compartan una visión similar. Estas alianzas pueden incluir promociones cruzadas o eventos conjuntos, lo que

ayudará a aumentar la visibilidad de Frozen Art y fortalecer su posicionamiento en el mercado.

3. Capacitación Continua para Emprendedores

-Talleres Avanzados de Marketing y Diseño: Organizar talleres adicionales que profundicen en temas como marketing digital, fotografía de productos, y branding avanzado. Esto no solo reforzará los conocimientos adquiridos, también ofrecerá a los emprendedores nuevas herramientas para mantener la competitividad de su negocio.

-Mentoría y Acompañamiento: Implementar un programa de mentoría en el que expertos en diseño gráfico y marketing puedan ofrecer orientación continua a los emprendedores. Este acompañamiento personalizado les permitirá resolver dudas, implementar mejoras y adaptarse a cambios en el mercado.

4. Monitoreo y Evaluación

-Evaluación Continua del Impacto del Proyecto: Desarrollar un sistema de monitoreo y evaluación para medir el impacto de las estrategias implementadas en el crecimiento del negocio. Esto incluirá la recolección de datos sobre ventas, satisfacción del cliente y reconocimiento de marca, permitiendo ajustes oportunos en la estrategia.

-Encuestas de Seguimiento: Realizar encuestas periódicas entre los emprendedores para evaluar su satisfacción con las herramientas proporcionadas y detectar nuevas necesidades o áreas de mejora. Estas encuestas también pueden medir el impacto de la identidad visual en el reconocimiento de la marca y la lealtad de los clientes.

5. Innovación y Adaptación a Nuevas Tecnologías

-Integración de Nuevas Tecnologías: Explorar y adoptar nuevas tecnologías que puedan mejorar la identidad visual y la experiencia del cliente, como la realidad

aumentada para mostrar productos, o el uso de inteligencia artificial para personalizar campañas de marketing.

-Desarrollo de una Tienda en Línea: Si aún no existe, se podría desarrollar una plataforma de comercio electrónico para Frozen Art que refleje la identidad visual establecida. Esto permitiría llegar a un público más amplio y mejorar las ventas, especialmente si se acompaña de una estrategia de marketing digital sólida.

El proyecto "Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores aplicado al negocio de productos locales Frozen Art, Distrito de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, El Salvador 2024" concluyó con resultados altamente positivos, cumpliendo de manera efectiva con los objetivos propuestos. A través de un enfoque estructurado en cuatro etapas—planificación, desarrollo de logotipo, creación de materiales promocionales y capacitación—se logró transformar la identidad visual de Frozen Art, mejorando significativamente su posicionamiento en el mercado local.

Conclusiones Principales:

El proyecto permitió a Frozen Art establecer una identidad visual sólida, coherente y alineada con su visión de marca. El desarrollo de un logotipo representativo y la creación de materiales promocionales visualmente atractivos fueron elementos clave que mejoran la percepción del negocio entre los clientes. La implementación de una estrategia visual coherente posicionó a Frozen Art como un competidor más fuerte en el mercado local. La nueva identidad visual no solo ayudó a diferenciar la marca de sus competidores, también atrajo a nuevos clientes, contribuyendo al crecimiento del negocio.

Los talleres educativos y las capacitaciones impartidas durante el proyecto dotaron a los emprendedores de las herramientas necesarias para gestionar y

mantener su identidad visual de manera independiente. Los participantes demostraron una comprensión clara de la importancia de la identidad de marca y cómo aplicarla efectivamente en sus negocios.

El proyecto sentó las bases para la sostenibilidad a largo plazo de Frozen Art, al implementar una identidad visual adaptable y capacitar a los emprendedores para mantener y evolucionar su marca. La posibilidad de replicar este modelo en otros negocios locales sugiere que el proyecto podría tener un impacto más amplio en la comunidad emprendedora de la región.

El proyecto no solo logró mejorar la identidad visual de Frozen Art, también empoderó a los emprendedores con conocimientos y habilidades prácticas que contribuirán a la sostenibilidad y crecimiento de su negocio. La satisfacción general de los participantes y el éxito alcanzado indican que las estrategias implementadas fueron efectivas y que el proyecto cumplió con creces sus objetivos, dejando un impacto positivo y duradero en la comunidad emprendedora de San José Guayabal.

VI. RECOMENDACIONES.

Para garantizar la sostenibilidad y el crecimiento continuo del proyecto "Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores aplicado al negocio de productos locales Frozen Art," se proponen lo siguiente:

1. Revisión y Actualización Periódica de la Identidad Visual

Evaluación Anual: Realizar una revisión anual de la identidad visual de Frozen Art para asegurar su relevancia y competitividad en el mercado. Esto incluye evaluar la efectividad del logotipo, colores, tipografías y otros elementos visuales, ajustándolos según sea necesario para mantenerse alineados con las tendencias actuales y la evolución del negocio.

Adaptación a Nuevos Productos o Servicios: A medida que Frozen Art introduzca nuevos productos o servicios, la identidad visual debe expandirse y adaptarse para reflejar estos cambios, manteniendo la coherencia de la marca en todas las nuevas aplicaciones.

2. Fortalecimiento de las Capacidades de Marketing Digital

Capacitación en Marketing Digital: Ofrecer talleres adicionales centrados en marketing digital avanzado, incluyendo SEO, publicidad en redes sociales y análisis de métricas, para que los emprendedores puedan maximizar el alcance y la efectividad de sus campañas.

Desarrollo de Contenido Multimedia: Recomendar la creación de contenido multimedia (videos, tutoriales, testimonios) que utilice la identidad visual de Frozen Art para atraer y retener la atención de los clientes en plataformas digitales.

3. Implementación de Estrategias de Fidelización

Programa de Fidelización de Clientes: Desarrollar un programa de fidelización que incentive a los clientes a regresar, utilizando la identidad visual para crear

tarjetas de membresía, descuentos especiales o recompensas personalizadas que refuercen el reconocimiento de la marca.

Encuestas de Satisfacción: Implementar encuestas de satisfacción regulares para obtener retroalimentación directa de los clientes y ajustar las estrategias de marketing y branding en función de sus opiniones.

4. Innovación y Adaptación Tecnológica

Adopción de Nuevas Tecnologías: Explorar la integración de tecnologías emergentes como la realidad aumentada (AR) para crear experiencias de cliente más inmersivas o el uso de inteligencia artificial (IA) para personalizar las interacciones con los clientes.

Participación en Eventos y Ferias. Promoción en Eventos Locales: Recomendar la participación activa de Frozen Art en ferias, mercados y eventos regionales para aumentar la visibilidad de la marca y establecer conexiones con nuevos clientes y socios comerciales.

Alianzas Estratégicas: Fomentar la formación de alianzas con otros negocios y organizaciones para realizar campañas conjuntas que promuevan la identidad visual y amplíen el alcance del negocio.

Estas recomendaciones buscan asegurar que el proyecto no solo mantenga su éxito inicial, también que evolucione y se adapte a medida que el negocio crece, manteniendo a Frozen Art en una posición competitiva y relevante en el mercado local y más allá.

BIBLIOGRAFIA

Anonimo. (04 de Abril de 2024). *fastercapital*. Obtenido de <https://fastercapital.com/es/contenido/Habilidades-de-diseno-grafico-Como-las-habilidades-de-diseno-grafico-pueden-impulsar-la-marca-de-su-startup.html#Creaci-n-de-una-identidad-de-marca-s-lida.html>

Gonzalez, J. N. (2020). *El Emprendedurismo en una Economía Naranja. Contextualización*. Mexico DF: espmexico.

Masferrer, M. S. (2014-2015). El emprendimiento en El Salvador. Informe Nacional El Salvador. En M. S. Masferrer, *El emprendimiento en El Salvador. Informe Nacional El Salvador*. Comasagua, Santa Tecla.: ESEN.

Masferrer, M. S. (2020). Global entrepreneurship Monitor. En M. S. Masferrer, *Escuela de Economía y Negocios*. Comasagua, Santa Tecla. La Libertad.

Montoya, G. G. (2013). Evolución del emprendimiento. San Salvador .

Moran, D. (2019-2014). *Manual de marca Gobierno de El Salvador - Ministerios y dependencias*. Obtenido de https://www.salud.gob.sv/archivos/pdf/plantillas_institucionales/manual-uso-de-marca-v2.pdf

Perez, L. (13 de Abril de 2020). *Rockcontent*. Obtenido de Que es conversión en el Marketing Digital.: <https://rockcontent.com/es/blog/conversion-marketing-digital/>

Vallecillos, J. R. (2014). El emprendedurismo como solución alternativa al desempleo en El Salvador. En J. R. Vallecillos. Antigua Cuscatlán.

ANEXOS

- **Anexo 1. Oferta técnica.**

Fecha de presentación: 20 DE MAYO DE 2024

Nombre de la Asistencia Técnica o Capacitación (Proyecto):

“Estrategias De Identidad Visual Para Emprendedores, Aplicado Al Negocio De Productos Locales Frozen Art, Distrito De San José Guayabal, Departamento De Cuscatlán, El Salvador 2024”

I. IDENTIFICACIÓN

Nombre de Ofertantes

Ashley Michelle Calles Castro
Camila María Reyes López

Número de carnet:

CC18062
RL18001

II. OFERTA TÉCNICA

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

Institución: Frozen Art

Descripción:

Frozen Art es un emprendimiento local ubicado en el Distrito de San José Guayabal, en el Departamento de Cuscatlán, El Salvador. Fundado por Daniel Escobar en abril de 2021, Frozen Art nace como una respuesta a la necesidad de generar ingresos económicos tras los desafíos del desempleo provocados por la pandemia del COVID-19. Este negocio se especializa en la oferta de productos de alta calidad como licuados, jugos y frozen de frutas frescas además de comidas como hamburguesas, sándwiches y postres, destacando por su compromiso con la autenticidad y frescura de los ingredientes utilizados. Desde sus primeros meses de operación, Frozen Art ha buscado constantemente innovar en la presentación de sus productos, reconociendo la importancia de una identidad visual sólida para destacarse en un mercado competitivo. Frozen Art se ha convertido en un referente en la promoción de productos locales en San José Guayabal, contribuyendo significativamente a resaltar la gastronomía y ofreciendo una amplia gama de productos que reflejan sabores auténticos, es un negocio local que destaca por su compromiso con la calidad, autenticidad y promoción de la gastronomía local en el Distrito de San José Guayabal. Su oferta de productos de alta calidad y su enfoque en la identidad visual lo convierten en un elemento fundamental en el tejido económico y social de la comunidad.

2. OBJETIVOS:

2.1 Objetivo general de la asistencia técnica/capacitación

Aplicar estrategias de identidad visual efectivas para emprendedores al negocio de productos locales Frozen Art, ubicado en el Distrito de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, El Salvador, en el año 2024.

2.2 Objetivos específicos

- Establecer una investigación documental sobre las estrategias de identidad visual, branding y marketing en redes sociales para crear una base teórica sólida para el proyecto.

- Identificar las necesidades, valores y objetivos comerciales del emprendimiento Frozen Art definiendo una identidad visual coherente y distintiva, utilizando técnicas de diseño gráfico.
- Determinar estrategias de marca integrales para aumentar la visibilidad y el impacto de Frozen Art en la comunidad local.
- Evaluar el impacto de las estrategias de identidad visual implementadas en Frozen Art en términos de reconocimiento de marca y percepción de valor por parte de la comunidad local.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO:

Para el desarrollo del proyecto se gestionará en la primera fase la aprobación de propuestas de identidad visual, incluyendo logotipos y elementos gráficos. En la segunda fase, tras la aprobación de la línea gráfica, se iniciará la comunicación en redes sociales para promover los avances del proyecto y distribuir información relevante sobre el branding y la identidad visual para emprendedores locales. La última fase se enfocará en la implementación de las estrategias aprobadas, como la creación de banners, el menú, la remodelación del local y la realización de un taller sobre identidad visual, culminando con la elaboración del informe final.

4. PRODUCTO(S) QUE SE ENTREGARÁN

1. Logotipo de la empresa
2. Construcción de una presencia sólida en redes sociales
3. Creación de una estrategia de contenido
4. Realizar 2 banners
5. Creación de menú
6. Realizar remodelación de local
7. Taller sobre estrategias de identidad visual
- b. Documento de informe final.

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

9 semanas a partir de la firma del contrato

6. PLAN DE ACTIVIDADES COMPROMETIDAS

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	SEMANAS									HORAS TOTALES
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Logotipo de la empresa	20									20
Construcción de una presencia sólida en redes sociales		10	10							20
Creación de una estrategia de contenido		10	10							20
Realizar 2 banners				10						10
Creación del menú				10						10

Remodelación de local					10	10	10			30
Taller sobre Identidad Visual					10	10	10			30
Redacción de informe final								20	20	40
TOTALES	20	20	20	20	20	20	20	20	20	180

I. OFERTA ECONÓMICA

1. COSTO DE LA ASISTENCIA TÉCNICA O CAPACITACIÓN

Detalle	Dólares	%
Logotipo de la empresa	\$400	11%
Construcción de una presencia sólida en redes sociales	\$400	11%
Creación de una estrategia de contenido	\$400	11%
Realizar 2 banners	\$200	6%
Creación del menú	\$200	6%
Remodelación de local	\$600	16.5%
Taller sobre Identidad Visual	\$600	16.5%
Redacción de informe final	\$800	22%
	\$3,600	100%

2. DURACIÓN DE LA ASISTENCIA TÉCNICA

La asistencia tendrá una duración de 180 horas efectivas en un plazo no mayor a 9 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	
Logotipo de la empresa		20	20	\$400
Construcción de una presencia sólida en redes sociales		20	20	\$400
Creación de una estrategia de contenido		20	20	\$400
Realizar 2 banners	5	5	10	\$200
Creación del menú	5	5	10	\$200
Remodelación de local	30		30	\$600
Taller sobre Identidad Visual		30	30	\$600
Redacción de informe final		40	40	\$800
TOTAL	40	140	180	\$3,600

4. PERSONAL ASIGNADO

ACTIVIDAD	Consultor asignado	Funciones en el Proyecto	Horas Consultor Comprometidas	COSTO	
Logotipo de la empresa	Ashley Calles Camila Reyes	Consultor	20	400	
Construcción de una presencia sólida en redes sociales		Consultor	20	400	
Creación de una estrategia de contenido		Consultor	20	400	
Realizar 2 banners		Consultor	10	200	
Creación del menú		Consultor	10	200	
Remodelación de local		Consultor	30	600	
Taller sobre Identidad Visual		Consultor	30	600	
Redacción de informe final		Consultor	40	800	
				180	\$3,600

PERFIL DEL OFERTANTE

Para llevar a cabo el proyecto de Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores aplicado al negocio de productos locales Frozen Art, el perfil del ofertante debe cumplir con los siguientes requisitos en cuanto a formación académica, habilidades y experiencia previa:

Formación Académica del Consultor: Diseño Gráfico o Comunicación Visual: El consultor debe tener formación académica en diseño gráfico, comunicación visual o campos relacionados.

Habilidades y Otros Conocimientos:

- Dominio de Software de Diseño: Experiencia avanzada en programas de diseño gráfico como Adobe Photoshop, Illustrator e InDesign.
- Conocimiento en Branding: Capacidad para desarrollar estrategias de marca sólidas, incluyendo la creación de logotipos, paletas de colores, tipografías y elementos gráficos coherentes con la identidad de Frozen Art.
- Creatividad e Innovación
- Comunicación Efectiva: Capacidad para comunicarse de manera clara y efectiva con el cliente y el equipo.
- Gestión de Proyectos: Cumpliendo con plazos y requisitos establecidos.

Experiencia Previa en la Prestación de Estos Servicios: Portafolio de Trabajos Anteriores: Debe contar con un portafolio que muestre proyectos previos relacionados con diseño de identidad visual, preferiblemente en el sector de alimentos o productos locales.

- **Anexo 2. Cuestionario y Encuesta**

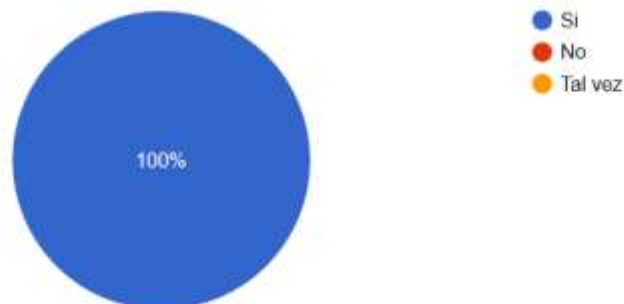
1. ¿Al inicio del taller tenías conocimientos sobre lo que es la identidad visual y Rediseño de Logotipo y Elementos Visual?

4 respuestas



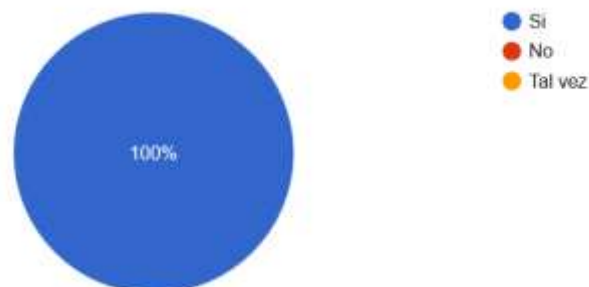
2. ¿Consideras que la identidad de marca es esencial para el éxito de tu negocio?

4 respuestas



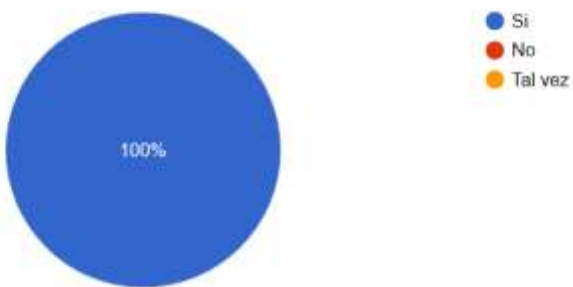
3. ¿Crees que tener un eslogan claro y memorable ayuda a comunicar mejor tu propuesta de valor?

4 respuestas



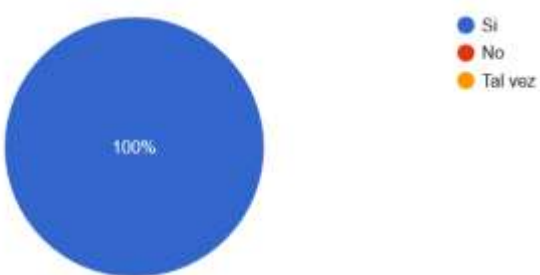
4. ¿Luego de los conocimientos adquiridos en el taller, consideras que la coherencia en el uso de colores y tipografía afecta la percepción de la marca?

4 respuestas



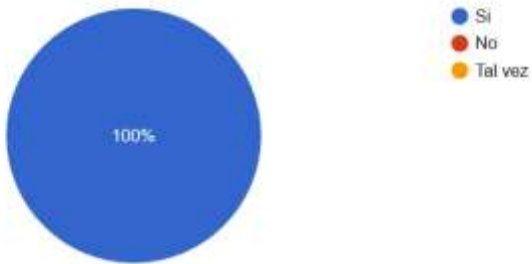
5. ¿Puedes identificar los elementos que componen la identidad visual de una marca después de asistir al taller?

4 respuestas



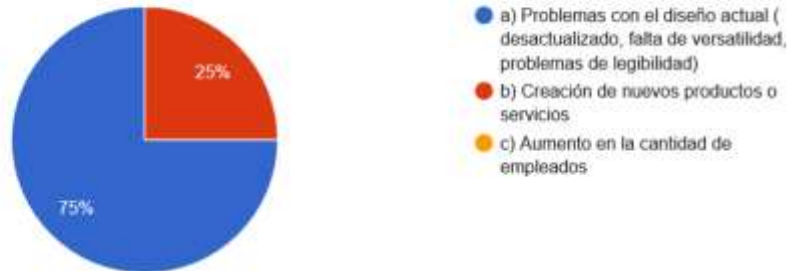
6. ¿Luego de la información brindada en el taller, entiendes la importancia de realizar un re-diseño del logotipo para mantener la relevancia de una marca?

4 respuestas



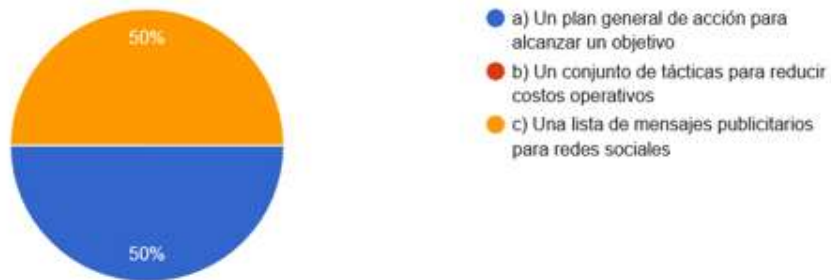
7. ¿Puedes identificar una razón común para hacer un re-diseño de logotipo?

4 respuestas



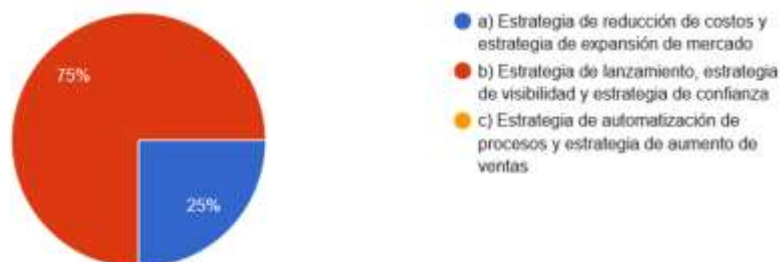
8. Luego del taller, ¿puedes identificar la definición de una estrategia de comunicación?

4 respuestas



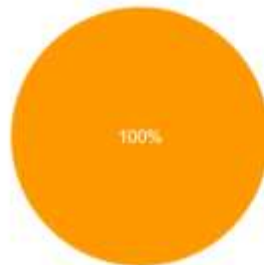
9. ¿Cuáles son algunos tipos de estrategias de comunicación?

4 respuestas



10. ¿Cuáles son los elementos que se deben conocer para crear una estrategia de comunicación?

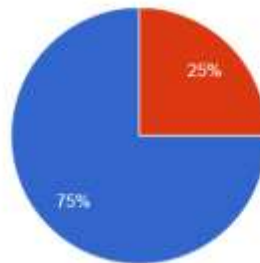
4 respuestas



- a) El presupuesto total de marketing y el número de empleados
- b) El diseño gráfico del sitio web y las plataformas tecnológicas utilizadas
- c) El mensaje que se quiere transmitir, los valores y los objetivos que se desean alcanzar

11. ¿Sabes qué es un análisis FODA y cuáles son sus elementos?

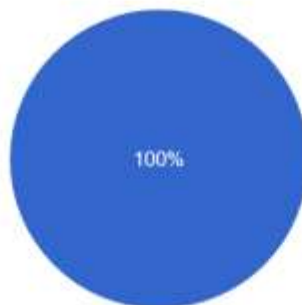
4 respuestas



- a) Sí, y sus elementos son fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas
- b) No, pero los elementos son metas, recursos, procesos y estrategias
- c) Sí, los elementos son objetivos, presupuestos, marketing y ventas

12. ¿Sabes qué es una estrategia de diferenciación?

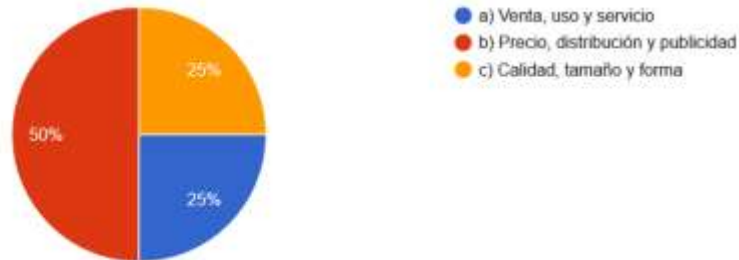
4 respuestas



- a) Si
- b) No
- c) Solo tengo una idea

13. ¿Cuáles son algunos tipos de estrategias de diferenciación?

4 respuestas



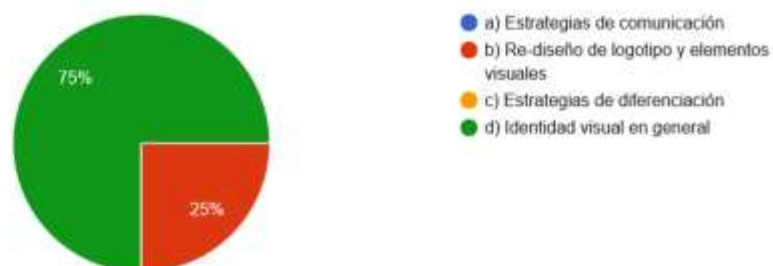
14. ¿Cómo calificarías la utilidad general del taller en relación con los temas de identidad visual, re-diseño de logotipo, estrategias de comunicación y diferenciación?

4 respuestas



15. ¿Qué aspecto del taller consideras que fue el más valioso para tu emprendimiento?

4 respuestas



- Anexo 3. Evidencia fotográfica.

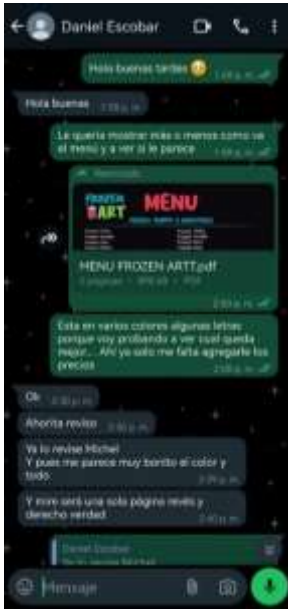


Fig. 28. Conversación.



Fig. 29. Conversación

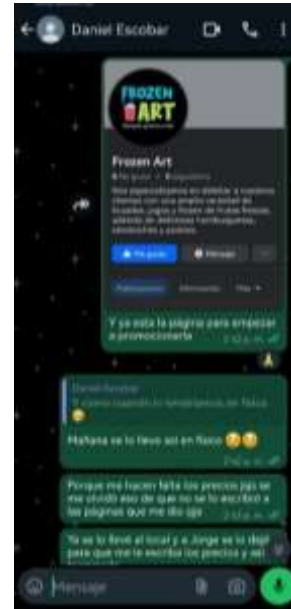


Fig. 30. Conversación



Fig. 31. Conversación



Fig. 32. Conversación



Fig. 33. Página Frozen Art



Fig. 34. Diseño de logo. Fuente. Elaboración propia



Fig. 35. Logo final. Fuente. Elaboración propia

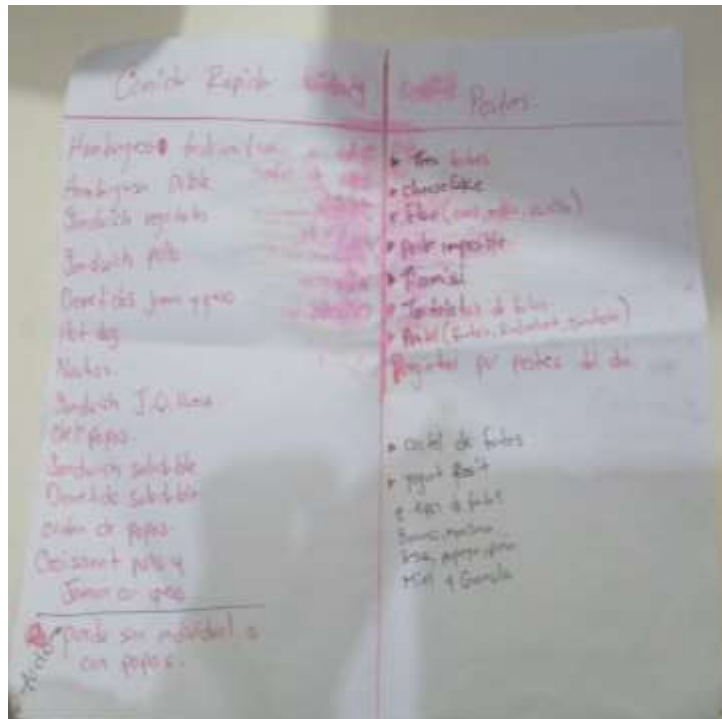


Fig. 36. Borrador de menú. Fuente. Elaboración propia



Fig. 37. Menú final. Fuente. Elaboración propia



Fig. 38. Banner final. Fuente. Elaboración propia

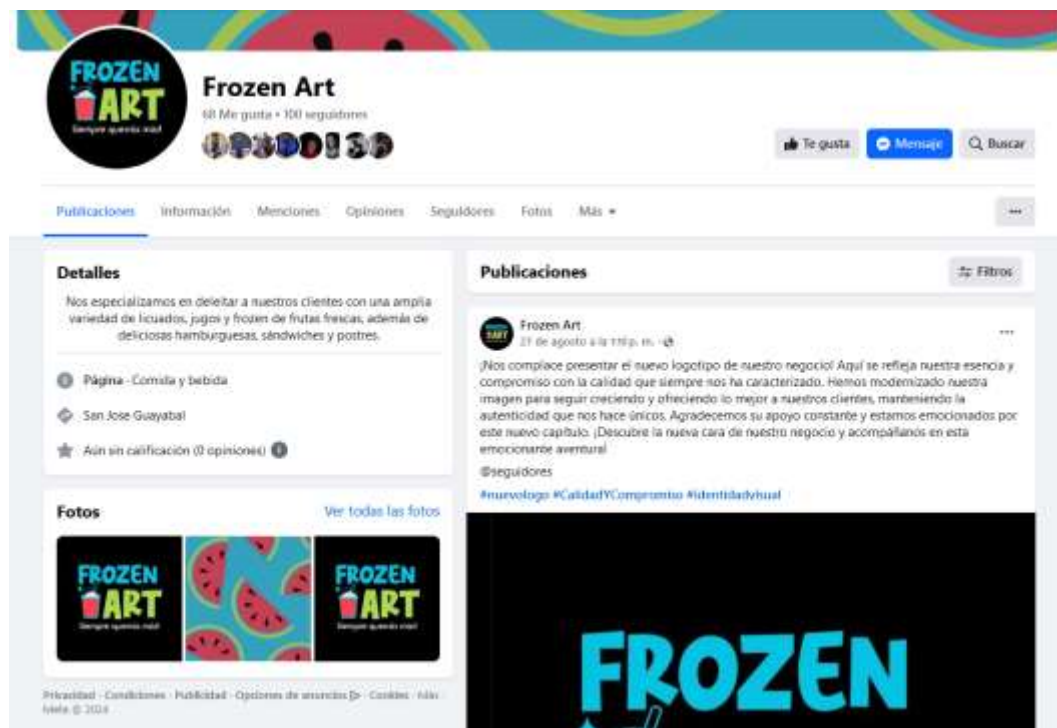


Fig. 39. Página de Frozen Art. Fuente. Elaboración propia



Fig. 40. Local. Fuente. Elaboración propia



Fig. 41. Local. Fuente. Elaboración propia



Fig. 42. Local. Fuente. Elaboración propia



Fig. 43. Local. Fuente. Elaboración propia



Fig.44.Pintura. Fuente. Elaboración propia



Fig.45.Remodelación. Fuente. Elaboración propia



Fig. 46. Remodelación final. Fuente. Elaboración propia



Fig. 47. Remodelación final. Fuente. Elaboración propia



Fig. #. Banner anterior. Fuente. Elaboración propia



Fig. 48. Impresión. Fuente. Elaboración propia



Fig. 49. Banner. Fuente. Elaboración propia



Fig. 50. Local final. Fuente. Elaboración propia

- Anexo 3. Protocolo

1. TÍTULO

Estrategias de Identidad Visual para emprendedores, aplicado al negocio de productos locales Frozen Art, Distrito de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, El Salvador 2024

2. ELEMENTOS CONTEXTUALES.

a. Destinatarios/Usuarios/Beneficiarios/Público.

El proyecto titulado Estrategias de Identidad Visual para emprendedores, aplicado al negocio de productos locales Frozen Art, Distrito de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, El Salvador 2024, tiene como beneficiarios a los siguientes grupos:

Primeramente, a los Emprendedores locales y potenciales emprendedores en San José Guayabal: Este grupo incluye a individuos interesados en iniciar o mejorar sus negocios locales, especialmente aquellos involucrados en la industria de alimentos y bebidas, con un enfoque en productos congelados como los ofrecidos por Frozen Art, este grupo está entre las edades de los 20 hasta los 40 años. Estos emprendedores serán beneficiarios directos de las estrategias de identidad visual desarrolladas en el estudio, ya que podrán aplicar las recomendaciones para fortalecer la imagen de sus negocios.

b. Dinámica territorial

El Distrito de San José Guayabal, ubicado en el Departamento de Cuscatlán, El Salvador, representa un enclave vibrante en la región central del país. Su origen se remonta a la época colonial, cuando fue establecido como un modesto asentamiento agrícola. Con el transcurso del tiempo, experimentó un crecimiento gradual, influenciado en gran medida por la agricultura y el comercio local. El nombre "Guayabal" refleja la abundancia de árboles de guayaba que alguna vez poblaron su paisaje. La estructura de la ciudad se articula en torno a una plaza central, característica de los pueblos tradicionales de la región, además las casas pintorescas contribuyen al encanto de su arquitectura. A medida que se extiende hacia las afueras, el paisaje se transforma en campos fértiles y majestuosas montañas, proporcionando un telón de fondo impresionante. El surgimiento del negocio "Frozen Art" en el Distrito de San José Guayabal, Departamento de Cuscatlán, viene luego de lo que fue la pandemia del Covid-19, que tuvo como consecuencia el desempleo de muchas personas, entre ellas el dueño y empleados del emprendimiento. Viendo la necesidad de ingresos económicos surgió la idea de Frozen Art por parte de Daniel Escobar, residente del distrito de San José Guayabal. El negocio "Frozen Art" se estableció el 5 de abril del 2021 con la visión de ofrecer productos alimenticios locales de alta calidad. Desde sus primeros meses de operación, "Frozen Art" ha contribuido significativamente a resaltar la gastronomía de San José Guayabal, ofreciendo una amplia gama de productos que reflejan sabores auténticos y los ingredientes frescos de la zona. El emprendimiento ha buscado constantemente formas innovadoras de presentar sus productos, reconociendo la importancia de una identidad visual sólida para destacarse en un mercado competitivo. Hoy en día, "Frozen Art" es reconocido como un referente en la promoción de productos locales en el Distrito de San José Guayabal. El emprendimiento cuenta con una sólida base de clientes fieles y ha logrado establecerse de la mejor manera. La misión de "Frozen Art" va más allá de simplemente vender productos; se trata de preservar y

promover la identidad cultural y gastronómica de San José Guayabal, inspirando a otros emprendedores a seguir su ejemplo y contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad.

c. Dinámica sectorial.

A pesar del dinamismo económico y cultural de San José Guayabal, muchos emprendedores locales se enfrentan a la falta de apoyo por parte de instituciones gubernamentales u organizaciones locales. La ausencia de programas de capacitación, asistencia técnica y acceso a financiamiento limita el crecimiento y desarrollo de los negocios en la comunidad. El gobierno local y otras entidades relevantes han realizado algunos esfuerzos, como la organización de ferias de emprendedores y la publicación de información en redes sociales por parte de la municipalidad. Sin embargo, estos esfuerzos muchas veces no reciben el seguimiento adecuado para garantizar su efectividad y generar resultados positivos a largo plazo. El proyecto "Estrategias de Identidad Visual para Emprendedores: Caso de Estudio en el Negocio de Productos Locales Frozen Art, Distrito de San José Guayabal, Departamento de Cuscatlán, El Salvador 2024" se origina en la carencia de una identidad visual sólida en los emprendimientos locales, incluyendo a Frozen Art, ubicado en el Distrito de San José Guayabal. Esta falta de identidad se refleja en la ausencia de herramientas adecuadas por parte de los propietarios para destacarse en un mercado competitivo. En consecuencia, este proyecto busca abordar esta necesidad proporcionando estrategias efectivas de identidad visual que beneficien tanto a los emprendedores locales como al distrito en general. El proyecto no solo beneficiará directamente a Frozen Art, sino que también servirá como una guía para otros emprendimientos locales que enfrentan desafíos similares en cuanto a la falta de una identidad visual distintiva. Las estrategias desarrolladas, basadas en una investigación documental sólida y en la comprensión de las necesidades y valores de Frozen Art, podrán aplicarse en otros negocios locales en San José Guayabal y sus alrededores. Esto no solo fortalecerá la presencia de marca de los emprendimientos individuales, sino que también contribuirá al desarrollo económico y social del distrito en su conjunto.

3. DIAGNÓSTICO.

Dentro del diagnóstico podremos observar las causas y la prioridad de cada uno de los problemas que se han generado dentro del emprendimiento Frozen Art la cual brindara estrategias de identidad visual para la mejora del proyecto. Causas y problemas de identidad visual para emprendedores, aplicado al negocio de productos locales Frozen art, distrito de san José guayabal, departamento de Cuscatlán, el salvador 2024.

Necesidades o problemas	Causas del problema	Prioridad del problema
Fortalecer la Identidad Visual y la Marca.	Falta de la identidad visual la cual sea sólida, distintiva que permita destacarse en un mercado competitivo.	1

Capacitación en el manejo eficaz de plataformas digitales, como redes sociales, para mejorar la presencia de la marca en línea de Frozen Art y facilitar la interacción con la comunidad.	Carecen de habilidades y conocimientos en este ámbito y desean adquirirlos para potenciar su emprendimiento en el entorno digital y puedan continuar en las plataformas digitales luego de terminar este proyecto.	2
Mejorar el entorno en Frozen Art, tanto en el aspecto visual como en la calidad del servicio.	Falta de interés en implementar estrategias para optimizar el diseño del local, los materiales de promoción y la atención al cliente para garantizar fidelidad y experiencia satisfactoria.	3

Fig 51. Tabla de problemáticas. Fuente: Elaboración propia.

Una de las principales causas de las problemáticas citadas, radica en el desconocimiento de los procesos básicos de creación de marca. Los emprendedores no consideran estos procesos como necesarios o importantes, lo que resulta en la falta de una identidad gráfica sólida. Además, el alto costo de cursos de marketing o diseño gráfico también influye, llevando a algunos a recurrir al método de prueba y error o a buscar tutoriales en línea. Estas prácticas tienen consecuencias negativas para los proyectos, ya que una identidad gráfica mal desarrollada dificulta la percepción positiva de los clientes y limita el alcance del negocio. Por otra parte, las consecuencias de estas problemáticas son: la falta de una identidad visual sólida y distintiva, junto con la carencia de habilidades y conocimientos en este ámbito, así como la falta de interés en implementar estrategias para optimizar otros aspectos del negocio, pueden agravar la situación dentro de un emprendimiento en un mercado competitivo por las siguientes razones:

Menor atracción y retención de clientes: En un entorno digital donde la competencia es feroz, una identidad visual sólida y distintiva es fundamental para captar la atención de los clientes potenciales. Si el emprendimiento carece de una presencia visual atractiva y coherente, es probable que pierda frente a competidores que sí la tienen. Además, la falta de habilidades y conocimientos en identidad visual limita la capacidad del emprendimiento para adaptarse y destacarse en el entorno digital, lo que dificulta la atracción y retención de clientes en plataformas en línea.

Dificultades para generar confianza y credibilidad: Una identidad visual bien desarrollada comunica profesionalismo, confiabilidad y coherencia. Si un emprendimiento carece de una identidad visual sólida, puede dar la impresión de ser poco profesional o poco confiable, lo que disminuye la credibilidad ante los clientes potenciales. Esto puede resultar en una menor tasa de conversión y en dificultades para establecer relaciones sólidas con los clientes.

Limitaciones en la diferenciación y posicionamiento: La falta de una identidad visual sólida dificulta la diferenciación del emprendimiento en un mercado saturado. Sin una identidad distintiva, el emprendimiento puede pasar desapercibido entre la competencia, lo que limita su capacidad para posicionarse como una opción única y atractiva para los clientes. Esto puede resultar en una pérdida de cuota de mercado y en dificultades para alcanzar el éxito sostenible en el largo plazo.

Impacto negativo en la experiencia del cliente: La falta de interés en implementar estrategias para optimizar otros aspectos del negocio, como el diseño del local, los materiales de promoción y la atención al cliente, puede tener un impacto negativo en la experiencia del cliente. Una experiencia deficiente puede llevar a una menor satisfacción del cliente, una disminución en la repetición de compras y una mala reputación en el mercado, lo que agrava aún más la situación del emprendimiento. La combinación de una identidad visual débil, la falta de habilidades y conocimientos en este ámbito, y la falta de interés en optimizar otros aspectos del negocio puede agravar significativamente la situación dentro de un emprendimiento, dificultando su éxito y supervivencia en un mercado competitivo. Teniendo en cuenta las diferentes problemáticas que se tiene Frozen Art en el distrito de San José Guayabal, la realización y desarrollo de una identidad visual hará que el emprendimiento se destaque en un mercado competitivo. Asimismo, es necesario capacitarlos para potenciarlos en las plataformas digitales; al menos facilitar orientaciones técnicas mínimas para que den continuidad a la imagen de marca. El apoyo a Frozen Art, incluirá la renovación y ambientación del espacio mediante la elaboración artística, pues se pretende mejorar y hacer más atractivo el lugar para las personas que lo visitan tanto locales como turistas.

4. OBJETIVO GENERAL.

- Aplicar estrategias de identidad visual efectivas para emprendedores al negocio de productos locales Frozen Art, ubicado en el Distrito de San José Guayabal, departamento de Cuscatlán, a fin de brindar apoyo técnico a emprendimientos locales y beneficiar su crecimiento.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Establecer una investigación documental sobre las estrategias de identidad visual, branding y marketing en redes sociales para crear una base teórica sólida para el proyecto.
- Identificar las necesidades, valores y objetivos comerciales del emprendimiento Frozen Art.
- Definir una identidad visual coherente y distintiva, utilizando técnicas de diseño gráfico.
- Determinar estrategias de marca integrales para aumentar la visibilidad y el impacto de Frozen Art en la comunidad local.
- Evaluar el impacto de las estrategias de identidad visual implementadas en Frozen Art en términos de reconocimiento de marca y percepción de valor por parte de la comunidad local.

6. FUNDAMENTACIÓN.

Teniendo en cuenta los datos recolectados hasta el momento para este proyecto, se muestran las necesidades que presentan los emprendedores salvadoreños,

identificando las carencias que algunos de los emprendedores de dicho sector presentan a nivel gráfico y el manejo comercial de sus productos en redes sociales.

Los emprendimientos en El Salvador.

Los emprendimientos en El Salvador se desarrollan en un 60,8% por una necesidad (consumo familiar) y en un 37,6% por aprovechar una oportunidad. Además, el 57,8% del total de emprendimientos son administrados por mujeres, en tanto que el 42,4% son administrados por varones. Entre otros factores, el estudio concluye que un emprendimiento motivado por la “oportunidad” tiene mayores perspectivas de permanecer en el mercado y acceder al éxito que un emprendimiento movido por la “necesidad”. Esto conlleva a que en el país deben desarrollarse programas de fomento de emprendimientos que aprovechen una oportunidad en el mercado, para que las empresas se posicionen y crezcan a mediano y largo plazo, incrementando el empleo y la competitividad nacional.¹

Recursos

En la actualidad, muchos emprendedores pueden carecer de varios recursos o habilidades clave que son fundamentales para el éxito de sus proyectos:

- **Financiamiento adecuado:** Uno de los desafíos principales para los emprendedores es acceder a financiamiento suficiente y oportuno para iniciar o hacer crecer sus negocios. La falta de capital puede limitar el desarrollo de productos, la expansión del negocio y la capacidad de competir en el mercado.
- **Conocimientos en gestión empresarial:** Muchos emprendedores tienen habilidades técnicas en sus áreas de negocio, pero pueden carecer de conocimientos sólidos en gestión empresarial, como planificación estratégica, contabilidad, marketing, gestión de recursos humanos y análisis financiero.
- **Habilidades de marketing y ventas:** A menudo, los emprendedores tienen dificultades para promocionar y vender sus productos o servicios de manera efectiva. Pueden carecer de habilidades en marketing digital, estrategias de ventas, branding y desarrollo de clientes.
- **Capacidad para adaptarse al cambio:** El entorno empresarial actual es dinámico y está en constante cambio. Los emprendedores necesitan tener la capacidad de adaptarse rápidamente a nuevas tendencias, tecnologías y condiciones del mercado para mantener la relevancia y la competitividad de sus negocios.
- **Acceso a tecnología y herramientas digitales:** En la era digital, es crucial que los emprendedores tengan acceso y conocimientos sobre tecnología y herramientas digitales que les permitan optimizar sus procesos, mejorar la experiencia del cliente y aprovechar las oportunidades en línea.²

Creación de un emprendimiento.

¹ Gutiérrez Montoya Guillermo. *Evolución del emprendimiento en El Salvador*, San Salvador, 2013.

² Anónimo, *El emprendedurismo*, San Salvador 2022

En El Salvador la necesidad de crear un emprendimiento puede surgir por una variedad de razones, que van desde la identificación de oportunidades en el mercado hasta la búsqueda de independencia u oportunidad laboral y la solución de problemas específicos. Algunas de las razones por las que iniciar un emprendimiento en El Salvador son:

- **Identificación de oportunidades de negocio:** Un emprendimiento puede surgir cuando una persona identifica una oportunidad en el mercado que no está siendo aprovechada o que puede ser abordada de manera innovadora. Esto puede incluir la creación de nuevos productos o servicios, la mejora de procesos existentes o la identificación de nichos de mercado no atendidos.
- **Solución a problemas económicos:** la mayoría de familias salvadoreñas son sorprendidas con diferentes despidos repentinos lo cual llevan a la creación de un emprendimiento como forma de generar una fuente de dinero para proveer y suplir las necesidades dentro de las familias. Debido al alza de los precios en diferentes productos o alimentos familias completas deciden emprender y así mejorar su situación económica.
- **Deseo de independencia y autonomía:** Muchas personas deciden emprender porque desean tener control sobre su propio trabajo y tomar decisiones de manera independiente. El emprendimiento ofrece la posibilidad de ser tu propio jefe, establecer tus propias metas y crear un estilo de vida que se ajuste a tus necesidades y valores.
- **Creatividad y pasión:** Algunas personas emprenden porque tienen una pasión o un talento particular que desean convertir en un negocio. Esto puede incluir actividades como el arte, la música, la gastronomía, el diseño, entre otros. El emprendimiento les permite expresar su creatividad y dedicarse a lo que realmente les apasiona.
- **Inestabilidad laboral o desempleo:** Como se mencionaba anteriormente en situaciones donde existe inestabilidad laboral o dificultades para encontrar empleo, algunas personas optan por emprender como una alternativa para generar ingresos y crear oportunidades laborales por cuenta propia.

Identidad visual.

Todos en el mundo tienen un conjunto de características su nombre o aspectos de la individualidad y apariencia que los hacen únicos y ser reconocidos por otros.

Tener una identidad bien definida es importante no solo para los seres humanos en la sociedad, sino también para las marcas y las empresas en general. Después de todo, ¿cómo ser reconocido sin una imagen?

La importancia de una buena identidad visual en la estrategia de cualquier emprendimiento debe considerarse una prioridad. Cuando la estrategia está bien elaborada, el proceso de encantamiento y conversión por parte de los clientes es más fácil.

En los casos en que es escasa o poco desarrollada, la realidad es dura, pero directa: nadie (o casi nadie) le dará la importancia que se espera.

La identidad visual es una construcción de varios elementos gráficos y visuales responsables de crear una atmósfera sobre quién es el emprendimiento o marca, cuáles son sus valores e incluso cómo se ve el mundo y la sociedad desde su perspectiva.

La marca es el componente visual de la identidad, un conjunto de elementos gráficos, líneas, figuras geométricas y colores que hacen que la imagen visual sea única y memorable para el público. Al manejar la marca se consigue aumentar el grado de memoria simbólica que es fundamental para crear una imagen fuerte y duradera en los distintos públicos. Aplicación de la marca Implica seguir las normas de diseño establecidas en el manual de la imagen corporativa, donde se normalizan los usos gráficos y homogenizan los elementos de comunicación visual (forma, color, tamaño, etc.). La aplicación de la marca es responsabilidad de todo el personal de la institución y proveedores de soportes gráficos, como pueden ser: publicistas, diseñadores, comunicadores, impresores, creadores audiovisuales, etc. Identidad corporativa Es el conjunto de características específicas de una institución que le diferencian de otra; esta se transmite y comunica a través de distintos elementos verbales, visuales, culturales, ambientales, entre otros. Implica el conjunto de estrategias, filosofía, cultura y la manera única de hacer las cosas, lo cual se transmite a través del contacto con la ciudadanía, con los medios de comunicación y diversidad de visitantes.³

La identidad visual es fundamental para un emprendimiento por varias razones clave:

- **Diferenciación:** En un mercado saturado y competitivo, tener una identidad visual sólida y distintiva permite que tu emprendimiento se destaque y se diferencie de la competencia. Esto es crucial para captar la atención de los clientes y crear una impresión memorable.
- **Reflejo de la marca:** La identidad visual, que incluye elementos como el logotipo, los colores, la tipografía y el diseño gráfico, es una representación visual de la marca y sus valores. Ayuda a comunicar la personalidad de la empresa, su estilo y su enfoque, lo que contribuye a construir una imagen coherente y atractiva para los clientes.
- **Generación de confianza:** Una identidad visual profesional y cuidadosamente diseñada transmite una sensación de profesionalismo y confianza. Los clientes tienden a confiar más en las empresas que presentan una imagen visual sólida y coherente, lo que puede influir positivamente en las decisiones de compra.
- **Consistencia:** La consistencia en la identidad visual es clave para establecer una presencia sólida y reconocible en todos los puntos de contacto con los clientes, ya sea en el sitio web, en redes sociales, en productos físicos o en material impreso. Esto ayuda a reforzar la percepción de la marca y a crear una experiencia coherente para los clientes.
- **Atracción y retención de clientes:** Una identidad visual atractiva y bien diseñada puede atraer la atención de nuevos clientes y aumentar la retención de clientes existentes. La estética visual juega un papel importante en la primera impresión que los clientes tienen de un negocio y puede influir en su decisión de interactuar o realizar una compra.

³ Unidad de comunicaciones, *Manual de identidad visual*, 2015.

- **Facilita la comunicación:** Una identidad visual clara y coherente facilita la comunicación de la empresa con su audiencia. Permite transmitir mensajes de manera efectiva y asegura que los clientes reconozcan rápidamente la marca en diferentes contextos y plataformas.

Como tal la identidad visual es esencial para un emprendimiento porque ayuda a diferenciarse, refleja la marca, genera confianza, asegura consistencia, atrae y retiene clientes, y facilita la comunicación con la audiencia.

Branding

En marketing digital, el branding hace referencia a la imagen que una empresa proyecta en internet, a cómo construye su imagen en los distintos medios y canales que ofrece la red: blogs, redes sociales, página web, e-commerce, etc.

La construcción de nuestro branding combina elementos tangibles e intangibles, y hoy te presentamos 10 elementos que te servirán como base para diseñar tu estrategia:

- **Propósito:** el 77% de los consumidores se identifican con marcas que comparten sus mismos valores, por ello, brindarle un propósito a nuestra marca la humaniza y crea un lazo más significativo con tu público.
- **Naming:** es la palabra o conjunto de palabras que usaremos para identificar a nuestra empresa, productos, servicio o marca. Nuestro nombre debe ser notorio, único, y que transmita la esencia de la marca.
- **Logotipo:** logo es un símbolo visual que le otorga a nuestra empresa la oportunidad de ser recordado y quedar en la memoria del consumidor.
- **Paleta de colores:** los colores también influyen en la manera en que las personas perciben nuestra marca, de hecho, pueden aumentar su reconocimiento en un 80%.
- **Tono de comunicación:** esta es la manera en la que vamos a transmitir nuestra esencia y valores por distintos canales, como nuestras redes sociales, nuestra web o blog, correos electrónicos, etc.
- **Personalidad:** la personalidad de nuestra marca es la manera en que se reflejarán nuestros valores para que nuestra audiencia se identifique con ellos. Su propósito principal es despertar interés e influir en clientes potenciales.
- **Slogan:** es una frase que resume la propuesta de valor que ofrece nuestra marca y que busca inspirar a nuestros consumidores. Cabe mencionar que los mejores slogans son pegajosos y directos.
- **Características del producto:** se dice que el branding es sensorial, por ello características como el olor, forma o textura de nuestros productos, también forman parte de él. Un buen dato es que la fidelidad de un cliente se amplía en un 43% al activar de 2 o a 3 sentidos.
- **Audio Branding:** se trata de crear una identidad sonora de una marca por medio de sonidos, melodías y voces, esto es importante puesto que recordamos un 83% más de lo que escuchamos que lo que vemos.

- Experiencia de marca: este punto abarca la experiencia de tu cliente desde que la conoce hasta el servicio de post venta.⁴

El branding tiene múltiples funciones tanto para las empresas o emprendimientos como para las personas, ya que la variedad de opciones convierte al mercado en un campo de batalla del que solo sobreviven los que tienen bien definida su marca. Ésta identifica a una empresa y la diferencia de las demás, por lo que es muy importante moldearla según los objetivos fijados.

En conclusión, proporcionar apoyo técnico y especializado en identidad de marca no solo ayudaría a los emprendedores salvadoreños a mejorar su presencia en el mercado y atraer a más clientes, sino que también contribuiría al crecimiento económico y al fortalecimiento del tejido empresarial en El Salvador. Con el adecuado respaldo en este aspecto, los negocios locales podrían potenciar su crecimiento, expandir su alcance y contribuir al desarrollo sostenible de la comunidad y del país en su conjunto.

7. DESCRIPCION

La investigación sobre estrategias de identidad visual para emprendedores, centrada en el negocio local Frozen Art en el Distrito de San José Guayabal, Departamento de Cuscatlán, El Salvador en el año 2024, trasciende la mera mejora estética de la marca para convertirse en un proyecto integral. Más allá de fortalecer la imagen de marca de los emprendedores locales, busca activamente impulsar el crecimiento económico y social de toda la comunidad.

En este contexto, se promueve una colaboración estrecha entre el equipo investigador y los emprendedores de Frozen Art. El objetivo primordial es desarrollar e implementar estrategias de identidad visual que no solo sean efectivas, sino que también estén profundamente arraigadas en las necesidades y particularidades del mercado local. Esta colaboración no se limita únicamente a la parte visual del negocio, sino que aspira a generar un impacto significativo en la percepción de la marca por parte de los consumidores y en la competitividad del negocio en el mercado.

Es esencial destacar que esta investigación reconoce y valora la identidad visual como una herramienta estratégica para diferenciarse de la competencia, comunicar los valores fundamentales del negocio y establecer conexiones emocionales duraderas con los clientes potenciales y existentes. Más allá de simplemente diseñar un nuevo logotipo o seleccionar colores atractivos, se trata de crear una narrativa visual coherente y poderosa que resuene con la audiencia local y refleje la esencia misma de Frozen Art.

No solo se busca embellecer la apariencia de la marca, sino también potenciar su influencia en la comunidad y su capacidad para generar un impacto positivo en el entorno económico y social. Es un proyecto que abraza la interconexión entre la estética visual y el desarrollo empresarial sostenible, reconociendo el poder transformador de una identidad visual sólida y auténtica en el tejido de una comunidad emprendedora.

⁴ Anónimo, *Marketing y desing*, 2015

El proyecto se estructura en una serie de etapas fundamentales que abarcan desde el análisis inicial hasta la implementación y evaluación de las estrategias de identidad visual:

Diagnóstico y análisis de la identidad visual actual: Esta fase implica un meticuloso estudio de la identidad visual actual de Frozen Art, así como de otros negocios similares en la región. Se examinarán aspectos como el diseño del logotipo, la paleta de colores, la tipografía utilizada y la presencia en medios digitales y físicos. Este análisis exhaustivo permitirá identificar áreas de oportunidad y **posibles mejoras en la imagen de marca.**

Definición de objetivos y público objetivo: Una vez completado el diagnóstico, se procederá a establecer objetivos específicos que se desean alcanzar con la implementación de nuevas estrategias de identidad visual. Estos objetivos estarán estrechamente alineados con las necesidades del negocio y las expectativas del público objetivo. Asimismo, se realizará un análisis detallado del perfil del público objetivo al que se dirigirán estas estrategias.

Desarrollo e implementación de nuevas estrategias de identidad visual: Con base en los hallazgos del diagnóstico y los objetivos establecidos, se procederá al diseño y ejecución de nuevas estrategias de identidad visual. Esto incluirá la creación del logotipo, la selección de una paleta de colores coherente, la elección de una tipografía adecuada y la definición de la presencia en redes sociales y otros medios de comunicación. Se buscará crear una imagen de marca sólida, coherente y atractiva que resuene con el público objetivo y refleje los valores y la personalidad de Frozen Art.

Evaluación y ajustes: Una vez implementadas las nuevas estrategias, se llevará a cabo un seguimiento continuo del impacto y la eficacia de las mismas. Se recopilarán datos cuantitativos y cualitativos para evaluar la percepción de la marca por parte de los consumidores, así como su impacto en la competitividad del negocio en el mercado. En base a estos resultados, se realizarán ajustes y mejoras según sea necesario para garantizar el éxito a largo plazo de la estrategia de identidad visual.

Los participantes en este proyecto se dividen en dos grupos principales:

Facilitadoras: Integrado por las egresadas en diseño gráfico, quienes liderarán el proceso de investigación, desarrollo e implementación de las estrategias de identidad visual. Su experiencia y conocimientos en diseño gráfico serán fundamentales para guiar el proyecto de manera efectiva y creativa.

Beneficiarios del Equipo de Frozen Art: Compuesto por el equipo administrativo del negocio, quienes colaborarán estrechamente con el equipo investigador en todas las etapas del proyecto. Su participación activa y su conocimiento del negocio serán clave para garantizar que las estrategias de identidad visual se alineen con los objetivos y valores de Frozen Art.

8. PROPUESTA GENERAL DE EJECUCIÓN

Resultados esperados: Al término del proyecto, se anticipa que los emprendedores locales adquirirán un mayor conocimiento sobre la importancia de la identidad visual en el posicionamiento de sus negocios, así como habilidades prácticas para desarrollar y

aplicar estrategias de identidad visual efectivas. Se espera que estas estrategias contribuyan a mejorar la visibilidad, reconocimiento y diferenciación de los productos locales Frozen Art en el mercado local.

Contribución: Se prevé utilizar una combinación de métodos de recopilación de datos, incluyendo encuestas antes y después del proyecto, para evaluar el impacto de las estrategias de identidad visual implementadas. Estas encuestas se realizarán tanto a los emprendedores participantes como a los clientes potenciales, con el objetivo de medir el nivel de conciencia y percepción de la marca antes y después de la implementación de las estrategias de identidad visual.

Proceso de implementación: Después de un análisis exhaustivo de la identidad visual actual de Frozen Art y la identificación de áreas de mejora, se proponen las siguientes etapas para la ejecución del proyecto:

Diagnóstico y planificación: Se llevará a cabo una evaluación inicial de la identidad visual actual de Frozen Ar. Con base en estos hallazgos, se elaborará un plan detallado de implementación de estrategias de identidad visual, que incluirá objetivos específicos, acciones a realizar y un cronograma de trabajo.

Desarrollo de estrategias de identidad visual: Se procederá al diseño y desarrollo de nuevas estrategias de identidad visual para Frozen Art, que abarcarán elementos como el diseño del logotipo, selección de colores y tipografía, diseño de material de marketing, entre otros. Estas estrategias se diseñarán con el objetivo de transmitir los valores y la personalidad de la marca, así como de captar la atención del público objetivo.

Implementación y seguimiento: Una vez desarrolladas las estrategias de identidad visual, se procederá a su implementación en el negocio de Frozen Art. Se realizará un seguimiento continuo del impacto y la eficacia de estas estrategias, mediante la recopilación de datos y la observación directa del comportamiento del público objetivo. Se realizarán ajustes según sea necesario para optimizar el rendimiento de las estrategias a lo largo del tiempo.

Actividades propuestas:

Talleres de formación: Se llevarán a cabo talleres de formación práctica para los emprendedores locales, donde se proporcionará información y herramientas para el desarrollo y aplicación de estrategias de identidad visual en sus negocios.

Asesoramiento personalizado: Se ofrecerá asesoramiento personalizado a los emprendedores participantes, con el fin de ayudarles a implementar las estrategias de identidad visual de manera efectiva y adaptada a sus necesidades específicas.

Impacto esperado: Se espera que el proyecto tenga un impacto positivo tanto a nivel individual como a nivel comunitario. A nivel individual, se anticipa que los emprendedores locales mejorarán sus habilidades y conocimientos en el área de identidad visual, lo que les permitirá fortalecer sus negocios y aumentar sus ingresos. A nivel comunitario, se espera que el proyecto contribuya al desarrollo económico y social del Distrito de San

José Guayabal, promoviendo la cultura emprendedora y el crecimiento de la economía local.

Participantes involucrados: El proyecto contará con la participación activa de los emprendedores locales que conforman Frozen Art, así como con el apoyo de personas con conocimiento en diseño gráfico y marketing las cuales será las facilitadoras Ashley Calles y Camila Reyes, ambas egresadas de la carrera Licenciatura en Artes Plásticas Opción Diseño Grafico, quienes proporcionarán asesoramiento y orientación durante todo el proceso de implementación.

9. ACTIVIDADES, TAREAS, METODOS Y TECNICAS

Los recursos dentro del cuadro comprendido del mes de mayo al mes de agosto, tres meses de talleres y desarrollo de identidad visual enumeran los diferentes materiales a utilizar, además de transporte, alimentación, internet y comunicación como variantes principales en recursos propios

N.º	ETAPAS	ACTIVIDADES	RESULTADOS ESPERADOS
1.	<p>“Investigativa”:</p> <p>Investigación de la problemática que se pretende abordar.</p> <p>Identificación de la población destinataria de las acciones del proyecto para generar beneficios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Investigación bibliográfica. Entrevistas a los emprendedores. 	Elaborar una estrategia para orientar el proyecto con los objetivos ya planeados
2.	<p>“Formativa”:</p> <p>Los emprendedores locales recibirán talleres que les proporcionara información y herramienta para desarrollar estrategias visuales a sus negocios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Planificación de temas y elaboración de material didáctico: teórico, diapositivas, actividades, etc. 	Conseguir un mayor conocimiento sobre la importancia de la identidad visual en el posicionamiento de sus negocios.
3.	Inicio de talleres.		
3.1	<p>“Identidad de Marca”</p>	<ul style="list-style-type: none"> Conceptos básicos de branding. Definición de la identidad de marca: valores, misión, visión. Creación de un branding efectivo para el negocio. 	Obtener una comprensión sólida de los elementos que conforman la identidad de su marca, como los valores, la misión, la visión y la propuesta de valor única.

3.2	“Rediseño de Logotipo y Elementos Visuales”	<ul style="list-style-type: none"> · Principios de diseño aplicados al branding. · Rediseño de un logotipo representativo · Elección de colores, tipografías y elementos visuales coherentes con la marca. 	Liderar significativamente la presencia visual de su marca y a transmitir de manera efectiva su mensaje y valores al público objetivo.
3.3	“Estrategias de Comunicación”	<ul style="list-style-type: none"> · Desarrollo de un plan de comunicación y marketing. · Uso efectivo de redes sociales y otras plataformas. · Creación de contenido relevante y atractivo para el público objetivo. 	Desarrollar estrategias de comunicación más efectivas y a transmitir su mensaje de manera más clara y persuasiva a su público objetivo.
3.4	“Estrategias de Diferenciación y Competencia”	<ul style="list-style-type: none"> · Análisis de la competencia y el mercado. · Identificación de oportunidades de diferenciación. · Desarrollo de estrategias para destacarse en un mercado saturado. 	Aplicar estrategias más efectivas para diferenciarse en un amplio mercado competitivo y a crear valor significativo para su público.
4.	“Asesoramiento”: Se brindarán recomendaciones personalizadas, a los emprendedores.	<ul style="list-style-type: none"> · Revisión de actividades realizadas dentro del taller. · Manejo adecuado de herramientas expuestas en el taller. 	Implementar de forma efectiva y adaptar a las estrategias de identidad visual según sus necesidades específicas.
5.	Recopilación de resultados	<ul style="list-style-type: none"> · Análisis de todas las herramientas brindadas. · Organización de registros visuales, bitácoras, encuestas, etc. · Elaboración y construcción de documento final 	Construir de forma organizada el documento final del proyecto.
6.	Presentación de resultados	<ul style="list-style-type: none"> · Impresión y grabado del documento final. 	<p>-Proporcionar los resultados obtenidos del proyecto.</p> <p>- Optar a grado académico.</p>

Fig. 52. Tabla de problemáticas. Fuente: Elaboración propia.

10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Planificación de todas las actividades ejecutadas a lo largo del proyecto para su construcción, elaboración y ejecución.

Actividad	Mar				ABR				MAY				JUN				JUL				AGOS				SEP			
Semana	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Reuniones con equipo de trabajo.																												
Visita al local de Frozen Art.																												
Asesoría con licenciados.																												
Realizar protocolo de investigación.																												
Primera intervención del proyecto.																												
Entrega de Protocolo de investigación.																												
Desarrollos de talleres																												
creación de guía de marca																												
Entrega de trabajo final modulo III.																												
Desarrollo de la identidad visual.																												
Entrega de trabajo final modulo IV.																												
Entrega de trabajo final módulo V																												
Intervenciones visuales en el lugar de emprendimiento																												
Procesamiento de informe.																												
Entrega de informe final.																												
Presentación de resultados.																												

Fig. 53. Tabla de problemáticas. Fuente: Elaboración propia.

11. RECURSOS

Los recursos dentro del cuadro comprendido del mes de mayo al mes de agosto, tres meses de talleres y desarrollo de identidad visual enumeran los diferentes materiales a utilizar, además de transporte, alimentación, internet y comunicación como variantes principales en recursos propios

RECURSOS	TIPO	DESCRIPCION	PRESUPUESTO
Humanos	Beneficiarios	Daniel Escobar	Voluntarios
		Jorge Flores	
		Cecilia Menjívar	
		Nohemy Escobar	
	Facilitadoras	Ashley Michelle Calles Castro Camila María Reyes López	Voluntarias
		Subtotal:	\$0.00
MATERIALES	Materiales para renovación	Bolsa de basura	\$5
		2 galones de pintura acrílica	\$40
		4 brochas	\$16
		2 Cinta scotch	\$3
		Trapos de limpieza	\$3
	Marketing y publicidad	Publicidad en redes sociales	\$150
	Diseño de materiales impresos	Menús	\$30
		Banner	\$45
		Stickers	\$45
	Transporte	Transporte de facilitadoras	\$100
		Subtotal:	\$437.00
FINANCIEROS	Propios	Imprevisto	\$58.70
		Alimentación de las facilitadoras	\$150
TECNOLÓGICOS	Propios	Computadoras	Facilitado
		Cámaras	
		USB	
		Internet	
		Adobe Ilustrador	
		Adobe Photoshop	
		Subtotal:	\$0.00
		Subtotal:	\$645.70

Fig. 54. Tabla de problemáticas. Fuente: Elaboración propia.

12. RESEÑA DE LOS RESPONSABLES Y EJECUTORES DEL PROYECTO.

Participantes	Rol De Los Participantes	Responsabilidades	Momentos De Intervención
Daniel Escobar	-Dueño del emprendimiento	Apoyo con el lugar y las ideas para la creación de identidad visual.	-Información de primera mano del proyecto -Ideas en el momento de creación de materiales visuales. -Encargado de brindar información a los demás participantes del Frozen Art
Ashley Michelle Calles Castro Co-creadora	-Ejecutante del Proyecto -Co-creadora	Contacto directo con el dueño de Frozen Art Toma de registro de actividades Diseño de elementos gráficos.	-Primeras reuniones con los emprendedores -Ideas en el momento de creación de materiales visuales. - Creación de identidad visual -Taller sobre creación de materiales gráficos. -Tabulación de datos -Registro de actividades -Recopilación y análisis de resultados.
Camila María Reyes López	-Ejecutante del proyecto -Co-creadora	Toma de registro de actividades Diseño de elementos gráficos.	-Primeras reuniones con los emprendedores -Ideas en el momento de creación de materiales visuales. - Creación de identidad visual -Taller sobre creación de materiales gráficos. -Tabulación de datos -Registro de actividades -Recopilación y análisis de resultados.

Fig 55. Cuadro de los responsables Fuente de elaboración propia.

DATOS DEL CONTACTO

Nombre: Ashley Michelle Calles Castro

Edad: 24 años

Correo: ashley.callesdesign@gmail.com



FORMACION

- **Carrera:** Licenciatura en Artes Plásticas Opción Diseño Grafico
- **Institución:** Universidad de El Salvador
- **Tiempo:** 2018 – Actualidad

- **Bachillerato:** Bachiller General
- **Institución:** Instituto Nacional San José Guayabal
- **Tiempo:** 2016-2017

CONOCIMIENTOS ADICIONALES

Manejo de Microsft Office

Adobe Photoshop

Adobe Illustrator

Adobe After Effects

Adobre Premiere Pro

Adobe Indesign

HABILIDADE

Buena comunicación

Adaptabilidad

Versatilidad

Creativa

Fotografía

Branding

DATOS DEL CONTACTO

Nombre: Camila María Reyes López

Edad: 24 años

Correo: camila.reyes2014@gmail.com



FORMACION

- Carrera/curso: Licenciatura en Artes Plásticas, Opción: Diseño gráfico.
- Institución: Universidad de El Salvador
- Tiempo: 2018 – Actualidad

- Carrera/curso: Bachillerato General
- Institución: Instituto C.E.C. Alberto Masferrer
- Tiempo: 2016 – 2017

EXPERIENCIA LABORAL

Cargo: Diseñadora Grafica

Empresa: Sivar Gadget

Función principal: Creación de artes, edición de videos y fotografías

Tiempo: Junio 2022- actualmente

CONOCIMIENTOS ADICIONALES

- Manejo de Microsoft Office (Intermedio)
- Manejo de programas de edición e ilustración: Adobe Photoshop, Adobe ilustrador (Intermedio)
- Manejo del Idioma Inglés (Básico)

HABILIDADE

- Habilidad para trabajar en equipo
- Responsabilidad y puntualidad
- Creatividad

- Anexo 4. Cartas Didácticas

Taller 1 “Identidad de Marca” Duración: 1 hora con 30 minutos

Facilitadora:

Ashley Michelle Calles Castro, Camila María Reyes López

Competencia: Comprender de forma sólida los elementos que conforman la identidad de marca.

Indicador de logro aprendizaje esperado	Desarrollar y presenta un concepto de identidad de marca, aplicando principios teóricos.
Contenido conceptual	Identidad de marca.
Secuencia Didáctica	<p>Inicio: Se aplicará técnica lluvia de ideas para explorar saberes previos de los participantes, utilizando herramienta tecnológica para plasmar las ideas. Luego se brindará una breve introducción sobre experiencias y fundamentación de identidad de marca.</p> <p>Desarrollo: Se brindarán los pasos a seguir para lograr la identidad de una marca;</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Se definirán conceptos básicos de branding. 2. Definición de la identidad de marca: valores, misión, Visión. 3. Creación de un branding efectivo para el negocio. Utilizando herramientas para integrar a los participantes dentro del taller. <p>Culminación: Se realizarán preguntas del desarrollo para plasmarlas nuevamente en la herramienta de lluvia de ideas y se hará una comparación de ambas nubes.</p>
Evaluación Evidencias, desempeños	<p>De desempeño: A medida que el taller avance, se observará la participación activa y la aplicación de los conceptos enseñados por parte de los participantes. Se evaluará cómo interactúan en las actividades de lluvia de ideas y las discusiones en grupo.</p> <p>De conocimiento: Al final del taller, el participante deberá exponer sus conocimientos de identidad de marca. Esta exposición debe incluir una explicación detallada de los valores, misión, y visión de la marca, así como la estrategia de branding propuesta. Se evaluará la comprensión teórica y práctica de los conceptos tratados durante el taller finalizando con un cuestionario en línea para tener constancia de los conocimientos.</p>

Fig. 56. Carta didáctica. Fuente. Elaboración propia

Taller 2 “Rediseño de logotipo y elementos visuales”

Duración: 1 hora con 30 minutos

Facilitadora:

Ashley Michelle Calles Castro, Camila María Reyes López

Competencia: Aplicar la presencia visual de la marca, transmitiendo de manera efectiva su mensaje y valores al público objetivo.

Indicador de logro aprendizaje esperado	Aplicara de manera práctica y efectiva, demostrando su aprendizaje a través de un proyecto tangible.
Contenido conceptual	Rediseño de Logotipo y Elementos Visuales.
Secuencia Didáctica	<p>Inicio: Se hará un recordatorio corto de lo visto en el taller anterior, recordando definiciones y conceptos básicos para enlazar los contenidos de ambos talleres.</p> <p>Desarrollo: Se desarrollarán los tres elementos importantes para el rediseño del logotipo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Principios de diseño aplicados al branding. 2. Rediseño de un logotipo representativo 3. Elección de colores, tipografías y elementos visuales coherentes con la marca. <p>Se utilizarán ejemplos dentro de láminas digitales para presentarlas como guías para la elaboración del rediseño.</p> <p>Culminación: Se hará una comparación del logotipo anterior y sus elementos visuales y del que se formará dentro del taller viendo los elementos e ideas para el desarrollo del mismo.</p>
Evaluación Evidencias, desempeños	<p>De desempeño: A medida que el taller avance, se observará la participación activa de los participantes en las actividades de presentación de láminas digitales, discusiones en grupo y tareas prácticas. Se evaluará cómo interactúan en las actividades de lluvia de ideas y las discusiones en grupo.</p> <p>De conocimiento: Al final del taller, el participante deberá exponer sus conocimientos sobre el rediseño de logotipo y elementos visuales. Esta exposición debe incluir una explicación detallada de los principios de diseño aplicados, la elección de colores, tipografías y elementos visuales, y cómo estos reflejan los valores y la misión de la marca. Se evaluará la comprensión teórica y práctica de los conceptos tratados durante el taller, finalizando con un cuestionario en línea.</p>

Fig. 57. Carta didáctica. Fuente. Elaboración propia

Taller 3 “Estrategias de comunicación” Duración: 1 hora con 30 minutos
Facilitadora:

Ashley Michelle Calles Castro, Camila María Reyes López

Competencia: Desarrollar estrategias de comunicación más efectivas y a transmitir un mensaje de manera más clara y persuasiva al público.

Indicador de logro aprendizaje esperado	Desarrollará de forma inmediata diferentes estrategias de comunicación, transmitiendo el mensaje directo de forma clara al público.
Contenido conceptual	Estrategias de comunicación.
Secuencia Didáctica	<p>Inicio: Se presentará un diagrama de flujo en el cual se colocarán las herramientas necesarias (vistas en los talleres anteriores) para obtener una mejor estrategia de identidad visual. Los participantes harán una pequeña comparación de la marca ya creada a una idea clara de la nueva estrategia de identidad visual. Desarrollo: Se desarrollarán los tres elementos importantes para el rediseño del logotipo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de un plan de comunicación y marketing. 2. Uso efectivo de redes sociales y otras plataformas. 3. Creación de contenido relevante y atractivo para el público objetivo. <p>Dentro de estos tres puntos se realizará de la mano de los participantes el plan de comunicación con 3 preguntas para el desarrollo del mismo. Que queremos transmitir, Cuales plataformas digitales se usaran y Que nos atraerá público.</p> <p>Culminación: Se realizará una descripción, análisis del plan que se fue integrando dentro del taller.</p>
Evaluación Evidencias, desempeños	<p>De desempeño: A medida que el taller avance, se observará la participación activa de los participantes en las actividades de presentación del diagrama de flujo, comparación de estrategias, desarrollo del plan de comunicación y discusiones en grupo. Se evaluará cómo interactúan en las actividades de lluvia de ideas y las discusiones en grupo.</p> <p>De conocimiento: Al final del taller, el participante deberá exponer su plan de comunicación, detallando cómo desarrolló las estrategias de comunicación más efectivas, el uso de redes sociales y plataformas, y la creación de contenido relevante. Esta exposición debe incluir respuestas a las preguntas planteadas durante el desarrollo del taller: qué queremos transmitir, cuáles plataformas digitales se usarán y qué nos atraerá público. Se evaluará la comprensión teórica y práctica de los conceptos tratados durante el taller, finalizando con un cuestionario en línea para tener constancia de los conocimientos adquiridos por los participantes.</p>

Fig. 58. Carta didáctica. Fuente. Elaboración propia

Taller 4 “Estrategias de Diferenciación y Competencia”

Duración: 1 hora con 30 minutos

Facilitadora:

Ashley Michelle Calles Castro Camila María Reyes López

Competencia: Aplicar estrategias efectivas para diferenciarse en un amplio mercado competitivo y a creando un valor significativo

Indicador de logro aprendizaje esperado	Expondrá y aplicará diferentes estrategias para diferenciarse como marca competitiva dentro y fuera del mercado.
Contenido conceptual	“Estrategias de Diferenciación y Competencia”
Secuencia Didáctica	<p>Inicio: Se realizarán preguntas sobre con que elemento se quiere diferenciar dentro del mercado la marca de los participantes. Logrando que ellos puedan observar la competencia que existe a su alrededor y cuál será el plus que los hará una marca competitiva para los demás emprendimientos. (las respuestas se colocarán en una nube de ideas en las que posterior se utilizarán)</p> <p>Desarrollo: Se realizará una sesión participativa en la cual se construirán diferentes cuadros comparativos para analizar el amplio mercado.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Análisis de la competencia y el mercado (cuadro comparativo 1 dividido en celdas para analizar los diferentes emprendimientos) 2. Identificación de oportunidades de diferenciación (al tener el primer cuadro podremos observar las diferentes oportunidades que se tiene como emprendimiento, colocándolas en un nuevo cuadro, cuadro 2) 3. Desarrollo de estrategias para destacarse en un mercado saturado. Se realizará un diagrama en el cual se colocarán las estrategias identificadas para destacar la marca dentro del mercado. Culminación: Se observarán los 3 cuadros que se realizaron dentro del taller y lograremos obtener las observaciones, herramientas y plan para destacar nuestra marca.
Evaluación Evidencias, desempeños	De conocimiento: Al final del taller, el participante deberá exponer sus conocimientos sobre las estrategias de diferenciación y competencia. Esta exposición debe incluir una explicación detallada de los cuadros comparativos desarrollados (análisis de la competencia, identificación de oportunidades y estrategias de diferenciación) y cómo estas estrategias pueden aplicarse para posicionar su marca en el mercado. Se evaluará la comprensión teórica y práctica de los conceptos tratados durante el taller, finalizando con un cuestionario en línea.

Fig. 56. Carta didáctica. Fuente. Elaboración propia