

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE
COMUNICACIÓN BAJO LA COORDINACIÓN DE CONEXO DIGITAL EN
EL PERIODO COMPRENDIDO DE NOVIEMBRE 2018 A MARZO 2019**



Universidad
del Cauca

JULIETH ANDREA GUERRERO MOSQUERA

INFORME FINAL PRÁCTICA PROFESIONAL

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

POPAYÁN, AGOSTO DE 2019

**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE
COMUNICACIÓN BAJO LA COORDINACIÓN DE CONEXO DIGITAL EN
EL PERIODO COMPRENDIDO DE NOVIEMBRE 2018 A MARZO 2019**



Universidad
del Cauca

JULIETH ANDREA GUERRERO MOSQUERA

INFORME FINAL PRÁCTICA PROFESIONAL

ASESOR ACADÉMICO

Mg. CARLOS DANILO MILLÁN DÍAZ

UNIVERSIDAD DEL CAUCA

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

POPAYÁN, AGOSTO DE 2019

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por estar en todos los momentos de mi vida escuchándome, guiándome y bendiciéndome en cada momento de mi vida. También agradezco de corazón a todas las personas que hicieron parte en mi formación académica y en mi formación como ser humano. Infinitas gracias a todas las personas que han llenado mi vida de momentos valiosos.

Dedico este triunfo a mi padre Luis Guerrero, mi madre Liliana Mosquera y mi abuela Rosa, resalto su apoyo incondicional en toda mi vida, gracias por hacer de mí un ser fuerte, valiente y honesto.

AGRADECIMIENTOS

Expreso mis más sinceros agradecimientos a todos los funcionarios de Conexo Digital en especial al Especialista Alejandro Sarria, quien me brindó la oportunidad de realizar mi práctica académica y a Yeison Cajas Santacruz quien estuvo siempre dispuesto a colaborándome y estar pendiente de mi proceso laboral.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO 1	12
Contextualización del trabajo	12
1. 1. PROBLEMA	12
1.1.1. Descripción del problema	12
1.1.2. Planteamiento del problema	13
1.2. JUSTIFICACIÓN	13
1.3. OBJETIVOS.....	14
1.3.1. Objetivo general.....	14
1.3.2. Objetivos específicos.....	15
CAPÍTULO II.....	16
CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA	16
2.1. MARCO TEÓRICO	16
2.1.1. Plan estratégico	16
2.1.2. Comunicación organizacional.....	17
2.1.3. Plan estratégico de Comunicación:	19
2.1.4. Marketing.....	21
2.1.5. Marketing Mix	22
2.1.6. Comunicación integrada de marketing:.....	23
2.1.7. Marketing Digital	24
2.2. MARCO CONTEXTUAL	25
2.2.1. Datos generales de la organización:	26
2.2.2. Direccionamiento estratégico	26
2.2.3. Actualidad de la empresa.....	27
2.3. MARCO LEGAL	29
2.3.1. Habeas Data	29
2.3.2. Ley comercio electrónico (ley 527 de 1999)	30
CAPÍTULO III	31
CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA.....	31
3.1. CONTRIBUCIÓN DEL TRABAJO	31
3.2. RESULTADOS ESPERADOS	31
3.3. METODOLOGÍA.....	32
3.3.1. Fuentes de información.....	32

3.3.2. Tipo de estudio	33
3.3.4. Instrumentos necesarios en la recolección de información.....	33
3.3.5. Población de investigación	33
3.4. DESARROLLO DEL TRABAJO	34
CAPÍTULO IV	36
DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRÁCTICA PROFESIONAL	36
4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN.....	36
4.1.1. Análisis de la situación interna	36
4.1.2. Análisis de la situación externa.....	46
4.2. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO	61
4.3. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO PARA EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN EN CONEXO DIGITAL.....	63
4.4. DISEÑO DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN	64
4.5. ESTABLECIMIENTO DE CANALES DE COMUNICACIÓN EFICACES ENTRE CONEXO DIGITAL Y EL MERCADO.....	65
4.5.1. Relaciones públicas	65
4.5.2. Medios impresos	66
4.5.3. Medios digitales interactivos	66
4.6. DEFINICIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN.....	67
4.6.1. Cronograma de actividades.....	72
4.8. IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES DESCRITAS EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN EN CONEXO DIGITAL DURANTE LOS MESES NOVIEMBRE DE 2018 A MARZO DE 2019.....	75
4.8.1. Actividad N°1: Contextualización interna.....	75
4.8.2. Actividad N°2: Participación en artículo de revista.....	76
4.8.4. Actividad N°4: Análisis del speech.....	77
4.8.5. Actividad N°5: Modificación del speech	78
4.8.6. Actividad N°6: Reunión delimitación de detalles.....	79
4.8.7. Actividad N°7: Diseño de contenido.....	81
4.8.8. Actividad N°8: Estructuración del sitio web	83
4.8.9. Actividad N°9: Creación de manual de imagen corporativa	88
4.8.10. Actividad N°10: Estructuración del Facebook Renacer y Crecer	88
4.8.11. Actividad N°11: Estructuración del Instagram Renacer y Crecer	91

4.8.12. Actividad N°12: Estructuración del YouTube y mail Gloria Viveros	91
4.8.13. Actividad N°13: Reunión con directivos.....	93
4.8.14. Actividad N°14: Evaluación y análisis de los lineamientos estratégicos	94
4.8.15. Actividad N°15: Modificación de los lineamientos estratégicos	95
4.8.16. Actividad N°16: Modificación de los lineamientos estratégicos	96
4.8.17. Actividad N°17: Creación o modificación de espacios	96
4.8.18. Actividad N°18: Diseño de membresía	99
4.8.19. Actividad N°19: Diseño de speech de comercialización.....	99
4.8.20. Actividad N°20: Diseño de marca visual en el establecimiento	101
4.8.21. Actividad N°21: Participación en convocatoria de licencias de Software	104
4.8.22. Actividad N°22: Participación en convocatoria de inglés	105
4.9. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACTIVIDADES DESCRITAS EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN	106
5. CONCLUSIONES	110
6. RECOMENDACIONES	111
7. REFERENCIAS.....	112
8. ANEXOS.....	113

LISTA TABLAS

Tabla 1. Encuesta interna – Datos del encuestado.....	38
Tabla 2. Encuesta externa - Datos del encuestado - I.....	48
Tabla 3. Encuesta externa - Datos del encuestado - II.....	49
Tabla 4. Encuesta externa - Datos del encuestado - III.....	49
Tabla 5. Encuesta externa - Datos del encuestado - IV	50
Tabla 6. Matriz DOFA	62
Tabla 7. Resumen plan de acción	68
Tabla 8. Cronograma de Actividades.....	73
Tabla 9. Presupuesto talento humano	74
Tabla 10. Presupuesto material POP.....	74
Tabla 11. Presupuesto página web.....	74
Tabla 12. Presupuesto total	75
Tabla 13. Matriz de evaluación de la misión.....	94
Tabla 14. Evaluación plan de acción	106

LISTA FIGURAS

Figura 1. Organigrama Conexo Digital.....	28
Figura 2. Logo Conexo Digital.....	28
Figura 3. Evidencias elaboración de contenido - Podcast I.....	81
Figura 4. Evidencias elaboración de contenido – Podcast II.....	82
Figura 5. Evidencias elaboración de contenido - Anuncios cursos presenciales marketing digital.....	82
Figura 6. Evidencias elaboración de contenido -Anuncios cursos presenciales Google Ads	83
Figura 7. Evidencias estructuración página Renacer y Crecer - I.....	84
Figura 8. Evidencias estructuración página Renacer y Crecer - II.....	85
Figura 9. Evidencias estructuración página Renacer y Crecer - III.....	86
Figura 10. Evidencias página Renacer y Crecer - IV.....	87
Figura 11. Evidencia Seguidores Fan Page Remacer y crecer	89
Figura 12.. Evidencia estructuración Fan Page Renacer y crecer-1	90
Figura 13. Evidencia estructuración Fan Page Renacer y crecer –II.....	90
Figura 14. Evidencia estructuración Instagram Renacer y crecer	92
Figura 15 Evidencia estructuración YouTube	93
Figura 16. Evidencias estructuración lineamientos estratégicos - Sitio web cursos presenciales.....	97
Figura 17. Evidencias estructuración lineamientos estratégicos – YouTube Conexo Digital	97
Figura 18. Evidencias estructuración lineamientos estratégicos – Fan Page Conexo Digital	98

Figura 19. Evidencias estructuración lineamientos estratégicos - LinkedIn.....	98
Figura 20. Propuesta I - Letrero.....	102
Figura 21. Propuesta II - Letrero	102
Figura 22. Propuesta III - Letrero	103

LISTA GRÁFICAS

Gráfica 1. Encuesta interna: ¿Reconoce usted los colores corporativos de la empresa Conexo Digital?	38
Gráfica 2. Encuesta interna: ¿Reconoce los colores corporativos de la empresa?	39
Gráfica 3. Encuesta interna: ¿Conoce usted la misión de Conexo Digital?	39
Gráfica 4. Encuesta interna: ¿Conoce usted la visión de la organización?	40
Gráfica 5. Encuesta interna: Seleccione con una X, los canales que usted considere que son utilizados en la organización para desarrollar la comunicación interna	41
Gráfica 6. Encuesta interna: ¿Cómo califica la comunicación dentro de la empresa?	41
Gráfica 7. Encuesta interna: ¿Considera usted que los canales y/o medios de comunicación que existe en la empresa favorecen el ambiente laboral de la misma?	42
Gráfica 8. Encuesta interna: ¿Qué recomendación daría para mejorar la comunicación interna?	43
Gráfica 9. Encuesta interna: Señale con una X, ¿Qué canales considera usted que son usados en Conexo Digital para la comunicación externa (comunicación con el cliente)?.....	43
Gráfica 10. Encuesta interna: ¿Considera los canales de comunicación externa como medios efectivos para el cumplimiento de la visión y objetivos organizacionales?.....	44
Gráfica 11. Encuesta interna: ¿Qué recomendaciones daría para mejorar la comunicación con los clientes de la empresa?	44
Gráfica 12. Encuesta externa - ¿Reconoce el logo de Conexo Digital?	50
Gráfica 13. Encuesta externa - ¿Reconoce el logo de Conexo Digital?	51
Gráfica 14. Encuesta externa - ¿Conoce usted la misión de Conexo Digital?	51
Gráfica 15. Encuesta externa - ¿Conoce usted la visión de la organización?	52
Gráfica 16. Encuesta externa - Adicional a los cursos presenciales, ¿Conoce otros productos que comercializa Conexo Digital?	53
Gráfica 17. Encuesta externa -¿Qué espacios digitales (páginas y redes sociales) de la empresa usted conoce?	53
Gráfica 18. Encuesta externa - ¿Qué mejora haría en los espacios Digitales de la empresa (páginas y redes sociales)?	54
Gráfica 19. Encuesta externa - Seleccione con una X, los medios con los cuales se enteró de los servicios que presta Conexo Digital	54
Gráfica 20. Encuesta externa - Selecciones con una X, ¿Cómo califica la calidad del servicio prestado por la empresa?	55
Gráfica 21. Encuesta externa - ¿Cómo califica las instalaciones de Conexo Digital?	56
Gráfica 22. Encuesta externa - En cada afirmación señale con una X si se sintió identificado o no - I.....	57

LISTA ANEXOS

Anexo 1. Encuesta interna.....	113
Anexo 2. Artículo revista Visión Comfacauca.	119
Anexo 3. Encuesta externa	122
Anexo 4. Guion Curso presencial Marketing Digital 5 días-Empresario	129
Anexo 5. Guion: “Curso presencial Marketing Digital 15 días”	132
Anexo 6. Corrección de guion: “Curso presencial Marketing Digital 5 días-Empresario”	136
Anexo 7. Corrección de guion: “Curso presencial Marketing Digital y Google 15 días” .	139
Anexo 8. Manual de imagen corporativa	142
Anexo 9. Evidencia antiguo espacio Sitio web cursos presenciales	162
Anexo 10. Evidencia antiguo espacio YouTube	162
Anexo 11. Evidencias antiguo espacio Facebook.....	163
Anexo 12. Evidencias antiguo espacio LinkedIn	163
Anexo 13. Evidencias antiguo Sitio Web.....	164
Anexo 14. Diseño de membresía	165
Anexo 15. Estructuración de guion: “Membresía Renacer y Crecer”	174
Anexo 16. Convocatoria Cluster CreaTIC- Licencia de Software 2019.....	176
Anexo 17. Solicitud de apoyo- Licencia de Software 2019	177
Anexo 18. Presentación de propuesta- Licencia de Software 2019.....	178
Anexo 19. Resultados Licencia de Software 2019	182
Anexo 20. Convocatoria Cluster CreaTIC- Convocatoria inglés 2019	183
Anexo 21. Aval de postulación- Convocatoria inglés 2019	184
Anexo 22. Acuerdo de compromiso- Convocatoria inglés 2019.....	185
Anexo 23. Resultados - Convocatoria inglés 2019.....	186

INTRODUCCIÓN

Después de haber culminado sus estudios en la Universidad del Cauca, Alejandro Sarria decidió emigrar a una ciudad más grande en busca de nuevos horizontes y mejores oportunidades laborales. Al lograr posicionarse en trabajos con grandes empresas reconocidas en el medio, una difícil situación familiar lo trajo nuevamente a su hogar. Buscó un gran trabajo que le brindara las condiciones de Bogotá: un excelente salario, grandes negocios, buenas relaciones, y que le diera la oportunidad de compartir más tiempo junto a su familia.

Al tocar puertas para obtener oportunidades laborales, decidió optar por no quedarse con los brazos cruzados y aprovechar los conocimientos y experiencias que le había brindado la ciudad de Bogotá. Sin dudarlo, en ese instante se inspiró y su espíritu emprendedor salió a flote, y junto a su amigo diseñaron proyectos que generarán ingresos a través de modelos digitales; durante este proceso los socios de Conexo Digital lograron determinar la importancia del marketing digital en el sector comercial y la carencia de dominio por parte de emprendedores y empresarios a nivel local y nacional.

A partir de esa necesidad, se buscó la creación de una empresa que fuera líder en el Cauca en temas de marketing digital. Desde allí la idea se incubó y desarrolló en el Cluster CreaTIC, con un propósito en mente, el de ayudar a emprendedores y profesionales a cumplir sus objetivos digitales en planes de mercadeo a través de la educación virtual y presencial.

Para el mes de septiembre de 2015, se transformó el proyecto en una empresa, gracias a la constitución legal de Conexo Digital S.A.S. Desde ese momento la organización gestionó sus recursos económicos con el fin de que toda inversión pudiera generar un óptimo retorno

de la inversión (ROI), convirtiéndose en principal estrategia de marketing el área digital y dejando de lado las estrategias de mercadeo tradicional.

Sin duda, la gran experiencia que han desarrollado los directores de la empresa en el sector del marketing Digital en diferentes ciudades de Colombia como Popayán, Cali y Cartagena, han permitido que muchas personas presenten ideas de negocio relacionadas con el sector, pero pocas han sido aceptadas para ser vinculadas al portafolio. Sin embargo, a finales del año 2018 la conferencista Gloria Viveros y Conexo Digital deciden desarrollar una nueva propuesta para el portafolio empresarial, la cual se diseñaría con la finalidad de ayudar a potenciar el crecimiento del ser mediante el uso de pequeñas cápsulas de contenido en plataformas digitales.

En base al portafolio de Conexo Digital -capacitaciones presenciales en marketing digital, capacitaciones virtuales en marketing digital y el producto Gloria Viveros- se decide en la práctica profesional desarrollar un plan estratégico de comunicación, que contribuyera en el aumento del posicionamiento organizacional en la ciudad de Popayán y el posicionamiento de sus productos. De tal forma, se lograría alinear las estrategias tradicionales y las estrategias digitales, y así mismo, se lograría desarrollar soportes que permitieran a la organización adaptarse a un contexto nacional.

CAPÍTULO 1

CONTEXTUALIZACIÓN DEL TRABAJO

En este primer capítulo se da a conocer las bases del trabajo a realizar dentro de Conexo Digital, por medio de la descripción del problema, el planteamiento del problema, la justificación y la determinación de los objetivos del trabajo. En la descripción y planteamiento del problema se define el problema o la necesidad actual de la organización, que se pretende solucionar con la implementación del plan estratégico de comunicación; en la justificación se determinan los beneficios e importancia que trae consigo, y finalmente en el capítulo se plantea el objetivo general y los objetivos específicos que guiarán el desarrollo de las actividades.

1. 1. PROBLEMA

1.1.1. Descripción del problema

Conexo Digital es una empresa que brinda capacitaciones virtuales y presenciales en temas relacionados con mercadeo y plataformas electrónicas en la ciudad de Popayán y en Latinoamérica. Actualmente la empresa posee una estructura de comunicación exclusivamente digital, la cual limita y dificulta una óptima promoción de los servicios, comunicación con el cliente, calidad del servicio, satisfacción del cliente y posicionamiento organizacional.

Por lo anterior, surge la necesidad de diseñar e implementar un plan estratégico de comunicación que conlleve a determinar las falencias actuales y que contribuya oportunamente a la corrección de ellas a través de la alineación de estrategias de mercadeo tradicional con mercadeo digital, con el fin de aportar valor en la comunicación

organizacional, aumentar el posicionamiento y desarrollar soportes que permitieran a la organización adaptarse a un contexto nacional.

1.1.2. Planteamiento del problema

Teniendo en cuenta la necesidad de la empresa mencionada anteriormente, es importante el diseño de un plan estratégico de comunicación, ya que permitirá corregir las falencias actuales a través de la alineación de estrategias de mercadeo tradicional con mercadeo digital, para así optimizar la comunicación organizacional, aumentar el posicionamiento y desarrollar soportes que permitieran a la organización adaptarse a un contexto nacional.

1.2. JUSTIFICACIÓN

El entorno en los últimos años se ha sometido inevitablemente a grandes cambios generados por las tecnologías de la información y la comunicación. En la actualidad las personas utilizan los medios digitales como principal fuente para realizar consultas, ya sea para la búsqueda de información general, para hacer una compra o para encontrar respuesta a alguna pregunta compleja.

Esta dinámica ha contribuido al desarrollo de nuevas plataformas y nuevas herramientas de mercadeo, que permiten a las organizaciones en poco tiempo acceder a valiosa información de: clientes, posibles clientes y competencia, con el fin de lograr un mercadeo preciso y efectivo. Sin embargo, el surgimiento de las nuevas herramientas de mercadeo ha dejado en claro en las organizaciones la gran importancia de alinear las estrategias tradicionales con las estrategias tecnológicas o digitales para así obtener una mejor adaptación de la organización con el ambiente.

Como lo expresó Rodríguez, una marca no puede tener dos posicionamientos distintos para orientar sus acciones On y Off-line, y la razón es bien simple: esté sentado frente al ordenador o paseando su carrito en el hiper, el grupo objetivo de una marca es el mismo. (Rodríguez, 2012, p. 32)

Por este motivo, es de suma importancia llevar a cabo la implementación de un plan estratégico de comunicación en la organización Conexo Digital, ya que se deben alinear y complementar las estrategias On, provenientes del marketing digital (páginas web, uso de redes sociales, correos electrónicos, posicionamiento en buscadores web) con las estrategias Off o del marketing tradicional (publicidad en prensa, revistas, radio, televisión, vallas publicitarias) para potenciar la comunicación con los clientes, visibilidad empresarial y posicionamiento.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo general

Objetivo general (UNO)

Elaborar un plan estratégico de comunicación, entre noviembre y diciembre del año 2018, para la empresa “Conexo Digital”, que permita el aumento de su posicionamiento organizacional en la ciudad de Popayán.

Objetivo general (DOS)

Implementar un plan estratégico de comunicación para el posicionamiento de la empresa Conexo Digital, entre enero y marzo del año 2019.

1.3.2. Objetivos específicos

Objetivos específicos (UNO)

- Conocer cómo la organización maneja la comunicación con el mercado.
- Definir el mercado objetivo para el plan estratégico de comunicación.
- Definir estrategias encaminadas a fortalecer el vínculo entre la organización y los clientes.

Objetivos específicos (DOS).

- Implementar como mínimo una actividad que genere el mayor impacto dentro del plan estratégico de comunicación.

CAPÍTULO II

CONTEXTUALIZACIÓN TEÓRICA

Este capítulo expone las teorizaciones que fueron indispensables en el desarrollo del trabajo. Engloba la contextualización teórica conformada por el marco teórico, el marco contextual y el marco legal donde se describen respectivamente los fundamentos teóricos y metodológicos, las características generales de Conexo Digital y la normatividad vigente que se relaciona con la actividad empresarial.

2.1. MARCO TEÓRICO

Conexo Digital es una Pyme ubicada en la ciudad de Popayán, la cual se dedica a brindar educación especializada en marketing digital enfocada a la consecución de objetivos de las empresas y profesionales en el corto, mediano y largo plazo, mediante capacitaciones presenciales en su sede principal; capacitaciones empresariales en ciudades colombianas como Cartagena y Cali; y capacitaciones virtuales en Latinoamérica por medio de su plataforma digital.

En la elaboración del plan estratégico de comunicación para Conexo Digital, es indispensable el desarrollo y aplicación de fundamentos teóricos, conocimientos y técnicas que contribuyan en el diagnóstico, análisis y planteamiento de las actividades necesarias en la optimización de los procesos de comunicación.

2.1.1. Plan estratégico

El plan estratégico es un documento realizado dentro de la organización, que permite dar una amplia visión de la trayectoria de la empresa a nivel económico, financiero, estratégico

y organizativo, junto con un profundo análisis del futuro organizacional. El plan estratégico tiene el objetivo principal determinar qué variables, productos, áreas o funciones deben ser modificadas para que la empresa se mantenga estratégicamente en el entorno cambiante.

Lumpkin & Dess, (2003), definen que el plan estratégico de la organización es “un conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo” (p.3).

Para Martínez, Pedros y Milla Gutiérrez (2005) el plan estratégico es:

un documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa y cuya elaboración nos obligará a plantearnos dudas acerca de nuestra organización, de nuestra forma de hacer las cosas y a marcarnos una estrategia en función de nuestro posicionamiento actual y del deseado. Ibeth, (2015, p.20)

2.1.2. Comunicación organizacional

La comunicación es un elemento de alta relevancia en el entorno y la organización, ya que permite una óptima circulación de la información tanto interna como externamente. Los elementos de comunicación además de satisfacer las necesidades de afecto y socialización del individuo dan paso al desarrollo de la empresa, de sus empleados, productos y hasta de los clientes.

Fernández Collado, da a conocer la importancia de la comunicación en el ser humano y la organización. Collado (2002) afirma que la comunicación es “el proyecto social más importante. Sin ella el hombre se encontraría aún en el primer escaño de su desarrollo, no existiera sociedad, cultura, ni civilización”.

Por otra parte, en su libro “La Comunicación Organizacional Moderna”, Fernández Collado presenta a la comunicación como el proceso básico que permite a la gente coorientar sus conductas en la organización. Collado (2002) afirma: “La comunicación da fuerza a las personas para trabajar juntos hacia la consecución de los fines propuestos” (p.22), por otro lado el mismo autor (1997) afirmó que: “No es posible imaginar una organización sin comunicación, ya que esta busca influir en las opiniones y actitudes de los diferentes públicos (internos o externos) de cada organización” (Collado, 1997, p.27).

2.1.2.1. Comunicación interna:

La comunicación interna sin duda es un elemento clave en la organización ya que por medio de la comunicación se logra transmitir los elementos del direccionamiento estratégico, que dirigen a los clientes internos hacia una mayor productividad y cumplimiento de objetivos.

Pintado y Sánchez (2014), contribuyen en la definición de la comunicación interna, dando a conocer que:

Es una de las principales herramientas que tiene una organización y sirve para transmitir sus valores, visión y misión a todos los colaboradores, de éste medio depende en gran escala que el personal esté alineado con la estrategia corporativa y que los trabajadores sean eficiente y productivos para así cumplir con las metas y objetivos organizacionales.

2.1.2.2. Comunicación externa:

Con base a la comunicación externa, Gary (1995) define que: “La comunicación externa en las organizaciones implica, dar y recibir información entre las organizaciones y sus

entornos relevantes” (p. 254) ,“con el fin de mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus actividades, productos o servicios” (García Berna, 2005, p.84)

En pocas palabras, la comunicación externa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos de la empresa, así como también ayuda a proyectar una imagen favorable de la compañía, de las actividades, productos y servicios brindados por ellos. (Molina, 2014, p. 16).

2.1.3. Plan estratégico de Comunicación:

Dicho plan, es una propuesta de acciones de comunicación basada en datos, objetivos y presupuestos debidamente planificados, que deberá seguir los lineamientos estratégicos de la empresa (misión, visión, principios y valores).

Montserrat (2014), definió al plan estratégico de comunicación como un instrumento que permitía prever las actuaciones que se llevarían a cabo en un tiempo determinado, recogiendo dentro de este plan las acciones de comunicación que debería desarrollar la empresa para así lograr unos objetivos previamente fijados.

Además de dar una definición del concepto, Montserrat da a conocer en el documento “El plan estratégico de comunicación, estructura y funciones de razón y palabra”, la estructura necesaria para llevar a cabo este plan:

- **Análisis de la situación:** en esta etapa se analiza los recursos de comunicación propios y de la competencia, como también la forma en que estos funcionan. Se tiene en cuenta los siguientes aspectos: quién es la empresa, estructura de mercado,

análisis de mercado, datos relativos, recursos humanos de la empresa, estrategias de producto, precio, distribución, comunicación.

- **Diagnóstico de la situación:** en esta fase se determina las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa ante la competencia, y tienen como finalidad reflejar claramente la realidad de la empresa.
- **Determinación de los objetivos de comunicación:** Luego de conocer la situación de la empresa, se determina el horizonte al cual se quiere dirigir la organización, qué se quiere conseguir del público, clientes o entorno.
- **Elección de las estrategias:** Se determina la estrategia de comunicación teniendo en cuenta cuatro niveles estratégicos: estrategias corporativas (visión y misión); estrategias de cartera (alternativas de producto-mercado); estrategias de segmentación y posicionamiento (conjunto de clientes con características semejantes a los que la empresa se dirige en uno o varios mercados) y estrategias funcionales (constituyen el marketing mix).
- **Definición de los planes de acción:** Sin un plan de acción no se sabe el modo ni el tiempo en que se ejecutan las estrategias para conseguir los objetivos trazados, concentrándose en el producto, distribución, comunicación, acción y periodicidad.
- **Evaluación:** Es la etapa final donde se analiza y concluye lo que se hizo bien y se hizo mal. Esto permite conseguir y mejorar las estrategias del futuro. (Tur-Viñes, Victoria, Monserrat-Gauchi, Juan; 2014; p. 9)

2.1.4. Marketing

Según Philip Kotler (2012) en la decimocuarta edición de su libro “Dirección de marketing”, “el marketing trata de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales” (p. 5).

Así mismo, Stanton; Etzel y Walker (2007) en la decimocuarta edición de su libro “Fundamentos de marketing” proponen una definición de marketing basada en las necesidades del cliente. "El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización". (capítulo I; p.6)

De igual forma, la American Marketing Association (AMA, 2004), brinda una definición del mercadotecnia o de marketing y el cual es conceptualizado como: “la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general”.¹

Con lo anterior se logra definir el marketing como una actividad que busca satisfacer las necesidades de los clientes teniendo en cuenta aspectos como el precio, promoción y distribución de los productos.

¹ <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing/>

2.1.5. Marketing Mix

Años atrás el concepto de marketing mix se enfocaba en el diseño de tácticas que permitieran el posicionamiento del producto. Ahora, gracias a la evolución de la tecnología la conceptualización del Marketing mix ha cambiado de enfoque, en donde el cliente es un elemento indispensable para el posicionamiento del portafolio organizacional.

Si se toma en cuenta las primeras conceptualizaciones, se puede evidenciar que en 1950 Neil Borden definió el concepto de marketing mix, en el cual dio a conocer que la mercadotécnica mix englobaba doce variables claves con las que una empresa o producto podrían influenciar en la decisión de compra del cliente.

Por otra parte, a fines de los 50, el profesor de Marketing en la Michigan State University, Jerome McCarthy, condensó estas variables a solamente 4 (Producto, Precio, Plaza y Promoción), para describir, en especial, las áreas donde una empresa debe tomar decisiones estratégicas para llevar al mercado sus productos o servicios.

Sin embargo, estas conceptualizaciones no fueron suficientes, ya que el crecimiento del sector servicio en países desarrollados como Estados Unidos produjo una desaceleración significativa en empleos relacionados con la manufactura, la minería y la agricultura. En ese momento se evidencio que Marketing Mix propuesto por McCarthy se enfocaba en los productos tangibles y dejaba a la deriva los productos intangibles o del sector servicio.

Por ello, en 1981, Bernard Booms y Mary Bitner extendieron el modelo tradicional de las 4P's a las 7P's del marketing. El modelo ampliado se adaptó mejor a la industria de servicios gracias a la incorporación de tres nuevas variables: personas, procesos, y presencia o evidencia física.

A pesar de haber sido adaptado el Modelo de McCarthy, en 1990, Bob Lauterborn escribió un artículo en *Advertising Age* en el que decía cómo "las 4P's estaban muertas" y cómo "el vendedor de hoy necesitaba abordar los problemas reales". No abordó las 7P, en su lugar, sugirió un modelo 4C (consumidor, costo, conveniencia y comunicación) como una versión moderna del modelo McCarthy, que ofrece una mayor incorporación con las nuevas tecnologías de la información y una orientación más centrada en el cliente y sus necesidades.

Otro aporte valioso dentro de la conceptualización del Marketing Mix fue elaborado por Kotler (1972), quien adoptó las funciones genéricas del marketing como criterio para su clasificación. Las variables básicas que indicó fueron: configuración (producto), simbolización (comunicación), facilitación (distribución) y valoración (precio).

2.1.6. Comunicación integrada de marketing:

El marketing y la comunicación son dos conceptos que se han relacionado en los últimos años con el fin de crear estrategias de comunicación que ayuden a la organización no solamente a integrar la comunicación entre la empresa y el cliente, sino también a integrar todos los procesos de la organización.

Según Kotler y Armstrong (2013), la comunicación integrada de marketing (CMI) implica la integración cuidadosa y coordinada de todos los canales de comunicación que una empresa utiliza para entregar un mensaje claro, coherente y convincente sobre la organización y sus productos.

Además, la American Marketing Association (2007), define la CIM como: "un proceso de planeamiento diseñado para asegurar que todos los contactos del consumidor con un producto, servicio u organización sean relevantes y consistentes durante el tiempo".

En pocas palabras, la comunicación integrada de marketing unifica las herramientas de mercadeo con el fin de diseñar un plan en el que se responda a un mismo y único objetivo de comunicación.

Cornelissen; Christensen y Vijn, (como se citó en efectos de la comunicación integrada de marketing a través de la consistencia estratégica: una propuesta teórica y metodológica, 2009) expusieron que la CMI trae como principales ventajas una mayor rentabilidad de la inversión, unos menores costes de ejecución, una mayor persuasión del consumidor y la creación y refuerzo del capital de marca.

2.1.7. Marketing Digital

El marketing digital adopta varias definiciones. Según Selman (2017) el marketing digital “Consiste en todas las estrategias de mercadeo que realizamos en la web para que un usuario de nuestro sitio concrete su visita tomando una acción que nosotros hemos planteado de antemano”. Va mucho más allá de las formas tradicionales de mercadeo que conocemos, ya que integra diversas estrategias y técnicas, que exclusivamente se desarrollan en el campo digital..

Por su parte, López (como se citó en el marketing digital y las estrategias On line de las microempresas colombianas, 2013) indica que “el marketing digital abarca toda una estrategia de comunicación, publicidad y relaciones públicas, toda la comercialización realizada a través de la red desde cualquier dispositivo electrónico como Smartphone, Pc, Tv, Tablet, para promover el desarrollo de marca, producto o servicio”.

Así mismos, Tafira, García y Pérez Rivero (2010) exponen su concepto, en el cual indican que el Marketing Digital es un sistema interactivo dentro del conjunto de acciones de

marketing de la empresa, que utiliza los sistemas de comunicación telemáticos para conseguir el objetivo principal que marca cualquier actividad del Marketing: Conseguir una respuesta mensurable ante un producto y una transacción comercial.

Finalmente, para el Instituto de Marketing Digital (DMI por sus siglas en inglés), el Marketing Digital es “el uso de tecnologías digitales para crear una comunicación integrada, objetiva y medible que ayuda a adquirir y retener clientes mientras se construyen relaciones más profundas con ellos”.

2.2. MARCO CONTEXTUAL

Conexo Digital nace de la iniciativa de dos emprendedores que, en búsqueda de crear una Startup de tecnología, empiezan a dar vida a sus ideas. Inicialmente el proyecto no estaba dirigido a educación, por el contrario, estaba dirigido a la generación de ingresos a través de modelos de negocios digitales. Para ello se creó una comunidad llamada Tecnolapp que alcanzó los 46.000 seguidores, donde se realizaron muchos experimentos para validar el conocimiento del equipo, y el cual ha servido de base para las capacitaciones empresariales, presenciales y virtuales.

En septiembre de 2015, los dos socios del proyecto Alejandro Sarria Villa, Consultor Internacional de Marketing Digital y Yeison Cajas Santacruz, Estratega Digital y Creativo Publicitario, constituyeron legalmente a Conexo Digital S.A.S con el objetivo de satisfacer la demanda del mercado relacionada con la necesidad de aprendizaje en marketing digital.

2.2.1. Datos generales de la organización:

- **Nombre:** Conexo Digital S.A.S con NIT: 900889418-5.
- **Sitios web:** La empresa consta de dos sitios web. El primer sitio web va dirigido al público interesado en los cursos virtuales: (www.conexodigital.com) y el segundo sitio web va dirigido al mercado de los cursos presenciales (www.conexodigital.co)
- **Ubicación:** Carrera 10 N #18 N-47 Barrio Catay
- **Tipo de empresa:** Legalmente la organización es considerada como una Startup tecnológica (Emprendimiento tecnológico con un modelo de negocios escalable).
- **Equipo de trabajo:** Conexo Digital cuenta con seis colaboradores: Director general; director creativo; un community manager; un asesor de ventas; un desarrollador-diseñador y una contadora que contribuye en los aspectos financieros de la organización.

2.2.2. Direccionamiento estratégico

- **Misión:** “Brindamos educación especializada en marketing digital, mediante capacitaciones presenciales y virtuales, enfocadas en la consecución de objetivos de las empresas y profesionales en el corto, mediano y largo plazo”.
- **Visión:** “Seremos una de las diez plataformas de educación online más posicionada en el mundo, de tal forma en que nuestros clientes y estudiantes nos perciban como el espacio donde pueden desarrollar nuevas habilidades a través de la práctica”.
- **Valores:**

Los elementos propios que comprende las características competitivas y condiciones del ambiente interno se rigen en los siguientes valores corporativos.

- Trabajo en equipo: Somos más que un equipo de trabajo, somos una gran familia que trabaja en sinergia para la consecución de los objetivos organizacionales.
- Liderazgo: Tenemos la capacidad para integrarnos con una conducta visionaria, participativa y comprometida para que busca destacar a la organización de sus competidores.
- Proactividad: Estamos convencidos que siempre podremos entregar la mejor versión de nosotros mismos y con ello conseguiremos grandes resultados.
- Calidad: Estamos comprometidos con el mejoramiento continuo de nuestro servicio a fin de entregar un producto con mayor valor agregado para nuestros clientes.

2.2.3. Actualidad de la empresa

Conexo Digital está en vísperas de abrir nuevos mercados en la ciudad de Cali y Pasto, con el fin de brindar capacitaciones presenciales que promuevan la adquisición de conocimientos y desarrollo de habilidades en temas relacionados con Google Ads y Marketing Digital.

Adicional a esto, la organización desea diseñar en su portafolio un nuevo producto junto a la Coach Gloria Viveros, en el cual el target pueda desarrollar habilidades blandas, fortalecer su ser, mejorar los resultados en el ámbito laboral y maximizar el potencial personal a partir de cursos virtuales.

- **Estructura Organizacional**

Conexo Digital es una empresa que cuenta con una estructura organizacional horizontal y flexible gracias al modelo de negocio escalable basado en componentes de software. Está compuesto por consejo directivo y estratégico y áreas funcionales que permiten a todos los colaboradores trabajar de manera sinérgica y proactiva.

Figura 1. Organigrama Conexo Digital



Fuente: Elaboración propia

- **Imagen corporativa:**

Figura 2. Logo Conexo Digital



Fuente: Elaboración propia

2.3. MARCO LEGAL

La normatividad vigente que está relacionada con la actividad que desarrolla Conexo Digital y la cual se debe tener en cuenta para la implementación de un plan estratégico de comunicación es la siguiente:

2.3.1. Habeas Data

Según las estipulaciones del decreto 1377 de 2013, que reglamenta parcialmente la Ley de Habeas Data, los derechos del ciudadano dueño de la información se constituyen en siete ítems, resumidos así:

- Los titulares de la información tienen derecho a encontrar de manera ágil y sencilla la información suministrada por ellos y que se encuentra bajo la administración de otros.
- Los ciudadanos podrán consultar de manera gratuita sus datos personales, al menos una vez al mes, y cada vez que se generen cambios en las políticas de tratamiento de éstos.
- En caso de no recordar haberse inscrito en una base de datos, el dueño de la información podrá solicitar una prueba de la autorización inicial por la que fue inscrito.
- El propietario de los datos tiene derecho a que se le describa para qué y cómo será utilizada su información.
- También se tendrá derecho a la actualización, rectificación y supresión cuando el titular lo considere conveniente (en cualquier momento) con sus propósitos o cuando

el responsable por dicha información haya podido advertirlo para satisfacer los propósitos del tratamiento.

- Todo administrador de la información deberá designar una persona o área que asuma la función de protección de datos personales, la cual también debe dar trámite a las solicitudes de los ciudadanos.
- En caso de sentir que alguno de éstos derechos no es atendidos o cumplidos, el dueño de la información podrá recurrir al ente de control para radicar una queja formalmente.

2.3.2. Ley comercio electrónico (ley 527 de 1999)

Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.

CAPÍTULO III

CONTEXTUALIZACIÓN METODOLÓGICA

En el presente capítulo se abordan temas como la contribución del trabajo a realizar, los resultados esperados, la metodología a trabajar y el desarrollo del trabajo. En la metodología se describe las fuentes de información, tipo de estudio, instrumentos utilizados para la recolección de información y la población de investigación; finalmente en el desarrollo del trabajo se definirán las fases necesarias para la elaboración e implementación del plan estratégico de comunicación.

3.1. CONTRIBUCIÓN DEL TRABAJO

Con la implementación de estrategias de comunicación externa basadas en un plan estratégico de comunicación para la empresa Conexo Digital, se busca en la práctica profesional establecer una base para nuevas estrategias de comunicación en la cual se alineen las estrategias de mercadeo tradicional con el mercadeo digital, para así llevar procesos mucho más formales que permitan seguir la ruta planteada, abrir nuevos mercados, generar una óptima comunicación con el cliente, productos de calidad, posicionamiento del portafolio y la organizacional.

3.2. RESULTADOS ESPERADOS

Con la implementación de actividades del plan estratégico de comunicación se espera fortalecer los lazos entre los cursos presenciales, el mercado objetivo y la organización, mediante el uso de estrategias tradicionales como: Diseño de marca visual, entrevista para artículo, creación de manual de imagen corporativa y modificación de speech de venta.

Además, con la implementación de actividades del plan estratégico de comunicación se espera desarrollar y estructurar en el portafolio empresarial un producto en alianza con Gloria Viveros. Para ello será indispensable actividades relacionadas con: diseño de sitio web, estructuración de redes sociales (Facebook, Instagram y YouTube) y diseño de contenido, con la finalidad de que el público objetivo pueda obtener información relevante como: ¿Quién es Gloria Viveros? ¿Qué hace? ¿Por qué lo hace? ¿Cómo realiza sus capacitaciones? ¿Cómo se pueden contactar?; y contenido visual-auditivo que alimenten el ser.

Finalmente, será necesario realizar algunos cambios de la información brindada en las redes sociales de Conexo Digital, con la finalidad de promocionar los lineamientos estratégicos corporativos.

3.3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del plan estratégico de comunicación en Conexo Digital será fundamental la recolección, procesamiento y análisis de la información o datos inherentes de la organización y su entorno. Para ello será importante definir y desarrollar los siguientes elementos de investigación.

3.3.1. Fuentes de información

El plan estratégico de comunicación en la empresa Conexo Digital se basará en información recolectada directamente por la pasante (fuente de información primaria) con el fin de obtener detalles precisos, actualizados de la organización.

3.3.2. Tipo de estudio

El tipo de estudio que se utilizará en la recolección de información para el diseño del plan estratégico de comunicación en Conexo Digital se define como Propositivo o Investigación Diagnóstica, la cual consiste en un proceso dialéctico, que, a través de un conjunto de técnicas y procedimientos, tiene como finalidad diagnosticar y resolver problemas fundamentales.

En el proceso de investigación y recolección de la información primaria, se desarrollará una metodología de tipo mixto –cualitativo y cuantitativo-.

3.3.4. Instrumentos necesarios en la recolección de información

Los instrumentos requeridos en el proceso de recolección de información primaria serán: entrevistas y encuesta dirigida a los clientes internos; encuesta dirigida a los clientes externos y finalmente la observación como instrumento informal que permitirá validar la información recolectada

3.3.5. Población de investigación

Para la recolección de información y posterior análisis de la situación interna y externa de la organización es relevante determinar la población a la cual estará dirigida el estudio. Por ende, la población de investigación se encuentra dividida en dos tipos.

El primer tipo, representará la población interna de la empresa, quien, a través del uso de la entrevista y encuesta, brindarán a la pasante información real y honesta de la situación de la organización.

Por otro parte, el segundo tipo de población a investigar representará a los clientes de Conexo Digital que tomaron el curso presencial en la ciudad de Popayán en los últimos 6

meses -junio a noviembre-. Esta población aportará información de la situación externa de la organización mediante la implementación de una encuesta.

3.4. DESARROLLO DEL TRABAJO

Para el desarrollo del plan estratégico de comunicación se utilizarán siete fases: Análisis de la situación, diagnóstico del entorno; definición del público objetivo; diseño de estrategias; plan de acción; implementación y control. A continuación, se presentará las herramientas metodológicas que se aplicarán en cada una de las fases:

Primera fase: Dentro del análisis de la situación, se dará uso de herramientas de recolección de información primaria, en donde la pasante podrá validar e integrar la información captada, comprendiendo superficialmente algunos aspectos internos y externos que comprende la actualidad empresarial.

Segunda fase: En esta fase se realizará el diagnóstico del entorno con la implementación de la Matriz DOFA. El uso de esta herramienta permitirá comprender a profundidad la realidad estudiada, tanto en las personas como en el contexto de la empresa.

Tercera fase: Con la implementación de herramientas para la recolección de información tales como: observación, encuestas, matriz DOFA y sus respectivos análisis se podrá determinar si los objetivos y el público de comunicación está seleccionado óptimamente o requiere ser modificado.

Cuarta fase: En base a las anteriores fases, herramientas y análisis se procederá a la selección de las estrategias que mayor impacto representarán en el plan estratégico de comunicación.

Quinta Fase: Basándose en los resultados obtenidos, la pasante determinará el mejor plan de acción para el cumplimiento de los objetivos definidos en el plan estratégico de comunicación en la empresa Conexo Digital.

Esta fase estará compuesta por un plan de acción que delimitara las actividades que se ejecutarán para dar cumplimiento a los objetivos y estrategias de comunicación; responsables que supervisarán y ejecutarán los planes de acción; y periodo de tiempo para culminar los planes.

Sexta fase: En los plazos asignados, los responsables llevarán a cabo el plan de acción para el cumplimiento de los objetivos y estrategias de comunicación delimitados en la tercera y cuarta fase.

Séptima fase: El plan estratégico de comunicación contará con una fase de control, en donde la pasante y los miembros de la empresa evaluarán a través de una matriz el impacto las actividades propuestas en el plan de acción. De esta manera se determinará qué acciones fueron acertadas y las correcciones o mejoras que se pueden realizar en el futuro.

CAPÍTULO IV

DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

En el presente capítulo se dará a conocer los resultados obtenidos en cada una de las fases desarrolladas para la elaboración e implementación del plan estratégico de comunicación en Conexo Digital.

4.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

Para dar cumplimiento al primer objetivo de la práctica empresarial fue indispensable conocer cómo la organización manejaba las comunicaciones con el mercado. Para ello, se desarrolló un análisis de la situación empresarial, en donde la pasante recolectó información en el ambiente interno y externo de la organización, a través de la implementación de un proceso de investigación, en donde se utilizaron herramientas de recolección de información primaria tales como: entrevistas o encuestas, dependiendo del caso.

4.1.1. Análisis de la situación interna

Dentro del análisis de la situación interna se seleccionó a la totalidad de empleados, a los cuales se les realizó una entrevista no estructurada con el fin de obtener información relevante. Dentro de la información recolectada se determina:

- Las personas encuestadas se encuentran en el rango de edades comprendidas entre los 22 y 32 años.

- La organización cuenta con un equipo de trabajo diversificado en varios campos profesionales. Esta variable se encuentra distribuida de la siguiente forma: Administrador (16,66%); Ingenieros Electrónicos y de Telecomunicaciones (33,33%); Diseñador gráfico (16,66%); Contador (16,66%); Finanzas y negocios internacionales (16,66%).
- Sin tener en cuenta los socios de la empresa, el equipo cuenta con una duración dentro de la organización de un mes (25%), tres meses (25%) y más de dos años (50%).
- Las estrategias digitales están enmarcadas a llegar al público que en el momento tiene una necesidad; pero dichas estrategias están siendo muy cerradas y no tiene en cuenta al público que podría desarrollar la necesidad en el tiempo, por ello los clientes en muchas ocasiones no han escuchado de la empresa Conexo Digital. Además, la falta de estrategias tradicionales limita el reconocimiento de la marca en la ciudad de Popayán.

Con el uso de la misma muestra, se realizó una encuesta –Ver Anexo 1- de once preguntas con las cuales se obtuvo información clave de la situación interna de la organización. Los resultados obtenidos en el proceso fueron adaptados a una serie de gráficas para un mejor desarrollo, visualización e interpretación de los resultados.

A continuación, se encontrarán los resultados obtenidos en cada una de las preguntas.

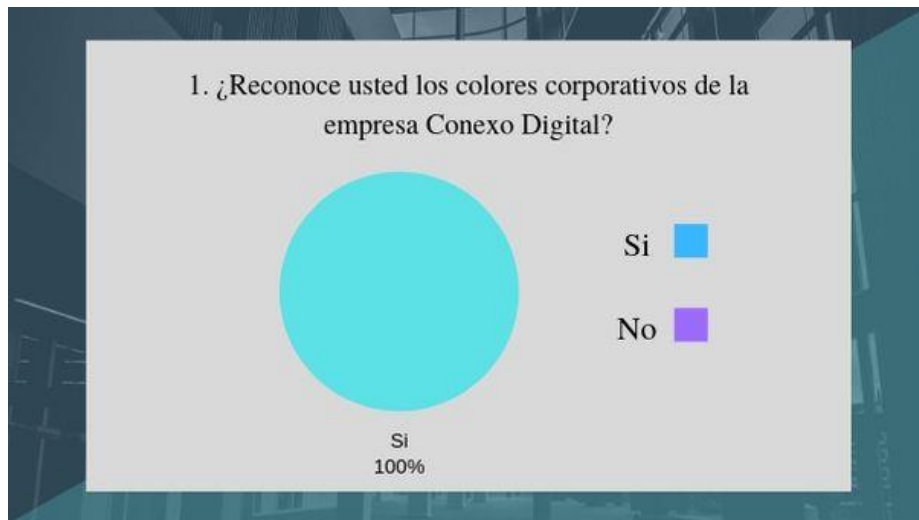
Tabla 1. Encuesta interna – Datos del encuestado

Datos del encuestado		
Nombre	Apellido	Cargo
Anyi Marcela	Cajas Santacruz	Community manager
Davet	Estrella	Desarrollador de Contenidos
Yeison	Cajas	Director Creativo
José Alejandro	Sarria villa	Gerente general
Claudia Isabel	Porras Escobar	Asesor Comercial
Maria del Carmen	Salas Restrepo	Contadora

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 1, se encuentra los nombres y cargos de los seis empleados encuestados en Conexo Digital.

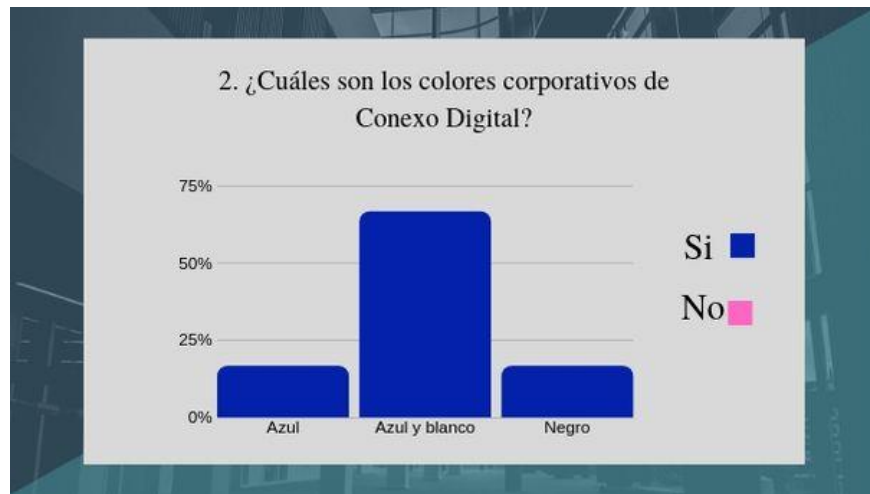
Gráfica 1. Encuesta interna: ¿Reconoce usted los colores corporativos de la empresa Conexo Digital?



Fuente: Elaboración propia

En la Gráfica 1 se identifica que el 100% de los encuestados afirman conocer los colores corporativos de la empresa.

Gráfica 2. Encuesta interna: ¿Reconoce los colores corporativos de la empresa?

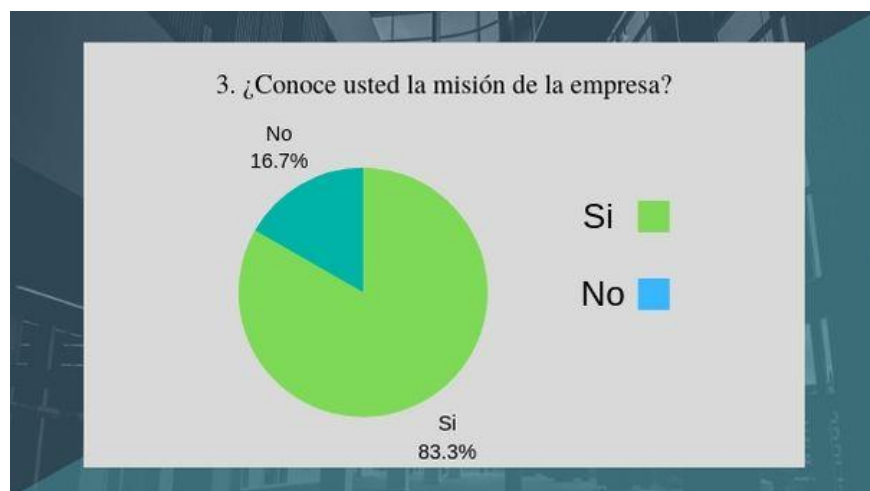


Fuente: Elaboración propia

Con la anterior gráfica se evidencia que el 66,7% de los encuestado conoce los dos colores corporativos de la empresa Conexo Digital, el 32,3 % no tiene claro cuáles son los colores de la marca.

Analizando la pregunta 1 y 2, se puede evidenciar que la totalidad de los empleados no tienen claro los colores empresariales ya que estos son Azul y blanco.

Gráfica 3. Encuesta interna: ¿Conoce usted la misión de Conexo Digital?



Fuente: Elaboración propia

El resultado obtenido evidencio que el 83,3% de los encuestados conocen la misión de la empresa, mientras que el 16, 7% de los encuestados no la conoce.

En la gráfica 4 se logra evidenciar que de las seis personas encuestadas solo una no conoce la visión de la organización. Los resultados corresponden a: 16,7% no conocen la visión y el 83,3% si la conocen.

Por otra parte, la gráfica 5 muestra que el canal que más se utiliza para comunicación interna son las llamadas telefónicas con un 28,6 % de los votos, WhatsApp con un 23.8%, Instagram con 19%, Facebook 14,3 % y correo 14,3%.

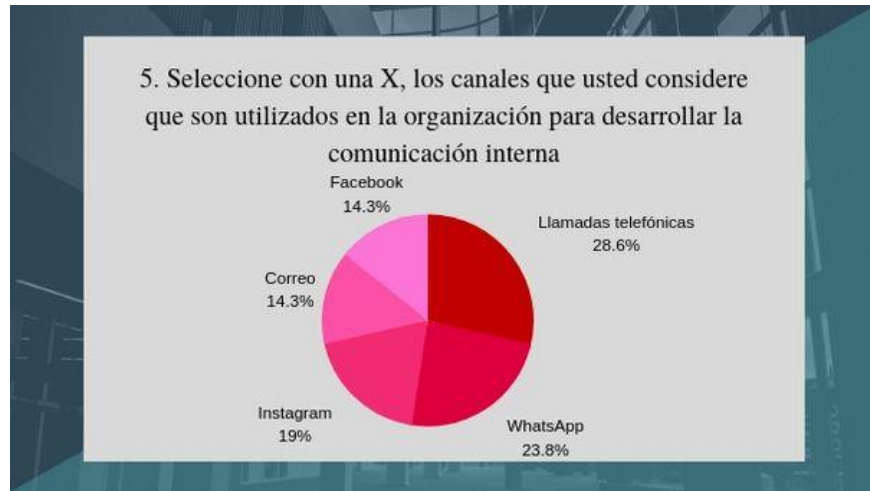
Gráfica 4. Encuesta interna: ¿Conoce usted la visión de la organización?



Fuente: Elaboración propia

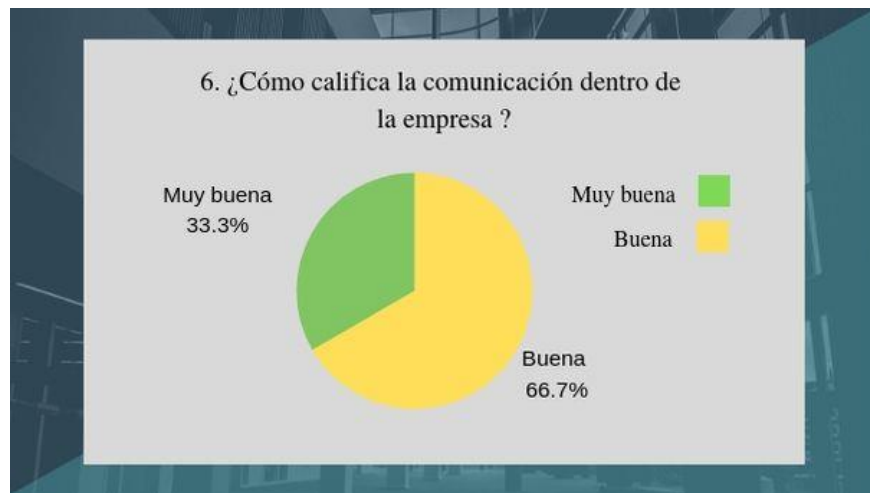
En la gráfica 6, se determina que la comunicación de la empresa es óptima, ya que la mayoría de los empleados (66,7%) perciben la comunicación interna en términos de “buena” y un 33,3% la califican como “muy buena”.

Gráfica 5. Encuesta interna: Seleccione con una X, los canales que usted considere que son utilizados en la organización para desarrollar la comunicación interna



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 6. Encuesta interna: ¿Cómo califica la comunicación dentro de la empresa?



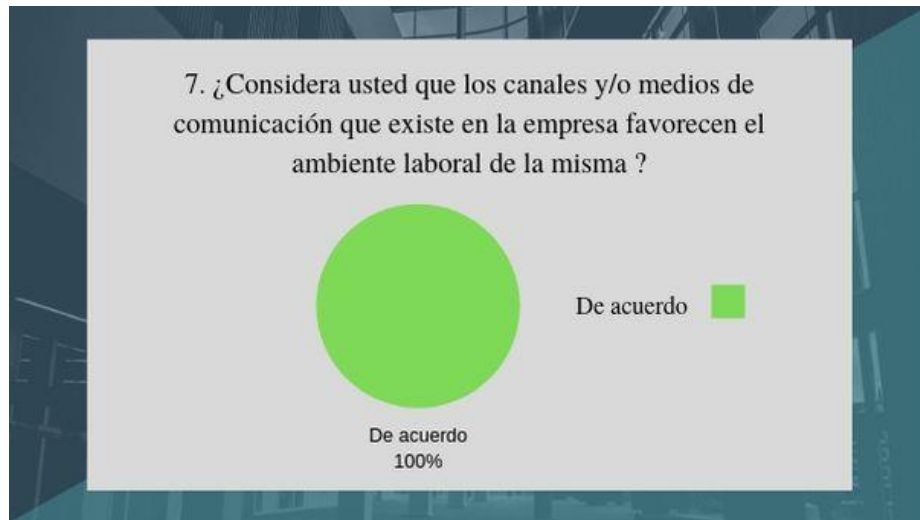
Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 7 los empleados determinan que los canales de comunicación utilizados actualmente en la organización son adecuados.

Al analizar la gráfica 5,6 y 7, se puede llegar a pensar que los clientes dentro de la organización consideran la comunicación interna en aspectos positivos porque existe muchos métodos de comunicación entre el empleado y el jefe, lo cual contribuye en una fácil y rápida

solución de problemas o de dudas que se pueden presentar en la ejecución de tareas. A su vez se puede confirmar que varios medios de comunicación interna contribuyen en un buen ambiente laboral.

Gráfica 7. Encuesta interna: ¿Considera usted que los canales y/o medios de comunicación que existe en la empresa favorecen el ambiente laboral de la misma?

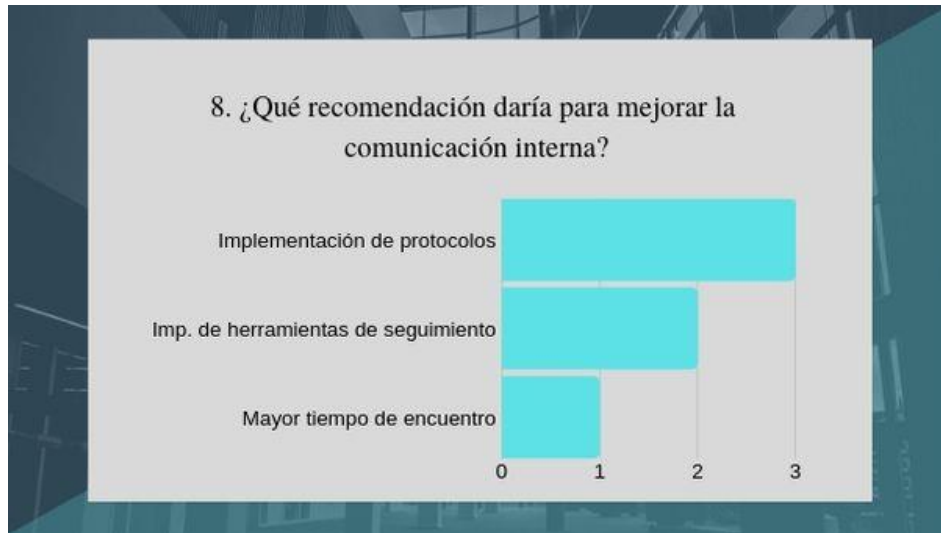


Fuente: Elaboración propia

El resultado obtenido en la respuesta 8, evidencia que el 50% de los encuestados recomienda que es necesario la implementación de protocolos de comunicación interna. El 33,33% considera que es necesario de la implementación de herramientas de seguimiento para cada una de las actividades. Por otro lado, el 16,66% de los encuestados considera que es necesario de espacios que generen mayor tiempo de encuentro y comunicación.

Al analizar las dos últimas gráficas se logró evidenciar que, si no se implementan protocolos de comunicación interna, se puede ver afectado el ambiente dentro de la organización y quizás el óptimo funcionamiento de la empresa.

Gráfica 8. Encuesta interna: ¿Qué recomendación daría para mejorar la comunicación interna?



Fuente: Elaboración propia

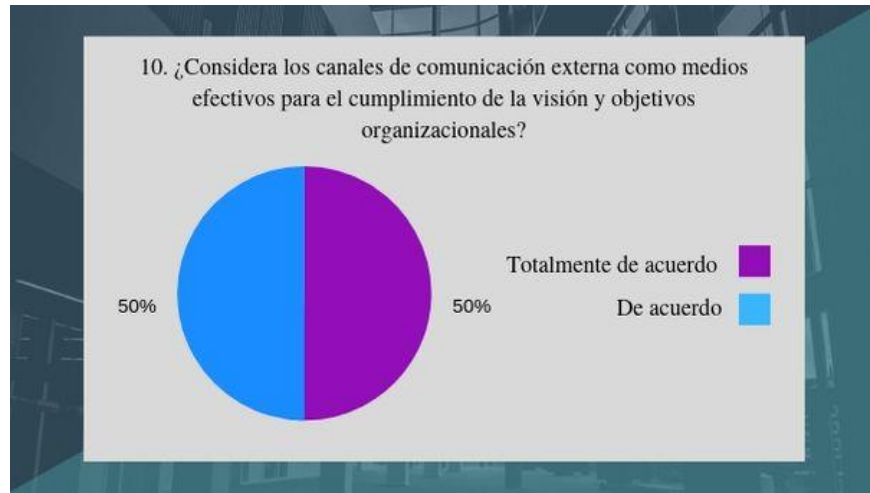
Gráfica 9. Encuesta interna: Señale con una X, ¿Qué canales considera usted que son usados en Conexo Digital para la comunicación externa (comunicación con el cliente)?



Fuente: Elaboración propia

Los empleados consideran que los principales canales utilizados para la comunicación externa son: Facebook con un 16,2% de votos, WhatsApp con un 16, 2%. Instagram 16,2% y sitios web 13,5%.

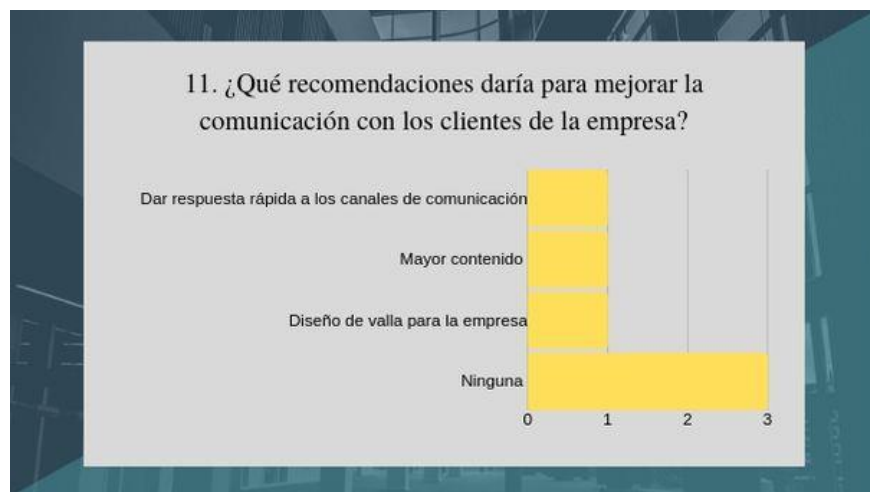
Gráfica 10. Encuesta interna: ¿Considera los canales de comunicación externa como medios efectivos para el cumplimiento de la visión y objetivos organizacionales?



Fuente: Elaboración propia

El 100% de los encuestados considera que los canales de comunicación externa están siendo efectivos para el cumplimiento de la visión y objetivos organizacionales. Los resultados son divididos de la siguiente forma: 50% de los encuestados están totalmente de acuerdo con la afirmación y el otro 50 % están de acuerdo con la afirmación.

Gráfica 11. Encuesta interna: ¿Qué recomendaciones daría para mejorar la comunicación con los clientes de la empresa?



Fuente: Elaboración propia

El 50% de los encuestados no brindó ninguna recomendación para la mejora de la comunicación externa, pero el otro porcentaje dio tres recomendaciones valiosas para mejorar la comunicación que actualmente ejerce la empresa. Entre ellas se encuentra: mejorar el tiempo para responder los canales de comunicación, mayor contenido informativo en los canales (Misión, Visión, valores) y el diseño de marca visual o rótulo publicitario que ayude a identificar la existencia de la empresa en la actual ubicación o instalación.

Con las herramientas de observación, entrevista no estructurada (informal) y la encuesta estructurada se logró determinar:

- A pesar de que Conexo Digital mantiene una constante comunicación con los clientes internos a través de varios medios como WhatsApp, llamadas, Facebook e Instagram, no se cuentan estipulados protocolos para la comunicación interna, por tal motivo en ocasiones, la comunicación se realiza en horarios no laborales.
- Además de la comunicación interna formal, las personas necesitan espacios de integración donde se pueda comunicar informalmente, crear relaciones y además donde se pueda realizar una comunicación de los lineamientos estratégicos (misión, visión, objetivos y otros) de la empresa.
- Con el desarrollo de las herramientas de recolección de información primaria, también la pasante pudo confirmar que la comunicación externa se realiza principalmente por medios digitales.
- Los clientes internos afirman que la comunicación externa que actualmente realiza la organización es óptima, pero al revisar las redes sociales y sitios web se determina que hace falta la creación de espacios en donde se informe los lineamientos estratégicos de la empresa.

- Por último, del entorno interno se pudo analizar que es muy importante el diseño de un letrero que permita a los clientes identificar de forma más fácil la ubicación de la empresa.

4.1.2. Análisis de la situación externa

Para comprender la situación externa de Conexo Digital fue necesario aplicar el proceso investigativo, con el fin de determinar la población y muestra representativa para el desarrollo de la encuesta. Por lo tanto, a continuación, se evidenciará el desarrollo de las etapas: definición de la población muestra y determinación del tamaño de la muestra.

4.1.2.1. Definición de la población

- **Elemento:** Estudiantes universitarios, emprendedores y empleados de grandes, medianas y pequeñas que hayan participado en el curso presencial de Conexo Digital en la ciudad de Popayán en los últimos seis meses -junio a noviembre de 2018-.
- **Unidad de Muestra:** Universidades, Cluster CreaTIC y pequeñas, medianas o grandes empresas.
- **Alcance:** Ciudad de Popayán, Departamento del Cauca.
- **Tiempo:** Noviembre 13 de 2018 – 28 de noviembre de 2018.

Debido a que la población seleccionada representó a 100 personas, fue necesario acotar la población en una muestra de tamaño representativa, que evidenciara los posibles resultados que podría brindar la población inicial.

4.1.2.2. Determinación del tamaño de la muestra

Teniendo en cuenta que la población a estudiar es finita (se conoce exactamente el tamaño de la población), se resuelve el planteamiento con la fórmula:

$$n = \frac{(z^2 * P * Q * N)}{((E^2) * (N - 1)) + (z^2 * P * Q)}$$

donde,

Z: es el nivel de confianza, el cual indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos. Teniendo en cuenta la importancia de esta variable se le asigna un 90% de confianza, la cual representa 1,64.

P: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio, equivalente al 50%.

Q: es la proporción de individuos que no posee en la población la característica de estudio, es decir 1-P, igual a 0,5

N: es el número total de posibles encuestados, en este caso 100 estudiantes.

E = El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. En este caso se asigna un error del 10%.

$$n = \frac{(1,64^2 * 100 * 0,5 * 0,5)}{((0,1^2) * (100 - 1)) + (1,64^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = 40$$

Según los cálculos realizados, la muestra debe ser de por lo menos 40 estudiantes para obtener información representativa de la población estudiada.

4.1.2.3. Aplicación de encuesta en el tamaño de la muestra

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el anterior proceso, se procedió a determinar la situación externa de la empresa. Para ello, se implementó una encuesta –Anexo 3- a 40 personas que hayan participado en el curso presencial de Conexo Digital en la ciudad de Popayán en los últimos seis meses -junio a noviembre de 2018-. Con los resultados obtenidos se recolectó información que contribuyó valiosamente en el desarrollo del plan estratégico de comunicación.

A continuación, se encontrará una serie de tablas y gráficas que ayudará a analizar e interpretar las respuestas de los clientes de la organización.

En la Tabla 2, 3, 4 y 5 se encuentran los nombres de los encuestados y las respectivas empresas, emprendimientos o universidades a cuáles pertenece.

Tabla 2. Encuesta externa - Datos del encuestado - I

Datos del encuestado		
Nombre	Apellido	Empresa o emprendimiento
Diego	Calle	Seguros y Certificados
Karen		Copsevir
Cristina		Masajes Popayán
Cristina	Ruiz	Masajes
Jose Luis	Benavides Moreno	Green Store
Jhon	Yanguas	Temporizar S.A.S
Daniel	Gómez Mosquera	Dancing Tour
Jesus david	Cisneros	Contador
Maria Del Carmen	Salazar Sotelo	Fundación Mujeres TIC
Luisa Fernanda	Galeano Henao	Comercio

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Encuesta externa - Datos del encuestado - II

Datos del encuestado		
Nombre	Apellido	Empresa o emprendimiento
Beatriz	Camacho	Origen Línea de Belleza
Paola	Joaqui	Amatista
Eliana	Hernandez	Constructora Modular
Isabel	Dorado	Independiente
Madel	Trujillo	Constructora Mi Casa Rural
Ana	Rodriguez	Signaux Girod
Vanesa lopez	López	Seguros bolivar
Juan Manuel	Martinez	Crocantes
Xiomara	López	Zonafit
Orlando	Correa	Guinker.com

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Encuesta externa - Datos del encuestado - III

Datos del encuestado		
Nombre	Apellido	Empresa o emprendimiento
Ricardo	Bernal	Idear y Gestar Proyectos SAS
Carlos	Mafla	Mafla Photo
Jairo	Jaramillo	Hacol agencia de seguros Ltda
Juan Carlos	Solano	Asmet salud
Gloria	Montoya	El punto de las Chanclas
Stevens		MAQUITEC SMR
ERIKA	Quijano	Banco Mundo Mujer
Catalina	Riveros	Matiz
Nathaly	Sánchez	AgroTimerc
Luisa Fernanda	Ruiz Herrera	LuliCakes

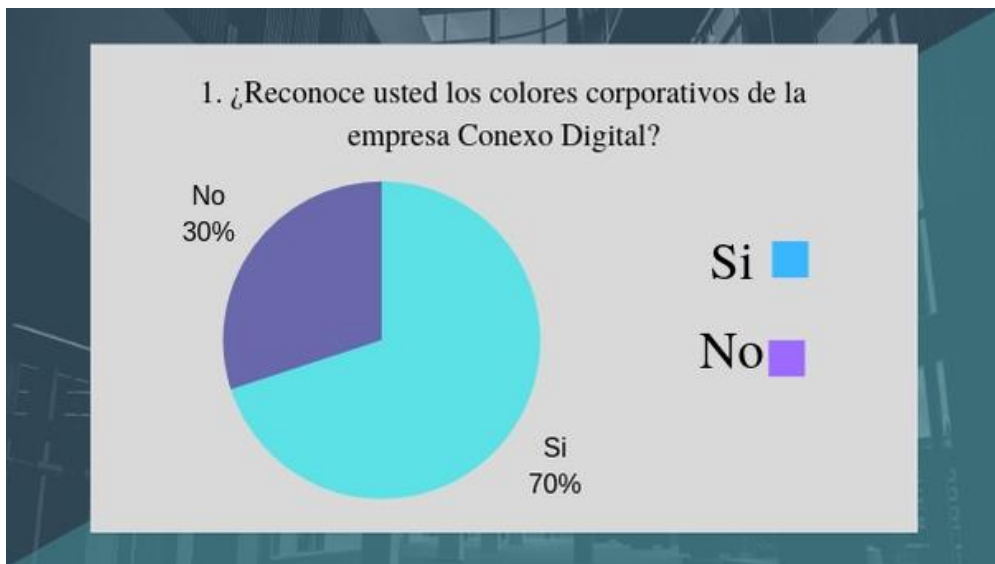
Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Encuesta externa - Datos del encuestado - IV

Datos del encuestado		
Nombre	Apellido	Empresa o emprendimiento
Danny	Collazos	Efectiva SAS
Fabián Fernando	Pasaje Burbano	Unicomfacauca
Daniel	Ibarra	Empleado BMM
Ana Lucia	Chaves	Olafo Norte
Victor	Castillo	Olafo Villa del Viento
Raul	López	Union Nariño
Martha Isabel	Ramos Fuentes	Sunset Software House
Victor Daniel	Fernandez	
Lyanne Zuleinny	Orozco Giron	Serviexequiales El Recuerdo
Jair Hernan	Galindez Erazo	AGS SALUD

Fuente: Elaboración propia

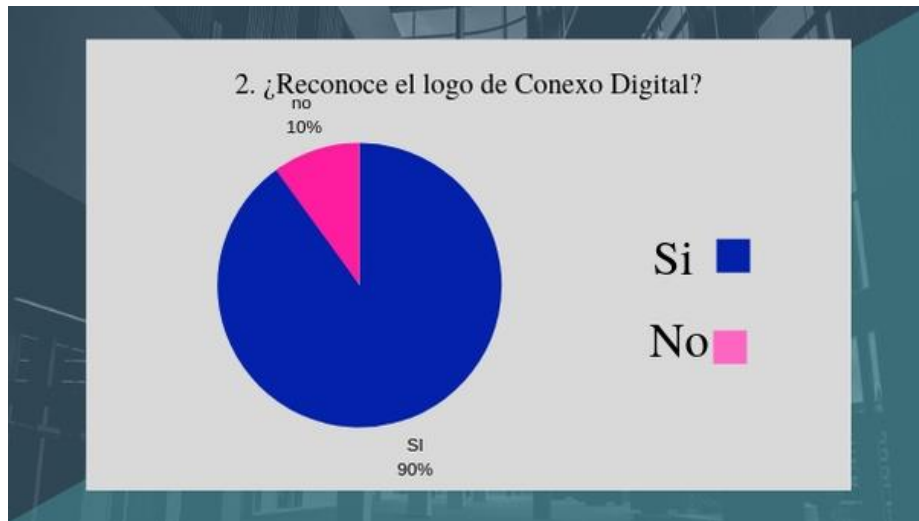
Gráfica 12. Encuesta externa - ¿Reconoce el logo de Conexo Digital?



Fuente: Elaboración propia

En la Gráfica 12 se identifica que el 70% de los encuestados - equivalente a 28 personas- conocen los colores corporativos de la empresa, por otro lado, el 30% no tienen conocimiento de los colores de la marca corporativa.

Gráfica 13. Encuesta externa - ¿Reconoce el logo de Conexo Digital?



Fuente: Elaboración propia

El 90% de los encuestados conoce la marca corporativa de Conexo Digital y el 10% no la conocen.

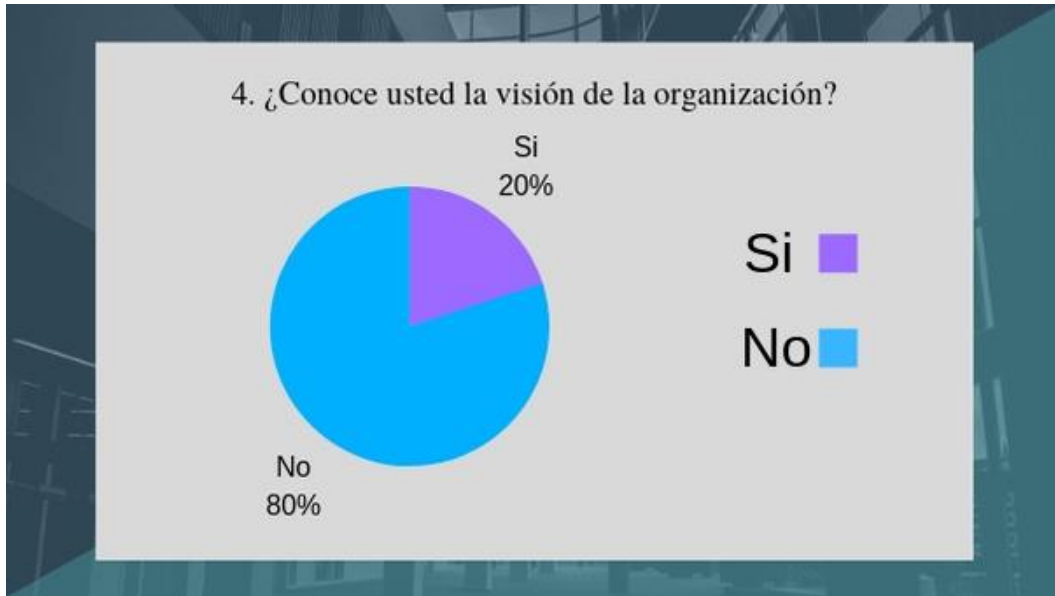
Gráfica 14. Encuesta externa - ¿Conoce usted la misión de Conexo Digital?



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica 14 se da a conocer que el 67,5% de los encuestados niegan conocer la misión de la empresa, mientras que el 32,5% afirman que si conocen la misión de la empresa.

Gráfica 15. Encuesta externa - ¿Conoce usted la visión de la organización?



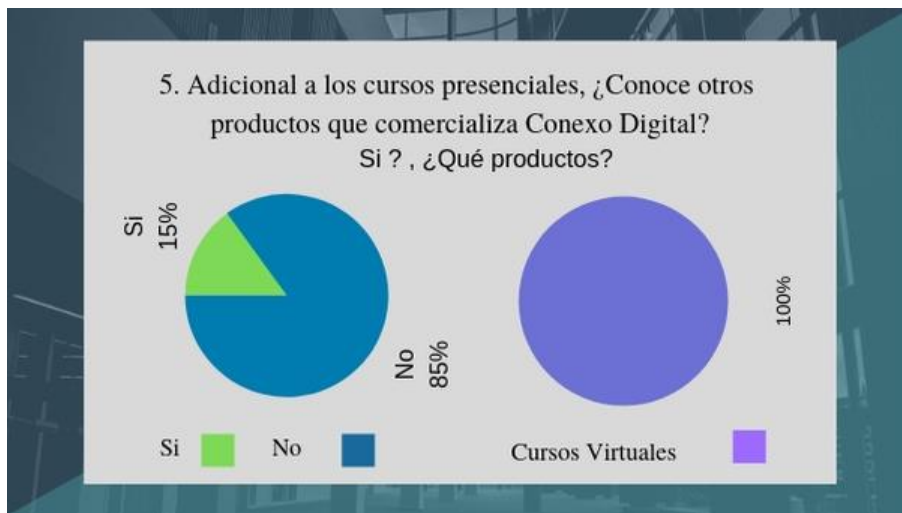
Fuente: Elaboración propia

La anterior gráfica da a conocer que el 80% de los encuestados -correspondiente a 32 personas- no conocen la visión de la empresa Conexo Digital y cerca de 18 personas -equivalente al 20%- si la conocen.

Como se puede analizar en la Gráfica 14 y 15, es necesario que la empresa implemente urgentemente en su comunicación externa mecanismos que permitan al cliente conocer el direccionamiento estratégico de la organización, ya que ayudará a crear o fortalecer lazos con el cliente.

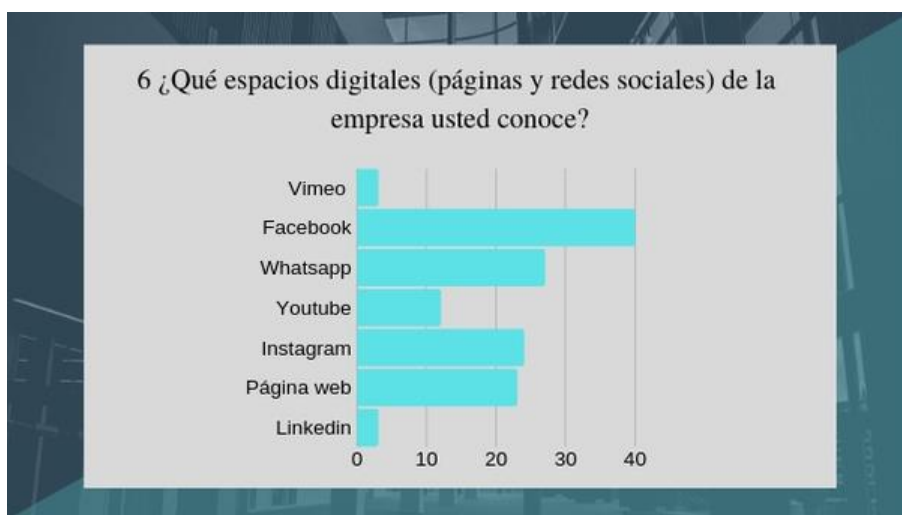
En la Gráfica 16, se da a conocer que la mayoría de los encuestados (85%) no conocen otros productos diferentes al curso presencial. Por otro lado, 6 estudiantes (15%) si conocen otros productos diferentes al curso presencial, el cual es el curso virtual.

Gráfica 16. Encuesta externa - Adicional a los cursos presenciales, ¿Conoce otros productos que comercializa Conexo Digital?



Fuente: Elaboración propia

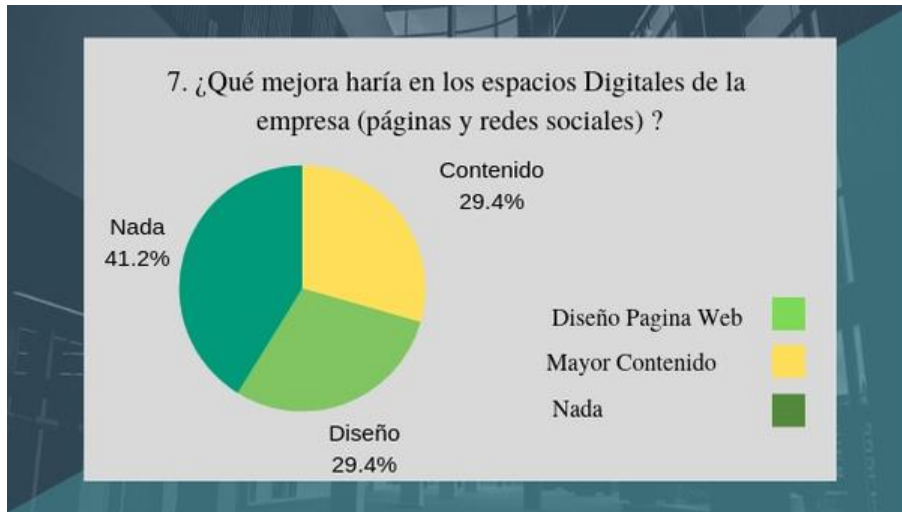
Gráfica 17. Encuesta externa -¿Qué espacios digitales (páginas y redes sociales) de la empresa usted conoce?



Fuente: Elaboración propia

En la Gráfica 17 se evidencia que los clientes tienen mayor conocimiento de la red social Facebook con 40 votos. WhatsApp con 27 votos, Instagram 24 votos, página Web con 23 votos, YouTube 12 votos, Vimeo y LinkedIn con 3 votos cada uno.

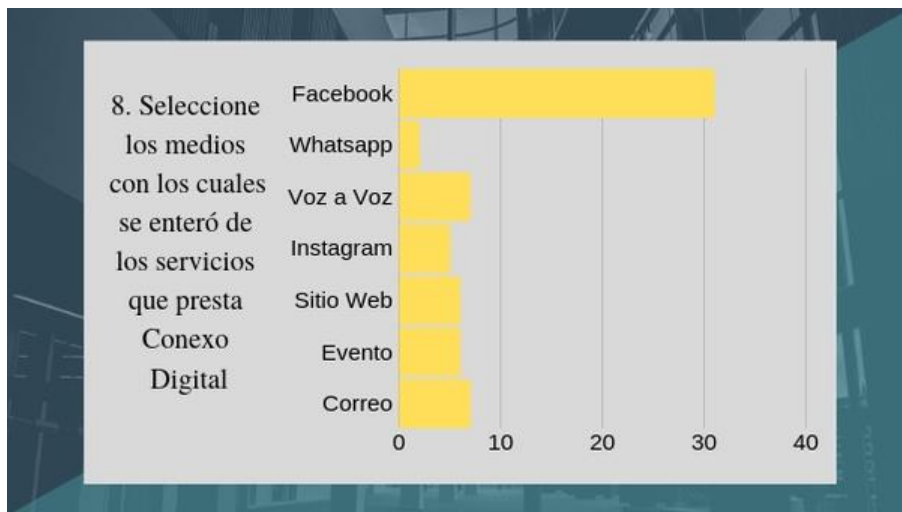
Gráfica 18. Encuesta externa - ¿Qué mejora haría en los espacios Digitales de la empresa (páginas y redes sociales)?



Fuente: Elaboración propia

El 41,2% de los encuestados opinó que no era importante realizar una mejora en los espacios digitales, mientras que el 58,8% dio a conocer que era necesario implementar cambios en aspectos tales como: contenido y diseño de las plataformas digitales.

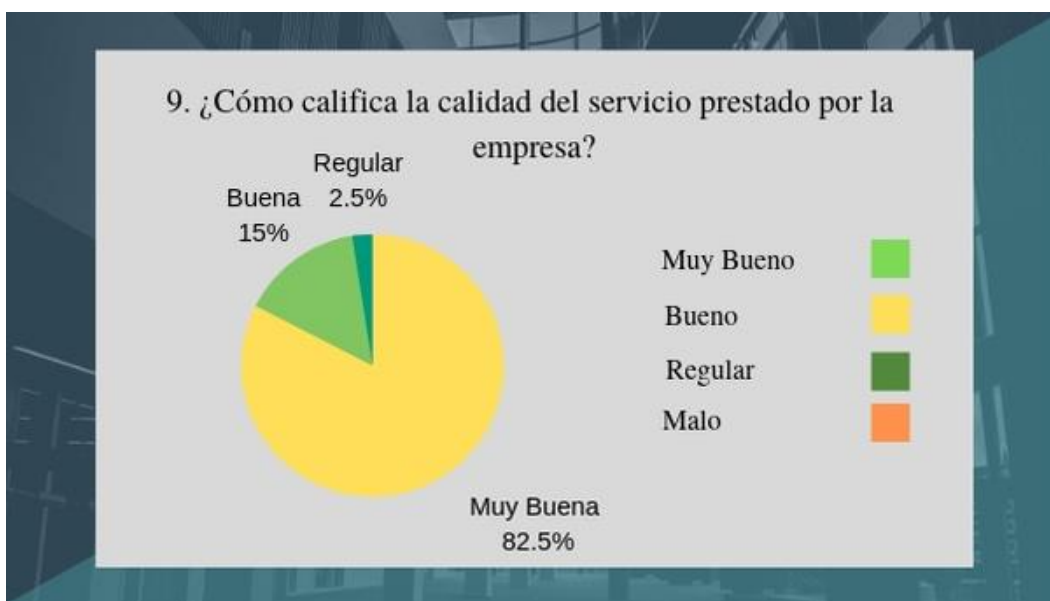
Gráfica 19. Encuesta externa - Seleccione con una X, los medios con los cuales se enteró de los servicios que presta Conexo Digital



Fuente: Elaboración propia

En la gráfica anterior, se evidencia que de los 40 encuestados 31 personas se enteraron de los servicios de la empresa gracias a la red social Facebook; 11 encuestados dieron a conocer que se habían enterado de los servicios por voz a voz y la misma cantidad, 11 encuestados conocieron los servicios a través del correo electrónico. Por otra parte, la minoría de los encuestados dijeron que habían conocido los servicios de Conexo Digital por su Sitio web o por eventos (6 personas en cada opción), Instagram (5 personas) y WhatsApp (2 personas).

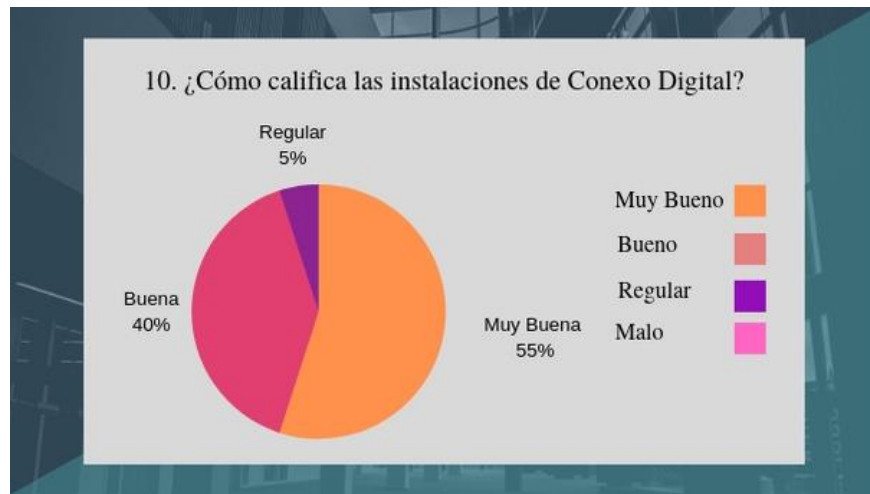
Gráfica 20. Encuesta externa - Selecciones con una X, ¿Cómo califica la calidad del servicio prestado por la empresa?



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la Gráfica 20 todos los encuestados califican el servicio prestado entre regular y muy bueno. El 82,5%, equivalente a 33 personas, califican el servicio como “Muy bueno”; por otro lado, el 15% de los encuestados, es decir, 6 personas califican el servicio en términos de “Buena”; por otra parte, el 2,5%, equivalente a 1 persona, califica el servicio “Regular”.

Gráfica 21. Encuesta externa - ¿Cómo califica las instalaciones de Conexo Digital?



Fuente: Elaboración propia

Con las respuestas obtenidas en la pregunta 10, se puede afirmar que el 95% o 38 encuestados consideran que las instalaciones de la empresa son buenas o muy buenas, mientras que el 5% equivalente a 2, califican las instalaciones en término de “Regular”.

Las preguntas mostradas en las gráficas 22.1 a 22.4 hacen referencia a la pregunta 11 del cuestionario en el Anexo 2. Para su mejor interpretación fue conveniente interpretar cada una de las respuestas en gráficas diferentes.

Por lo anterior se puede evidenciar que en la gráfica 22.1 el 60% de los encuestados se sintieron identificados con la afirmación: antes de tomar el curso ¿había escuchado la empresa Conexo Digital!, mientras que el 40% de los encuestados no lo habían hecho.

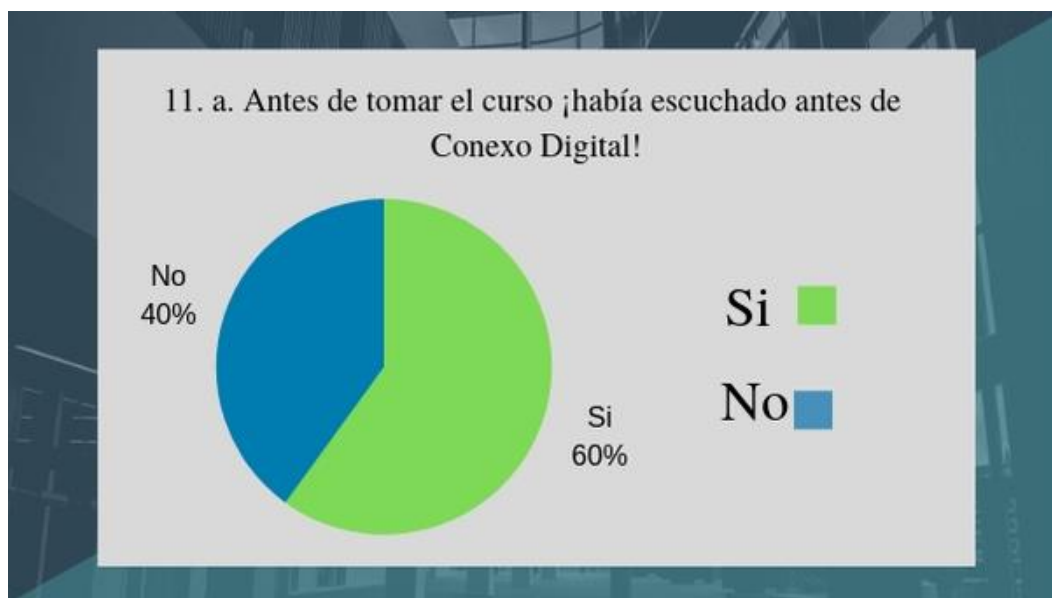
En la Gráfica 22.2, el 57,5% de los encuestados no se sintió identificado con la afirmación: Antes de tomar el curso ¿Desconfíe de la calidad del curso!, mientras que el 42,5% de los encuestados dijo lo contrario, se habían sentido identidades con la afirmación, es decir que desconfiaban de la calidad del curso presencial en la ciudad de Popayán.

Por otra parte, en la siguiente gráfica, 30 de los 40 encuestados se sintieron identificados con la afirmación ;fue fácil identificar el lugar donde se encuentra la empresa!, sin embargo, un porcentaje representativo igual a 25%, afirmó que no fue fácil identificar el lugar donde se encontraba la empresa.

En la Gráfica 22.4, se expone que el 90% de los encuestado cumplió sus expectativas con el curso y el otro 10% no cumplieron con sus expectativas.

Con las respuestas de las gráficas con numeración 22 se puede afirmar que la comunicación se está implementando con el cliente no está siendo efectiva para el posicionamiento de marca y confianza en el producto, lo que puede estar afectando en este momento la óptima comercialización de los cursos presenciales en la ciudad de Popayán.

Gráfica 22. Encuesta externa - En cada afirmación señale con una X si se sintió identificado o no - I



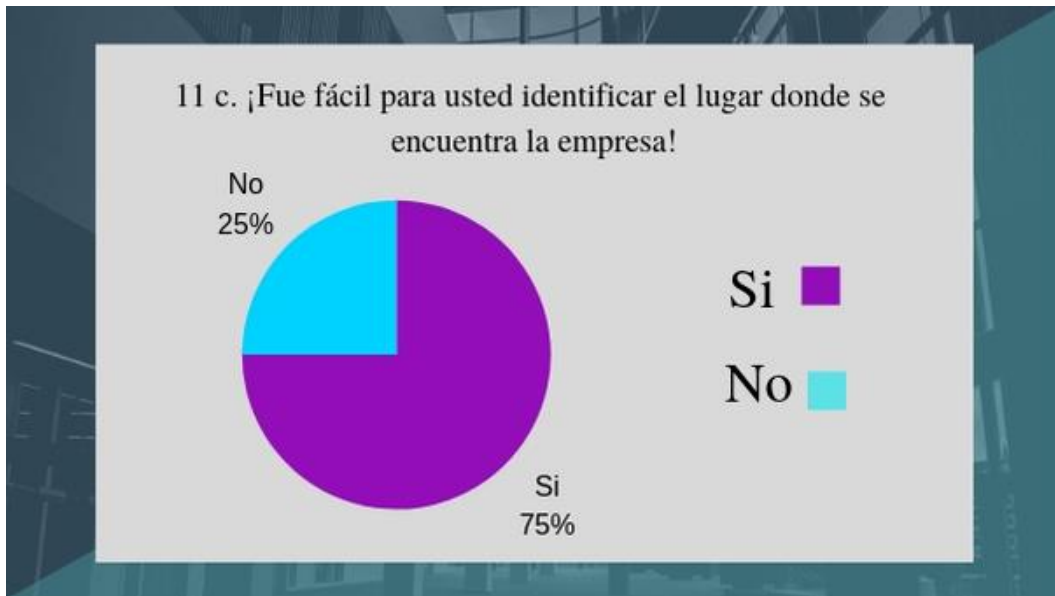
Fuente: Elaboración propia

Gráfica 22.2. Encuesta externa - En cada afirmación señale con una X si se sintió identificado o no – II.



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 22.3. En cada afirmación señale con una X si se sintió identificado o no - III



Fuente: Elaboración propia

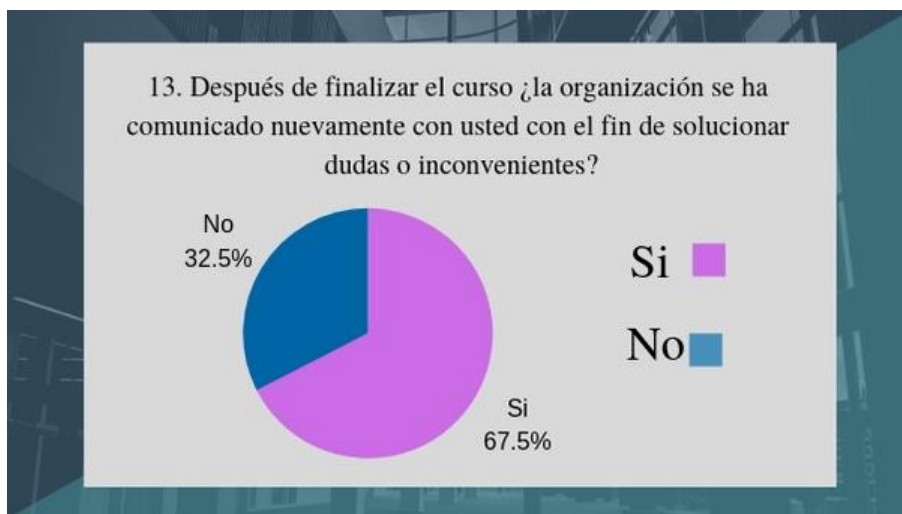
Gráfica 22.4. En cada afirmación señale con una X si se sintió identificado o no - IV



Fuente: Elaboración propia

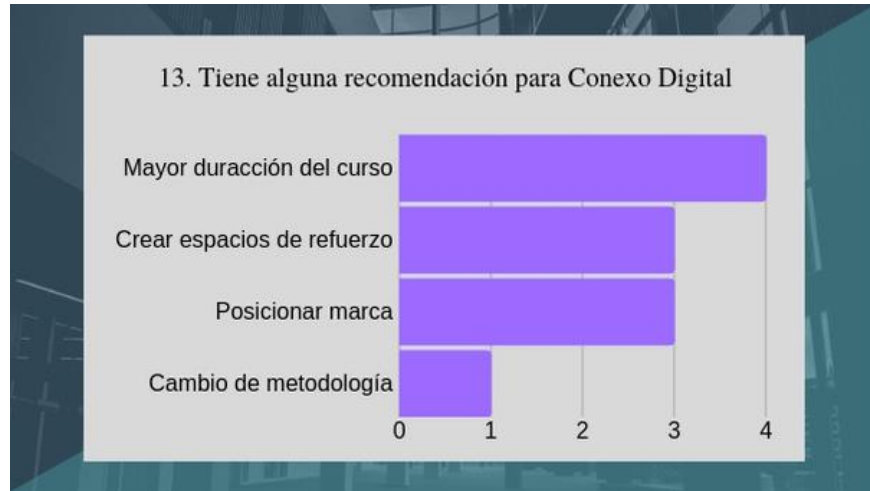
En la Gráfica 23, se evidencia que 67,5% de encuestados dieron a conocer que después de finalizar el curso presencial en la ciudad de Popayán la organización se volvió a comunicar con los estudiantes con el fin de resolver dudas, por otro lado, el 32,5% equivalente a 14 estudiantes afirman que la organización no se volvió a comunicar con ellos.

Gráfica 23. Encuesta externa - Después de finalizar el curso ¿la organización se ha comunicado nuevamente con usted con el fin de solucionar dudas o inconvenientes?



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 24. Encuesta externa - ¿Tiene alguna recomendación para Conexo Digital?



Fuente: Elaboración propia

Por último, el 27.5% de los encuestados dieron respuesta a la pregunta abierta número 13. Como se muestra en la anterior gráfica, 4 clientes recomendaron que sería oportuno ampliar la duración del curso para que así se pueda adquirir mayores habilidades y conocimientos. Por otro lado, 3 de los encuestados recomendaron a la empresa que se habilitaran espacios y contenido para reforzar los conocimientos adquiridos en el proceso. Así mismo, tres clientes opinaron que era fundamental posicionar la marca en otros espacios para así generar mayor confianza y figura comercial. Adicional a estos aportes, un cliente expuso que era necesario cambiar el enfoque que actualmente se tiene para comunicar los servicios de la empresa, es decir, cambiar el “aprenderás de marketing digital” por comunicar “Con este curso podrás llegar al público potencial”

Con la encuesta externa se puede concluir que:

- Es necesario que la empresa implemente urgentemente en su comunicación externa mecanismos que permitan al cliente conocer el direccionamiento estratégico de la organización, ya que ayudará fortalecer los lazos y crear confianza con el cliente.

- El público no tiene conocimiento de los productos de Conexo Digital, por ende, es importante comunicarlos a través del uso de resumen o speech comercial, participación artículo de revista, publicación en redes sociales, entre otros.
- Se puede observar que los clientes tienen mayor conocimiento de la empresa en Facebook que en Instagram, LinkedIn o YouTube; estas plataformas son necesarias para posicionar la empresa, los cursos virtuales de Marketing Digital y Google Ads; para esto es importante la creación de contenido informativo que ayude a posicionar los productos y la empresa.
- Adicionalmente, es importante diseñar una marca visual que ayude al posicionamiento de marca, mayor visualización de la ubicación de la empresa, mayor creación de voz a voz y otras.
- Por otra parte, es indispensable estandarizar el contenido con el diseño de un manual de imagen corporativa, que permita al cliente identificar forma rápida las publicaciones de la empresa.

4.2. DIAGNÓSTICO DEL ENTORNO

Con la idea en mente de reforzar el cumplimiento del primer objetivo de la práctica empresarial, se dio uso de la matriz DOFA como herramienta útil para examinar las debilidades internas, oportunidades externas, fortalezas internas y amenazas externas.

De esta forma se dio paso a la creación de estrategias FO, FA, DO, DA las cuales se convertirían en recursos indispensables para el cumplimiento del objetivo específico tres - Definir estrategias encaminadas a fortalecer el vínculo entre la organización y los clientes. -

Tabla 6. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA		
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> 1. No se cuenta con competencia en la ciudad de Popayán, ni para el producto Gloria Viveros, ni los cursos presenciales. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El target no posee conocimientos de todos los productos de la empresa. 2. El público objetivo no conoce los lineamientos estratégicos de la empresa. 3. Desconfianza del consumidor.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimientos especializados del equipo de trabajo. 2. Aprovechamiento de tecnologías emergentes. 3. Motivación del equipo de trabajo. 4. Manejo de relaciones con empresarios y líderes del sector. 5. Conocimiento de buenas prácticas que fideliza al cliente. 6. Se cuenta con sitios web y redes interactivas para los cursos presenciales y virtuales de Conexo Digital. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso de las redes sociales de Conexo Digital para promocionar el producto de Gloria Viveros. 2. Diseño de sitio web y redes sociales para el producto Gloria Viveros. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Uso del sitio Web de Conexo Digital para dar a conocer la misión y visión de la empresa. 2. Diseño y publicación de testimonios de clientes relacionados con los cursos presenciales. 3. Participación en un artículo de revista. 4. Participación en medio radial
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Talento humano insuficiente. 2. Control de actividades y procesos débiles. 3. Falta de valla que permita la visualización de la empresa (letrero). 4. La oficina en la que se encuentra ubicada Conexo Digital es compartida por otras Pymes. 5. Pocos recursos económicos. 6. No se cuenta con una estructura formal que permita la comercialización de los productos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de un resumen de ventas estructurado para el producto Gloria Viveros y Conexo Digital 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseño de Valla publicitaria con el nombre de las empresas. 2. Participación como conferencistas en eventos de emprendimiento, tecnología o temas de superación personal, mujer.

Fuente: Elaboración propia

4.3. DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO PARA EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN EN CONEXO DIGITAL

Para desarrollar el objetivo específico dos del plan estratégico de comunicación en la empresa Conexo Digital, es importante definir el público objetivo al cual estará dirigido las actividades de este plan. El primer público objetivo representará el público al cual están destinados los cursos presenciales de la organización y el segundo público corresponderá al producto Gloria Viveros.

Conexo Digital, define su público objetivo como hombres y mujeres que se encuentra en un rango de edad entre 25 a 55 años, que tienen conocimientos en mercadeo, ventas, marketing o finanzas gracias a sus estudios universitarios, maestrías, doctorado o experiencia laboral y que hagan parte de redes de emprendimiento, pequeñas, medianas o grandes empresas en la ciudad de Popayán.

Con los datos recolectados en la encuesta es necesario que en la segmentación o público también se tenga en cuenta las personas que están en proceso de estudios universitarios, maestrías y doctorados, que estén intentando ingresar en redes de emprendimiento, pequeñas, medianas o grandes empresas en la ciudad de Popayán o que tengan experiencia en venta, marketing o finanzas, pero que actualmente no cuenta con un contrato laboral.

Por otra parte, en la estructuración del producto en alianza con Gloria Viveros se definió al público objetivo como mujeres entre los 24 y 45 años de edad que tienen un profundo interés en el desarrollo personal y humanístico por su formación académica o desarrollo profesional y que tienen un excelente dominio del español o viven en ciudades de Latinoamérica.

4.4. DISEÑO DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Una vez conocida la situación actual de la empresa Conexo Digital, se prosigue a determinar los objetivos y estrategias de comunicación que se llevarán a cabo dentro la empresa. A continuación, se fijan los objetivos de comunicación con sus respectivas estrategias.

- **Objetivo de comunicación 1:** Lograr posicionamiento empresarial

Estrategia 1: Participación en medio de comunicación que vaya dirigido a estudiantes, emprendedores y desempleados de la ciudad de Popayán.

Estrategia 2: Elaboración de contenido digital o impreso que permita identificar de forma fácil la instalación como una empresa.

Estrategia 3: Formalizar los elementos de comunicación.

- **Objetivo de comunicación 2:** Difundir el direccionamiento estratégico de la organización (misión, visión y valores empresariales)

Estrategia 1: Conocer el direccionamiento estratégico de la empresa Conexo Digital.

Estrategia 2: Evaluar y tomar decisiones con respecto al direccionamiento estratégico organizacional.

Estrategia 3: Socialización del direccionamiento estratégico a cada uno de los públicos.

- **Objetivo de comunicación 3:** Posicionamiento de marca en la comercialización de los cursos presenciales.

Estrategia 1: Reestructuración del speech de comercialización de los cursos presenciales de Conexo Digital.

- **Objetivo de comunicación 4:** Posicionamiento del producto Gloria Viveros

Estrategia 1: Creación y diseño del producto Gloria Viveros.

Estrategia 2: Estructuración y diseño de sitios web, redes sociales y mailing.

Estrategias 3: Diseño del speech de comercialización del producto Gloria Viveros.

Estrategia 4: Creación y diseño de contenidos digitales.

4.5. ESTABLECIMIENTO DE CANALES DE COMUNICACIÓN EFICACES ENTRE CONEXO DIGITAL Y EL MERCADO

A continuación, se seleccionarán los canales de comunicación, óptimos que se implementarán para el desarrollo de el plan estratégico de comunicación en la empresa Conexo Digital. Los canales de comunicación seleccionados ayudarán al posicionamiento de marca empresarial, de los productos y del direccionamiento estratégico; fidelización de clientes; creación y fortalecimientos de lazos con el público objetivo de cada uno de los productos.

4.5.1. Relaciones públicas

Este canal de comunicación será indispensable para el desarrollo de las estrategias de marketing tradicional, ya que este medio permitirá contactar a diferentes personas que contribuyan en alianzas con medios de impresos (revistas, vallas y periódicos), radial, televisivos u otros.

4.5.2. Medios impresos

- **Revista:** Se utilizará el medio impreso para posicionar la empresa a través de un artículo de opinión.
- **Marca Visual:** se dará uso del medio impreso, para la elaboración de una valla con la imagen corporativa en las instalaciones de Conexo Digital.
- **Manual de imagen corporativa:** se implementará el medio impreso para formalizar los elementos de comunicación de la empresa.

4.5.3. Medios digitales interactivos

- **Página web:** Se diseñará una página web para el producto Gloria Viveros en donde se engloben temas de interés para el público objetivo. Además, se modificará los sitios web de la empresa y de los productos con el fin de agregar contenido relacionado con el direccionamiento estratégico de la empresa.
- **Redes sociales:** Se modificará el direccionamiento estratégico de las redes sociales de la empresa y se crearán las redes sociales del producto Gloria Viveros en donde el Target tendrá contenido informativo de ¿Quién es Gloria Viveros? ¿Qué hace? ¿Por qué lo hace? ¿Cómo realiza sus capacitaciones? ¿Cómo se pueden contactar? Y contenido visual y auditivo que alimentarán su ser.
- **Correo electrónico:** Se creará cuenta con dominio Gmail, para ser utilizado como medio de comunicación externa del producto Gloria Viveros, y el cual permita informar al público objetivo promociones, nuevos contenidos y mensajes personalizados que alimentarán el ser.

4.6. DEFINICIÓN DEL PLAN DE ACCIÓN

En esta etapa se concretará en planes de acción, ejecutables y acotados en el tiempo, las estrategias planteadas con anterioridad. De esta forma, se dará cumplimiento a los objetivos de comunicación y al cuarto objetivo específico de este documento -implementar como mínimo una actividad que genere el mayor impacto dentro del plan estratégico de comunicación. -

Para la ejecución del plan de acción en la empresa Conexo Digital, será necesario delimitar las actividades que se llevarán a cabo en cada uno de los objetivos y estrategias de comunicación; asignar responsables que ejecuten los planes de acción, asignar un periodo de tiempo para el cumplimiento de los planes y la asignación de un indicador de cumplimiento.

Es importante, tener en cuenta que la atención y dedicación en cada una de las actividades dependerá de la importancia y urgencia que estas representen en el plan de acción y en el desarrollo del plan estratégico de comunicación en la empresa Conexo Digital de la ciudad de Popayán.

Tabla 7. Resumen plan de acción

OBJETIVOS	ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	RESPONSABLE	META	INICIO	FIN
Lograr posicionamiento empresarial	Participación en medio de comunicación que vaya dirigido a estudiantes, emprendedores y desempleados de la ciudad de Popayán.	Participación en artículo de revista.	Gerente General Practicante profesional	Se cumplió al 100%	5-nov-18	9-nov-18
	Elaboración de contenido digital o impreso que permita identificar de forma fácil la instalación como una empresa.	Diseño de marca visual en el establecimiento.	Equipo empresarial Gerente Creativo Practicante profesional	Se cumplió al 80%	4-mar-19	26-mar-19
	Formalizar los elementos de comunicación.	Creación de manual de imagen corporativa	Practicante profesional	Se cumplió al 100%	10-dic-18	21-dic-18
Difundir el direccionamiento estratégico de la organización (misión, visión y valores empresariales)	Conocer el direccionamiento estratégico de la empresa Conexo Digital	Reunión con los directivos.	Directivos Practicante profesional	Se cumplió al 100%	31-dic-18	11-ene-19
	Evaluar y tomar decisiones con respecto al direccionamiento estratégico organizacional.	Evaluación y análisis de los lineamientos estratégicos.	Practicante profesional	Se cumplió al 100%	8-ene-19	18-ene-19

		Modificación del lineamiento estratégico	Practicante profesional	Se cumplió al 100%	21-ene-19	25-ene-19
	Socialización del direccionamiento estratégico a cada uno de los públicos.	Verificación de contenido en espacios digitales	Practicante profesional	Se cumplió al 100%	28-ene-19	1-feb-19
		Creación o modificación de espacios en los sitios web.	Diseñador de contenido Practicante profesional	Se cumplió al 100%	4-feb-19	15-feb-19
Posicionamiento de marca en la comercialización de los productos.	Reestructuración del speech de comercialización de los cursos presenciales de Conexo Digital.	Analizar el speech de comercialización de los cursos presenciales en Conexo Digital	Asesora comercial Practicante profesional	Se cumplió al 100%	19-nov-18	23-nov-18
		Modificación de speech comerciales.	Asesora comercial Practicante profesional	Se cumplió al 100%	26-nov-18	30-nov-18
Posicionamiento del producto Gloria Viveros	Delimitar el producto Gloria Viveros	Reunión para delimitar detalles del producto.	Equipo de trabajo	Se cumplió al 100%	3-dic-18	6-dic-18

	Estructuración y diseño de sitios web, redes sociales y mailing.	Estructuración del sitio Web.	Community Manager	Se cumplió al 100%	30-nov-18	14-dic-18
		Estructuración de Facebook Renacer y Crecer.	Practicante profesional	Se cumplió al 100%	17-dic-18	21-dic-18
		Estructuración de Instagram Renacer y Crecer.	Practicante profesional	Se cumplió al 100%	17-dic-18	21-dic-18
		Estructuración de Mail y YouTube	Community Manager	Se cumplió al 100%	17-dic-18	4-ene-19
	Manejo de redes sociales	Diseño de contenido.	Gerente Creativo Diseñador de contenido Community manager Practicante profesional	Se cumplió al 100%	10-dic-18	29-mar-19

	Estructuración de elementos de comunicación para comercialización.	Diseño de Membresía Renacer y Crecer (formato PDF).	Practicante profesional	Se cumplió al 100%	18-feb-19	1-mar-19
		Diseño de speech de comercialización.	Asesora comercial Practicante profesional	Se cumplió al 100%	4-mar-19	8-mar-19

Fuente: Elaboración propia

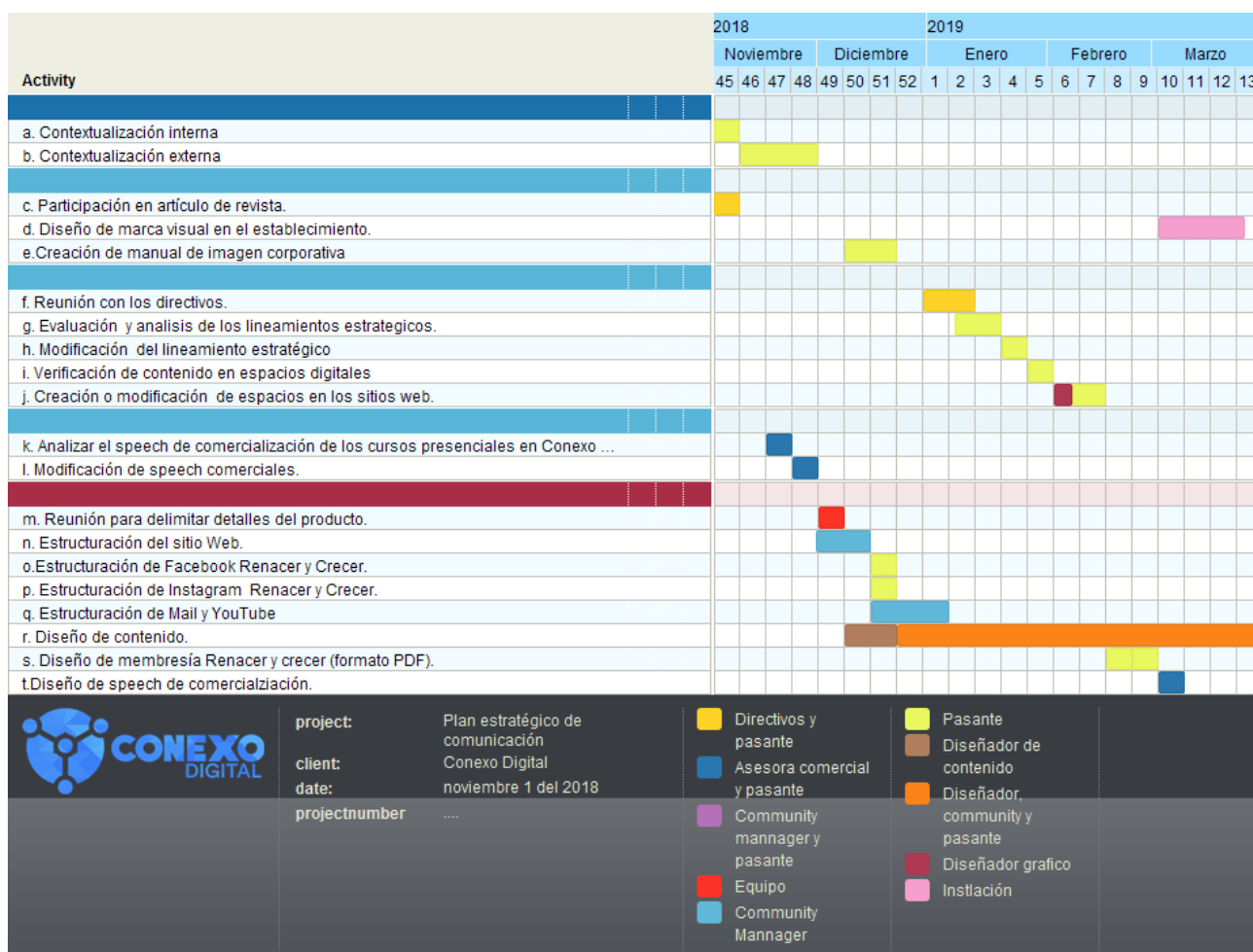
4.6.1. Cronograma de actividades

Durante el periodo comprendido entre los meses de noviembre del 2018 y marzo del 2019, se llevó a cabo la práctica profesional mediante la realización de actividades que contribuyeran en el cumplimiento de objetivos y estrategias planteadas en el plan de acción y en el diseño e implementación de un plan estratégico de comunicación para Conexo Digital. En la Tabla 8 se evidencia 21 semanas de vinculación en la organización y la ejecución de las siguientes actividades.

- a) Participación en artículo de revista.
- b) Diseño de marca visual en el establecimiento.
- c) Reunión con los directivos.
- d) Creación de manual de imagen corporativa.
- e) Evaluación y análisis del lineamiento estratégico
- f) Modificación del lineamiento estratégico.
- g) Verificación de contenido en espacios digitales
- h) Creación o modificación de espacios en los sitios web.
- i) Analizar el speech de comercialización de los cursos presenciales en Conexo Digital.
- j) Modificación de speech comerciales.
- k) Reunión para delimitar detalles del producto.
- l) Estructuración del sitio Web.
- m) Estructuración de Facebook Renacer y Crecer.
- n) Estructuración de Instagram Renacer y Crecer.
- o) Estructuración de Mail y YouTube.

- p) Diseño de contenido.
- q) Diseño de Membresía Renacer y Crecer (formato PDF).
- r) Diseño de speech de comercialización.

Tabla 8. Cronograma de Actividades



Fuente: Elaboración propia

4.7. PRESUPUESTO

A continuación, se presenta el presupuesto que se destinó para el desarrollo de las actividades del plan estratégico de comunicación en la empresa Conexo Digital.

- Presupuesto Talento Humano

Tabla 9. Presupuesto talento humano

TALENTO HUMANO	TIEMPO	COSTO
1 practicante profesional	5 meses	\$0
1 diseñador Gráfico	7 días	\$375.000

Fuente: Elaboración propia

- Presupuesto material POP

Tabla 10. Presupuesto material POP

TALENTO HUMANO	COSTO
Marca visual	\$2'582.000

Fuente: Elaboración propia

- Presupuesto Página Web:

Tabla 11. Presupuesto página web

CONTENIDO GLORIA VIVEROS	COSTO
Compra de Dominio Gloria Viveros	180 dólares (558.000 pesos)
Presupuesto Campañas	750.000
TOTAL	1'308.000

Fuente: Elaboración propia

- Presupuesto total:

Tabla 12. Presupuesto total

DETALLE	COSTO
Presupuesto Talento Humano	\$375.000
Presupuesto material POP	\$2'582.000
Presupuesto Página Web	1'308.000
TOTAL	4'265.000

Fuente: Elaboración propia

4.8. IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES DESCRITAS EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN EN CONEXO DIGITAL DURANTE LOS MESES NOVIEMBRE DE 2018 A MARZO DE 2019

4.8.1. Actividad N°1: Contextualización interna

La contextualización interna representa una de las actividades claves en el desarrollo y ejecución del plan estratégico de comunicación. Como se dio a conocer en el capítulo 4.1.1 “Análisis de la situación interna” sin las herramientas aplicadas no se hubiera logrado una interpretación acertada de la comunicación ejercida internamente dentro de la organización.

Dentro del análisis e interpretación de variables se obtuvo resultados como la carencia de firmes lineamientos estratégicos, insuficiencia en la comunicación de los lineamientos con clientes, carencia de una estructura comercial, formalización de documentación, manual de imagen corporativa y una considerable necesidad de creación de nuevos espacios comunicativos para el portafolio empresarial.

4.8.2. Actividad N°2: Participación en artículo de revista

Con el objetivo en mente de fortalecer el posicionamiento empresarial de Conexo Digital, se hace uso de las relaciones públicas, con el propósito de obtener un contacto que contribuyera en el desarrollo de una entrevista personal con el Gerente General de la empresa. En este sentido, la entrevista sería utilizado como recurso para la publicación de un artículo de revista, con impacto en estudiantes; empleados vinculados en pequeñas, medianas o grandes empresas de la ciudad de Popayán; y personas sin ningún tipo de contrato laboral que estuvieran interesados en temas de marketing digital y emprendimiento.

Dadas las condiciones y requerimientos, del 6 al 9 de noviembre del 2019 se contactó a la señora Aura quien con sus habilidades comunicativas pudo plasmar en el artículo: “Una empresa que con solo cinco empleados está en varios países” revista Visión Comfacauca. -Anexo 2-, gran parte el proceso que ha llevado a cabo la empresa Conexo Digital en la ciudad y en el sector de marketing Digital a nivel de Latinoamérica.

Con el artículo se logró posicionar la marca Conexo Digital e indirectamente crear confianza en la empresa, sus capacitaciones presenciales y virtuales a través de contenido informativo como: origen de Conexo Digital, productos ofrecidos, necesidad que suple la empresa en el contexto nacional como internacional y contenido informativo relacionado con la experiencia y conocimientos que poseen los guías de los cursos.

4.8.3. Actividad N°3: Contextualización externa

La empresa Conexo Digital durante sus años de funcionamiento en la ciudad de Popayán captaba información externa de sus procesos y cursos mediante la comunicación directa con algunos de sus estudiantes en espacios en gran medida informales, por tal motivo dentro en desarrollo de las actividades para el cumplimiento del plan estratégico de la empresa, fue

fundamental el diseño e implementación de una encuesta dirigida a los clientes que tuviera como fin escuchar al cliente; conocer la perspectiva personal que posee de la empresa; su opinión o experiencia creada durante el curso o posterior a este; y las recomendaciones que podría generar.

Los resultados obtenidos en esta actividad y evidenciados en el capítulo 4.1.2 “Análisis de la situación externa” contribuyeron significativamente en la creación de una mejor estructura de comunicación que respondiera a las insatisfacciones del cliente y que contribuyera en el posicionamiento organizacional.

4.8.4. Actividad N°4: Análisis del speech

Conexo Digital es una organización que da uso de sus plataformas digitales para promocionar sus productos y para captar clientes potenciales a través de la Fan Page, correo, sitios web y otros.

Gracias a la recolección de información realizada por estos medios, el asesor comercial se contacta con el cliente con el fin de dar a conocer sus servicios y resolver cualquier inquietud. Sin embargo, como se pudo evidenciar en la encuesta externa, generada en actividades anteriores, la comunicación que estaba realizando el asesor comercial no estaba siendo totalmente adecuada, ya que, a pesar de resolver las inquietudes del cliente, no se estaba dando a conocer de forma amplia la gran experiencia y trayectoria tanto de la organización como de los guías.

Por tal motivo, en el desarrollo del plan estratégico de comunicación en Conexo Digital fue esencial el análisis y modificación del contenido del discurso de comercialización de la empresa, junto con la asesora comercial, Claudia Porras.

Dentro del análisis realizado se puede evidenciar en el Anexo 4 y 5 que los anteriores asesores habían estructurado su speech mediante la estandarización de elementos como presentación del asesor y presentación de la empresa. Estos elementos no contenían el orden adecuado, ni tampoco referían a la empresa de tal forma que se pudiera crear mayor confianza en el cliente.

Adicional a esto, en el mismo anexo se puede evidenciar que elementos del discurso como: “habilidades que el cliente logrará con el curso” y “el precio” cambia de acuerdo al producto que el asesor presente, sin embargo, no se presenta ninguna modificación al respecto.

4.8.5. Actividad N°5: Modificación del speech

Teniendo en cuenta el análisis evidenciado en la actividad anterior, se procede a realizar ciertos cambios dentro del speech, de forma tal, que el cliente pueda conocer ampliamente algunos elementos importantes de la empresa, como por ejemplo: misión, visión, trayectoria de la organización dentro del sector, los conocimientos y experiencias que poseen los consultores guías de los cursos y una invitación a revisar de forma más detallada los testimonios brindados por clientes en cursos anteriores y presentados en medios como Facebook, Instagram o YouTube.

Dentro del discurso se pudo lograr la incorporación del siguiente contenido:

- Asesor: Buenas tardes soy asesora de la empresa Conexo Digital, mi nombre es Andrea Guerrero, y el día de hoy me comunico con usted con el fin de ampliar la información solicitada a través de nuestros formularios en ...
- Asesor: Somos una empresa payanesa con cuatro años de funcionamiento en la ciudad Popayán, que orienta capacitaciones de marketing digital a través de los cursos

presenciales en nuestras instalaciones, eventos en alianza con la cámara de comercio del Cauca o Capacitaciones Empresariales, en organizaciones como Banco Mundo Mujer, Unicomfacauca u otras.

- Asesor: Gracias a la experiencia de los consultores que suman más de 15 años en el mundo del marketing digital, se ha logrado capacitar a más de 1500 empresas y profesionales tanto en la ciudad de Popayán, como grandes ciudades de Colombia como Cali, Bogotá y Cartagena.
- Asesor: Además recuerde que estará acompañado por personal altamente calificado, profesional, motivado y comprometido a que puedas generar mayores beneficios empresariales, económicos, social y personal.
- Asesor: Por último, si estás interesado en conocer mayor información de nuestra empresa, cursos y testimonios, te invito a que navegues por nuestros sitios web o nuestras redes sociales, allí encontrarás contenido valioso como Videos, Fotos, Publicaciones y recomendaciones de nuestros clientes que te ayuda a tener un criterio de nuestra metodología, instalaciones y calidad en el servicio.

El resultado final de las modificaciones se puede observar en los anexos 6 y 7.

4.8.6. Actividad N°6: Reunión delimitación de detalles

Con el objetivo de dar cumplimiento a la estrategia de delimitación del producto Gloria Viveros, se agendó un espacio en el periodo comprendido desde el 3 de diciembre a 6 de diciembre del 2018 con el objetivo de llevar a cabo una reunión con directivos, Gloria Viveros, colaboradores y pasante, donde se determinara el nombre del producto, los canales de comunicación y promoción, algunas nociones del diseño y tipo de contenido,

requerimientos en los formatos y medios de comunicación, forma y estilo de comercialización.

Gracias al desarrollo de la reunión se logró nombrar el producto Gloria Viveros como Membresía Renacer y Crecer, esta denominación sería utilizada en el contenido plasmado en videos, Facebook Live, mailing, dominios de sitios web, speech y PDF comercial, con el fin de posicionar el producto en el público objetivo.

Al mismo tiempo, se fijó la temática en la cual se desenvolverían las clases virtuales y contenido perteneciente al producto Gloria Viveros, entre ellas se encuentra: superación de pérdidas, empoderamiento de familia, recetas para el éxito y aprender a manejar el estrés.

Así mismo, se determinaron los canales en los cuales se ejecutaría la promoción del producto y las denominaciones de usuario para cada uno de ellos; los canales seleccionados en la reunión fueron Facebook; Instagram; WhatsApp; YouTube y el sitio web. En actividades desarrolladas posteriormente se logró crear cuentas con usuarios como: renacerycrecer, @renacerycreceroficial o en YouTube como Gloria Viveros.

Con respecto al diseño de contenido se determinó fundamental seguir desarrollando vídeos inspiradores, motivadores y que generarán valiosas enseñanzas en el público, pero también se dio a conocer en el ejercicio la gran necesidad de crear nuevo contenido en nuevos formatos estilo Podcast, imágenes inspiradoras o “En Vivos”.

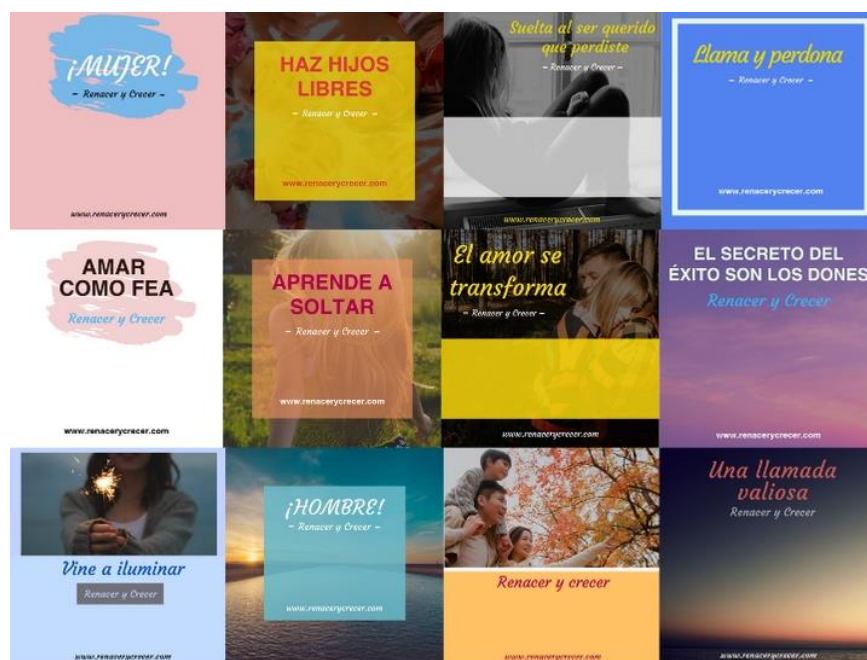
Finalmente, se utilizó la técnica “lluvia de ideas” para precisar los elementos claves dentro de la comercialización del producto, entre estos se encuentra: el diseño de una guía para el asesor; un documento referente para el cliente con contenido como precio, beneficios, temáticas, entre otros.

4.8.7. Actividad N°7: Diseño de contenido

La empresa Conexo Digital en su necesidad de diseñar nuevo contenido que comunicara a clientes y público objetivo cada uno de sus productos y promociones en las diferentes redes sociales, asignó a la Community Manager, el desarrollador de contenido y la pasante como eslabones importantes en la creación de anuncios, podcast, videos entre otros recursos comunicativos.

Dentro de los aportes realizados por la pasante en el área de diseño de contenidos se puede evidenciar miniaturas utilizadas en los módulos, clases de la Membresía Renacer y Crecer o portadas de videos; creación de anuncios para Gloria Viveros; creación de fondos para Podcast y diseño de anuncios para los cursos presenciales en la ciudad de Popayán con temática como Google Ads y marketing Digital y video marketing.

Figura 3. Evidencias elaboración de contenido - Podcast I



Fuente: Elaboración propia

Figura 4. Evidencias elaboración de contenido – Podcast II



Fuente: Elaboración propia

Figura 5. Evidencias elaboración de contenido - Anuncios cursos presenciales marketing digital.



Fuente: Elaboración propia

Figura 6. Evidencias elaboración de contenido -Anuncios cursos presenciales Google Ads



Fuente: Elaboración propia

4.8.8. Actividad N°8: Estructuración del sitio web

Gracias a los lineamientos establecidos en la reunión del 3 de diciembre del 2019 los directivos de la empresa Conexo Digital formalizaron la compra del dominio Renacer y Crecer. Posteriormente, Marcela Cajas Santacruz dio inicio a la estructuración del sitio web a través de la plataforma WordPress y el constructor Divi.

La página principal se dividió en siete módulos los cuales ayudarán respectivamente a: direccionar al cliente a otros espacios de la página; dar a conocer quién es Gloria Viveros; exponer la metodología que utiliza en sus cursos; brindar el contenido de la membresía y los beneficios; dar un contáctame y una invitación para observar más contenido de Gloria Viveros dentro de la página o en otras plataformas.

Es importante resaltar que dentro del primer módulo se buscó dar a conocer al usuario mayor contenido acerca de Gloria Viveros, por lo tanto se crearon opciones en donde el cliente pudiera ser direccionado a un blog, el cual brinda tips y consejos para desarrollar habilidades blandas en diferentes campos; una opción de contáctame la cual fue diseñada con el objetivo de resolver inquietudes, dudas o exponer propuestas de eventos, charlas u otros;

la tercera opción es un direccionamiento que busca dar una idea de las temáticas que maneja Gloria Viveros en su membresía, por último la cuarta opción denominada cursos premios informa al usuario del sitio web acerca de la Membresía Renacer y Crecer.

A continuación se muestran las evidencias del sitio web con dominio:

www.renacerycrecer.com

Figura 7. Evidencias estructuración página Renacer y Crecer - I

The screenshot displays the website's navigation menu at the top: Inicio, Blog, Contáctame, Clases Gratis, and Curso PREMIUM. The main header features a large image of Gloria Viveros, a woman with long dark hair wearing a white blazer, sitting and smiling. To her left, the text reads: "Gloria Viveros", "Coach & Trainer", and "Una coach de grandes dimensiones que te *llegará al corazón*".

Below the header, there are two columns of content. The left column is titled "¿Quién es Gloria Viveros?" and includes a bio: "Soy Innovadora Social, Coach Consultora, Conferencista y Formadora en la Gestión y Dirección del Talento Humano con más de 12 años de trayectoria." It lists her roles: "Comunicadora Social y Periodista" and "Especialista en Publicidad y Marketing". It also mentions her degrees: "Realicé dos maestrías (Dirección y Gestión de Recursos Humanos | Coaching en Inteligencia Emocional y Neurolingüística)".

The right column is titled "¡Descubre como puedes crecer conmigo!" and features a video thumbnail. The video title is "AMOR propio es la primera tarea" and the thumbnail text says "AMOR PROPIO ES LA PRIMERA TAREA".

Below these columns is a blue banner with the text "Bienvenido a la Academia del Bienestar". Underneath the banner, a paragraph describes the methodology: "Mi metodología es el Aprendizaje Experiencial, donde se crean vivencias y dinámicas que superan la teoría y despiertan la conciencia. Tengo preparado para ti una membresía, donde podrás obtener habilidades para que mejores resultados en todos los ámbitos de tu vida, tanto laborales como personales."

At the bottom, there is a call to action: "Haz clic y adquiere las Clases de Regalo que tenemos para ti" with a button labeled "Acceder a Clases Gratis". To the right of this are two promotional cards for free classes. The first card is titled "RECETAS PARA EL ÉXITO" and "Descubre tu Mejor Versión". The second card is titled "NEUROLIDERAZGO". Both cards feature the text "CLASE GRATIS" and an image of Gloria Viveros.

Fuente: Sitio web Renacer y Crecer

Figura 8. Evidencias estructuración página Renacer y Crecer - II

¿Qué aprenderás con la Academia?



Módulo 1 : Cómo superar pérdidas

Unidades:

- Aprender a soltar y aceptar el fracaso
- Cómo superar la pérdida de una relación
- Cómo superar la pérdida de un trabajo
- Cómo superar la pérdida de un ser querido

Ejercicios Vivenciales:

- Carta al fracaso
- Fotografía de pareja, mapa de sueños
- Meditación de duelo



Módulo 2 : Manejo de Estrés

Unidades:

- Identificación de los síntomas de estrés Médico Coach
- Cómo manejar el estrés
- La Inteligencia Emocional: El Camino a la Liberación
- MindFulness Mediación Guiada

Ejercicios Vivenciales:

- Test de Estrés
- Tips
- Ejercicios MindFulness



Módulo 3 : Recetas para el Éxito

Unidades:

- Qué es el Éxito
- El Éxito en el Amor, Familia, Amigos, Pareja
- El Éxito en el Trabajo
- Éxito en la Salud

Ejercicios Vivenciales:

- Creando tu propio concepto



Módulo 4: Empodera a tu Familia

Unidades:

- El Impacto de quien eliges para construir un hogar.
- Decidir Tener hijos.
- Fecundando Hijos para el Éxito.
- Aprende a hablar en Familia.
- Cómo Criar a tus Hijos en sus diferentes etapas.

Ejercicios Vivenciales:

- Paralelo de Valores
- Guía de Feedback
- Duplas Psicológicas (Infancia)
- Adolescencia y Adultez

¿Qué obtendrás?

¡Un sólo y ÚNICO pago **PARA TODA LA VIDA!**

- Accede de manera **inmediata y de por vida** para aprender sobre cómo Superar Pérdidas, Manejo del Estrés, Empoderar a tu familia, Recetas para el Éxito, Neuroliderazgo, Comunicación Emocionalmente Asertiva.
- Acceso **PARA TODA LA VIDA** a las nuevas clases que publicaremos a futuro. Actualizaciones permanentes.
- Acceso **PARA TODA LA VIDA** al sistema de preguntas y respuestas tipo foro.
- **Certificado digital personalizado** de acceso al contenido, rendimiento imprimible y descargable en formato pdf.
- **GARANTÍA.** Devolvemos tu dinero si pasados 7 días el producto no cumple o supera tus expectativas.
- **SEGURIDAD.** Por tu seguridad y la nuestra el pago lo vas a hacer en la plataforma de Hotmart.

Valoración Total **\$1.138.00 USD**

TU OFERTA HOY: **69.00 USD**

Asesor por Whatsapp

¡Comprar Ahora!

Si accedes hoy mismo te regalare

Fuente: Elaboración propia

Figura 9. Evidencias estructuración página Renacer y Crecer - III

¿Quieres más información?



Conoce nuestros cursos online o contáctame para un taller o conferencia llenando el formulario

Nombre completo*

Correo electrónico*

Celular*

Mensaje

[QUIERO MÁS INFORMACIÓN](#)

📌 [SUSCRÍBETE](#) a mi canal para ver más contenido como este 📌

¿Cómo superar un desamor? ;Nadie te rompe el corazón!

¿Cómo educar a tus hijos? ;Consejos para la vida!



RECUERDA: "El que domina a otros es fuerte; el que se domina a sí mismo es poderoso" Lao Tsé

📌 Conoce como puedes **POTENCIALIZAR** tu ser a través de mis cursos



Ambiente laboral saludable- Team Building
 EL IMPACTO DEL TEAM BUILDING "Tendencias para construir un ambiente laboral saludable :)"
 El mundo empresarial se ha transformado, los trabajadores buscan una empresa que además



HABILIDADES BLANDAS QUE ENDURECEN EL ÉXITO - Gloria Viveros
 HABILIDADES BLANDAS QUE ENDURECEN EL ÉXITO Recuerdo hace muchos años cuando mis padres recibieron mi título profesional. Eso



Invierte en un coaching de vida y potencializa tú talento en el mundo
 INVIERTE EN UN COACHING Y POTENCIALIZA TU TALENTO EN EL MUNDO ;La gente percibe en ti una persona inteligente llena de conceptos,

Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Evidencias página Renacer y Crecer - IV



Ambiente laboral saludable- Team Building

por AndreaConexo | Ene 2, 2019 | ARTÍCULOS PRIMER PARTE

Escoge la clase que más te guste

<p>CÓMO SUPERAR PÉRDIDAS CLASE GRATIS</p> <p>Acceder a esta clase</p>	<p>RECETAS PARA EL ÉXITO CLASE GRATIS</p> <p>Acceder a esta clase</p>
<p>CÓMO MANEJAR EL ESTRÉS CLASE GRATIS</p> <p>Acceder a esta clase</p>	<p>CÓMO EMPODERAR A TU FAMILIA CLASE GRATIS</p> <p>Acceder a esta clase</p>

Bienvenido a un espacio diseñado para **sanar tus heridas, vivir sin estrés** y aprender a **educar a tus hijos** a través de **6 cursos** que transformaran tu vida.

Aprenderás a través de **Meditaciones, 20 Audios de acompañamiento, Ejercicios Vivenciales** y **30 Clases prácticas** que te permitirán vivir en abundancia.



¡ SOLAMENTE TENDREMOS 30 CUPOS DISPONIBLES para la Beca del 50% OFF !

Precio Normal \$69 USD

PRECIO CON BECA 50% DCTO : \$34 USD

Fuente: Elaboración propia

4.8.9. Actividad N°9: Creación de manual de imagen corporativa

Los directivos de la empresa a pesar de tener muchos años de experiencia en el campo digital, han dejado de lado algunos elementos del marketing tradicional de suma importancia que ayudan a estandarizar los procesos de comercialización y de comunicación de forma interna o externa.

Por ejemplo, el manual de imagen corporativa es una herramienta tradicional que describe pautas o normas para el correcto uso de la marca en medios físicos, impresos o digitales. El objetivo principal es generar versatilidad, reproducibilidad y sobre todo estandarización de la marca, para que así los encargados de la comunicación organizacional o mercadeo garanticen una unidad de criterio en la comunicación y difusión pública de la marca.

Teniendo en cuenta lo anterior y la gran necesidad de crear un posicionamiento firme de la marca en el contexto Payanés, los directivos aprueban el desarrollo de un manual de imagen corporativa que brinde lineamientos sencillos y prácticos para los actuales, y futuros colaboradores de la organización.

Por tal motivo, del 10 diciembre al 21 de diciembre del 2018 la practicante profesional diseña a través de la plataforma Canva un manual de imagen corporativa con elementos como: estructura de logotipo, tipografía, color, usabilidad y aplicaciones. El resultado obtenido en esta actividad es mostrado en el Anexo 8.

4.8.10. Actividad N°10: Estructuración del Facebook Renacer y Crecer

El equipo de trabajo asignó a la pasante profesional como colaborador importante en la creación de la Fan Page de la Coach Gloria Viveros. Esta página fue creada en la red social con usuario renacerycreceroficial, además se asignó como categoría la de: “Orador

especialista en motivación” el cual sin duda serviría de referente para nuestro público, también se activó el chat box de Messenger y el de Instagram para así tener una conexión de las cuentas y un mayor direccionamiento con los clientes.

Con la creación de la página el día 17 de diciembre del 2018 se dio el lanzamiento a la Fan Page de Gloria Viveros, este lanzamiento se realizó por tres días continuos con 8 contenidos virales, elaborado con anterioridad por el director Creativo Yeisson Cajas.

Después de un proceso de creación de contenido desde el 10 de noviembre del 2018, se reanudaron las publicaciones el mes siguiente y desde entonces el equipo diseñó un cronograma con el objetivo de publicar por lo menos cada 15 nuevo contenido que permitiría crear mayor comunicación y lazos con los clientes.

Gracias a las actividades implementadas en el transcurso de la pasantía, la Fan page Renacer y crecer paso de tener de cero seguidores a seguidores 6.200 seguidores en marzo 29 del 2019 -Ilustración 9-. A continuación, se muestran las imágenes de la estructura final de la Fan Page: “Renacer y crecer”

Figura 11. Evidencia Seguidores Fan Page Renacer y crecer



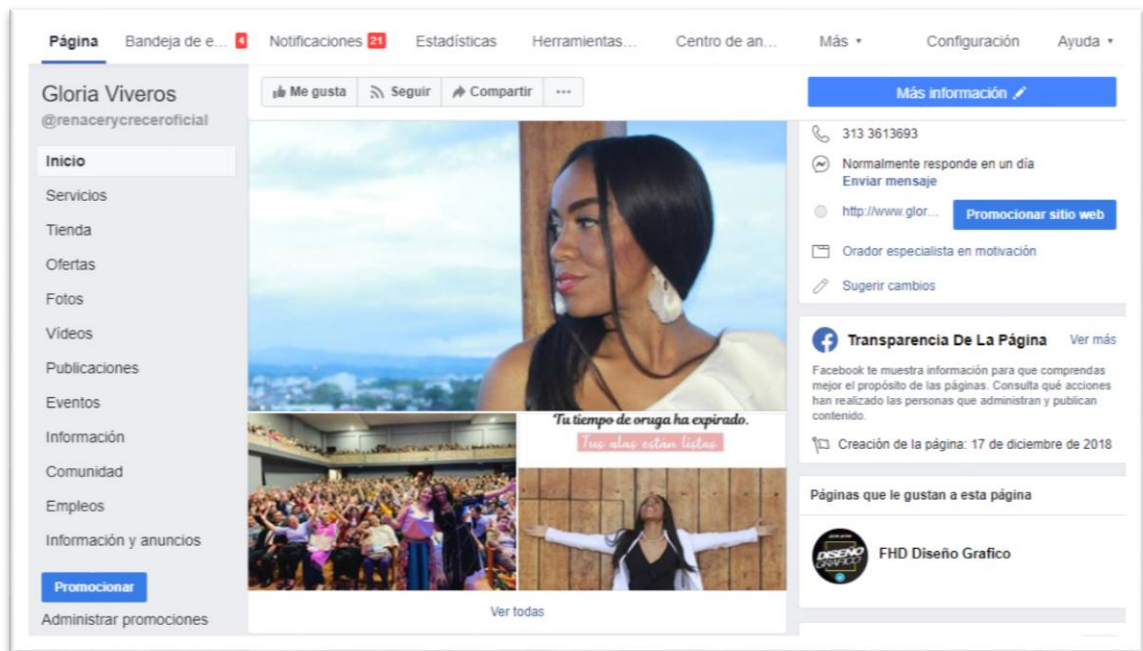
Fuente: Fan Page- Renacer y crecer

Figura 12.. Evidencia estructuración Fan Page Renacer y crecer-I



Fuente: Fan Page- Renacer y crecer

Figura 13. Evidencia estructuración Fan Page Renacer y crecer –II



Fuente: Fan Page- Renacer y crecer

4.8.11. Actividad N°11: Estructuración del Instagram Renacer y Crecer

Durante el proceso de estructuración de Instagram la pasante con auditoria de la Community Manager creó la página con el usuario Renacer y crecer, dentro de los detalles del perfil se especificó a Gloria Viveros como Orador especialista en motivación y además se adicione una pequeña descripción en el perfil, acompañada de la dirección del sitio web.

El contenido publicado el 19 de diciembre del 2018, fue similar con el Facebook, después de esta publicación se dejó de postear durante tres meses y esto se dio principalmente porque el contenido creado desde el 10 de diciembre iba dirigido principalmente a la red Facebook. Sin embargo, el 19 de marzo del 2019, la organización decide publicar automáticamente en Facebook e Instagram a través de la plataforma Postcron.

Con la realización de esta actividad se logró 2.182 seguidores tal y como se evidencia en la siguiente ilustración.

4.8.12. Actividad N°12: Estructuración del YouTube y mail Gloria Viveros

La estructuración del mail y YouTube se realizó el 17 de diciembre de 2018 con el seguimiento y apoyo de Marcela Cajas Santacruz, dentro de la actividad se creó simultáneamente el acceso a Gmail y YouTube, nombrado Gloria viveros y se vinculó la página con las otras plataformas. y El 19 de diciembre se dio lanzamiento a las publicaciones en la cuenta de YouTube con los mismos 8 contenidos de Facebook.

El logro obtenido en esta actividad, durante el periodo de la práctica profesional se puede evidenciar en la ilustración 13, donde se demuestra que en el canal de YouTube se logró desde la creación de la página hasta el 29 de marzo del 2019, 2.108 seguidores con tan solo 10 publicaciones.

Figura 14. Evidencia estructuración Instagram Renacer y crecer



Fuente: Instagram Renacer y crecer

Figura 15 Evidencia estructuración YouTube



Fuente: YouTube Renacer y crecer

4.8.13. Actividad N°13: Reunión con directivos

Los días laborales dentro del periodo comprendido entre el 31 de diciembre del 2018 y el 11 enero del 2019 se llevaron a cabo reuniones con los directivos, con el fin de dar a conocer a la pasante los lineamientos estratégicos de la organización e informar a los directivos los resultados obtenidos en la encuesta externa.

En la reunión se dio a conocer que gracias al análisis de la encuesta externa se logró observar que la muestra en su mayoría no conocía ni la misión, ni la visión de la empresa, de igual forma, se dio a conocer la desconfianza que tenían los clientes a la hora de efectuar la transacción del dinero. En base a lo anterior, la pasante presentó la importancia de adicionar algunos elementos de misión o visión en el speech comercial junto con la combinación de las estrategias tradicionales con las digitales para dar a conocer al público objetivo los lineamientos y así lograr crear confianza en el cliente. Tenido en cuenta lo anterior, el grupo

de reunión decidió aceptar un nuevo cambio de lineamientos y una mayor publicación de estos en las plataformas digitales de la empresa.

4.8.14. Actividad N°14: Evaluación y análisis de los lineamientos estratégicos

Con el objetivo de presentar una nueva propuesta de lineamientos estratégicos a los directivos de la empresa Conexo Digital, la pasante alinea los conocimientos suministrados en la empresa y los conocimientos y habilidades adquiridos en la formación académica para verificar, evaluar y analizar los lineamientos estratégicos de la organización.

Por ende, el primer elemento que se obtiene es la misión, la cual es definida organizacional como: “Brindamos educación especializada en marketing digital, mediante capacitaciones presenciales y virtuales, enfocadas en la consecución de objetivos de las empresas y profesionales en el corto, mediano y largo plazo” con ello se logra evidenciar que la misión carece de factores esenciales como quienes son los clientes, tecnología, tipo de rentabilidad y otros como se muestra en la Tabla 13.

Tabla 13. Matriz de evaluación de la misión

MATRIZ DE LA EVALUACIÓN DE LA MISIÓN									
CARACTERÍSTICAS	¿Quiénes son nuestros clientes?	¿En qué mercados compite la empresa?	¿Cuál es la tecnología básica de la empresa?	¿Cuáles son los objetivos de la rentabilidad?	¿Cuál es la filosofía de la empresa?	¿Cuál es el concepto de sí misma?	¿Cuáles son los productos y/o servicios?	¿Cuál es la imagen pública de la empresa?	¿A qué actividad se dedica la empresa?
MISIÓN		✔					✔		✔

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, en el análisis de la visión organizacional: “Seremos una de las diez plataformas de educación online más posicionada en el mundo, de tal forma que nuestros clientes y estudiantes nos perciban como el espacio donde pueden desarrollar nuevas habilidades a través de la práctica” la pasante identifica que la escasez de componentes como: horizonte de tiempo, motivación, medios o tecnología requeridos en el alcance de la visión.

4.8.15. Actividad N°15: Modificación de los lineamientos estratégicos

Con la ejecución de la etapa anterior la pasante procede a modificar los lineamientos estratégicos de la siguiente forma:

- **Misión:** Somos expertos en marketing digital y nos apasionada transmitir nuestros conocimientos en herramientas y estrategias digitales, con el fin de que emprendedores y profesionales aprendan a ganarse el corazón de sus clientes, para así lograr un mayor interés e intención de compra de sus productos o servicios.
- **Visión:** Deseamos convertirnos antes de finalizar el 2020 en la primer. elección de emprendedores y profesionales del suroccidente colombiano que se encuentran en busca de educación especializada en marketing digital

Dadas estas definiciones la práctica profesional da conocer su propuesta al asesor académico, el cual realiza unas pequeñas variaciones en la misión y visión con el propósito de formar unos lineamientos claros, inspiradores y retadores para la organización y para su talento humano. Por tal motivo, los lineamientos finales se definen de la siguiente forma:

- **Misión:** Somos expertos en marketing digital y nos apasionada transmitir nuestros conocimientos en herramientas y estrategias digitales, con el fin de que

emprendedores y profesionales aprendan a ganarse el corazón de sus clientes, para así lograr un mayor interés e intención de compra de sus productos o servicios.

- **Visión:** Para el año 2022, seremos reconocidos por nuestros clientes en el Sur occidente de Colombia, como una organización enfocada en brindar servicios innovadores y de calidad-

4.8.16. Actividad N°16: Modificación de los lineamientos estratégicos

En base a los permisos asignados por parte de los directivos a la practicante profesional, se verifica las plataformas en las que se encuentra presente la empresa, para posteriormente anexar el direccionamiento estratégico en cada uno de ellos.

Dentro de los resultados obtenidos la pasante identifica las plataformas digitales más utilizadas en la organización: páginas web, Facebook y WhatsApp, e identifica por otra parte plataformas con poco contenido y frecuencia de publicaciones como YouTube y LinkedIn.

Así mismo, logra reconocer que en espacios como Facebook, YouTube, LinkedIn y Sitios Web no se posee misión, visión de la empresa como se muestra en los Anexos 9-13, sin embargo, únicamente en las páginas web se tendrá que realizar la construcción de un espacio que permita añadir el contenido.

4.8.17. Actividad N°17: Creación o modificación de espacios

Con el objetivo de publicar los lineamientos estratégicos al público objetivo, se dispone un periodo de 8 días para modificar las diferentes plataformas digitales de la empresa. En este sentido, el diseñador gráfico con amplia experiencia en la construcción de páginas web y la pasante con habilidades en manejo de redes sociales estructuran los lineamientos estratégicos en cada uno de los medios, lo que conlleva a obtener los siguientes resultados.

Figura 16. Evidencias estructuración lineamientos estratégicos - Sitio web cursos presenciales




Fuente: Sitio web Conexo Digital

Figura 17. Evidencias estructuración lineamientos estratégicos – YouTube Conexo Digital




Fuente: Canal YouTube Conexo Digital

Figura 18. Evidencias estructuración lineamientos estratégicos – Fan Page Conexo Digital



Nuestra Historia

 CONEXO DIGITAL · LUNES, 15 DE JULIO DE 2019

Queremos que más emprendedores, profesionales y negocios puedan hacer de Internet un activo estratégico para cumplir sus objetivos y sueños.

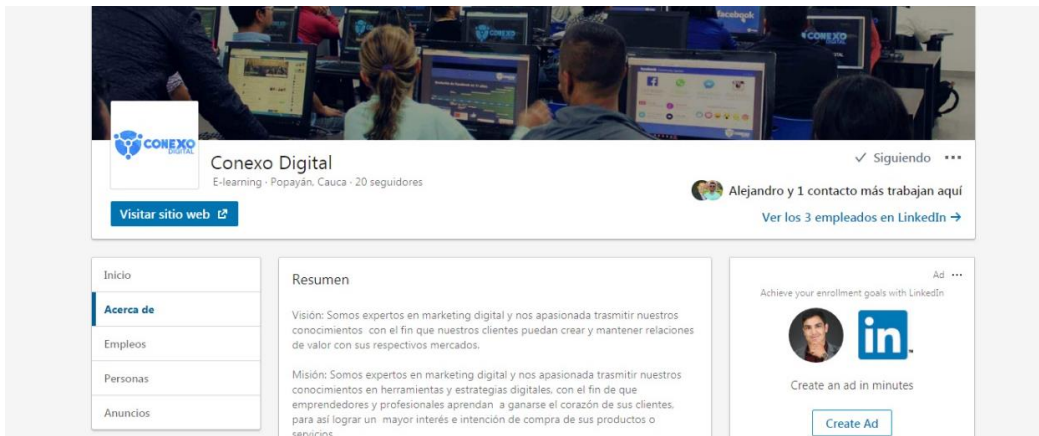
Estamos convencidos que una pequeña empresa o una idea puede ser una gran multinacional en Internet y hemos capacitado a miles de personas bajo una metodología práctica, impactando la vida y los negocios de nuestros estudiantes


www.conexodigital.com

- **Misión:** Somos expertos en marketing digital y nos apasionada transmitir nuestros conocimientos con el fin que nuestros clientes puedan crear y mantener relaciones de valor con sus respectivos mercados.
- **Visión:** Para el año 2022, seremos reconocidos por nuestros clientes en el Sur occidente de Colombia, como una organización enfocada en brindar servicios innovadores y de calidad

Fuente: Canal YouTube Conexo Digital

Figura 19. Evidencias estructuración lineamientos estratégicos - LinkedIn



 **Conexo Digital**
E-learning · Popayán, Cauca · 20 seguidores

✓ Siguiendo

Alejandro y 1 contacto más trabajan aquí
Ver los 3 empleados en LinkedIn →

Visitar sitio web

Inicio

Acerca de

Empleos

Personas

Anuncios

Resumen

Visión: Somos expertos en marketing digital y nos apasionada transmitir nuestros conocimientos con el fin que nuestros clientes puedan crear y mantener relaciones de valor con sus respectivos mercados.

Misión: Somos expertos en marketing digital y nos apasionada transmitir nuestros conocimientos en herramientas y estrategias digitales, con el fin de que emprendedores y profesionales aprendan a ganarse el corazón de sus clientes, para así lograr un mayor interés e intención de compra de sus productos o servicios.

Ad

Achieve your enrollment goals with LinkedIn

Create an ad in minutes

Create Ad

Fuente: LinkedIn Conexo Digital

4.8.18. Actividad N°18: Diseño de membresía

Posteriormente a la modificación de los espacios digitales de la empresa, el 18 de febrero la practicante profesional retoma sus actividades en el producto Gloria Viveros con el propósito de diseñar un documento referente guía para el cliente que brindara contenido como, beneficios, metodología, número de clases, temáticas, precio, testimonios, entre otros.

Para el desarrollo de esta actividad se hizo uso de plataformas gratuitas como Canva, sitio web de herramientas de diseño; Flaticon base de datos para iconos; Google y Drive para compilación de imágenes de Gloria o imágenes sin derechos de autor. Con lo anterior se logró un documento en formato PDF con 26 páginas evidenciado en el Anexo 12 de este documento.

4.8.19. Actividad N°19: Diseño de speech de comercialización

Teniendo en cuenta los lineamientos expuestos en la reunión de equipo llevada a cabo del 3 de diciembre al 6 de diciembre del 2018, la asesora comercial y la practicante procedieron desde el 4 de marzo a elaborar un speech de comercialización para el producto Gloria Viveros, de forma tal, que se le pudiera brindar al cliente elementos importantes, como por ejemplo: presentación, bienvenida, conexión con el cliente, retroalimentación de contenido, presentación del producto y una invitación a conocer más del producto a través del PDF o el link.

Con esta actividad se logró un documento guía para el asesor en formato empresarial y PDF, con un contenido de dos páginas en donde se incluyó:

- Asesor: Hola soy Asesora del Equipo de Renacer y Crecer con Gloria Viveros. Estamos muy felices de que hayas dejado tus datos y estés interesado en darle un giro a tu vida.

Mi nombre es Andrea Guerrero y mi intención con esta llamada, es brindar toda la información necesaria para que des inicio junto con Gloria Viveros un camino que trasformara tu ser, tu familia y toda tu vida. Recuerda que Gloria quiso reunir todo su conocimiento y amor al servicio en esta membresía, para que personas como tú puedan desarrollar todo su potencial.

- Asesor: Recuerda que con la Membresía Premium Renacer y Crecer con Gloria Viveros puedes profundizar en otros temas como (dependiendo de la navegación describir los módulos que el cliente necesita). Con esta membresía tendrás acceso el día de hoy a 32 clases, nuevos contenido y actualizaciones de por Vida.
- Asesor: Con esta membresía aprenderás a sanar el dolor de perder a un ser querido, un empleo, o de terminar una relación; conocerás métodos para manejar el estrés; empezarás a identificar cuál es tu propio éxito y qué hacer para llegar a él; lo más bonito de todo esto, es que tu familia también puede vivir este proceso de crecimiento en un módulo especial para ellos, podrás aprender como criar a tus hijos para que sean exitosos y felices. Si sientes que alguna de estas temáticas te puede ayudar, este lugar es ideal para ti.
- Asesor: Te voy a compartir el documento donde encontrarás toda la información detallada de esta membresía. Si tienes alguna duda, no olvides que aquí estoy para ayudarte y apoyarte en lo que necesites. PDF

El resultado final se puede observar en el Anexo 15 de este documento.

4.8.20. Actividad N°20: Diseño de marca visual en el establecimiento

Teniendo en cuenta la gran necesidad de posicionar la organización y de dar a conocer la ubicación como una empresa, la pasante realiza diversas propuestas de diseño de marca visual junto con el apoyo del diseñador gráfico José Luis Doro. En la presentación de propuesta se tuvo en cuenta la opinión de todo el personal de Grupo Happy; Huteck y Conexo Digital, empresas que en la actualidad desarrollan sus actividades en las instalaciones, y asimismo se presentó al administrador de la Propiedad, el señor Luis Eduardo Ayerve González.

La ilustración 18, hace referencia a la primera propuesta realizada a las empresas. Como se evidencia, el tipo de valla, rótulo o letrero de la empresa sería diseñada para ubicarse en la parte superior de las instalaciones (techo) para tener una mejor visualización por parte del público. El diseño del letrero fue aprobado por las empresas, pero no pudo ser aprobado por el administrador, debido a que podría generar inconvenientes o deterioro innecesario del inmueble.

Por ende, se creó un segundo diseño visual, como se muestra en la Ilustración 19. Este diseño se estaría unido con la pared del frente de la empresa, sin embargo, no fue aprobada por la mayoría del personal, principalmente, el problema procedía en la poca visualización que podría llegar a tener cuando los carros estuvieran estacionados.

Figura 20. Propuesta I - Letrero



Fuente: Elaboración Diseñador gráfico

Figura 21. Propuesta II - Letrero



Fuente: Elaboración Diseñador gráfico

Por lo anterior, se diseñó una última propuesta, evidenciada en la Ilustración 20, aquí se muestra el letrero ubicado de lado en el antejardín de la empresa, esto permitiría una mejor visualización del público que va en sentido oriente occidente o viceversa, ya que el rotulo contaría con dos caras. El diseño y la ubicación del letrero fue aprobada por la mayoría de los participantes y por el administrador de la propiedad, continuo a esto, fue necesario cotizar los materiales más adaptables y de calidad para el letrero.

Figura 22. Propuesta III - Letrero



Fuente: Elaboración Diseñador gráfico

El 26 de marzo del 2019 junto con el diseñador gráfico, se expuso los materiales con los que se podía elaborar el diseño. Finalmente se decidió mandar a elaborar el letrero con las siguientes especificaciones:

- Estructura metálica de 3,80 metros de altura*1,30 metros de ancho.
- Área publicitaria en tres secciones de 120*60 cada una, con logos de Conexo Digital, Colectivo Happy, Hutek.
- Elaborado en poliestireno, base de fondo y logo en letras individuales en acrilico con iluminación LED.
- Texto y colores según diseño.

Se estipula que el producto tendrá un precio de 2'582.300 y estará listo para el 30 de abril del 2019.

Durante el diseño del plan de acción, solo se tuvieron en cuenta 20 actividades que contribuirían en la ejecución en del plan estratégico de comunicación en Conexo Digital, sin embargo, en el proceso de pasantía surgieron en el Cluster CreaTIC de Popayán convocatorias que sin duda apoyarían en la mejora de comunicación por redes sociales o de forma telefónica y de los cuales la empresa se hizo partícipe. A continuación, se presenta las actividades y sus respectivas evidencias.

4.8.21. Actividad N°21: Participación en convocatoria de licencias de Software

El centro de desarrollo tecnológico Cluster CreaTIC, en el marco de la ejecución del proyecto “Fortalecimiento de las capacidades de las EBT TIC del departamento del Cauca para competir en un mercado global” convoca el 21 de febrero empresas y emprendimientos interesados en acceder a herramientas como licencias Software y servicios en la nube para el desarrollo o mejora de sus productos. -Ver Anexo 16-

Por tal motivo, Conexo Digital asigna a la pasante Julieth Andrea Guerrero para realiza los documentos requeridos en la presentación y participación de la convocatoria. Dentro de los documentos desarrollados se encuentra una solicitud de apoyo para adquisición de licencia software y/o servicio en la nube -Ver Anexo 17- y un documento de presentación de propuesta el cual contenía elementos de información de la empresa, información de contacto e información del producto -Ver Anexo 18-

Gracias al oportuno diligenciamiento de los documentos requeridos la empresa Conexo Digital obtuvo la licencia de Software de Active Campaign por un año, con valor de \$468 dólares y la licencia Zapier por 7 meses con un valor de \$175 dólares. La licencia Active Campaign sería utilizada para el seguimiento de clientes y el desarrollo de correos

electrónicos automatizados, mientras que la licencia Zapier sería utilizada para la integración de los medios de comunicación de la empresa (Facebook, Google, sitios web y mail).

En el Anexo 19 se podrá observar los resultados de la convocatoria, publicados por el Cluster CreaTIC.

4.8.22. Actividad N°22: Participación en convocatoria de inglés

Con recursos del Fondo de Ciencia, Tecnología e Innovación del Sistema General de Regalías FCTeI-SGR, el 11 de marzo del 2019 el Departamento del Cauca y el Centro de Desarrollo Tecnológico Cluster CreaTIC crean una convocatoria dirigida a emprendedores, empresarios y demás actores del ecosistema TIC del departamento, para el fortalecimiento de las competencias en la comunicación comercial y técnicas con énfasis en inglés. Ver Anexo 20.

Las entidades promueven 120 apoyos financieros condonables para que los beneficiados cursar un programa de inglés, por tal motivo los directivos de la empresa asignan a la pasante con el objetivo de diligenciar los documentos requeridos para la participación de 3 actores de la empresa en esta convocatoria.

Para ello fue indispensable solicitar un comprobante de vinculación y el paz y salvo con la entidad Cluster CreaTIC, también se diligencio los acuerdos de compromiso y el oficio de postulación para cada uno de los colaboradores -Ver Anexo 21 y 22- Los resultados de la convocatoria se podrá observar en el Anexo 23.

4.9. CONTROL Y EVALUACIÓN DE ACTIVIDADES DESCRITAS EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN

El primero de abril del año lectivo, los miembros de la empresa Conexo Digital se reunieron en las instalaciones con el fin de realizar el control y evaluación de las actividades implementadas desde el 5 de noviembre del 2018 hasta el 29 marzo del 2019.

Al realizar el control de las actividades se logró evidenciar que la mayoría de las acciones se habían cumplido a cabalidad como se estipulo en el plan de acción, excepto, la actividad 20 la cual consistía en realizar el diseño de marca visual en las instalaciones, está no se pudo culminar debido a que no se encontraba entre las actividades con prioridad y al implementarse en las últimas actividades no se tuvo en cuenta que el diseño podría tardar 25 días hábiles.

Por otra parte, el equipo de trabajo pudo evaluar en la siguiente tabla el impacto de cada una de las actividades, determinó si las acciones habían sido asertivas y las posibles mejoras o recomendaciones.

Tabla 14. Evaluación plan de acción

ACTIVIDADES	IMPACTO	¿ACCIONES ASERTIVAS?	CORRECCIONES O MEJORAS
Participación en artículo de revista.	150	Si	Es necesario participar por lo menos cada tres meses en eventos, artículo de revista o entrevista radial.
Diseño de marca visual en el establecimiento.	0	Si	Es necesario priorizar las actividades de marketing tradicional, ya que en ocasiones para dar cumplimiento se requiere de varios días.
Creación de manual de imagen corporativo.	Equipo de trabajo Público objetivo	Si	El manual de imagen corporativo, es un elemento fundamental para la estandarización de la comunicación,

			por tal motivo es necesario crear un manual de imagen para los productos.
Reunión con los directivos.	Público objetivo	Si	Ninguna
Evaluación y análisis de los lineamientos estratégicos.		Si	Ninguna
Modificación del lineamiento estratégico		Si	Ninguna
Verificación de contenido en espacios digitales		Si	Ninguna
Creación o modificación de espacios en los sitios web.		Si	Ninguna
Analizar el speech de comercialización de los cursos presenciales en Conexo Digital	Equipo de trabajo	Si	Ninguna
Modificación de speech comerciales.	60 personas	Si	Ninguna
Reunión para delimitar detalles del producto.	Equipo de trabajo	Si	Ninguna
		Si	

Estructuración del sitio Web.	Estadística incluida en la actividad "Estructuración de Mail y YouTube"		
Estructuración de Facebook Renacer y Crecer.	10.700 seguidores (84% mujeres y 16% hombres)	Si	Con anterioridad, es necesario estructurar el contenido realizando un cronograma y seleccionando una plataforma para organizarlo, de tal forma, el contenido tendrá mayor alcance y valor.
Estructuración de Instagram Renacer y Crecer.	2.108 seguidores (86% mujeres y 14% hombres)	Si	
Estructuración de Mail y YouTube	7.951 hombres y 7.218 mujeres	Si	
Diseño de contenido.	más de 1'500.000 personas han visualizado el contenido	Si	
Diseño de Membresía Renacer y Crecer (formato PDF).	346 personas	Si	
Diseño de speech de comercialización.	346 personas	Si	Ninguna

Fuente: Elaboración Propia

Finalmente, la practicante profesional elaboró la Tabla 15 como herramienta clave en la evaluación de los objetivos fijados inicialmente en el documento. Dentro de la tabla se determinó el cumplimiento de los objetivos a nivel general y específico, el índice de cumplimiento y una breve explicación de cómo se logró.

Tabla 15. Evaluación plan estratégico de comunicación

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO	¿COMO SE LOGRÓ?
Elaborar un plan estratégico de comunicación, entre noviembre y diciembre del año 2018, para la empresa “Conexo Digital”, que permita el aumento de su posicionamiento organizacional en la ciudad de Popayán.	Conocer cómo la organización maneja las comunicación con el mercado.	100%	Por medio del análisis de la situación interna y el diagnóstico del entorno se logró dar cumplimiento a este objetivo.
	Definir el mercado objetivo para el plan estratégico de comunicación.	100%	Con la contextualización de la pasante, se logró definir el mercado objetivo para el plan estratégico de comunicación
	Definir estrategias encaminadas a fortalecer el vínculo entre la organización y los clientes.	100%	A partir del diseño de objetivos de comunicación se logró determinar estrategias y canales de comunicación que fortalecieran el vínculo cliente-organización
Implementar un plan estratégico de comunicación para el posicionamiento de la empresa Conexo Digital, entre enero y marzo del año 2019.	Implementar como mínimo una actividad que genere el mayor impacto dentro del plan de comunicación.	100%	En base a la definición del plan de acción y el cronograma de actividades se dio cumplimiento al objetivo.

Fuente: Elaboración Propia

5. CONCLUSIONES

- El plan estratégico de comunicación realizado en la empresa Conexo Digital se convirtió en un soporte invaluable para estandarizar y fortalecer los canales de comunicación internos y externos, así mismo, se convirtieron en un eje fundamental para el afianzamiento del vínculo entre el cliente y la organización.
- El diseño de el plan estratégico de comunicación en Conexo Digital permitió analizar la comunicación interna y externa de la empresa; establecer falencias de en la comunicación con el cliente y determinar estrategias fundamentales en la implementación del plan de acción.
- La implementación del plan estratégico de comunicación ayudó a que los directivos de la empresa fueran conscientes de la importancia de alinear las estrategias digitales con estrategias tradicionales y así mismo, fueron conscientes de los beneficios que trae tanto el posicionamiento de marca, posicionamiento de producto y fidelidad del cliente.
- Con la ejecución del plan de acción a nivel organizacional se logró alinear las estrategias tradicionales con las estrategias digitales, obteniendo así un mayor posicionamiento del portafolio de servicios y de la organización.

6. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones a continuación brindadas se basan en el análisis, estudio, desarrollo y aplicación de los diferentes pasos del plan estratégico de comunicación en la empresa Conexo Digital con sede en la ciudad de Popayán.

- Es fundamental que la empresa Conexo Digital realice un protocolo de comunicación interna en donde se estipulen los medios de comunicación y los horarios en los que serán utilizados con fin de optimizar los canales de comunicación y ambiente laboral.
- Estandarizar las respuestas de los clientes a través de la automatización de chat o mediante la creación de un protocolo de respuesta para posibles preguntas de los clientes, con el fin de obtener en las plataformas digitales un índice de respuesta alto y de calidad.
- Es importante implementar espacios de integración interna, en donde se pueda fortalecer la comunicación interna y el cual sirva indirectamente como mecanismo para la exposición y aprendizaje de los lineamientos estratégicos de la empresa.
- Es indispensable que la organización una las estrategias digitales con estrategias tradicionales, dando así cada 2 o 3 meses entrevistas para artículos de revista o espacios radiales.
- También es relevante que la organización lleve a espacios digitales testimonios de empresas de forma individual, que hablen de la experiencia, las instalaciones, atención y satisfacción del producto

7. REFERENCIAS

- Dess G. G. & Lumpkin G. T. (2003). *Dirección estratégica: creando ventajas competitivas*. Madrid: McGraw Hill.
- Fernández Collado, C (1997.) *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas.
- García, B. (2005) *Los altavoces de la actualidad: radiografía de los gabinetes de comunicación*. España: Gesbiblo
- Ibeth, J (2015). *Planteamiento estratégico y productividad en los trabajadores administrativos de la Clínica Municipal de Santa Anita* (Tesis pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Selman, H. (2017). *Marketing Digital*. California: Ibukku. Recuperado de: <http://repository.unilibre.edu.co>
- Rodríguez, D., Miranda, J., Olmos, A., & Ordozgoiti, R. (2012). *Publicidad online: Las claves del éxito en Internet*. España: Esic editorial.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing: William J. Stanton, Michael J. Etzel y Bruce J. Walker (14a. ed.--)*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Tur-Viñes, V. & Monserrat-Gauchi, J. (2014). *El plan estratégico de comunicación, estructura y funciones*. Razón y Palabra. Recuperado de: <http://www.redalyc.org>
- Cornelissen, Christensen y Vijn, 2006). Citado por Navarro. M, Scilia. M. Delgado. E. *Efectos de la comunicación integrada de marketing a través de la consistencia estratégica: una propuesta teórica y metodológica* Recuperado de: <http://www.scielo.org.co>

8. ANEXOS

Anexo 1. Encuesta interna

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA INTERNA
CONEXO DIGITAL

NOMBRE DEL ENCUESTADOR: Julieth Andrea Guerrero Mosquera

Datos del encuestado:

Nombre y apellido: _____

Cargo: _____

Cordial saludo, soy estudiante del programa Administración de empresas de la Universidad del Cauca y actualmente pasante en la empresa Conexo Digital. En el siguiente formato, usted encontrará una serie de preguntas que brindarán al pasante una contextualización amplia de la organización y la cual servirá de soporte para el diseño de un plan estratégico de comunicación en dicha empresa.

Este trabajo tendrá como finalidad la obtención del título de Administradora de empresas, por tal motivo, la información suministrada en esta encuesta debe ser clara y honesta. Recuerde que, los datos recolectados y los resultados obtenidos serán de carácter confidencial y utilizados únicamente con fines académicos.

Agradezco por la colaboración y participación en esta encuesta

Julieth Andrea Guerrero Mosqueragjulieth@unicauca.edu.co

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA INTERNA
CONEXO DIGITAL

1. ¿Reconoce usted los colores corporativos de la empresa Conexo Digital?

a. SI

b. No

2. ¿Cuáles son los colores corporativos de la empresa?

3. ¿Conoce usted la misión de Conexo Digital?

a. SI

b. No

4. ¿Conoce usted la visión de la organización?

a. SI

b. No

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA INTERNA
CONEXO DIGITAL

5. Seleccione con una X, los canales que usted considere que son utilizados en la organización para desarrollar la comunicación interna

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Correo electrónico
- Llamada telefónica

6. ¿Cómo califica la comunicación dentro de la empresa?

- Muy malo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Muy bueno

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA INTERNA
CONEXO DIGITAL

7. ¿Considera usted que los canales y/o medios de comunicación que existe en la empresa favorecen el ambiente laboral de la misma?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Tal vez
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. ¿Qué recomendación daría para mejorar la comunicación interna?

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA INTERNA
CONEXO DIGITAL

9. Señale con una X, ¿Qué canales considera usted que son usados en Conexo Digital para la comunicación externa (comunicación con el cliente)?

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- LinkedIn
- Correo electrónico
- Llamada telefónica
- Sitio Web
- Radio
- Televisión
- Otro, Cual? _____

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA INTERNA
CONEXO DIGITAL

10. ¿Considera los canales de comunicación externa como medios efectivos para el cumplimiento de la visión y objetivos organizacionales ?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Sin opinion
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. ¿Qué recomendaciones daría para mejorar la comunicación con los clientes de la empresa?

Emprendimiento



Una empresa que con solo cinco empleados está en varios países

Popayán sorprendió a Conexo Digital



Visión Comfacauca

Luego de terminar su carrera de Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones en la Universidad del Cauca, en el 2010, Alejandro Sarria se trasladó a Bogotá en donde trabajó varios años en compañías de la talla de Google, en las que adquirió importante conocimiento sobre marketing digital y el diseño de estrategias, campo en el que hizo un máster.

Pero la grave enfermedad de María Helena Villa, su mamá, lo hizo renunciar a sus labores en la capital del país y regresar de inmediato a Popayán. Como la situación de empleo en su ciudad no era fácil y pensaba que no le ofrecerían el salario que requería ni el tipo de empresa a la que aspiraba, decidió crear Conexo Digital SAS, aunque con cierta incredulidad, porque no tenía mucha fe en que Popayán fuera una gran plaza, debido a la falta de industria. Pero, al mismo tiempo veía que no había mucha competencia, aunque es de los que opina que la competencia es buena porque hace que las empresas sean más activas y salgan de su zona de confort, generando apuestas de valor. También observó que localmente los diseñadores y en general las personas que se movían en el campo de la comunicación o la Ingeniería, no tenían conocimientos sólidos sobre marketing digital.

Empezó a diseñar cursos, tanto en Popayán como en otras regiones y su cobertura se amplió a varias ciudades. Popayán lo sorprendió, creía que haría dos cursos por año. Hoy la empresa Conexo Digital está haciendo ocho cursos presenciales anuales, además de los virtuales en Colombia y en otros países y, lo más importante, los alumnos la refieren a otras personas y empresas.

Desde antes de su graduación, empezó a ver la tecnología de otra forma, y le cambió la vida cuando escuchó la palabra business, que es la unión entre la tecnología y los negocios. Se empezó a especializar; hizo un master en dirección de marketing digital, en Business School; trabajó en la consultora Medios Milenium en Bogotá, con los gerentes de tecnología más importantes del país y de América Latina. Se dio cuenta, entonces, del poder de la comunicación, de las palabras, de la percepción. Lleva ocho años metido en el mundo del marketing digital, el que disfruta mucho, placer que les transmite a sus alumnos de Conexo Digital.

Visión Comfacauca. ¿Qué es el marketing digital?

Alejandro Sarria. Es el medio más directo, más efectivo y más económico por el cual se pueden conseguir clientes o hacer que una marca, empresa o institución sea conocida >>

por quien tiene que conocerla. Es el medio de comunicación dirigido, orientado, más económico y efectivo que existe en el mundo y lo interesante es que internet todo lo mide, muchas cosas se han venido manejando a través de la percepción, ahora no, y con digital menos.

V.C. ¿Qué se requiere para el manejo de marketing digital?

A.S. Práctica. Cuando se va a estudiar marketing digital, es difícil encontrar que lo enseñen en las universidades, porque como se trata de nuevos conceptos, conocimiento, tecnologías y nuevas plataformas, los docentes los desconocen por no estar vinculados al mercado laboral que utilice marketing digital y se quedan en la academia, en la teoría. Lo digital es práctica, se necesita aprender a medir, a ejecutar, mostrar resultados, generar ventas, hacer que las marcas crezcan.

Eso fue lo que vimos. En Popayán, nadie estaba hablando de eso, nadie lo había puesto en contexto, ese campo estaba virgen. De ahí nació esa necesidad. Ofrecemos cursos presenciales y virtuales. Con los presenciales estamos en Cartagena, Bogotá, Cali y Popayán; con los virtuales llegamos a México, Perú, Colombia y parte de Estados Unidos.

V.C. ¿Qué estructura requiere una empresa de marketing digital?

A.S. Los negocios digitales tienen una infraestructura pequeña, se puede estar en cualquier parte del mundo y hacer negocios. Eso también lo hemos traído a Popayán, en donde les mostramos a profesionales el camino y les decimos por dónde se toma, cómo funciona y qué es real, porque se escuchan muchas historias, la gente tiene ideas y proyectos, pero a veces ejecutarlos, hacerlos realidad es lo difícil. Conexo Digital, nuestra empresa, de la que soy gerente, tiene cinco empleados.

L.C. ¿Cómo funciona el marketing digital para que dé réditos?

A.S. Tanto el usuario normal que tiene su perfil, como el empresario que tiene su Fanpage, que lo convierte en página y que no debería ser, empiezan a utilizar estos medios y plataformas, pero los resultados a veces son muy pequeños, precisamente porque desconocen cómo funciona realmente el negocio. Uno de los aspectos en los que más hacemos énfasis en nuestros cursos, es aprender a hacer pauta en digital, porque en la pauta está la forma en que se puede segmentar. Por ejemplo, si se trata de un producto para bebés, hay que llegarles a madres en ciertos rangos de edades, que estén ubicadas geográficamente en donde se tiene el negocio.



Alejandro Sarria, Gerente Conexo Digital

LC. *En el caso de la imagen corporativa y el desempeño de las empresas, tanto públicas como privadas, ¿cómo funciona?*

A.S. Ahí hay un terreno más grande por abordar, por cuanto los objetivos y las acciones de las instituciones públicas y privadas los debe conocer la comunidad. Que la gente sepa qué hacen, qué se está controlando, cómo se está ejecutando. Creo que nos estamos quedando cortos en la difusión, porque muchas veces las obras se hacen pero nadie se entera.

Veo, por ejemplo, las páginas de alcaldías y gobernaciones, a las que no se les asignan presupuestos para difusión de los contenidos que la gente necesita conocer o para que lleguen a muchas más personas. ¿Y cuáles son los medios que hoy utilizamos?, pues Facebook, Instagram, WhatsApp, google, YouTube. Al ingresar a las páginas de estas entidades, nos damos cuenta que el medio de interacción es muy bajo, que la gente no comparte el contenido, que el alcance de esos contenidos es muy pequeño o no le llega al diez o al veinte por ciento de la población. El problema es de desconocimiento, hay que capacitar a quienes manejan esas páginas para que entiendan que entre más comuniquen los resultados, mejor será su gestión.

LC. *¿Qué deben hacer para comunicar de manera efectiva?*

A.S. Hay que entender muy bien cuáles son las audiencias, a quién le quiere llegar con esa información y utilizar los programas de publicidad, por ejemplo, la plataforma Facebook Ads, o Google Ads, que son las más grandes ahora para hacer difusión. Se debe hacer un trabajo interno periodístico acerca de cómo transmitir la información, cómo se puede crear, qué tipo de lenguaje utilizar, cuáles son los medios a través de los cuales se va a dirigir, como el blog, SMS, correos masivos, etc.

LC. *¿Qué lenguaje se debe usar?*

A.S. En Internet no se lucha solamente por el alcance, sino por llamar la atención, por lo que se requiere ser un poco más agresivos. Si se maneja un lenguaje neutro o muy tranquilo, el lector pasa derecho por esas noticias. Incluso Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, tiene una frase muy cruda, dice que a la gente le importa más ver una ardilla muriéndose en su jardín, que ver gente muriéndose en África, y ese es un efecto que generan las redes sociales; a la gente le importa más qué le pasó a su vecino, qué le pasó a su amigo, qué pasó con un escándalo global, a qué dijo la Alcaldía. Creo que hay que empezar a tener un tono un poco más agresivo para generar esa evolución. 🌟





Recibe

\$32.400

mensuales por cada persona a cargo

Afíliate a Comfacauca y obtén grandes beneficios.

Los aportes empresariales permiten este subsidio ¡Aprovéchalo!

» Condiciones y requisitos en «

POPAYAN CALLE 2 NTE. # 6A - 54 PBX. 8231868	SANTANDER DE QUILICHAO CALLE 5 # 9 - 50 PBX. 8292183	PUERTO TEJADA CRA. 20 # 16 - 25 PBX. 8282189
EL BORDO CRA. 7 # 4 - 33 PBX. 8252111	GUAPI CALLE 6 Vía Principal 310 468 1793	MIRANDA CALLE 7 13 B # 51-73 8476330

- **Categoría A:** Trabajadores con ingresos hasta 2 smimv.
- **Categoría B:** Más de 2 smimv y hasta 4 smimv.
- **Categoría C:** Más de 4 smimv

Subsidio familiar monetario aplica únicamente para afiliados categorías A y B

Anexo 3. Encuesta externa

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA EXTERNA
CONEXO DIGITAL

NOMBRE DEL ENCUESTADOR: Julieth Andrea Guerrero Mosquera

Datos del encuestado:

Nombre y apellido: _____

Empresa: _____

Cargo: _____

Cordial saludo, el área de comercialización de la empresa Conexo Digital se encuentra interesada en conocer a sus clientes y la perspectiva que tienen de la empresa. Por tal motivo, se ha diseñado la siguiente encuesta con el fin de mejorar los actuales canales de comunicación, portafolio de productos y la calidad de cada uno de ellos.

Recuerde que, para mejorar nuestros servicios será indispensable que la información suministrada sea real y clara. Los datos recolectados y los resultados obtenidos serán de carácter confidencial y utilizados únicamente con fines empresariales.

Agradezco por la colaboración y participación en esta encuesta

Pág 1

Julieth Andrea Guerrero Mosquera

gjulieth@unicauca.edu.co

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA EXTERNA
CONEXO DIGITAL

1. ¿Reconoce usted los colores corporativos de la empresa Conexo Digital?

a. SI Cual? _____ b. No

2. ¿Reconoce el logo de Conexo Digital?

a. SI b. No

3. ¿Conoce usted la misión de Conexo Digital?

a. SI b. No

4. ¿Conoce usted la visión de la organización?

a. SI b. No

Pág 2

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA EXTERNA
CONEXO DIGITAL

5. Adicional a los cursos presenciales, ¿Conoce otros productos que comercializa Conexo Digital?

6. ¿Qué espacios digitales (páginas y redes sociales) usted conoce de la empresa ?

-Facebook

-Instagram

-Whatsapp

-LinkedIn

-YouTube

-Sitio Web

-Vimeo

Pág 3

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA EXTERNA
CONEXO DIGITAL

7. ¿Qué mejora haría en los espacios Digitales de la empresa (páginas y redes sociales) ?

8. Seleccione con una X, los medios con los cuales se enteró de los servicios que presta Conexo Digital

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- LinkedIn
- Correo electrónico
- Llamada telefónica
- Sitio Web
- Radio
- Televisión
- Eventos
- Otro, Cual?

Pág 4

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA EXTERNA
CONEXO DIGITAL

9. Selecciones con una X, ¿Cómo califica la calidad del servicio prestado por la empresa?

- Muy malo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Muy bueno

10. ¿Cómo califica las instalaciones de Conexo Digital?

- Muy malo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Muy bueno

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA EXTERNA
CONEXO DIGITAL

11. En cada afirmación señale con una X si se sintió identificado o no.

AFIRMACIÓN	SI	NO
Nunca había escuchado la empresa Conexo Digital		
Desconfié en la calidad del curso		
Me perdí buscando la empresa, porque falta un letrero		
Quede insatisfecho con el curso		

12. Después de finalizar el curso ¿la organización se ha comunicado nuevamente con usted con el fin de solucionar dudas o inconvenientes?

a. SI

b. No

Pág 6

UNIVERSIDAD DEL CAUCA
ENCUESTA EXTERNA
CONEXO DIGITAL

13. Tiene alguna recomendación para Conexo Digital

Pág 7

Anexo 4. Guión Curso presencial Marketing Digital 5 días-Empresario

**CURSO PRESENCIAL DE MARKETING DIGITAL 5 DÍAS, FACEBOOK,
INSTAGRAM Y WHATSAPP PARA NEGOCIOS.**

PÚBLICO OBJETIVO: EMPRESARIOS

Yo: Buenas tardes hablo con XXXX

El: Espero respuesta.

Yo: Como esta habla con Claudia Porras de Conexo Digital, me estoy comunicando con usted para ampliarle la información acerca de nuestro próximo curso, ya que tenemos un registro suyo en uno de nuestros formularios.

El: Espero respuesta.

Yo: XXXXX Antes de darle la información del curso me gustaría, preguntarle ¿usted a que se dedica?

El: Espero respuesta (Yo soy empresario, emprendedor, independiente, etc).

Yo: ¿Qué tipo de emprendimiento tiene?

El: Espero respuesta

Yo: ¿Porque está interesado en Aprender Marketing Digital?

El: Espero respuesta

Yo: Bueno me gustaría contarle...

Nosotros somos una empresa que orienta capacitaciones de marketing digital en ciudades como Popayán, Cali, Bogotá y Cartagena, nuestros consultores suman más de 15 años de

experiencia en el mundo digital y ya hemos capacitado a más de 1500 empresas y profesionales, así que usted va a estar en muy buenas manos XXXXX.

El: Espero respuesta.

Yo: En este curso de manejo de redes sociales, usted aprenderá:

Cómo obtener más clientes efectivos a través de Facebook e Instagram.

Le enseñaremos como destacarse de la competencia posicionando mejor su marca en Internet.

Aprenderá a implementar Más de 11 tipos de campañas a través del programa de publicidad de Facebook, para que aumente sus ventas y esto lo pueda hacer de manera automatizada para que ahorre mucho tiempo.

Yo: ¿Qué le parece XXXX, le gustaría participar?

El: Espero respuesta

Yo: Excelente, este curso incluye las siguientes 4 cosas:

- 5 días de capacitación presencial en nuestras oficinas de la mano de nuestros expertos, en horario nocturno.
- 1 Año de acceso Premium a más de 9 cursos Online de marketing digital y habilidades blandas para que sigas aprendiendo durante todo un año.
- 30 Días de acompañamiento y consultoría por parte de nuestros expertos para que resuelvas todas tus dudas.
- Certificado de participación por Conexo Digital.

Excelentes y deliciosos refrigerios gourmet.

El curso va desde el **día-mes-año** hasta el **día-mes-año** de 6:00 pm a 10:00 pm

Dirección: Carrera 10 # 18 N – 47 Barrio Catay

Yo: Cuénteme qué le parece toda la información que le acabo de brindar.

El: Espero respuesta.

Yo: Si gustas puede venir directamente a nuestras instalaciones que están ubicadas en el barrio Catay y conocer a nuestros profesionales.

El: Espero respuesta.

Yo: Le agradezco por su tiempo, que tenga un feliz día.

PREGUNTAS FRECUENTES

Yo: XXXXX las 4 cosas que acabo de mencionar tienen una inversión de 600.000 y actualmente tenemos un 20% de descuento para que el curso le quede en 480.000, y lo más interesante es que usted puede separar su cupo con 100.000, simplemente pagas los 100,000 y el excedente terminarlo de pagar realizando abonos durante el transcurso del curso.

Temas: Campañas de marketing digital usando Facebook, Instagram, y WhatsApp, enseñamos a crear formulario de ventas en Facebook, generar más de 11 tipos de campañas, les ayudamos a construir estrategias de marketing digital enfocadas a generar ventas y a posicionar la marca. Les enseñamos Cómo medir tus resultados para encontrar patrones y gastar menos dinero.

Anexo 5. Guión: “Curso presencial Marketing Digital 15 días”

CURSO PRESENCIAL MARKETING DIGITAL AVANZADO Y

CERTIFICACIONES INTERNACIONALES GOOGLE

Yo: Buenas tardes hablo con XXXX

El: Espero respuesta.

Yo: Como esta habla con Claudia Porras de Conexo Digital, me estoy comunicando con usted para ampliarle la información acerca de nuestro próximo curso, ya que tenemos un registro suyo en uno de nuestros formularios.

El: Espero respuesta.

Yo: XXXXX Antes de darle la información del curso me gustaría, preguntarle ¿usted a que se dedica?

El: Espero respuesta (Yo soy empresario, emprendedor, independiente, etc).

Yo: ¿Qué tipo de emprendimiento tiene?

El: Espero respuesta

Yo: ¿Porque está interesado en Aprender Marketing Digital?

El: Espero respuesta

Yo: Bueno me gustaría contarle...

Nosotros somos una empresa que orienta capacitaciones de marketing digital en ciudades como Popayán, Cali, Bogotá y Cartagena, nuestros consultores suman más de 15 años de

experiencia en el mundo digital y ya hemos capacitado a más de 1500 empresas y profesionales, así que usted va a estar en muy buenas manos XXXXX.

El: Espero respuesta.

Yo: En este curso de manejo de redes sociales, usted aprenderá:

- Paso a paso como funciona las plataformas de publicidad más importantes del mundo "Google y Facebook Ads".
- Lo(a) acompañaremos en su proceso de Certificación con Google, preparándolo para los exámenes y logrando obtener sus 2 Certificaciones Internacionales.
- Lo convertiremos en un experto en plataformas como Google Analytics, Google Trends, Facebook Ads, Canva, YouTube, Instagram, Creación de Landing Page y Marketing Contenidos, para que puedas montar diferentes tipos de campañas e incrementes tus ventas y posicionamiento.
- Conocerás cómo optimizar tus campañas, para que tomes mejores decisiones y obtengas mayores resultados pagando menos.
- Además de cómo obtener más clientes efectivos a través de Facebook e Instagram.
- Le enseñaremos cómo destacarse de la competencia posicionando mejor su marca en Internet.
- Aprenderá a implementar Más de 11 tipos de campañas a través del programa de publicidad de Facebook, para que aumente sus ventas y esto lo pueda hacer de manera automatizada para que ahorre mucho tiempo.

Yo: ¿Qué le parece XXXX, le gustaría participar?

El: Espero respuesta

Yo: Excelente, este curso incluye las siguientes 7 cosas:

- 48 horas de capacitación presenciales, en nuestras oficinas de la mano de nuestros expertos, durante 12 días, en horario nocturno.
- 2 Certificaciones internacionales de Google.
- 1 Año de acceso Premium a más de 9 cursos Online de marketing digital y habilidades blandas para que sigas aprendiendo durante todo un año.
- 30 días de acompañamiento y consultoría por parte de nuestros expertos para que resuelvas todas tus dudas.
- Acceso a un grupo por Facebook de por vida.
- Certificado de participación por Conexo Digital.
- Excelentes y deliciosos refrigerios gourmet.

El curso va desde **día y mes** hasta **día y mes**, de lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y los sábados de 8 a 12 del medio día

Dirección: Carrera 10 # 18 N – 47 Barrio Catay

Yo: Cuénteme qué le parece toda la información que le acabo de brindar.

El: Espero respuesta.

Yo: Si gustas puede venir directamente a nuestras instalaciones que están ubicadas en el barrio Catay y conocer a nuestros profesionales.

El: Espero respuesta.

Yo: Le agradezco por su tiempo, que tenga un feliz día.

PREGUNTAS FRECUENTES

Yo: XXXXX las 7 cosas que acabo de mencionar tienen una inversión de 1.113.000 y actualmente tenemos un 20% de descuento para que el curso le quede en 890.000, y lo más interesante es que usted puede separar su cupo con 200.000, simplemente pagas los 200,000 y el excedente terminarlo de pagar en el transcurso de este mes, hasta antes de terminar el curso.

Temas: Campañas de marketing digital usando Facebook, Instagram, y WhatsApp, enseñamos a crear formulario de ventas en Facebook, generar más de 11 tipos de campañas, les ayudamos a construir estrategias de marketing digital enfocadas a generar ventas y a posicionar la marca. Les enseñamos Cómo medir tus resultados para encontrar patrones y gastar menos dinero.

Anexo 6. Corrección de guión: “Curso presencial Marketing Digital 5 días-Empresario”



NIT No. 900889418-5

CURSO PRESENCIAL DE MARKETING DIGITAL 5 DÍAS, FACEBOOK, INSTAGRAM Y WHATSAPP PARA NEGOCIOS.

PÚBLICO OBJETIVO: EMPRESARIOS

Asesor: Buenas tardes hablo con XXXX

El: Espero respuesta.

Asesor: Buenas tardes soy asesora de la empresa Conexo Digital, mi nombre es Andrea Guerrero, y el día de hoy me comunico con usted con el fin de ampliar la información solicitada a través de nuestros formularios en Facebook.

Ciente: Espero respuesta.

Asesor: XXXXX Antes de darle la información del curso me gustaría, preguntarle ¿usted a que se dedica?

Ciente: Espero respuesta (Yo soy empresario, emprendedor, independiente, etc).

Asesor: ¿Qué tipo de emprendimiento tiene?

Ciente: Espero respuesta

Asesor: ¿Porque está interesado en Aprender Marketing Digital?

Ciente: Espero respuesta

Asesor: Bueno me gustaría contarle...

Señor(a) XXX Nosotros somos una empresa payanesa con cuatro años de funcionamiento en la ciudad Popayán, que orienta capacitaciones de marketing digital a través de cursos presenciales en nuestras instalaciones, Eventos en alianza con la cámara de comercio del Cauca o Capacitaciones Empresariales a organizaciones como Banco Mundo Mujer, Unicomfauca u otras.

Señor(a) XXX, Gracias a la experiencia de los consultores que suman más de 15 años en el mundo del marketing digital, se ha logrado capacitar hasta el momento a más de 1500 empresas y profesionales tanto en la ciudad de Popayán, como grandes ciudades de Colombia como Cali, Bogotá y Cartagena.

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos:+57 304 114 9248



NIT No. 900889418-5

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: En este curso de manejo de redes sociales, usted aprenderá:

- Como obtener más clientes efectivos a través de Facebook e Instagram.
- Le enseñaremos como destacarse de la competencia posicionando mejor su marca en Internet.
- Aprenderá a implementar Más de 11 tipos de campañas a través del programa de publicidad de Facebook, para que aumente sus ventas y esto lo pueda hacer de manera automatizada para que ahorre mucho tiempo.

Asesor: ¿Qué le parece XXXX, le gustaría participar?

Cliente: Espero respuesta

Asesor: Excelente, este curso incluye las siguientes 4 cosas:

- 5 días de capacitación presencial en nuestras oficinas de la mano de nuestros expertos, en horario nocturno.
- 1 Año de acceso Premium a más de 9 cursos Online de marketing digital y habilidades blandas para que sigas aprendiendo durante todo un año.
- 30 Días de acompañamiento y consultoría por parte de nuestros expertos para que resuelvas todas tus dudas.
- Certificado de participación por conexo digital.
- Excelentes y deliciosos refrigerios gourmet.

El curso va desde el lunes **día-mes** hasta el **día-mes** de 6:00 pm a 10:00 pm

Asesor: ¿Cuénteme que le parece toda la información que le acabo de brindar?

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: Recuerde que estará acompañado por personal altamente calificado, profesional, motivado y comprometido a que usted pueda generar mayores beneficios empresariales, económicos, sociales y personales.

Asesor: Por último, si estas interesado en conocer mayor información de nuestra empresa; próximos cursos; nuestros consultores puedes venir directamente a nuestras instalaciones o si quieres conocer más de nuestros anteriores cursos y clientes, te invito a que navegues por

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING
DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos:+57 304 114 9248



NIT No. 900889418-5

nuestros sitios web o nuestras redes sociales, allí encontraras contenido valioso como Videos, Fotos, Publicaciones, recomendaciones y testimonios de nuestros clientes que te ayuda a tener una idea de nuestra metodología, instalaciones, y calidad en el servicio.

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: Le agradezco por su tiempo, que tenga un feliz día.

PREGUNTAS FRECUENTES

Dirección: Carrera 10 # 18N – 47 Barrio Catay

Asesor: XXXXX las 4 cosas que acabo de mencionar tienen una inversión de \$600.000 y actualmente tenemos un 20% de descuento para que el curso le quede en \$480.000, y lo más interesante es que usted puede separar su cupo con \$100.000, simplemente pagas los 100,000 y el excedente terminarlo de pagar realizando abonos durante el transcurso del curso.

Temas: Campañas de marketing digital usando Facebook, Instagram, y Whatsapp, enseñamos a crear formulario de ventas en Facebook, generar más de 11 tipos de campañas, les ayudamos a construir estrategias de marketing digital enfocadas a generar ventas y a posicionar la marca. Les enseñamos cómo medir tus resultados para encontrar patrones y gastar menos dinero.

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING
DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos: +57 304 114 9248

Anexo 7. Corrección de guión: “Curso presencial Marketing Digital y Google 15 días”



NIT No. 900889418-5

CURSO PRESENCIAL MARKETING DIGITAL AVANZADO Y CERTIFICACIONES INTERNACIONALES GOOGLE

Asesor: Buenas tardes hablo con XXXX

Cliente: Espero respuesta.

Yo: Buenas tardes soy asesora de la empresa Conexo Digital, mi nombre es Andrea Guerrero, y el día de hoy me comunico con usted con el fin de ampliar la información solicitada a través de nuestros formularios en Facebook.

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: XXXXX Antes de darle la información del curso me gustaría, preguntarle ¿usted a que se dedica?

Cliente: Espero respuesta (Yo soy empresario, emprendedor, independiente, etc).

Asesor: ¿Qué tipo de emprendimiento tiene?

Cliente: Espero respuesta

Asesor: ¿Por qué está interesado en Aprender Marketing Digital?

Cliente: Espero respuesta

Asesor: Bueno me gustaría contarle...

Señor(a) XXX, Nosotros somos una empresa payanesa con cuatro años de funcionamiento en la ciudad Popayán, que orienta capacitaciones de marketing digital a través de cursos presenciales en nuestras instalaciones, Eventos en alianza con la cámara de comercio del Cauca o Capacitaciones Empresariales a organizaciones como Banco Mundo Mujer, Unicomfacauca u otras.

Señor(a)XXX, Gracias a la experiencia de los consultores que suman más de 15 años en el mundo del marketing digital, se ha logrado capacitar hasta el momento a más de 1500 empresas y profesionales tanto en la ciudad de Popayán, como grandes ciudades de Colombia como Cali, Bogotá y Cartagena.

Cliente: Espero respuesta.

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos: +57 304 114 9248



NIT No. 900889418-5

Asesor: En este curso de manejo de redes sociales, usted aprenderá:

- Paso a paso como funciona las plataformas de publicidad más importantes del mundo "Google y Facebook Ads".
- L@ acompañaremos en su proceso de Certificación con Google, preparándolo para los exámenes y logrando obtener sus 2 Certificaciones Internacionales.
- Lo convertiremos en un experto en plataformas como Google Analytics, Google Trends, Facebook Ads, Canva, YouTube, Instagram, Creación de Landing Page y Marketing Contenidos, para que puedas montar diferentes tipos de campañas e incrementes tus ventas y posicionamiento.
- Conocerás como optimizar tus campañas, para que tomes mejores decisiones y obtengas mayores resultados pagando menos.
- Además de cómo obtener más clientes efectivos a través de Facebook e Instagram.
- Le enseñaremos como destacarse de la competencia posicionando mejor su marca en Internet.
- Aprenderá a implementar Más de 11 tipos de campañas a través del programa de publicidad de Facebook, para que aumente sus ventas y esto lo pueda hacer de manera automatizada para que ahorre mucho tiempo.

Asesor: ¿Qué le parece XXXX, le gustaría participar?

Cliente: Espero respuesta

Asesor: Excelente, este curso incluye las siguientes 7 cosas:

- 48 horas de capacitación presenciales, en nuestras oficinas de la mano de nuestros expertos, durante 12 días, en horario nocturno.
- 2 Certificaciones internacionales de Google.
- 1 Año de acceso Premium a más de 9 cursos Online de marketing digital y habilidades blandas para que sigas aprendiendo durante todo un año.
- 30 Días de acompañamiento y consultoría por parte de nuestros expertos para que resuelvas todas tus dudas.
- Acceso a un grupo por Facebook de por vida.
- Certificado de participación por conexo digital.
- Excelentes y deliciosos refrigerios gourmet.

El curso va desde el lunes **día-mes** hasta el **día-mes** de 6:00 pm a 10:00 pm de lunes a viernes de 6:00 pm a 10:00 pm y los sábados de 8 a 12 del medio día

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING
DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos: +57 304 114 9248



NIT No. 900889418-5

Asesor: Cuénteme que le parece toda la información que le acabo de brindar.

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: Recuerde que estará acompañado por personal altamente calificado, profesional, motivado y comprometido a que usted pueda generar mayores beneficios empresariales, económicos, sociales y personales.

Asesor: Por último, si estas interesado en conocer mayor información de nuestra empresa; próximos cursos; nuestros consultores puedes venir directamente a nuestras instalaciones o si quieres conocer más de nuestros anteriores cursos y clientes, te invito a que navegues por nuestros sitios web o nuestras redes sociales, allí encontraras contenido valioso como Videos, Fotos, Publicaciones, recomendaciones y testimonios de nuestros clientes que te ayuda a tener una idea de nuestra metodología, instalaciones, y calidad en el servicio.

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: Le agradezco por su tiempo, que tenga un feliz día.

PREGUNTAS FRECUENTES

Dirección: Carrera 10 # 18N – 47 Barrio Catay

Asesor: XXXXX las 7 cosas que acabo de mencionar tienen una inversión de \$1.113.000 y actualmente tenemos un 20% de descuento para que el curso le quede en \$890.000, y lo más interesante es que usted puede separar su cupo con \$200.000, simplemente pagas los \$200.000 y el excedente terminarlo de pagar en el transcurso de este mes, hasta antes de terminar el curso.

Temas: Campañas de marketing digital usando Facebook, Instagram, y WhatsApp, enseñamos a crear formulario de ventas en Facebook, generar más de 11 tipos de campañas, les ayudamos a construir estrategias de marketing digital enfocadas a generar ventas y a posicionar la marca. Les enseñamos Cómo medir tus resultados para encontrar patrones y gastar menos dinero.

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING
DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos: +57 304 114 9248





TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. Estructura del logotipo

- 1.1 Presentación y descripción del logotipo
- 1.2 Estructura y composición
- 1.3 Área de protección

2. Tipografía

- 2.1 Tipografías principales
- 2.2 Tipografías secundarias

3. Color

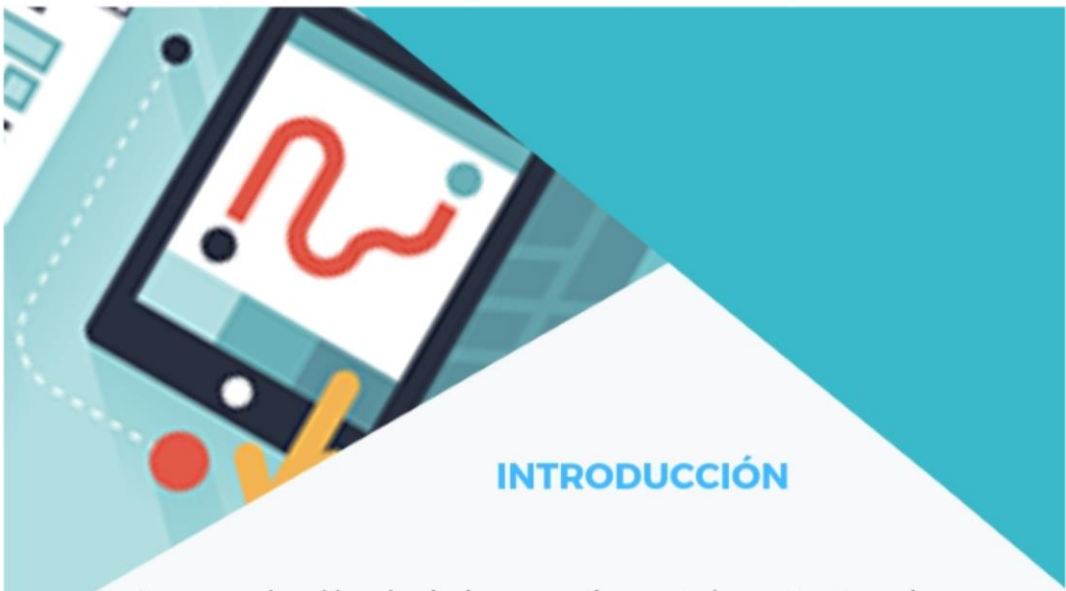
- 3.1 Colores institucionales
- 3.2 Colores secundarios
- 3.3 Colores complementarios
- 3.4 Positivo, negativo y gris

4. Usabilidad

- 4.1 Usos permitidos
- 4.2 Usos incorrectos

5. Aplicaciones

- 5.1 Membretes
- 5.2 Firma digital



INTRODUCCIÓN

La comunicación, sin duda, es un elemento importante en la proyección de la imagen corporativa, ya que a través de este medio se logra llegar al público interno y externo.

La finalidad del Manual de Identidad Corporativa es describir de forma clara y unívoca, las pautas y normas para el correcto uso de la marca Conexo Digital en medios físicos, impresos o digitales.

Por lo tanto, este manual pretende normalizar y homogeneizar la imagen, su reproducibilidad y versatilidad de modo que pueda aplicarse a cualquier medio de difusión.

En el desarrollo de este documento se abarcan temas de estructura, forma y color del logotipo, usos y aplicaciones de la marca y estilos tipográficos, creando una unidad en los criterios de comunicación y difusión pública de la marca.

El manual de Identidad debe ser una herramienta de uso de todos los miembros administrativos de Conexo Digital, así mismo, aquellos encargados de crear y diseñar material promocional de la empresa con el fin de que la producción cumpla con altos niveles de calidad respetando los lineamientos de la identidad corporativa.



1.1 Presentación y descripción del logotipo

El logotipo:

El logotipo como representación gráfica de la marca está formado por una ilustración en el lado izquierdo y por la construcción tipográfica de los caracteres que componen la palabra "Conexo digital".

Los dos componentes buscan transmitir y proyectar la característica principal de la organización que es la conectividad a través de Internet, sin este medio la organización y sus productos serían totalmente básicos en el mercado.





1.2 Estructura y composición

Modulación:

El logotipo se inscribe en una superficie modular de dimensiones de 10*5 . El valor de "X" establece la unidad de medida. Así, aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte o medidas.

10X





1.3 Área de protección

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área con respecto al marco queda determinada por la medida de "X". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (Textos o imágenes)





2.1 Tipografías principales

Información de la fuente:

Montserrat
Diseñada por Julieta Ulanovsky

Montserrat es una tipografía que se destaca por ser bastante neutra y adaptable en cualquier situación. Es por eso que se pueden aplicar a casi todos los proyectos, a menos que queramos que éstos tengan una personalidad muy fuerte.

Disponible para descarga
<https://fonts.google.com/specimen/Montserrat>

Montserrat
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklno
pqrstuvwxyz
1234567890

Montserrat light
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklno
pqrstuvwxyz
1234567890



2.1 Tipografías principales

Información de la fuente:

Roboto

Diseñada por Christian Robertson

Los caracteres de la fuente Roboto permiten que el ritmo de lectura sea más natural. Roboto es una familia de fuentes tipográficas del tipo sans-serif. Google describe la fuente como “moderna, aun así cercana” y “emocional”.

Uso principal, Subtítulos y cuerpo de texto. Para el cuerpo de texto se debe usar la fuente Roboto Regular y para subtítulos la fuente Roboto Condensed. Se recomienda para subtítulos pequeños usar negrilla y para los subtítulos grandes usar la versión Condensed Light.

Disponible para descarga

<https://fonts.google.com/specimen/Roboto>

Roboto Regular

ABCDEFGHIJKLNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklno
pqrstuvwxyz
1234567890

Roboto condensed

ABCDEFGHIJKLNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklno
pqrstuvwxyz
1234567890



2.2 Tipografías secundarias

Información de la fuente:

Raleway

Diseñada por múltiples colaboradores

Raleway es una elegante familia tipográfica sans-serif diseñada para encabezados y otros usos de gran tamaño.

Disponible para descarga

<https://fonts.google.com/specimen/Raleway>

Raleway

ABCDEFGHIJKLMNO

PQRSTUVWXYZ

abcdefghijklno

pqrstuvwxyz

1234567890

Raleway heavy

ABCDEFGHIJKLMNO

PQRSTUVWXYZ

abcdefghijklno

pqrstuvwxyz

1234567890



2.2 Tipografías secundarias

Información de la fuente:

League spartan

Diseñada por multiples colaoradores

League Spartan es una tipografía moderna de estructura sólida y forma geométrica, facilita la lectura de la información más densa.

Disponible para descarga

<https://www.wfonts.com/font/league-spartan>

League spartan
ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklno
pqrstuvwxyz
1234567890



3.1 Colores institucionales

Colores:

La paleta de colores institucionales está compuesta por 2 colores pertenecientes al círculo cromático de los tonos fríos.

El uso del color azul en el logotipo, está asociado a conocimiento, confianza y está ligado a temas de tecnología o internet.

Azul



WEB: #3A71ED
RGB: R(58) G(113) B(237)
CMYK: (76, 52, 0, 7)

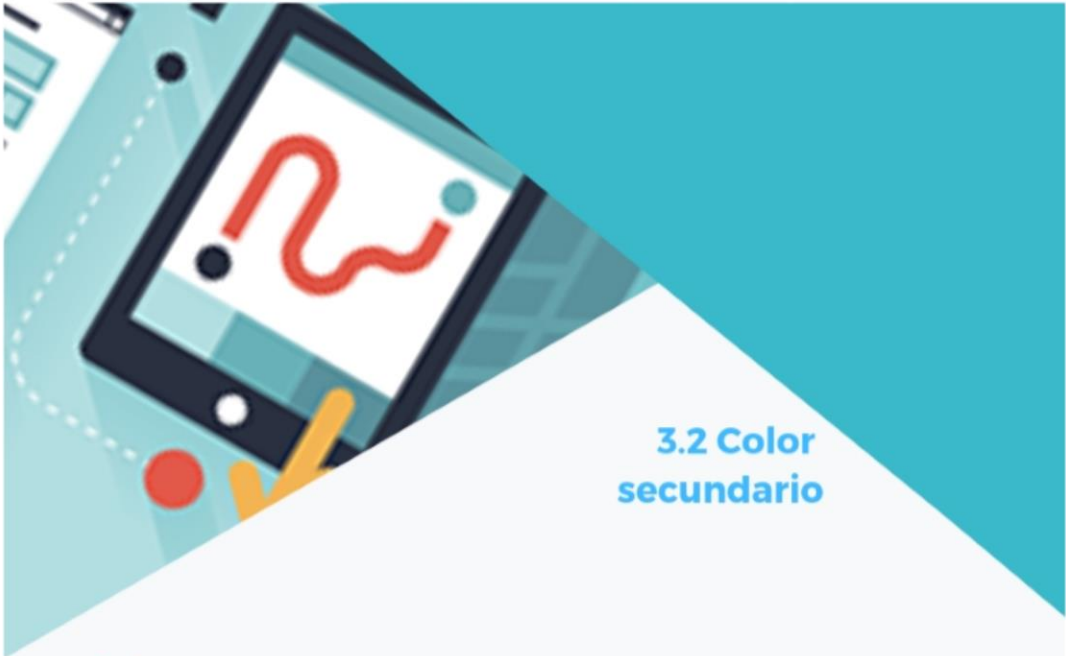
Blanco



WEB: #FFFFFF
RGB: R(255) G(255) B(255)
CMYK: (0)

Degradados:

Los degradados también hacen parte de la identidad visual de la marca Conexo Digital, ya que estos forman una escala de colores adyacentes de tonalidades aguamarina



3.2 Color secundario

Colores:

El color secundario es azul oscuro. La variación en las tonalidades de los colores secundarios se pueden usar de acuerdo a los siguientes porcentajes.

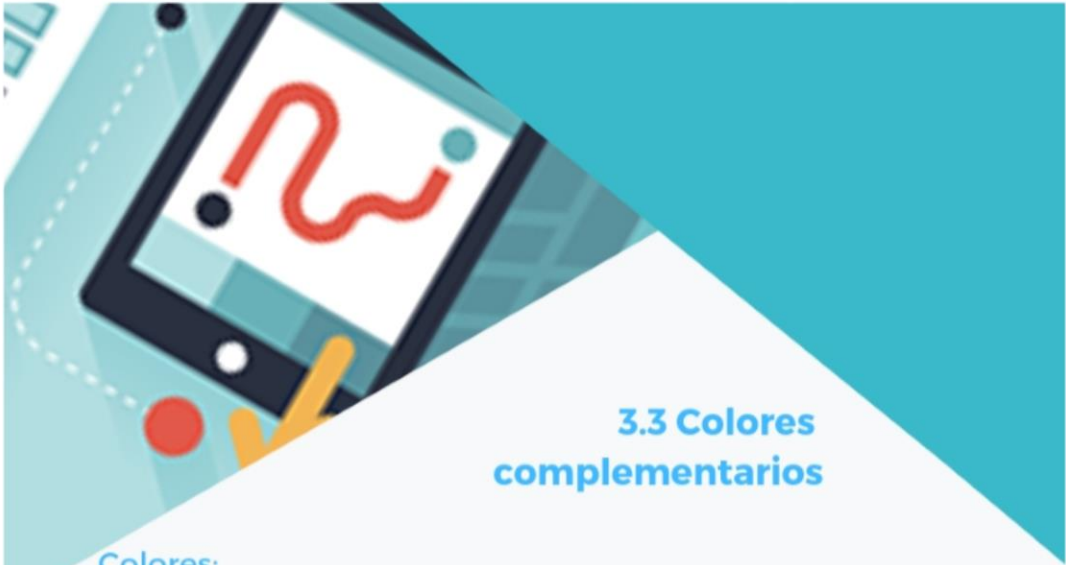
Azul



WEB: #004EB2
RGB: R(0) G(78) B(128)
CMYK: (100, 56, 0, 30)



Se puede crear degradados o fondos planos a partir de estas tonalidades pero el logotipo no puede tener ningún tipo de alteración en los tonos de color.



3.3 Colores complementarios

Colores:

Los colores complementarios son verde y amarillo oscuro.

Azul



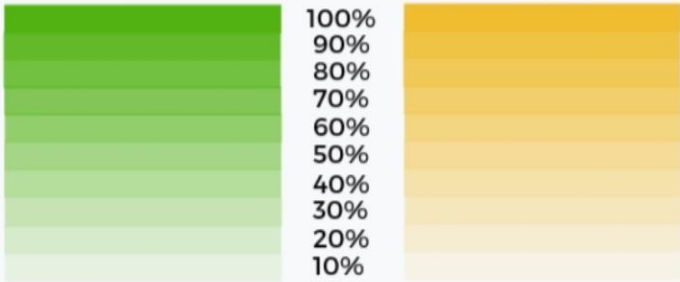
WEB: #4DAF0C
RGB: R(77) G(175) B(12)
CMYK: (56, 0, 93, 31)

Amarillo



WEB: #EEBA2B
RGB: R(238) G(186) B(43)
CMYK: (0,22,82,7)

La variación en las tonalidades de los colores secundarios se pueden usar de acuerdo a los siguientes porcentajes.





**3.4 Positivo,
negativo y gris**

Blanco y negro



Escala de grises y alto contraste



Escala azul





4. Usabilidad

El logotipo:

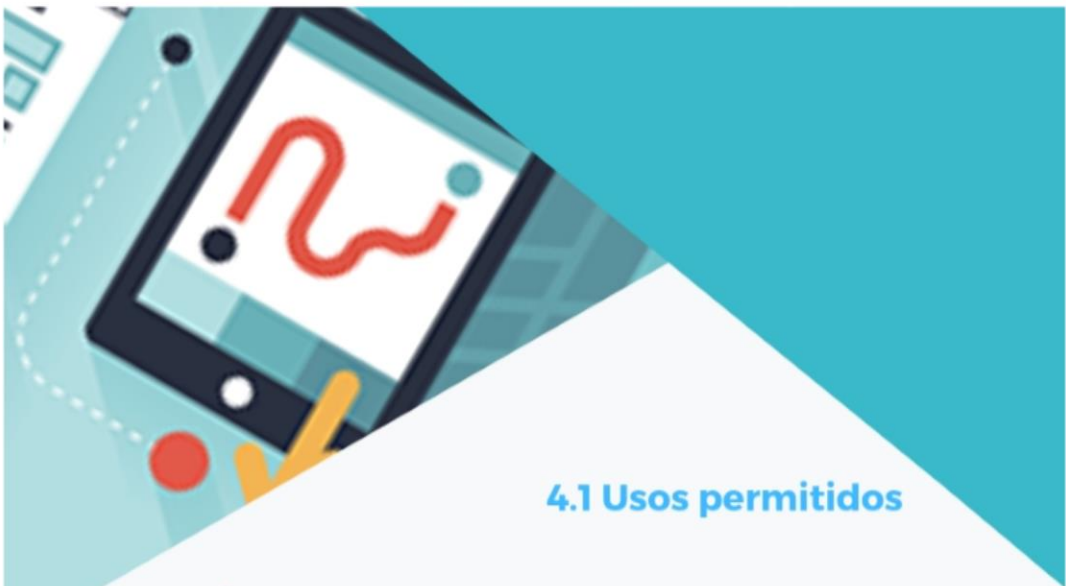
Versión principal del logotipo, esta debe ser la primera opción en cualquier pieza gráfica, portada, contraportada, carátula y papelería corporativa.



El parte de logotipo:

Versión del logotipo sin la descripción. Se recomienda usarlo cuando se repita en una misma pieza gráfica, por ejemplo cuando se sitúa en todas las páginas de un catálogo, y ya se ha utilizado la versión completa en la portada.



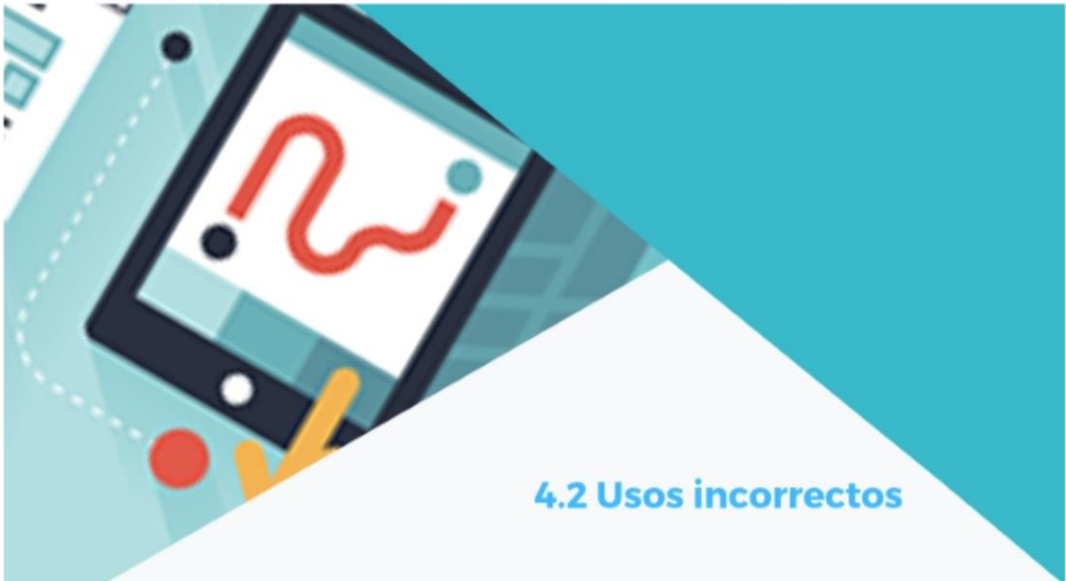


4.1 Usos permitidos

Recuadros:

Para recuadros tener presente el área de protección (sección 1.3) como mínimo. En la versión del isotipo está permitido el uso de recuadros con esquinas redondeadas para imágenes de perfil y en iconos. El uso de la "R" sin la palabra "COLOMBIA" está permitido pero únicamente cuando la legibilidad se vea afectada por la reducción de tamaño

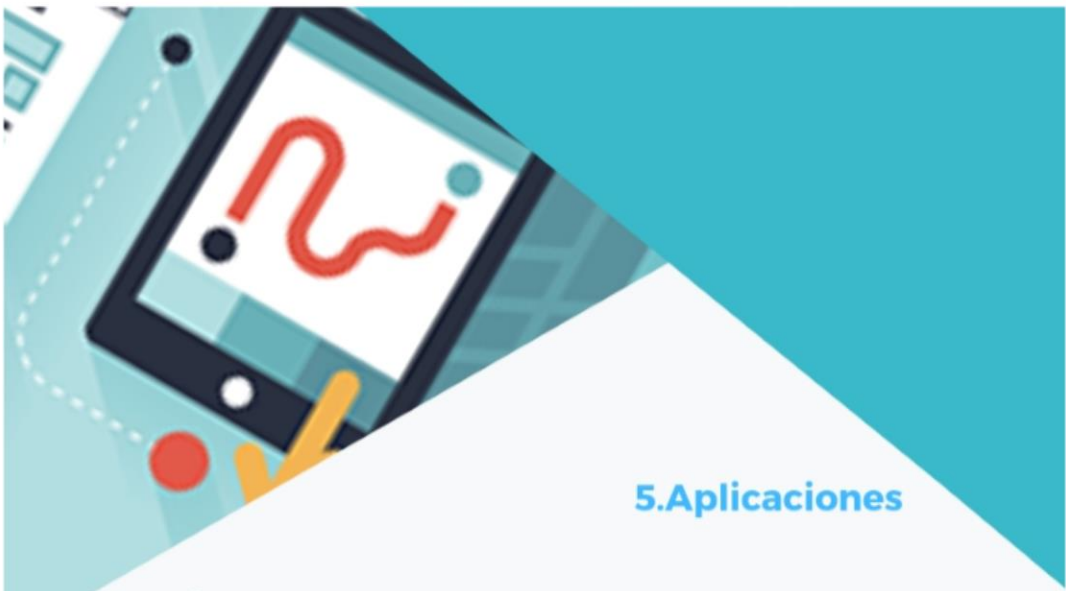




4.2 Usos incorrectos

Los siguientes son ejemplos de los usos incorrectos de la marca





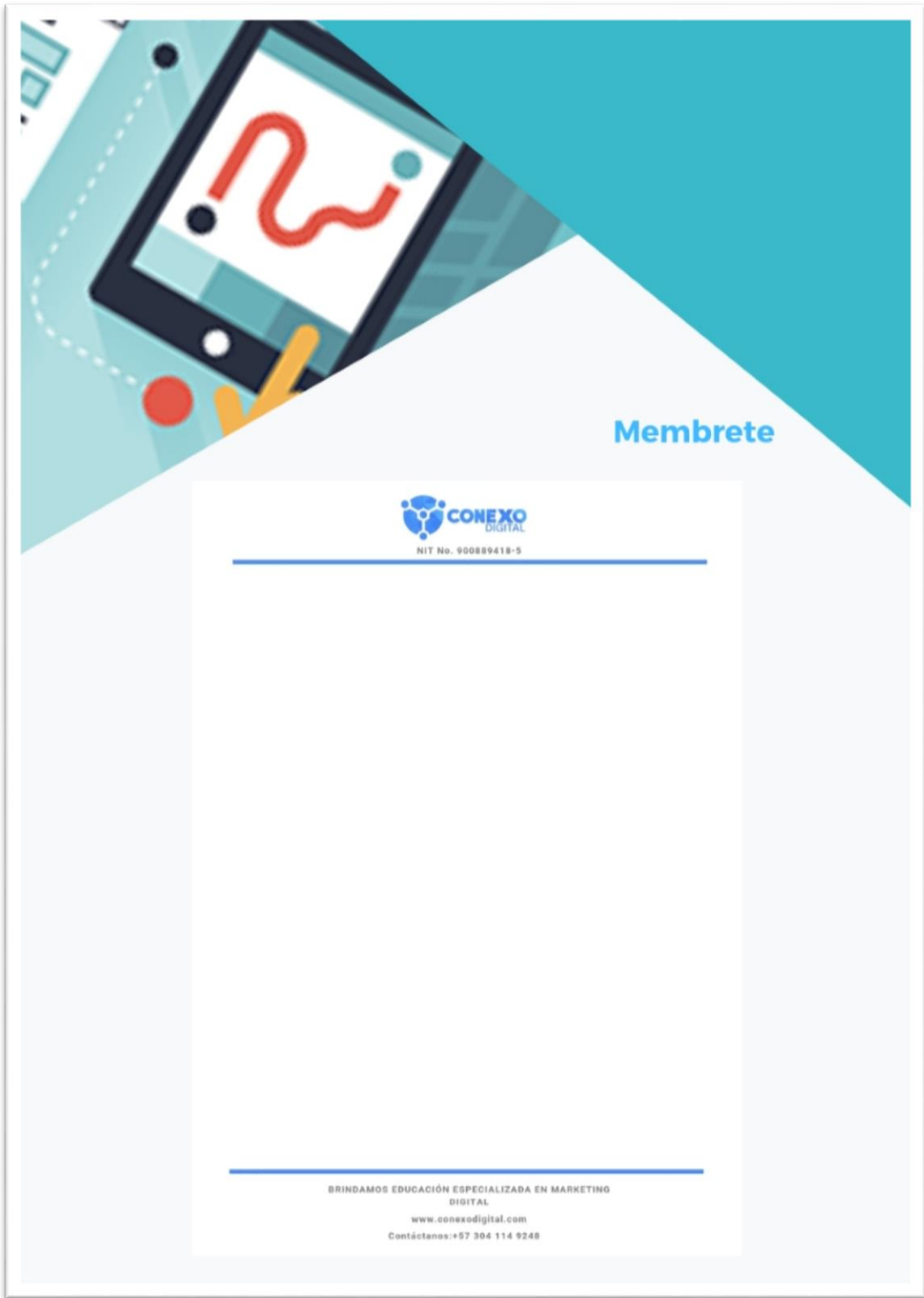
5.Aplicaciones

Membrete:

- Membrete tamaño carta (21,59 cm*27,94)
- Encabezado: el encabezado deberá llevar el logo de la empresa junto con el respectivo NIT.
- Pie de página con frase alusiva a la organización: "BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING DIGITAL", link de la empresa: "www.conexodigital.com" y el número de contacto: "Contáctanos: +57 304 114 9248".
- La tipografía utilizada será Roboto, tamaño 10, con interlineado 1,4 y interletrado de 74, color gris #737373.

Firma digital:

- Nombre
- Cargo
- Correo electrónico
- Teléfono
- Dirección
- Logotipo
- pagina web y redes sociales
- La tipográfica utilizada será Roboto, tamaño 10 con interlineado 1.4 , color negro #000000.



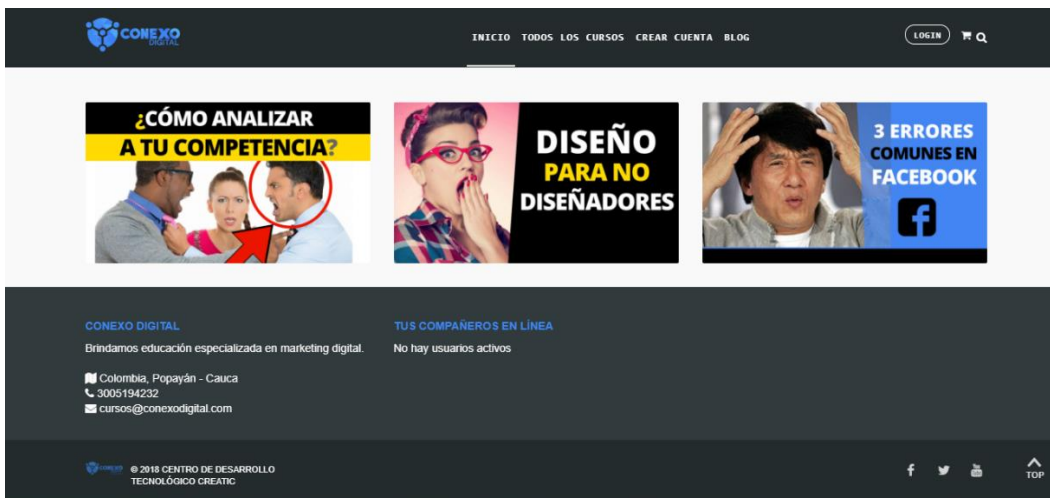
Membrete



BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING
DIGITAL
www.conexodigital.com
Contáctanos: +57 304 114 9248



Anexo 9. Evidencia antiguo espacio Sitio web cursos presenciales



Anexo 10. Evidencia antiguo espacio YouTube



Anexo 11. Evidencias antiguo espacio Facebook

The image shows a screenshot of the Facebook profile for 'Conexo Digital'. The profile picture is a circular logo with a stylized network icon and the text 'CONEXO DIGITAL'. The cover photo features a woman sitting on the floor with a laptop, with the text 'APRENDE MARKETING DIGITAL' and 'CONOCE MÁS' overlaid. The profile name is 'Conexo Digital' with the handle '@conexodigital'. The left sidebar contains navigation options: Inicio, Publicaciones, Opiniones, Vídeos, Fotos, Información (selected), Comunidad, Vídeos en directo, and Información y anuncios. The main content area is divided into 'Información' and 'Historia'. The 'Información' section includes: 'HORARIO' (Siempre abierto), 'INFORMACIÓN DE CONTACTO' (Llamar 304 1149248, m.me/conexodigital, cursos@conexodigital.com, http://www.conexodigital.com, +57 304 1149248), and 'MÁS INFORMACIÓN' (Información, Propiedad y autoría, Founding date 2015). The 'Historia' section shows a photo of a group of people and a post titled 'Nuestra Historia' with text about helping entrepreneurs and professionals.

Anexo 12. Evidencias antiguo espacio LinkedIn

The image shows a screenshot of the LinkedIn profile for 'Conexo Digital'. The header features the LinkedIn logo and two buttons: 'Únete a LinkedIn' and 'Iniciar sesión'. The main content area is divided into 'Sobre nosotros' and 'Actualización reciente'. The 'Sobre nosotros' section contains text: 'Ayudamos a emprendedores y profesionales a que logren sus objetivos de marketing a través de la educación virtual y presencial en marketing digital y habilidades gerenciales. Hemos capacitado a miles de emprendedores en toda Latinoamérica, demostrando que una pequeña empresa puede convertirse en una multinacional en Internet. Visita nuestra plataforma de cursos aquí www.conexodigital.com'. The 'Actualización reciente' section shows a video post titled '¿CÓMO ANALIZAR A TU COMPETENCIA?' with a thumbnail image of three people in a meeting. The post includes the text 'Cómo analizar a tu Competencia -...' and the URL 'https://www.youtube.com/'. The post is dated '9 meses'.

Anexo 13. Evidencias antiguo Sitio Web

The screenshot shows the top navigation bar of the CONEXO DIGITAL website. The navigation menu includes: Inicio, Curso Marketing Digital, Certificación Google, Curso Facebook, and Curso Gratis. The main banner features the CONEXO DIGITAL logo, a background image of a classroom with students at computers, and the text: "Aprende a crear tu estrategia de marketing digital en poco tiempo". Below this, three blue plus signs are followed by the text: "+ Ventas + Posicionamiento + Clientes".

This screenshot displays a contact form on the website. On the left, there is a photograph of a group of people holding certificates. The text overlay on the photo reads: "Estas a un clic de aprender cómo Internet puede acelerar el crecimiento de tu empresa". The form itself is on a blue background and contains three input fields: "Correo", "Teléfono", and "Mensaje". A green "ENVIAR" button is positioned below the "Mensaje" field. A yellow arrow points from the bottom of the photo area towards the "ENVIAR" button. Below the form, the text says: "Si tienes dudas, escríbenos a: cursos@conexodigital.com | Tel: + 57 3133613693". At the very bottom, there is a small disclaimer: "Este sitio y los productos y servicios ofrecidos en este sitio no están asociados, afiliados, endorsados, ni patrocinados por Facebook o Google, ni tampoco han sido revisados ni certificados por Facebook® o Google®".

Anexo 14. Diseño de membresía



MEMBRESÍA GLORIA VIVEROS

PAQUETE DE CAPACITACIONES ONLINE

Capacitaciones **VITALÍCIAS** para tu crecimiento personal y desarrollo de tu ser.

www.renacerycrecer.com



¡ APRENDE DE TU PASADO, MEJORA EL PRESENTE Y CONSTRUYE UN FUTURO ÉXITOSO !

-  Desarrolla tu ser desde desde diferentes enfoques.
-  Maneja el estrés a través de meditaciones guiadas.
-  Obtén lecciones con acceso 24/7.
-  Aprende con ejemplos reales, que tocarán tu corazón.

Conoce más de tí, **Supera pérdidas**, Empodera a tu familia, **Maneja el estrés**, cree más en tí y **Comunica de forma asertiva**



METODOLOGÍA

- **Acceso Inmediato.**
- Clases 100% Online.
- **Aprendizaje a tu ritmo 24horas / 7días.**
- Clases online y facebook lives cada mes.
- **6 módulos de clases (Más de 32 clases) con actualizaciones constantes.**
- Acceso a grupo exclusivo de Facebook (Para resolver tus dudas).
- **Acceso de por vida a nuevos módulos.**

Gloria Viveros
Coach en Inteligencia Emocional y Neurolingüística.

DESARROLLA TU PAZ INTERIOR APRENDIENDO

ÉXITO LABORAL COMUNICACIÓN ASERTIVA SUPERA UNA RUPTURA

PÉRDIDA DE UN SER QUERIDO MINDFULNESS

¿DECIDIR TENER HIJOS? IDENTIFICA EL ESTRÉS INTELIGENCIA EMOCIONAL NEURO-LIDERAZGO

APRENDE A HABLAR EN FAMILIA MANEJA EL ESTRÉS

¡TODO EN UN MISMO LUGAR!

CON NUESTRA MEMBRESÍA ONLINE DE POR VIDA

TODOS ESTOS CURSOS DE POR VIDA:

Capacitaciones para potencializar tu ser:

- 1 Aprende a superar pérdidas.
- 2 Aprende a manejar el estrés.
- 3 Conoce las recetas para el éxito.
- 4 Empodera a tu familia.
- 5 Comunicación emocionalmente asertiva.
- 6 Neuro-Liderazgo.



1

¿CÓMO SUPERAR PÉRDIDAS?

¿QUÉ CONSEGUIRÁS CON ESTE CURSO?

"Las pérdidas son dolorosas, pero traen regalos maravillosos. No te preguntes: ¿Por qué se fue?, mejor pregúntate ¿Para qué se fue?, ¿Qué enseñanza te dejó esa situación?".

- ◆ Identificarás que pérdidas te han lastimado.
- ◆ Conocerás la importancia de aceptar las situaciones que se han presentado en tu vida.
- ◆ Desarrollaras las cuatro etapas del proceso de pérdida.
- ◆ Aprenderás a soltar y a sanar tus pérdidas a través de la meditación guiada.
- ◆ Identificaras que al soltar llamas al universo para que lleve a tu vida mejores personas, situaciones, empleos y situaciones.



¿CÓMO SUPERAR PÉRDIDAS?

Clases de 23 a 35 Minutos

CONTENIDO DEL CURSO

[CLIC AQUÍ PARA VER CLASES](#)

- ▶ Clase Gratuita.
- ▶ Clase 1. Aprender a soltar y aceptar el fracaso.
- ▶ Clase 2. Cómo superar la pérdida de una relación.
- ▶ Clase 3. ¿Cómo superar la pérdida de un trabajo?.
- ▶ Clase 4. ¿Cómo superar la pérdida de un ser querido?.

2

MANEJO DEL ESTRÉS



¿QUÉ CONSEGUIRÁS CON ESTE CURSO?

"El propósito de la vida es **transformarse a uno mismo** y no transformar a **los demás**".

- ◆ Conocerás dos tipos de estrés.
- ◆ Identificarás los síntomas del estrés.
- ◆ Entenderás que la ansiedad y el miedo son los principales detonadores del estrés.
- ◆ Aprenderás técnicas para controlar tus emociones.
- ◆ Conocerás la técnica Mindfulness y sus múltiples beneficios.
- ◆ Interiorizarás que: "Para transformar el mundo es indispensable una transformación personal".

MANEJO DEL ESTRÉS

Clases de 24 a 34 Minutos

CONTENIDO DEL CURSO

[CLIC AQUÍ PARA VER CLASES](#)

- ▶ Clase Gratuita.
- ▶ Clase 1. Identificación de los síntomas del estrés.
- ▶ Clase 2. ¿Cómo manejar el estrés?.
- ▶ Clase 3. Mindfulness- Meditación guiada.
- ▶ Clase 4. La ciencia detrás del estrés.

3

RECETAS PARA EL ÉXITO



¿QUÉ CONSEGUIRÁS CON ESTE CURSO?

"El éxito no tiene nada que ver con las opiniones de los demás. Recuerda que **el barco avanza** porque tiene olas **en contra**, ese valioso impulso hace que el barco **se mueva con mayor facilidad**".

- ◆ Identificarás que es el éxito para ti.
- ◆ Comprenderás el tema con ejemplos reales.
- ◆ Conocerás como quieres consumir tu éxito.
- ◆ Aprenderás a diferenciar entre la ilusión y el éxito.
- ◆ Analizarás que es lo que no te deja avanzar en tu camino.

RECETAS PARA EL ÉXITO

Clases de 15 a 27 Minutos

CONTENIDO DEL CURSO

[CLIC AQUÍ PARA VER CLASES](#)

- ▶ Clase Gratuita.
- ▶ Clase 1. La receta de tu propio éxito.
- ▶ Clase 2. Éxito en el amor.
- ▶ Clase 3. Éxito en el trabajo.
- ▶ Clase 4. Éxito en la salud.

4

EMPODERA A TU FAMILIA



¿QUÉ CONSEGUIRÁS CON ESTE CURSO?

"Tu tienes las herramientas para **ser lo que tu quieres ser**, solo tienes que **aprender a creer en ti mismo**".

- ◆ Aprenderás tips para elegir a la persona que te acompañara.
- ◆ Conocerás a tu pareja.
- ◆ Lograrás comunicarte de forma eficaz.
- ◆ Entenderás el verdadero concepto de familia.
- ◆ Comprenderás que el proceso de crianza de tus hijos no es una excusa para perder tu esencia.
- ◆ Conocerás algunos tips desde el punto de vista de una psicóloga, que ha experimentado la formación de un hogar.

EMPODERA A TU FAMILIA

Clases de 20 a 30 Minutos

CONTENIDO DEL CURSO

[CLIC AQUÍ PARA VER CLASES](#)

- ▶ Clase Gratuita.
- ▶ Clase 1. El impacto de quién eliges para construir un hogar.
- ▶ Clase 2. Decidir tener hijos y fecundando para el éxito.
- ▶ Clase 3. Aprende a hablar en familia.
- ▶ Clase 4. Cómo criar a tus hijos en sus diferentes etapas.



5

COMUNICACIÓN EMOCIONALMENTE ASERTIVA

¿QUÉ CONSEGUIRÁS CON ESTE CURSO?

"El que domina a otros es **fuerte**, pero el que se domina así mismo es **PODEROSO**"
Lao Tse

Por esta razón hemos creado este curso, para entregarte herramientas comprobadas que mejorarán notablemente tu comunicación, logrando comprender tus emociones y dirigir las en diferentes campos de tu vida profesional y empresarial.



COMUNICACIÓN EMOCIONALMENTE ASERTIVA

Clases de 20 a 30 Minutos

CONTENIDO DEL CURSO

[CLIC AQUÍ PARA VER CLASES](#)

- ▶ Clase Gratuita.
- ▶ Clase 1. ¿Que es la comunicación asertiva?.
- ▶ Clase 2. ¿Que es la comunicación Pro-activa y Reactiva?.
- ▶ Clase 3. FeeBack de corazón.
- ▶ Clase 4. Presentaciones de Impacto.



6 NEURO-LIDERAZGO

El curso #1

para descubrir todo tu potencial cómo líder gracias a los tesoros de la neurociencia

Exclusivo para emprendedores, profesionales, docentes, formadores y toda persona que quiera generar un impacto positivo en su vida.

Gloria Viveros
Coach & Conferencista

Más de 12 años
De trayectoria en 100 empresas de Latinoamérica y España

Un líder no nace, **un verdadero Líder se hace** y en este curso aprenderás diferentes herramientas para potencializar tus habilidades de liderazgo basadas en **descubrimientos de la neurociencia.**

NEURO-LIDERAZGO

Clases de 20 a 30 Minutos

CONTENIDO DEL CURSO
[CLIC AQUÍ PARA VER CLASES](#)

- ▶ Clase 1. ¿Cómo funciona nuestro cerebro y cómo sacarle provecho?.
- ▶ Clase 2. ¿Qué es y cómo despertar la conciencia en los demás?.
- ▶ Clase 3. ¿Cómo conectar a las personas gracias a la empatía neuronal?
- ▶ Clase 4. ¿Cuales son los tesoros neuronales y como sacarles provecho? .

¡ÚLTIMOS CUPOS!

MEMBRESÍA ONLINE VITALÍCIA	PRECIO NORMAL
Obtén tus capacitaciones DE POR VIDA	\$482 USD
TU OFERTA HOY! =	\$69 USD

RECUERDA QUE: El precio puede variar sin previo aviso. Confirma el valor de tu membresía en www.renacerycrecer.com

TESTIMONIOS



Conny Delgado Amador
Gracias mi Glorita súper me a ayudado mucho no sabes cuánto



2



Lorena Astudillo Lopez
Quee bien, **felicitaciones** por tan importantes temas desde la mirada científica.

2



Margarita Cano Rendon
holaMe quede impactada con ese video...mil gracias ..es para verlo varias veces 😊😭😭

3



Naty Rios
Te amor Gloria, tus reflexiones contribuyen positivamente para mejorará mi calidad de vida. Bendiciones 🙏

2



Mauricio Burbano
Excelente reflexión, ayuda a entender mucho sobre este tema del amor

1



Laura Gongora
Dios, que reflexion... Me encanto, así que a fluir, y a renacer todos los días.

1

TESTIMONIOS



Paola Andrea Rojas
Gloria, Dios te bendiga y te siga dando sabiduria para guiarnos con tus palabras

1



Giulietta Muñoz
Q genial.Gloria. un gran mensaje que aportas a nosotros tus seguidores para aplicar a nuestras vidas Dios te bendiga

1



Saudy Solarte Franqui
Cada palabra cada tema es muy interesante pero lo mas importante es que dejas una gran enseñanza

1



Esther Sanchez
La primera vez que ví un vídeo tuyo hermosa. Fue ayer. Y enseguida le di like a tu página. Siento paz. Y mucho amor. Al escucharte y verte. Saludos y te seguiré viendo. Saludos desde Mérida Yucatán México. Me encantó 💕🙏 bendiciones abundantes

1



Antonio Jose Camayo Tovar
MARAVILLOSO tema que grandes enseñanzas nos Da a las personas que estamos viviendo la pérdida de un ser querido.

1

Gloria Viveros
CONEXO DIGITAL

NOSOTROS
TE ACOMPAÑAMOS
EN TU
CRECIMIENTO
PERSONAL

Contacto: +57 3133613693
www.renacerycrecer.com



**DURANTE TODA TU
VIDA APRENDERÁS
DE NUESTRA
MANO**

- ★ Gloria Viveros
- ★ Alejandro Sarria
- ★ Yeison Cajas





Alejandro Sarria
Experto en Marketing Digital

Más de 8 años implementando estrategias de marketing digital para empresas en Latinoamérica como Porvenir, Facebook, Google. Es conferencista invitado del programa de aceleración de empresas de Google Launchpad.



Yeison Cajas
Coach y Extratega Digital

Director Creativo de Conexo Digital. Finalista en 4 competencias de tecnología e innovación nacionales e internacionales. Coordinador regional de Emprendedores Anónimos (Comunidad de emprendimiento y fondo de inversión angel).

¡RECUERDA!

Un sólo y ÚNICO pago PARA TODA LA VIDA

- Accede de manera **inmediata y de por vida** para aprender sobre: Cómo superar pérdidas, Manejo del estrés, Empoderar a tu familia, Recetas para el éxito, Neuroliderazgo, Comunicación emocionalmente asertiva.
- Acceso **PARA TODA LA VIDA** a las nuevas clases que publicaremos a futuro.
- Acceso **PARA TODA LA VIDA** al sistema de preguntas y respuestas tipo foro.
- **Certificado digital personalizado** de acceso al contenido, rendimible, imprimible y descargable en formato pdf.
- **GARANTÍA.** Devolvemos tu dinero si pasados 7 días el producto no cumple o supera tus expectativas.
- **SEGURIDAD.** Por tu seguridad y la nuestra el pago lo vas a hacer en la plataforma de Hotmart.



Anexo 15. Estructuración de guión: “Membresía Renacer y Crecer”



NIT No. 900889418-5

MEMBRESÍA RENACER Y CRECER

Asesor: Buenas tardes hablo con XXXX

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: Hola soy Asesora del Equipo de Renacer y Crecer con Gloria Viveros. Estamos muy felices de que hayas dejado tus datos y estés interesado en darle un giro a tu vida.

Mi nombre es Andrea Guerrero y mi intención con esta llamada, es brindar toda la información necesaria para que des inicio junto con Gloria Viveros un camino que transformara tu ser, tu familia y toda tu vida. Recuerda que Gloria quiso reunir todo su conocimiento y amor al servicio en esta membresía, para que personas como tú puedan desarrollar todo su potencial.

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: Te has dado cuenta que Gloria Viveros habla de temas como ____ (según la navegación cliente)

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: ¿Que te han parecido los contenidos que has visto hasta el momento?

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: Recuerda que con la membresía Premium Renacer y Crecer con Gloria Viveros puedes profundizar en otros temas como (dependiendo de la navegación describir los módulos que el cliente necesita. Con esta membresía tendrás acceso el día de hoy a 32 clases, nuevos contenido y actualizaciones de por Vida.

¿Te gustaría profundizar en algún tema en particular?

Cliente: Espero respuesta.

Asesor: Con esta membresía aprenderás a sanar el dolor de perder a un ser querido, un empleo, o de terminar una relación; conocerás métodos para manejar el estrés; empezarás a identificar cuál es tu propio éxito y qué hacer para llegar a él; lo más bonito de todo esto, es que tu familia también puede vivir este proceso de crecimiento en un módulo especial para ellos, podrás aprender como criar a tus hijos para que sean exitosos y felices. Si sientes que alguna de estas temáticas te pueden ayudar, este lugar es ideal para ti.

Cliente: Espero respuesta.

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING
DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos: +57 304 114 9248



NIT No. 900889418-5

Asesor: Te voy a compartir el documento donde encontrarás toda la información detallada de esta membresía. Si tienes alguna duda, no olvides que aquí estoy para ayudarte y apoyarte en lo que necesites. **PDF**

Ciente: Espero respuesta.

Asesor: Recuerda que durante la vida invertimos constantemente en estudios que alimentan nuestra educación profesional, pero hemos dejado de lado el aprendizaje continuo para mejorar nuestro ser.

<http://www.gloriaviveros.com/lanzamiento/>

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING
DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos: +57 304 114 9248

Anexo 16. Convocatoria Cluster CreaTIC- Licencia de Software 2019

The screenshot shows the CREATIC website with a navigation menu at the top: Inicio, Quienes somos, Formación, Empresas, Actualidad. Below the menu are three call for applications cards. The middle card is highlighted with a red border.

- Left Card:** CONVOCATORIA TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA Y CREACIÓN DE SPIN-OFF. FASE 1: Rendimiento de los procesos de transferencia tecnológica y creación de spin-off. Fecha de apertura: 27 de febrero de 2019. Fecha de cierre: 7 de marzo de 2019. Más información en: www.dustercreatic.com.
- Middle Card (highlighted):** CONVOCATORIA ASIGNACIÓN DE LICENCIAS SOFTWARE. Accede a herramientas para el desarrollo o mejora de sus productos. Recibe hasta 30 puntos en la evaluación si tu empresa está constituida. Fecha de apertura: 01 de febrero de 2019. Fecha de cierre: 15 de marzo de 2019. Conoce los términos de referencia en: www.dustercreatic.com.
- Right Card:** Adenda Convocatoria de alta formación de talento humano. Maestría Nacional 2019. Sectorizado Nacional y en el exterior 2019. Fecha de cierre: 17 de febrero de 2019. Información: comunicacion@clustercreatic.com.

This is a detailed view of the call for applications banner for software licenses. It features a blue and purple background with a keyboard graphic.

CONVOCATORIA ASIGNACIÓN DE LICENCIAS SOFTWARE

Accede a herramientas para el desarrollo o mejora de sus productos.

Recibe hasta 30 puntos en la evaluación si tu empresa está constituida!

Fecha de apertura: 01 de febrero de 2019

Fecha de cierre: 15 de marzo de 2019

Conoce los términos de referencia en: www.dustercreatic.com

Logos of partner organizations: Cauca, SGR, COLCIENCIAS, DNP, SENNA, CREPIC, Universidad del Cauca, and others.

Anexo 17. Solicitud de apoyo- Licencia de Software 2019

Corporación de incubación y fomento de empresas de base tecnológica



Popayán, Cauca 13-03-2019

Señores:

Cesar Daniel Samboni
Director Corporación

Rafael Bermúdez
Director del proyecto
Ciudad.

Centro De Desarrollo Tecnológico Cluster Creatic

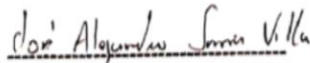
ASUNTO: Solicitud de apoyo para adquisición de licencia software y/o servicio en la nube

Reciba un cordial saludo,

Nosotros Conexo Digital a través de nuestro producto: Membresía online en Marketing Digital, buscamos formar emprendedores, profesionales y pequeños negocios en marketing digital, utilizando herramientas como: Google Ads, Facebook Ads, Páginas de venta, Automation Marketing, Chatbots, Email marketing entre otros. Buscamos formar a emprendedores, profesionales y pequeños negocios en herramientas como: Google Ads, Facebook Ads, Páginas de venta, Automation Marketing, Chatbots, Email marketing, entre otros con el objetivo de que puedan hacer de Internet un activo estratégico para cumplir sus objetivos de negocio. Teniendo en cuenta lo anterior, los estudiantes puedan hacer de Internet un activo estratégico para cumplir sus objetivos organizacionales y sueños. Teniendo en cuenta lo anterior deseamos hacer la solicitud de las licencias de ActiveCampaign y Zapier.

Asimismo, nos comprometemos a que de ser seleccionados en la presente convocatoria, daremos buen uso de la licencia otorgada, respetando las condiciones con las cuales son entregadas a nuestro nombre y no vulnerando los términos y condiciones presentados por el proveedor de las licencias.

Cordialmente,

Firma: 

Nombre: José Alejandro Sarria Villa

Cédula: 10.307.335

Teléfono: 3005194232

Correo: jasy27@gmail.com

gerencia@conexodigital.com

Calle 20N # 7A - 34 B/ Ciudad Jardín - Popayán, Colombia
Correo: comunicaciones@clustercreatic.com
Teléfono: 3146633082

Scanned by CamScanner

Anexo 18. Presentación de propuesta- Licencia de Software 2019

Corporación de incubación y fomento de empresas de base tecnológica



CONVOCATORIA DE ACOMPAÑAMIENTO TÉCNICO EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS

Anexo 1. Documento de presentación de la propuesta

1. Información de la empresa o emprendimiento

Nombre de la empresa o emprendimiento postulante.	Conexo Digital
Tipo de vinculación con el Centro de Desarrollo Tecnológico Corporación Cluster CreaTIC	Empresa en proceso de incubación de StarUp- Etapa de aceleración.
Página Web	www.conexodigital.com/all-courses/
Fecha	13-03-2019

2. Información de contacto

Nombres y apellidos	José Alejandro Sarria Villa
Cargo	Gerente General
Correo electrónico	jasv27@gmail.com gerencia@conexodigital.com
Teléfono	3005194232

3. Información del producto

Nombre del producto	Membresía online en Marketing Digital
Objetivo del producto o problema que busca	Conexo Digital a través de su producto busca formar en marketing digital en Latinoamérica a

Scanned by CamScanner

CONVOCATORIA DE ACOMPAÑAMIENTO TÉCNICO EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS

resolver	emprendedores, profesionales y pequeños negocios, a través del uso de herramientas como: Google Ads, Facebook Ads, Páginas de venta, Automation Marketing, Chatbots, Email marketing, entre otros.
Descripción del producto	<p>La Membresía Online en Marketing Digital es una plataforma digital que maneja capsulas educativas 24/7 con el fin de educar a emprendedores, profesionales y pequeños negocios en marketing Digital.</p> <p>A través de los micro-contenidos de video, el estudiante será guiado en cada una de las plataformas y obtendrá explicaciones detalladas de las estrategias necesarias para posicionar su producto en el mercado.</p>
Línea tecnológica a la que pertenece el producto	<p><input type="checkbox"/> Análisis y procesamiento de grandes volúmenes de Datos - Big Data</p> <p><input type="checkbox"/> Desarrollo de productos usando internet de las cosas</p> <p><input type="checkbox"/> Desarrollo de aplicaciones móviles</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Desarrollo de aplicaciones web y computación en la nube</p>
Nivel de madurez del producto	Fase de Comercialización y expansión de mercados.
Justificación de necesidad de la licencia	<p>Estas dos licencias son pieza clave para la construcción de nuestra estrategia comercial y fortalecimiento del producto tecnológico, ya que permite automatizar e integrar diferentes tecnologías, herramientas y plataformas de marketing digital, automatización de marketing, email y crm en un mismo lugar.</p> <p>Ambas herramientas se complementan entre si ya que al utilizar Zapier se pueden realizar diferentes integraciones entre nuestra plataforma educativa</p>

CONVOCATORIA DE ACOMPAÑAMIENTO TÉCNICO EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS

	<p>como también con herramientas externas como Facebook Ads, Google Ads y ActiveCampaign entre otras.</p> <p>ActiveCampaign nos servirá como el centro de automatización de leads para generar una mejor prospección y seguimiento a nuestros clientes, facilitando el proceso comercial y robusteciendo nuestro producto tecnológico.</p>
Nombre de las Licencias	<p>1.Active Campaing</p> <p>2. Zapier</p>
Descripción de las características o plan de la licencias (anual, mensual, tipo de paquete, etc)	<p>1. Licencia Active Campaign</p> <ul style="list-style-type: none"> > Licencia Lite de 2.500 Contactos > Licencia por 1 Año > Valor 468 USD <p>www.activecampaign.com/pricing/</p> <p>2. Licencia Zapier</p> <ul style="list-style-type: none"> > Plan Starter por 7 Meses > Valor x Mes: \$25 USD > Valor por 7 Meses: \$175 USD <p>www.zapier.com/pricing/</p>
Tiempo por el cual solicita las licencias	<p>La Licencia de ActiveCampaign es solicitada por 1 Año.</p> <p>La Licencia de Zapier es solicitada por 7 meses.</p>
Valor total de las licencias	<p>La licencia Zapier y Active Campaign tienen un valor de \$643 dólares.</p>
Síto Web del proveedor de la licencia	<p>1.Active Campaing www.activecampaign.com/</p> <p>2. Zapier www.zapier.com</p>
Personal que hará uso de la(s) licencia(s) o servicio(s) en la nube	
Nombres y apellidos	José Alejandro Sarria Villa
Cargo	Gerente General

CONVOCATORIA DE ACOMPAÑAMIENTO TÉCNICO EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS


Correo electrónico	jasv27@gmail.com gerencia@conexodigital.com
Teléfono	3005194232
Nombres y apellidos	Yeison Cajas Santacruz
Cargo	Gerente Creativo
Correo electrónico	yeisoncajass@gmail.com
Teléfono	3133613693

***Nota:** Todos los campos deben ser diligenciados obligatoriamente.

****Al llenar este formulario usted afirma que toda la información contenida es veraz y que su empresa y/o emprendimiento están vinculados a algunos de los procesos del Centro de Desarrollo Tecnológico cluster CreaTIC**

Firma: José Alejandro Sarria Villa
Nombre: José Alejandro Sarria Villa
Cédula: 10.307.335

Corporación de incubación y fomento de empresas de base tecnológica



CONVOCATORIA PARA ASIGNACIÓN DE LICENCIAS SOFTWARE Y SERVICIOS EN LA NUBE

Resultados convocatoria de convocatoria de asignación de licencias software y servicios en la nube 2019

El CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO CLUSTER CREATIC, en el marco de la ejecución del proyecto "Fortalecimiento de las capacidades de las EBT TIC del departamento del Cauca para competir en un mercado global", busca la creación y fortalecimiento de emprendimientos de base tecnológica y contempla entre sus actividades la adquisición de licencias de software y servicios en la nube para prototipado y desarrollo, que permitan y aceleren la aparición de nuevos productos en el mercado.

Tras la revisión de las postulaciones de las Empresas y emprendimientos de base tecnológica del Departamento del Cauca, se realizó el proceso de evaluación siguiendo los siguientes pasos:

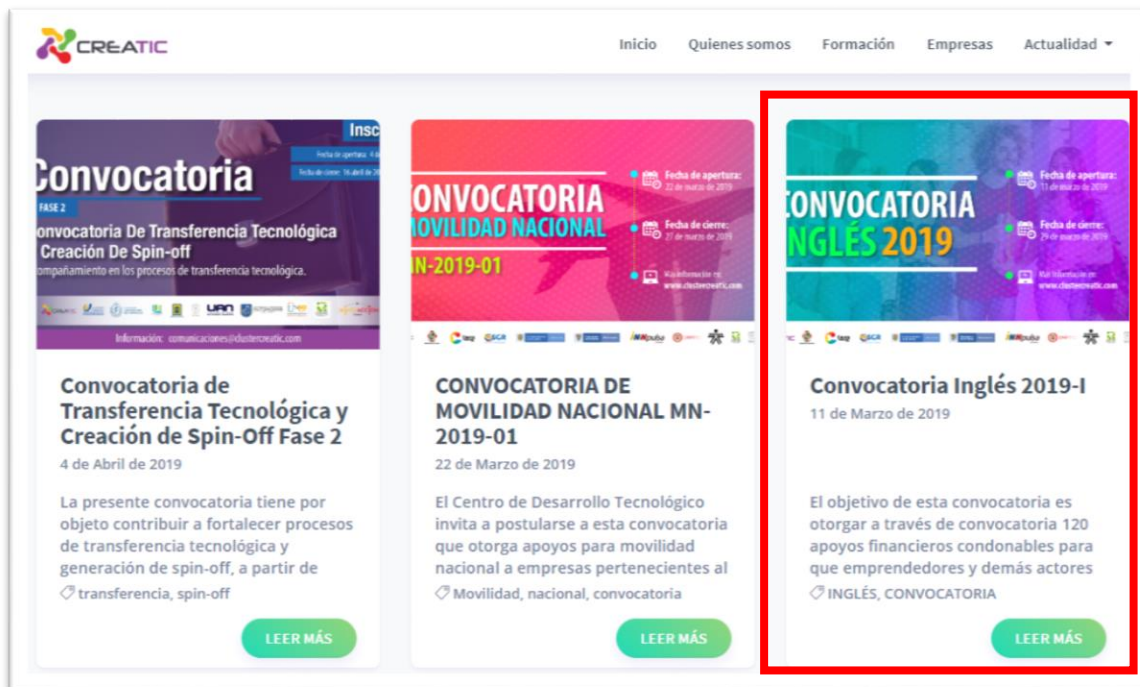
1. Validación de los requisitos de participación, condiciones inhabilitantes y documentación contemplada por cada propuesta presentada.
2. Validación de postulaciones que cumplan con el paso 1, siendo organizadas de manera descendente de acuerdo al orden de inscripción.
3. Las propuestas que cumplan con los requisitos expuestos en la presente convocatoria fueron evaluadas por los expertos de tecnología del **Centro de Desarrollo Tecnológico Cluster CreatiC** de acuerdo a los criterios de evaluación.

Tras la evaluación, se procede con la publicación de los resultados:

Empresa	Cumplimiento requisitos	Nota de aceptación	Total
SOLUCIONES CEOTIC SAS	SI	ACEPTADO, previa revisión con emprendedor para definir tiempo hasta de 12 meses que no supere el monto máximo definido	90
Conexo Digital	SI	ACEPTADO, previa revisión con emprendedor para definir tiempo hasta de 12 meses que no supere el monto máximo definido	70
Creazion Cloud SAS	SI	ACEPTADO, previa revisión con emprendedor para definir tiempo hasta de 12 meses que no supere el monto máximo definido	70
ETEKNIK SAS	SI	ACEPTADO, previa revisión con emprendedor para definir tiempo hasta de 12 meses que no supere el monto máximo definido	80

Calle 25N # 7A - 34 B1 Ciudad Jardín - Popayán, Colombia
 Correo: comunicaciones@clustercreatiC.com
 Teléfono: 3149633082

Anexo 20. Convocatoria Cluster CreaTIC- Convocatoria inglés 2019



CREATIC Inicio Quienes somos Formación Empresas Actualidad ▾

Convocatoria
FASE 2
Convocatoria De Transferencia Tecnológica
Creación De Spin-off
acompañamiento en los procesos de transferencia tecnológica.
Insc... Fecha de apertura: 11 de marzo de 2019
Fecha de cierre: 16 de abril de 2019
Información: convocatorias@clustercreatic.com

CONVOCATORIA DE MOVILIDAD NACIONAL MN-2019-01
Fecha de apertura: 22 de marzo de 2019
Fecha de cierre: 27 de marzo de 2019
Más información en: www.clustercreatic.com

CONVOCATORIA INGLÉS 2019
Fecha de apertura: 11 de marzo de 2019
Fecha de cierre: 29 de marzo de 2019
Más información en: www.clustercreatic.com

Convocatoria de Transferencia Tecnológica y Creación de Spin-Off Fase 2
4 de Abril de 2019
La presente convocatoria tiene por objeto contribuir a fortalecer procesos de transferencia tecnológica y generación de spin-off, a partir de
transferencia, spin-off
[LEER MÁS](#)

CONVOCATORIA DE MOVILIDAD NACIONAL MN-2019-01
22 de Marzo de 2019
El Centro de Desarrollo Tecnológico invita a postularse a esta convocatoria que otorga apoyos para movilidad nacional a empresas pertenecientes al
Movilidad, nacional, convocatoria
[LEER MÁS](#)

Convocatoria Inglés 2019-I
11 de Marzo de 2019
El objetivo de esta convocatoria es otorgar a través de convocatoria 120 apoyos financieros condonables para que emprendedores y demás actores
INGLÉS, CONVOCATORIA
[LEER MÁS](#)



CREATIC Inicio Quienes somos Formación Empresas Actualidad ▾

CONVOCATORIA INGLÉS 2019

Fecha de apertura: 11 de marzo de 2019

Fecha de cierre: 29 de marzo de 2019

Más información en: www.clustercreatic.com

CREATIC Cauca SGR El Centro Emprendedor de la Región del Cauca El Programa de Empleo Municipal innpulsa DNPSE SENA

Anexo 21. Aval de postulación- Convocatoria inglés 2019



NIT No. 900889418-5

Anexo 1
Convocatoria Inglés 01-2019
Carta de Aval - Conexo Digital

[Popayán, 15-03-2019]

Señores
CORPORACIÓN CLUSTER CREATIC
Calle 20 N · 7ª-34 B/Ciudad jardín
Popayán

Asunto: Aval de Conexo Digital para la postulación de colaboradores a la convocatoria Inglés 2019-1.

Apreciados señores:

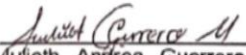
En mi calidad de representante legal de Conexo Digital, NIT No. [900889418-5], certifico que la empresa a la cual represento, ha otorgado el aval al colaborador [Julieth Andrea Guerrero Mosquera], identificado con c.c. [1.061.784.607] para presentarse a la Convocatoria Inglés 2019-1.

Dicho aval implica que el candidato cuenta con el apoyo institucional para su proceso de formación, y por ende con la disponibilidad de tiempo para desarrollar dicho proceso, de acuerdo con los términos de referencia de la convocatoria.

A su vez, mediante la presente, certifico que el colaborador no es socio de la empresa ha estado vinculado a la organización que represento durante 5 meses, ocupando el cargo de Community Manager.

Cordialmente,


José Alejandro Sarria Villa
103007335
Representante legal
Conexo Digital


Julieth Andrea Guerrero Mosquera
1.061.784.607
Community Manager
Conexo Digital

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING
DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos: +57 304 114 9248

Anexo 22. Acuerdo de compromiso- Convocatoria inglés 2019



NIT No. 900889418-5

CORPORACIÓN CLUSTER CREATIC.

ACUERDO DE COMPROMISO Y ACEPTACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DEL CURSO EN IDIOMA INGLÉS

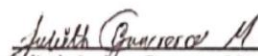
Yo **Julieth Andrea Guerrero Mosquera**, con documento de Identidad N° 1.061.784.607, expedido en Popayán, quien actúa en calidad de candidato a ser beneficiario de la convocatoria "Inglés 2019-1" del Centro de Desarrollo Tecnológico Cluster CreaTIC, acuerdo formalizar la presente **ACTA Y/O ACUERDO DE COMPROMISO** en el marco del patrocinio del **CURSO DE FORMACIÓN EN IDIOMA INGLÉS**, con el fin de garantizar mi participación activa y cumplimiento en los horarios y fechas establecidas por la entidad a realizar la capacitación.

El presente acuerdo se registrará de conformidad con las siguientes cláusulas, en caso de resultar beneficiario de esta convocatoria del Centro de Desarrollo Tecnológico Cluster CreaTIC:

- **CLÁUSULA PRIMERA.** El beneficiario deberá aprobar los niveles inscritos y financiados en un 100% por el Proyecto "Fortalecimiento de las capacidades de las EBT TIC del Cauca para competir en un mercado global", de acuerdo a los requerimientos académicos y de asistencia establecidos por la institución.
- **CLÁUSULA SEGUNDA.** El beneficiario podrá manifestar la imposibilidad de dar continuidad al proceso de formación, después de cursar y aprobar al menos un nivel. Esta solicitud debe ser realizada mediante oficio dirigido a la Corporación Cluster CreaTIC, exponiendo las razones que fundamentan la decisión, las cuales serán valoradas por el financiador a fin de ser aceptadas, ampliadas o rechazadas. Dicha comunicación debe ser remitida con anterioridad al inicio del nivel desde el cual se pretende interrumpir el proceso de formación, de modo que no se realice el pago correspondiente.

Para constancia se firma en la ciudad de Popayán, el 15 de marzo de dos mil diecinueve (2019).


BENEFICIARIO


Julieth Andrea Guerrero Mosquera
C.C. No. 1.061.784.607 de Popayán
"Conexo Digital"

BRINDAMOS EDUCACIÓN ESPECIALIZADA EN MARKETING
DIGITAL

www.conexodigital.com

Contáctanos: +57 304 114 9248


NIT: 817.006.005-8

RESULTADO CONVOCATORIA INGLÉS 2019-1
FORTALECIMIENTO DE LAS COMPETENCIAS PARA LA COMUNICACIÓN COMERCIAL Y
TÉCNICA CON ÉNFASIS EN INGLÉS

El CENTRO DE DESARROLLO TECNOLÓGICO CLUSTER CREATIC y el DEPARTAMENTO DEL CAUCA, en el marco de la ejecución del proyecto "Fortalecimiento de las capacidades de las EBT TIC del departamento del Cauca para competir en un mercado global", busca la creación y fortalecimiento de emprendimientos de base tecnológica y contempla entre sus actividades el "Fortalecimiento de las competencias para la comunicación comercial y técnica con énfasis en inglés", con el objeto de mejorar sus habilidades comunicativas en procesos de relacionamiento y acercamiento comercial a nuevos mercados.


Para la Convocatoria Inglés 2019-1 que tuvo apertura el 11 de marzo del 2019 se recibieron hasta las 11:59 p.m. del viernes 29 de marzo, 181 postulaciones (emprendedores, empresarios y actores del ecosistema).

La revisión de las postulaciones se realizó teniendo en cuenta los requisitos expresados en los términos de la convocatoria.

A continuación se presenta el listado de las 120 personas que cumplieron con los requisitos y que han sido seleccionados para asignar el apoyo para cursar el programa:

Empresas o emprendimientos del CDT Cluster CreatIC				
Nº	Nombre del colaborador/postulado	Empresa que avala	Número de postulación	Concepto
1	Ximena Amparo Erazo Gómez	Egob	4	CUMPLE
2	Laura Sofía Salazar Erazo	Egob	6	CUMPLE
3	Jessica Alejandra Bermeo Melo	Solmedia Digital	7	CUMPLE
4	Kamilo Olima Suárez	Sadmind	12	CUMPLE
5	Veronica Fernanda Aza Lagos	Creazion Cloud	13	CUMPLE
6	Andres Felipe Araujo Paz	Solmedia digital	14	CUMPLE
7	Liliana Aza Lagos	Creazion Cloud	15	CUMPLE
8	Elizabeth Molano Solarte	Creazion Cloud	16	CUMPLE
9	Yenifer Fernanda Camayo Gómez	Kcumen digital	47	CUMPLE

www.clustercreatic.com



Cel: 310 263 08 88

¡Innovación para la transformación productiva y social!

10	William Alvarez	Solmedia digital	48	CUMPLE
11	Milena Gómez Acosta	Kargo	51	CUMPLE
12	María Isabel Bastidas Mutiz	Mujeres TIC	53	CUMPLE
13	Mónica Teresa Quevedo Hernández	Aquelarre	54	CUMPLE
14	Juleth Andrea Guerrero Mosquera	Conexo digital	55	CUMPLE
15	Anyl Marcela Cajas Santacruz	Conexo digital	56	CUMPLE
16	Liseth Campo	SecurTIC	61	CUMPLE
17	Omaira Nathaly Sanchez	Agrotimerc	62	CUMPLE
18	Juan Camilo Bernal Ortega	Idear y gestar proyectos	63	CUMPLE
19	Jhon Alejandro Piamba Monsalve	Ecotest	64	CUMPLE
20	Angela María Arca Sanchez	Amalgama	65	CUMPLE
21	Anyela Paola Montenegro	Medical Cloud	67	CUMPLE
22	Ricardo Orlando Rivera Montaño	Buxtar	70	CUMPLE
23	Claudia Isabel Porras Escobar	Conexo digital	71	CUMPLE
24	Rumel Correa Vargas	Buxtar	72	CUMPLE
25	Jose Luis Ruiz Quiñonez	Apsus	81	CUMPLE
26	Daniela Gonzales Mera	MedicalCloud	82	CUMPLE
27	Leonardo Amaury Fernandez Rengifo	MedicalCloud	83	CUMPLE
28	Maldy Lucía Cabrera Perna	Ingenialo	101	CUMPLE
29	Luis Fernando Medina Erazo	Seratic	112	CUMPLE
30	Daniel Solano	Seratic	113	CUMPLE
31	Edinson Ivan Ortega Urbano	Seratic	114	CUMPLE
32	Katherin Jhoanna Escobar Nieves	Seratic	115	CUMPLE
33	Santiago Dujmovic Uantén	INNCotech	118	CUMPLE
34	Yuranny Tatiana Chocue Flor	Seratic	122	CUMPLE
35	Jhonatan Alveiro Sosapanta Arenas	Ingenialo	125	CUMPLE