

**CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA LA
PROMOCIÓN DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS Y PROGRAMAS DE VOCES
CONSULTORES SAS.**

LADY PAOLA ARENAS DUARTE

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
BUCARAMANGA
2014**

**CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA LA
PROMOCIÓN DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS Y PROGRAMAS DE VOCES
CONSULTORES SAS.**

**LADY PAOLA ARENAS DUARTE
TRABAJO DE GRADO PRESENTADO EN MODALIDAD DE PASANTÍA COMO
REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL-
PERIODISTA.**

**SUPERVISOR
MG.HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
BUCARAMANGA
2014**

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, Febrero de 2014

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por guiarme y acompañarme durante mi proceso de formación como persona y profesional. A mis padres quienes me inculcaron que la mayor herencia que podrían dejarme era el conocimiento y preparación adquirida durante mis estudios lo cual me llevaría a desempeñarme como persona íntegra y útil a la sociedad. A mis hermanos, amigos, y personas que motivan día a día mi interés de seguir formándome para sobresalir en un ambiente laboral competitivo. A los docentes que acompañaron mi proceso de formación, por sus enseñanzas y apoyo incondicional inculcando siempre valores que me harán de una profesional Ética y sensible ante los problemas sociales con disposición de ayuda permanente. A la empresa Voces Consultores y su Directora Adiela Marín S. quién creyó desde un principio en mis habilidades y conocimientos profesionales para formar parte de su equipo de trabajo y su disposición de ayuda constante para formarme en todas las habilidades de comunicación que debe adquirir todo profesional para ser exitoso. Por último al docente, Héctor Mauricio Gómez Mora por su ayuda y disposición en todo momento para resolver mis inquietudes sobre mi proceso durante estos seis meses con el proyecto desarrollado en la empresa.

DEDICATORIA

Dedico mis triunfos y logros a Dios quién guía mi vida y me acompaña siempre en cada paso que doy, a mis Padres Gerardo Arenas y Aminta Duarte por la confianza y apoyo incondicional en mis decisiones y sueños de vida. A mis hermanos que me toman como ejemplo a seguir, a mi mayor riqueza, mis amigos y amigas que con su ayuda han facilitado y motivado mi proceso de formación. A Claudia Remolina Madrina de Bautizo, por su disposición de ayuda en dificultades presentadas. Por último a 70 niños y 35 niñas de los Hogares Mallorca y Misky Wasi de la Fundación Amazonia Bolivia y todas las personas que conocí en este hermoso país quienes me ratificaron que el amor y la ayuda incondicional que se pueda dar por el prójimo es nuestra misión de vida como seres humanos.

TABLA DE CONTENIDOS

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	12
2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	18
2.1 NOMBRE Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA	18
2.2 NOMBRE Y CARGO DEL SUPERVISOR EN LA EMPRESA	18
2.3 HISTORIA Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	18
2.3.1 MISIÓN	19
2.3.2 VISIÓN	19
2.3.3 VALORES	19
2.3.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	20
3. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA	21
3.1 OBJETIVO GENERAL	21
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	21
4. PLAN DE TRABAJO	22
5. TIEMPOS DE EJECUCIÓN	26
7. RESULTADOS	46
8. CONCLUSIONES	47
9. RECOMENDACIONES	48
10. BIBLIOGRAFÍA	49

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Actividades a ejecutar	20
Tabla 2. Tiempos de ejecución	22
Tabla 3. Base de datos empresas trabajadas	24
Tabla 4. Base de datos clientes potenciales	26
Tabla 5. Base de datos de asistentes a seminarios	27

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Pantallazo Fan Page Voces Consultores	34
Gráfico 2. Pantallazo LinkedInAdiela Marín Simbaqueba, Directora Voces	35
Gráfico 3. Pantallazo TwitterAdiela Marín Simbaqueba, Directora Voces	35
Gráfico 4. Pantallazo Fan Page Voces Consultores	36
Gráfico 5. Pantallazo Fan Page Voces Consultores	36
Gráfico 6. Pantallazo Fan Page Voces Consultores	37
Gráfico 7. Pantallazo Fan Page Voces Consultores	38
Gráfico 8. Imagen de tarjeta de Navidad para los clientes de Voces Consultores	38
Gráfico 9. Pantallazo Fan Page Voces Consultores	39
Gráfico 10. Pantallazo cuenta YouTube Voces Consultores	40
Gráfico 11. Página Web de Voces Consultores	41
Gráfico 12. Imagen publicidad Seminario Gestión Estratégica de crisis	42
Gráfico 13. Imagen Taller de Presentación de Televisión Voces Consultores	43

LISTA DE ANEXOS

Anexo1. Registro fotográfico Voces Consultores

Anexo2. Portafolio Voces Consultores.

Anexo 3. Base de datos empresas trabajadas Voces Consultores.

Anexo 4. Base de datos clientes potenciales Voces Consultores.

Anexo 5. Base de datos de asistentes a Seminarios Voces Consultores.

RESUMEN

TITULO: Creación de una Estrategia de Comunicación digital para la promoción del portafolio de los servicios y programas de Voces Consultores SAS.

AUTOR(ES): Lady Paola Arenas Duarte

FACULTAD: Comunicación Social-Periodismo

DIRECTOR (A): Hector Mauricio Gómez Mora

Se creó una Estrategia de Comunicación digital para la promoción del portafolio de los servicios y programas de la Empresa Voces Consultores SAS, gracias a las nuevas tecnologías de comunicación e información, la Web 2.0 y las TIC, herramientas que dan paso al conocimiento permanente de temas de interés, se implementaron las Redes sociales y el Marketing electrónico para visibilizar y posicionar a la empresa en los medios Online, teniendo en cuenta que en la actualidad la Internet cambió radicalmente las formas de comunicarse es por ello que Voces Consultores SAS le apuesta a estas ventajas tecnológicas para acceder a un mercado global y adquirir reconocimiento Online. Para cumplir el objetivo planteado fue indispensable realizar acciones como la creación de las redes virtuales: (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube), a su vez actualización de las mismas con el diseño de contenidos para publicar en las Redes Sociales, modificar los programas de Medios, Ejecutivos, Reinas, Voceros y Profesionales de Voces que están en la web, actualización de la página Web, realización de vídeos promocionales, elaboración de publicidad para los talleres de la empresa, y así mismo cubrimiento y apoyo en cada uno de ellos, por último la construcción de una base de datos de clientes nuevos. El logro de los objetivos fue positivo, ya que el reconocimiento actual de la empresa aumentó gracias a la difusión en las redes de sus programas y actividades desarrolladas, la interacción y participación de los clientes con la información publicada fue inmediata y todo ello facilita incursionar en el entrenamiento online de los talleres individuales para acceder a todas las modalidades de negocio que existen en la actualidad.

PALABRAS CLAVES: Estrategia de comunicación, redes sociales, marketing electrónico, página web, fidelización de clientes.

ABSTRACT

TITLE: Creating a digital communication strategy to promote the portfolio of services and programs Voces Consultores SAS.

AUTHOR (S): Lady Paola Arenas Duarte

FACULTY: Social Communication and Journalism

DIRECTOR (A): Hector Mauricio Gómez Mora

There was established a Digital Communication Strategy to promote the portfolio of services and programs of the Company Voces Consultores SAS, thanks to the new communication and information technologies available, such as Web 2.0 and TIC, tools that lead to constant knowledge regarding topics of interest, Social Networking and Electronic Marketing were implemented for the display and position the company in online media, considering that nowadays internet activity has radically changed the communication ways, Voces Consultores SAS commits to this technology to access a global market and gain Online recognition. To fulfill the stated objective, actions were essential, such as the creation of virtual networks: (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube), as well as the continuous update of them with content design to broadcast on Social Networks; modify Media programs, Executives, Queens, Spokespersons and Professional of Voces that are in the web, updating the website, conducting promotional videos, advertising development for company lectures finally development and support of new clients database. The goals achievement was positive, as the current recognition of the company increased by networks diffusion in its programs and developed activities, the customer's interaction with the information published was immediate and all this allows to leap into online training of individual lectures for access to all forms of business that exist today.

KEY WORDS: communication strategy, social networking, electronic marketing, website, customer loyalty.

1. INTRODUCCIÓN

El propósito de crear una estrategia de comunicación que permita visibilizar y difundir el portafolio de servicios de Voces Consultores, implementando las redes sociales, tiene como finalidad darle reconocimiento a la empresa y posicionarla en los medios virtuales, de esta forma se pueda dar cumplimiento al objetivo del negocio online.

A partir de lo anterior es fundamental el rol que debe tener el comunicador para llevar a cabo acciones comunicativas que posicionen y consoliden la imagen y marca de Voces Consultores, según Jairo Ortiz González, Director de recursos humanos y relaciones públicas de la Universidad Latina de Costa Rica, “el comunicador adopta una función de maquinista en la que la adhesión a los objetivos de comunicación, la capacidad de reacción, y el control se vuelven claves para el cumplimiento de las metas”¹, de allí la necesidad de crear una estrategia de comunicación que defina cuál es el público objetivo que se quiere tener para consolidar el grupo de personas con las que queremos optimizar relaciones y promocionar el portafolio de servicios, que va a permitir visualizar los programas de la empresa en las redes sociales, y cumplir el objetivo final de consolidar el negocio online.

Sin embargo es necesario tener claro que es una estrategia de comunicación para poder desarrollar los objetivos según el propósito de la misma, ahora bien, una estrategia de comunicación es una “serie de acciones bien planificadas que se propone lograr ciertos objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación”²

¹ORTIZ GONZALES, Jairo. El rol del comunicador en la era digital. *Cuad. Cent. Estud. Diseño Comun., Ens.* [online]. 2010, n.33. Citado el 18 de Septiembre de 2013 pp. 73-85. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-35232010000300007&lng=es&nrm=iso. ISSN 1853-3523.

²MANUEL DPEC. Los principios para el Diseño de una estrategia de comunicación. [Online] En: Estrategia de Comunicación. Citado el 18 de Septiembre de 2013 Disponible: <http://ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/011/y5794s/y5794s01.pdf>

A partir del concepto se establecen puntos claves para trabajar en la construcción de la estrategia, teniendo en cuenta el problema o en este caso específico la necesidad de posicionamiento de marca en redes virtuales de la empresa, es preciso definir los objetivos de acuerdo al contexto actual de los medios y los recursos que se tengan para llevar a cabo las acciones comunicativas, ya que están sujetas a un tiempo de ejecución que determina la efectividad de los objetivos. Ya creada la estrategia de comunicación es indispensable el uso de las nuevas tecnologías de comunicación e información, la web 2.0 y las TIC, pues en la actualidad los medios de comunicación, Radio, Prensa, Televisión, se han visto afectados por los medios digitales el consumo masivo de información por las redes se convierte en alternativas de mercadeo y publicidad para las empresas que buscan posicionar su marca en la Web.

La respuesta a contenidos informativos que se publique en las redes es inmediata por ende la interacción entre públicos se hace efectiva y con alcance global de la información. El autor Juan Cristóbal Cobo Romani expresa que las TIC “Son dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes”³ de esta forma facilita la comunicación entre personas, son herramientas eficaces que dan paso al conocimiento constante de diversos temas de interés, y plataformas de intercambio de ideas.

Cabe aclarar que Voces Consultores ya cuenta con su respectivo sitio web, sin embargo es necesario incrementar el número de visitas con la ayuda de las redes virtuales (Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otras), es importante mencionar a Javier Celaya, el indica que “la irrupción de Internet en nuestras vidas, la sociedad ha cambiado radicalmente su manera de comunicarse con otras personas, sus hábitos de ocio, sus formas de conocerse y relacionarse, y que gracias a las nuevas herramientas digitales derivadas de la segunda generación

³ COBO, Juan Cristóbal. El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en sociedad del conocimiento. (Online) [En: Base de Datos EBSCO](#). Zer: Revista de Estudios de Comunicación; nov2009, Vol. 14 Issue 27, p295-318. Citado el 31 de enero del 2013. Disponible en: <http://ehis.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7cbf13e1-36fa-4a7f-a093-68628d155aad%40sessionmgr13&vid=11&hid=1>

de Internet, más conocida como Web 2.0, el consumidor se ha convertido en el principal protagonista de la red⁴. A partir de ello la importancia de tener un acercamiento con todo tipo de público que este en búsqueda constante de conocimiento e información, sin embargo para que exista una relación directa con el cliente o público virtual es necesario diseñar una estrategia de comunicación virtual que le proporcione alcances en un ámbito general a todas las personas que acceden a los diferentes sitios Web, convirtiéndose en una opción y motor de Búsqueda en el área profesional y de estudio con el cual se caracteriza Voces Consultores.

Para establecer qué redes virtuales se deben implementar como herramientas de información para Voces Consultores es necesario entender ¿qué es una red social? para ello el autor Celaya, manifiesta que las redes sociales son espacios en Internet que permite que las personas publiquen y compartan cualquier tipo de información, es decir, no hay restricción de información ya que puede ser, personal, profesional, empresarial, o de interés general, la cual puede ser vista por todos los cibernautas sin importar si son conocidos o no. Tendremos de esta forma como herramienta de difusión y promoción del portafolio de Voces la red social Facebook, es una plataforma adaptada para cualquier tipo de usuario que quiera darse a conocer virtualmente, accediendo a un espacio atractivo, fácil de usar, y con aplicaciones diversas para la divulgación de cualquier información que se desee compartir con los usuarios, permite el control de la misma y proporciona al administrador de la página las estadísticas de medición de contenidos publicados y del porcentaje de visitas e interacciones de los usuarios con el sitio.

Ahora bien YouTube otra de las herramienta y redes virtuales que permite visualizar los productos y servicios que ofrecen las empresas por medio de vídeos elaborados para que las personas se conecten con el producto o servicio, facilitando la interacción con el público objetivo. Esta plataforma está diseñada para subir vídeos promocionales, informativos, didácticos, la cual es utilizada por Voces Consultores a través de su cuenta para complementar visualmente los

⁴CELAYA, Javier. La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación on-line en la estrategia empresarial. 3ª.ed. Barcelona:Editorial Grupo Planeta 2011. Pág. 23

objetivos de la estrategia de comunicación de la empresa. Así mismo dentro de las redes a utilizar para la empresa aparece una nueva forma de comunicación que es llamada microblogging, la cual permite informar a toda las personas con las que se pretende establecer una conexión, esta herramienta de comunicación es clave para dar a conocer los servicios que tiene la empresa, ya que se crean lazos directos con el público objetivo, permite el fácil acceso para los usuarios, y la administración de la misma es rápida a comparación de las otras redes sociales, estamos hablando del Twitter un espacio donde todos exponen en un mínimo de palabras sus ideas e información de interés, otro estilo de comunicación que atrae a los cibernautas., es por esta razón la importancia de incluirla como red social para la promoción de los programas y talleres de Voces Consultores, fidelización de clientes y poder mantener un canal de contacto directo con ellos. Es necesario tener en cuenta que el poder de las redes sociales cada vez tiene más protagonismo y eso se debe a que todas las personas pueden acceder fácilmente, así lo expresa David Gómez, autor del libro Facebook Toolbox quien dice que “las redes sociales, son medios de comunicación interactivos que desarrollan comunidades alrededor de un interés común, las cuales están basadas en la web y pueden accederse desde diferentes dispositivos como un teléfono móvil, un Tablet o un computador.”⁵

A partir de ello surge la necesidad de aprovechar las ventajas que trae los medios digitales para grandes y pequeñas empresas que ven en estos medios una oportunidad de negocio, tal es el caso del grupo Coomeva, empresas Carvajal y el Banco WWB, entre otras que invierten capital económico y humano en el desarrollo de una estrategia de comunicación digital que les contribuya con el logro de objetivos, es en este caso lo que Voces Consultores busca al incursionar dentro de su plan de trabajo anual una estrategia de comunicación digital que permita posicionar la empresa, que los clientes y usuarios que estén siguiendo en redes sociales a la empresa se sientan identificados con la marca y posterior a ello el incremento de las ventas en un público nuevo. Abrir nuevas oportunidades de

⁵GÓMEZ, David. Facebook Toolbox. Guía práctica para fortalecer su negocio en Facebook. Capítulo 2, Breve introducción a las redes sociales, p. 26. Ediciones B Colombia S.A., 2011.

negocio y visualizar el mercado para los cursos Online. Es por esa razón que tanto Twitter, Facebook y YouTube entre otras, va a facilitar el cumplimiento de los objetivos de la empresa ya que los contenidos de los programas que ofrece la empresa se van a publicar de forma creativa, rápida, didáctica, para que la interacción con el usuario sea eficaz y se aumente la visibilidad del espacio web de la empresa.

Es pertinente aclarar que ya siendo creada las redes virtuales para Voces Consultores es indispensable el seguimiento, actualización y rediseño de estas herramientas para no perder el foco del cumplimiento de los objetivos, ya que estas van a permitir visualizar los contenidos de la web www.vocesconsultores.com de tal forma el usuario y los clientes actuales se sientan identificados con el servicio y la información allí publicada, así los alcances sean atraer no solo nuevos públicos si no generar en ellos la intención y necesidad de compra o la adquisición de los programas y talleres que actualmente ofrece Voces Consultores, para acceder a un reconocimiento virtual de los alcances y logros de la empresa.

Así mismo Voces consultores hará parte de la era tecnológica donde, las personas, empresas y sociedades le apuestan a un reconocimiento y posicionamiento global, para tener un acercamiento con el cliente no solo presencial sino entrar a formar parte de los negocios online.

El Marketing electrónico, el cual plantea la AMA(American Marketing Asociaton)“es el proceso de planificación y ejecución de la concepción, fijación de precio, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios, para crear intercambios que satisfagan los objetivos de los individuos y de las organizaciones”⁶.

A partir de lo anterior se pueda lograr la aceptación del negocio online proporcionado al cliente contenidos de ayuda en la Web y redes sociales (vídeos, imágenes, audios, boletines, y demás) que sean impactantes y llamativos para generar en el público la intención de adquirir los programas allí expuestos.

⁶ CRUZ, H. Ana. Marketing electrónico para PYMES. Cómo vender, promocionar y posicionarse en internet. RAMA Editorial. Madrid. España. septiembre de 2009, pág. 15.

Para el desarrollo de la estrategia de comunicación digital es indispensable “una función organizacional y una serie de procesos para crear, comunicar y entregar valor al cliente y para administrar relaciones con los clientes de manera que satisfagan las metas individuales y las de la empresa.”⁷ De esta forma se complementa el trabajo que se ha venido realizando a nivel presencial con los clientes con el que se pretende hacer al incursionar en un acompañamiento online de los programas que actualmente se trabajan en la empresa.

De allí radica que la labor del comunicador sea de mayor participación en la construcción de contenidos claros con la finalidad de servicio de la empresa, y de llevar a cabo la estrategia de comunicación digital. Por otro lado debe haber un acompañamiento de los programas y talleres que se lleven a cabo, para asegurar el cubrimiento en detalle de cada una de las actividades que se realicen, de esta forma se complementa el trabajo que se hace para la web con el presencial y exista coherencia en las actividades que se promocionen, para tener registro de cada momento de intervención del equipo de voces con el público.

Finalmente se pueda llevar el ejercicio presencial de Voces Consultores a un espacio online de conocimiento y entrenamiento para todos los Cibernautas que quieran acceder a entrenarse y prepararse en habilidades de comunicación, cumpliendo así con los objetivos de la estrategia planteada en sincronía con la labor actual de la empresa.

⁷LAMB, Charles W. J, HAIR, Joseph F. Jr, MC DANIEL, Carl. Fundamentos de Marketing. Editorial Thomson, 2006. pág. 6.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

2.1 NOMBRE Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA

Voces Consultores es una firma consultora que se encuentra ubicada en la Transversal 18A No. 97-32 Of. 202, Bogotá, Colombia.

Los datos de contacto de Voces Consultores son: Teléfono fijo: (+57 1) 6109633 y un móvil: 3102341687.

Voces Consultores cuenta con página Web: www.vocesconsultores.com y el correo electrónico, info@vocesconsultores.com

2.2 NOMBRE Y CARGO DEL SUPERVISOR EN LA EMPRESA

Adiela Marín Simbaqueba, Directora de Voces Consultores, es la encargada de supervisar las funciones que debe cumplir la pasante, según el plan de trabajo propuesto. En el momento que se requiera alguna información o se presente cualquier inquietud se puede contactar con Adiela Marín S, a su número celular 3102341687 o al correo personal vocesadiela@hotmail.com.

2.3 HISTORIA Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

Voces Consultores se fundó en el año 1996 por un grupo de Dos (2) Fonoaudiólogas con el propósito de dar solución a las necesidades en formación de habilidades de comunicación a los profesionales: presentadores, políticos, ejecutivos y demás que requieran perfeccionar estas habilidades.

En 1998 se constituyó como Voces LTDA, y para el 7 de Marzo del 2011 se hizo la transición a Voces Consultores SAS. El enfoque de trabajo es personalizado, orientado a resultados bajo el soporte científico de la Neurofisiología y la Fonoaudiología, posicionándola como la firma pionera dedicada al desarrollo de competencias comunicativas, que ha abierto un nuevo campo de acción dentro de la Fonoaudiología. Ha incursionado en diferentes sectores de la educación y el sector económico del País.

Voces Consultores se caracteriza por la efectividad en los resultados, innovación, competitividad, calidez, aspectos que se convierten en atributos de imagen que proyecta la empresa.

2.3.1 MISIÓN

La firma Voces Consultores SAS. Realiza consultoría en comunicación interpersonal y organizacional. La consultoría en los procesos de comunicación interpersonal en las organizaciones está orientada a potenciar y elevar los niveles de crecimiento, desempeño y competitividad de los individuos y la organización. Brinda soluciones en formación y perfeccionamiento de las competencias comunicativas; realiza acompañamiento personalizado en el proceso de formación; ayuda a las personas, profesionales y equipos de las organizaciones a encontrar, desarrollar y potenciar sus habilidades de comunicación para ser más competitivos, elevar su productividad, generar valor, lograr sus objetivos profesionales, alcanzar retos personales, cumplir metas y sueños, bajo su sello particular y diferenciador.

2.3.2 VISIÓN

VOCES CONSULTORES SAS, en el 2020 será una organización líder en Colombia y en Latinoamérica en la Consultoría en Comunicación Interpersonal. Destacándose por su gestión en la formación profesional de Competencias comunicativas. Tendrá reconocimiento como líder de opinión en temas de comunicación interpersonal, reconocida como la firma más importante en la formación de presentadores de Televisión, de ejecutivos en temas de desarrollo de competencias comunicativas, y en la formación de voceros corporativos y políticos en competencias comunicativas y manejo de medios.

2.3.3 VALORES

Compromiso: Disposición y entrega de los recursos de conocimiento, creatividad, innovación en la búsqueda de soluciones y en general en la prestación de los servicios profesionales de VOCES CONSULTORES SAS. para agregar valor al negocio del cliente.

Confidencialidad: Guardar en absoluta reserva toda la información que nos brindan las personas y organizaciones para llevar a cabo nuestra gestión de consultoría y formación.

Calidad humana: Trato empático, cálido, cortés y respetuoso hacia el ser humano, demostrando interés por entender y apoyar el desarrollo de las personas. Preocupación por formar, motivar, acompañar y retroalimentar, con el propósito de potenciar y elevar los niveles de crecimiento, desempeño y competitividad de los individuos y organizaciones

Responsabilidad: Cumplir con los compromisos adquiridos con las personas y las organizaciones de manera oportuna. Actuar como asesores, con compromiso por la calidad e integridad de su sugerencia, buscando satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

2.3.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Voces Consultores no cuenta con Departamentos establecidos ya que sus actividades están apoyadas por un equipo transdisciplinario de profesionales éticos e innovadores los cuales investigan, diseñan y ejecutan programas dirigidos a quienes requieren perfeccionar sus competencias de comunicación oral.

3. OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

3.1 OBJETIVO GENERAL

- Crear una estrategia de comunicación digital para la promoción del portafolio de los servicios y programas de Voces Consultores SAS.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear y actualizar cuentas en redes sociales como Fan page empresarial (Facebook), Twitter, LinkedIn, para Voces Consultores.
- Realizar vídeos promocionales de los programas y eventos como estrategia de Comunicación digital para Voces Consultores.
- Diseñar los contenidos de los programas de Medios, Ejecutivos, Reinas, Voceros y Profesionales de Voces que están en la web para difundirlos en las redes sociales (Fan page, twitter, LinkedIn).
- Realizar apoyo administrativo y logístico en la divulgación de los diferentes eventos que se realicen en Voces Consultores.
- Contribuir a la búsqueda de clientes nuevos para Voces Consultores mediante las redes, sociales, Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.

4. PLAN DE TRABAJO

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES A DESARROLLAR
<p>Crear y actualizar cuentas en redes sociales como Fan page empresarial (Facebook), Twitter, LinkedIn, para Voces Consultores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tomar fotografías para la portada y biografía del fan page, twitter, linkedin. ✓ Redactar contenidos publicitarios alusivos a los programas que ofrece voces para actualizar las redes. ✓ Publicar texto acompañado de imagen de cada uno de los talleres y seminarios que se realicen. ✓ Buscar y publicar artículos que estén relacionados con los seminarios que se estén promocionando. ✓ Responder en línea inquietudes de los visitantes. ✓
<p>Realizar vídeos promocionales de los programas y eventos como estrategia de Comunicación digital para Voces Consultores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñar contenidos para el teleprompter de los vídeos promocionales. ✓ Realizar mensualmente los vídeos promocionales que se van a publicar en el Fan

	<p>Page de Voces Consultores.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Subir los vídeos a la cuenta en YouTube de Voces Consultores. ✓
--	--

<p>Diseñar los contenidos de los programas de Medios, Ejecutivos, Reinas, Voceros y Profesionales de Voces que están en la web para difundirlos en las redes sociales (Fan page, Twitter, LinkedIn).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Revisión, actualización y rediseño de los programas de Medios, Ejecutivos, Voceros y profesionales que están en la Web. ✓ Realizar boletines promocionales de los programas que ofrece Voces Consultores para publicarlos en redes sociales. ✓ Diseñar el manual de funciones de Voces Consultores. ✓ Elaborar documento de los procesos internos de Voces Consultores.
<p>Realizar apoyo administrativo y logístico en</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Asistir a los seminarios que se realicen dentro y

<p>la divulgación de los diferentes eventos que se realicen en Voces Consultores.</p>	<p>fuera de la Ciudad.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar vídeos según lo indique el conferencista de algunos temas prácticos del Taller. ✓ Hacer la promoción de los seminarios por redes sociales. ✓ Coordinar temas de logística de los talleres organizados por Voces Consultores. ✓ Realizar fotografías de los seminarios y talleres. ✓ Diseñar publicidad de talleres que realice Voces Consultores.
<p>Contribuir a la búsqueda de clientes nuevos para Voces Consultores mediante las redes, sociales, Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Crear una base de datos de clientes nuevos a partir de las redes sociales. ✓ Actualizar datos de contacto de la base de datos de clientes actuales. ✓ Invitar a los clientes actuales para que formen parte de las cuentas de Twitter, Fan Page, LinkedIn de Voces Consultores. ✓ Enviar correo personalizado de los seminarios y actividades de Voces a los clientes nuevos y actuales.

	✓ Hacer seguimiento de correos enviados.
--	--

5. TIEMPOS DE EJECUCIÓN

Fecha de inicio: 29 de Julio de 2013										Fecha de finalización: 29 de Enero de 2014														
ACTIVIDAD	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tomar fotografías para la portada y biografía del fan page, twitter, linkedin.																								
Redactar contenidos publicitarios alusivos a los programas que ofrece voces para actualizar las redes.																								
Publicar texto acompañado de imagen de cada uno de los talleres y																								

Fecha de inicio: 29 de Julio de 2013										Fecha de finalización: 29 de Enero de 2014														
ACTIVIDAD	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
seminarios que se realicen.																								
Buscar y publicar artículos que estén relacionados con los seminarios que se estén promocionando.																								
Responder en línea inquietudes de los visitantes. Los visitantes.																								
Diseñar contenidos para el teleprompter de los vídeos promocionales.																								
Realizar mensualmente los																								

Fecha de inicio: 29 de Julio de 2013												Fecha de finalización: 29 de Enero de 2014												
ACTIVIDAD	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
vídeos promocionales que se van a publicar en el Fan Page de Voces Consultores.																								

Fecha de inicio: 29 de Julio de 2013												Fecha de finalización: 29 de Enero de 2014												
ACTIVIDAD	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Subir los vídeos a la cuenta en YouTube de Voces Consultores.																								
Revisión, actualización y rediseño de los programas de																								

Fecha de inicio: 29 de Julio de 2013												Fecha de finalización: 29 de Enero de 2014												
ACTIVIDAD	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Medios, Ejecutivos, Voceros y profesionales que están en la Web.																								
Realizar boletines promocionales de los programas que ofrece Voces Consultores para publicarlos en redes sociales.																								
Diseñar el manual de funciones de Voces Consultores.																								
Elaborar documento de los procesos internos de Voces																								

Fecha de inicio: 29 de Julio de 2013										Fecha de finalización: 29 de Enero de 2014														
ACTIVIDAD	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Consultores.																								
Asistir a los seminarios que se realicen dentro y fuera de la Ciudad.																								
Realizar vídeos según lo indique el conferencista de algunos temas prácticos del Taller.																								
Hacer la promoción de los seminarios por redes sociales.																								
Coordinar temas de logística de los talleres organizados por																								

Fecha de inicio: 29 de Julio de 2013												Fecha de finalización: 29 de Enero de 2014												
ACTIVIDAD	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Voces Consultores.																								
Realizar fotografías de los seminarios y talleres.																								
Diseñar publicidad de talleres que realice Voces Consultores.																								
Crear una base de datos de clientes nuevos a partir de las redes sociales.																								
Actualizar datos de contacto de la base de datos de clientes actuales.																								

Fecha de inicio: 29 de Julio de 2013										Fecha de finalización: 29 de Enero de 2014														
ACTIVIDAD	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Invitar a los clientes actuales para que formen parte de las cuentas de Twitter, Fan Page, LinkedIn de Voces Consultores.																								
Enviar correo personalizado de los seminarios y actividades de Voces a los clientes nuevos y actuales.																								
Hacer seguimiento de correos																								

Fecha de inicio: 29 de Julio de 2013												Fecha de finalización: 29 de Enero de 2014												
ACTIVIDAD	Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
enviados.																								

6. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Objetivo 1: Crear y actualizar cuentas en redes sociales como Fan page empresarial (Facebook), Twitter, LinkedIn, para Voces Consultores.

Acciones desarrolladas:

- Se crearon las redes sociales para Voces Consultores, el Fan Page aparece como Voces Consultores con la intención de atraer público nuevo que pueda acceder a información de interés sobre los programas que ofrece la empresa, teniendo este espacio como medio de información de los eventos que se realizan con las empresas y los clientes de Voces Consultores.



Gráfico 1. Pantallazo Fan Page Voces Consultores

La cuenta en LinkedIn se creó con el propósito de incursionar en un campo más corporativo para los programas que van dirigidos a ejecutivos, de esta manera Comunicadores sociales, ejecutivos y profesionales en diferentes áreas tengan acceso al perfil de la empresa y de la Directora.



Gráfico 2. Pantallazo LinkedIn Adiela Marín Simbaqueba, Directora Voces Voces Consultores

De igual forma se creó la cuenta en Twitter @Vocesconsultor donde hasta el momento se tienen 50 seguidores, 132 personas a las cuales se están siguiendo y 73 Tweets relacionados con información de interés para los seguidores.



Gráfico 3. Pantallazo Twitter Adiela Marín Simbaqueba, Directora Voces Consultores

- Se tomó fotografías para acompañar los contenidos de las redes sociales.

Voces Consultores
25 de septiembre

Los voceros corporativos juegan un rol fundamental en la estrategia de comunicación de las organizaciones, en momentos de crisis reputacional, de lanzamiento de productos, de campañas de responsabilidad social, estas son razones suficientes para formar al vocero corporativo y contemplar el desarrollo de estrategias y habilidades comunicativas que le permitan transmitir mensajes claros, sintéticos y coherentes, contextualizados con la realidad del país, de la empresa y el propósito actual de la organización, con tal dominio de la situación que proyecte autoridad, credibilidad, empatía y óptimo estatus comunicativo ante sus públicos objetivos y medios de comunicación masivos.



Gráfico 4. Pantallazo Fan Page Voces Consultores

- Se trabajó en la construcción de textos publicitarios más que informativos de los programas que ofrece Voces Consultores, textos supervisados por la directora de la empresa.
- Publicar texto acompañado de imagen de cada uno de los talleres y seminarios que se realicen.

Jorge Aguilera, Comunicador Social - Periodista, creador del Método Yes!, el cual permite el mejoramiento de la Comunicación Organizacional que incluye procedimientos de comunicación por indicadores, formación de inteligencia emocional para el liderazgo, gestión estratégica para la gestión de crisis, será el encargado de presentar herramientas y contenidos relacionados con comunicación organizacional, en el II Seminario - Taller de Estructuración de Comunicación que se llevará a cabo el próximo 24 de Octubre en el Hotel Capital de Bogotá.



Gráfico 5. Pantallazo Fan Page Voces Consultores.

- Buscar y publicar artículos que estén relacionados con los seminarios que se estén promocionando.



Gráfico 6. Pantallazo Fan Page Voces Consultores

- Responder en línea inquietudes de los visitantes, a medida que se publicaban o se ofertaba los seminarios y talleres por redes sociales los visitantes con frecuencia preguntan información adicional de cada seminario, por lo tanto se le brindo la información solicitada por medio de correos personalizados especificando los alcances de cada uno de los talleres y seminarios a realizar.
- Redactar boletines informativos de los programas ofrecidos por Voces Consultores para publicarlos en la sección de notas del Fan Page de la empresa, se elaboraron 3 boletines, Voceros corporativos, presentación de Televisión y Altos ejecutivos, de los cuales a la fecha se publicó el de Voceros corporativos ya que se pretende promocionar y dar a conocer el programa en redes sociales, posterior a ello se publiquen los otros boletines.
- Cubrimiento de los seminarios y eventos que se realizaron durante el periodo de trabajo para publicarlos en redes Sociales.

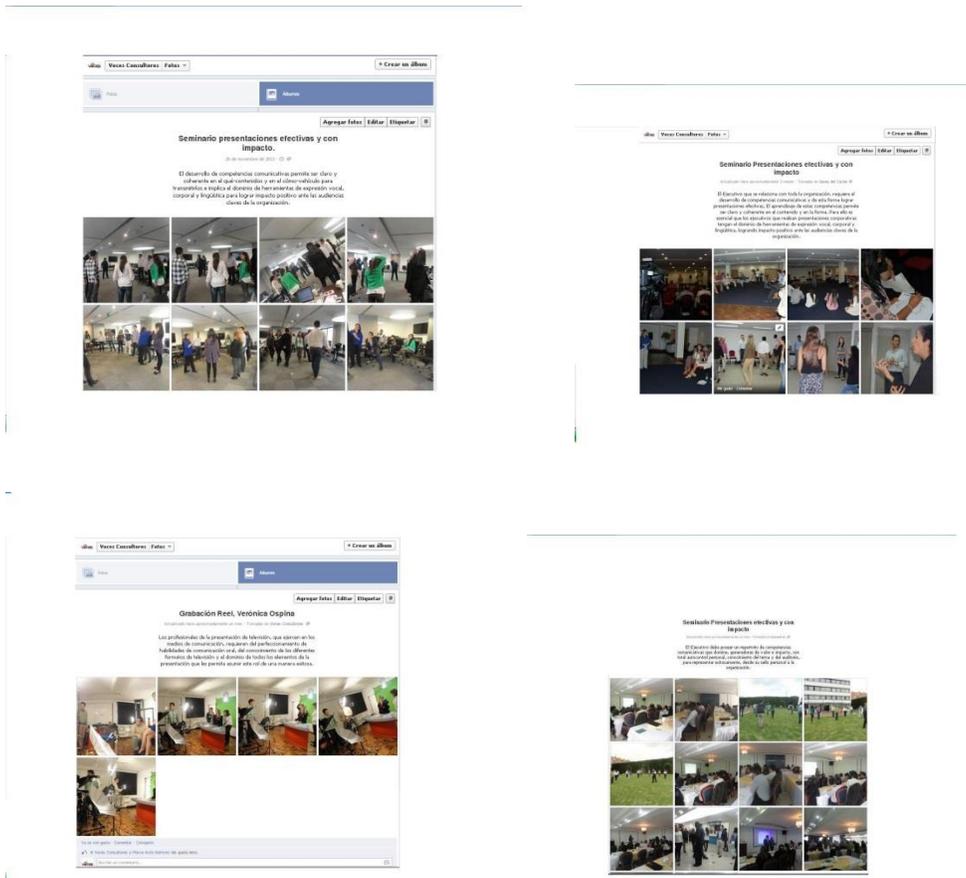


Gráfico 7. Pantallazo Fan Page Voces Consultores

- Diseño de tarjeta Navideña para publicarla en redes sociales.



Gráfico 8. Imagen de tarjeta de Navidad para los clientes de Voces Consultores

Objetivo 2: Realizar vídeos promocionales de los programas y eventos como estrategia de Comunicación digital para Voces Consultores.

Acciones Desarrolladas:

- Se hizo el texto de cada uno de los temas a tratar en los vídeos promocionales, teniendo en cuenta la precisión de la información y la claridad del vídeo en cuanto al mensaje que se quiere dar.
- Se realizó periódicamente vídeos promocionales de eventos o rutinas de entrenamiento que fueron publicados en el Fan Page de Voces Consultores.

Videos de Voces Consultores



Gráfico 9. Pantallazo Fan Page Voces Consultores

- Se creó una cuenta para Voces Consultores en YouTube para Subir los vídeos y tener un canal donde poder administrar la visibilidad de los mismos.

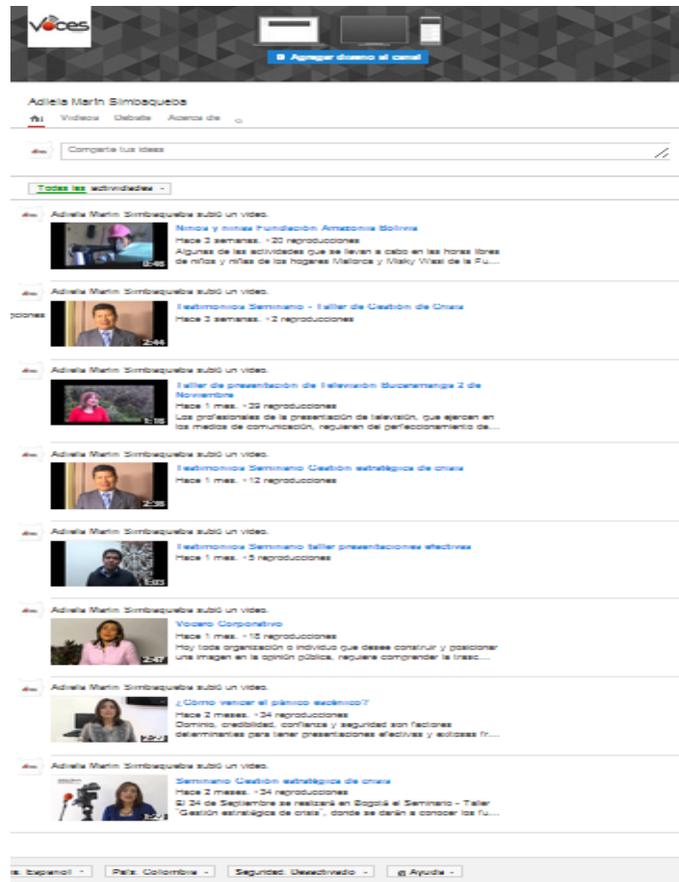


Gráfico 10. Pantallazo cuenta YouTube Voces Consultores

Objetivo 3: Diseñar los contenidos de los programas de Medios, Ejecutivos, Reinas, Voceros y Profesionales de Voces que están en la web para difundirlos en las redes sociales (Fan page, Twitter, LinkedIn).

Acciones Desarrolladas:

- Se Revisó los contenidos actuales de los programas de Medios, Ejecutivos, Voceros y profesionales que oferta Voces Consultores en la Web y se rediseño los textos para hacerlos más cortos e informativos así mismo la actualización de estos en la Web.

Presentaciones Gerenciales Estratégicas

Los ejecutivos de alta Dirección y gerencia, se enfrentan permanentemente al reto de la comunicación estratégica y la transmisión de **mensajes sintéticos, impactantes y asertivos**, por estas razones debe poseer un repertorio de competencias comunicativas que le permitan representar exitosamente a la organización.

Este taller va Dirigido esencialmente a ejecutivos que enfrentan presentaciones estratégicas de alto impacto. El programa tiene como propósito la adquisición de competencias comunicativas generadoras de valor e impacto, que faciliten el logro de objetivos personales y organizacionales a partir del plan de acción el cual trabaja las oportunidades de mejora en comunicación.

El proceso de intervención inicia con un video diagnóstico, describe el perfil comunicativo actual, para la construcción del perfil deseado acorde con el cargo, status y proyección personal.

El desarrollo de las competencias comunicativas, se apoya en prácticas de expresión corporal, vocal y lingüística, que dotan de herramientas de manejo del cuerpo, la gestualidad, las manos y el rostro, el entrenamiento de la voz, dicción, transmisión de mensaje corporativo, logrando proyección de autoridad, credibilidad y óptimo estatus comunicativo en las presentaciones gerenciales. Todo ello enmarcado en el plan de trabajo personalizado que dará como resultado final la preparación de la matriz de presentaciones corporativas estratégicas, abordando las fases de preparación, argumentación, elaboración y diseño de la misma.

Presentaciones corporativas de alto impacto

Programas

- > Presentación de Televisión
- > Conductor de Programas
- > Presentador de Noticias
- > Presentaciones Gerenciales estratégicas
- > Comunicación y Asertividad para Formador de Formadores
- > Presentaciones corporativas de alto impacto
- > Formación de voceros corporativos
- > Comunicación oral para persuadir a públicos diversos
- > Estrategia de comunicación política
- > Técnica vocal para optimizar la labor docente
- > Entrenamiento de comunicación para el juicio oral
- > Estatus e impacto comunicativo al

Gráfico 11. Página Web de Voces Consultores

- Se redactó tres (3) artículos promocionales: Marca la diferencia en el mundo laboral, dirigido a altos ejecutivos, Transmite e impacta, futuro laboral al alcance de tu imagen, dirigido a Comunicadores Sociales, Presentadores, Modelos personas relacionadas con medios y otro Artículo dirigido a Voceros corporativos donde se profundiza sobre la importancia del estudio y perfeccionamiento de las habilidades de Comunicación, textos que serán publicados en redes sociales según criterio de la directora de Voces Consultores.
- Se diseñó el manual de funciones de Voces Consultores, donde se describe las actividades y responsabilidades básicas del área administrativa de la empresa.
- Se elaboró el documento de los procesos internos de Voces Consultores para llevar seguimiento de cada actividad que se realice con los clientes.

Objetivo 4: Realizar apoyo administrativo y logístico en la divulgación y ejecución de los diferentes eventos que se realicen en Voces Consultores.

Acciones Desarrolladas:

- Se asistió a los seminarios que se realizaron dentro y fuera de la Ciudad para tener registro fotográfico y apoyar temas logísticos de los eventos.
- Se realizaron dos (2) vídeos testimoniales según indicaciones de los conferencistas como parte del entrenamiento en los talleres.
- Se hizo la promoción de los seminarios por redes sociales, para captar la intención de compra Online.

**SEMINARIO – TALLER
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE CRISIS**

Martes 24 de Septiembre | Hotel CAPITAL, calle 25 B No 69 A- 50
Bogotá, D.C.

¿Cómo prevenir el desarrollo de una situación crítica? ¿Cómo saber si la crisis se está resolviendo o no? ¿Salir o no salir a dar declaraciones en medios?
¿Cómo responder a los requerimientos de la prensa?

ORGANIZAN:
Voces Escuela de Alto Rendimiento Gladys Patricia Contreras Estratega de Comunicaciones

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

E-mail: capacitacion@ar.com
gerencia@ar.com
info@vocesconsultores.com
gpatricon@gmail.com

DESCUENTOS PARA GRUPOS Y ESTUDIANTES
Tres personas: 10%
Cinco personas: 15%

Tels. 3113795781 | 3003416844 | 3142374237

**SEMINARIO – TALLER
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE CRISIS**

Martes 24 de Septiembre | Hotel CAPITAL, calle 25 B No 69 A- 50
Bogotá, D.C.

¿Cómo prevenir el desarrollo de una situación crítica? ¿Cómo saber si la crisis se está resolviendo o no? ¿Salir o no salir a dar declaraciones en medios?
¿Cómo responder a los requerimientos de la prensa?

ORGANIZAN:
Voces Escuela de Alto Rendimiento Gladys Patricia Contreras Estratega de Comunicaciones

OBJETIVO
Brindar a los asistentes herramientas de acción orientadas al manejo técnico y estratégico de situaciones críticas que puedan reparar o recuperar sobre la imagen corporativa poniendo en riesgo el normal equilibrio de la organización.

PLAN TEMÁTICO
Inteligencia emocional
Fundamentos de estrategia: ¿qué se debe hacer antes, durante y después de una crisis?
Determinación del equipo de manejo de crisis
Manejo de víctimas
El vocero y los medios de comunicación

PÚBLICO
Empresarios, Gerentes, Directores de Mercado, Directores de Comunicación, Directores Comerciales y Responsables de Asuntos Corporativos.

CONFERENCISTAS

ADIRÍA MASH
Fonaudióloga
Coordinadora de Promoción de la Salud Social, Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional, Fundadora y Directora de VICES CONSULTORES S.A.
Presta su intervención de la voz profesional y técnica social en Colombia. Cuenta con una amplia experiencia en programas de comunicación, pos-gradua y diplomados de alta gerencia y académicos. Ha sido Consultora en procesos de entrenamiento en habilidades de comunicación y estrategia de comunicación para ejecutivos de alta gerencia y sectores corporativos en momentos de crisis, al igual que de oratoria y público y representantes de medios.

JORGE AGUILERA
Ph.D. en Comunicación Organizacional
Comunicador social y periodista. Cuenta con un postgrado en Metodología de la Investigación, además de Maestría en Psicología Organizacional y un MSc en Comunicación Organizacional con la Universidad de Malaga (España).
Investigador y asesor en su campo, es autor y coautor de cinco libros en gerencia de las comunicaciones, dentro de los que se cuentan "Manejo Estratégico como herramienta "crisis", "Gerencia Estratégica de Comunicaciones" y "El Factor Productor", entre otros.
Creador del Método IEC, un método de mejoramiento de la comunicación organizacional que incluye procedimientos de comunicación por indicadores, formación en inteligencia emocional para el liderazgo y gestión estratégica para la construcción de crisis.

INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

E-mail: gpatricon@gmail.com
capacitacion@altorrendimiento.co
comunicaciones@altorrendimiento.co
info@vocesconsultores.com
jorgeaguileraphd@hotmail.com

DESCUENTOS PARA GRUPOS Y ESTUDIANTES
Tres personas: 10%
Cinco personas: 15%

Tels. 3113795781 | 3003416844 | 3142374237

Gráfico 12. Imagen publicidad Seminario Gestión Estratégica de crisis Voces Consultores

- Se coordinó temas de logística de los talleres organizados por Voces Consultores apoyando el registro de participantes, entrega de materiales, refrigerios, y demás imprevistos.
- Se tomó registro fotográfico de los seminarios y talleres que se realizaron por Voces Consultores y en alianza con la Escuela de alto rendimiento, empresa dedicada a la capacitación y entrenamiento de habilidades de Comunicación en temas de liderazgo y estrategias de comunicación para altos ejecutivos.

- Se Diseñó la publicidad del taller de presentación de Televisión en Bucaramanga.

Gráfico 13. Imagen Taller de Presentación de Televisión Voces Consultores

- Apoyo logístico y audiovisual para el seminario que se llevó a cabo con la empresa Ecopetrol.

Objetivo 5: Contribuir a la búsqueda de clientes nuevos para Voces Consultores mediante las redes sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.

Acciones Desarrolladas:

- Se hizo registro de todas las personas que asistieron a los seminarios y eventos organizados por Voces Consultores con el fin de crear una base de datos que sirva para hacer mercadeo electrónico de talleres y seminarios que se realicen, así mismo actualizar base de datos para poder tener contacto con clientes antiguos y poder vincularlos y comunicarles de la nueva modalidad de un acompañamiento online de todos los programas que actualmente tiene la empresa, de esta forma tener una relación más cercana con los clientes.
- Se dio a conocer el portafolio de servicios de Voces Consultores electrónicamente a empresas nuevas en los diferentes sectores industriales para incentivar la intención de adquirir los servicios

profesionales en las diferentes áreas de capacitación que tiene Voces para diferentes públicos. Acercándonos con esta nueva modalidad al mercado virtual gracias a los diferentes medios electrónicos con los que actualmente cuenta la empresa.

- Actualización de contenidos e información de seminarios a realizar para promocionarlos por correo interno a todas las bases de datos de empresas y clientes de Voces Consultores.

ESTADO	NOMBRE EMPRESA	AREA
ET	ABOCCOL	Fabricantes de fertilizantes y abon
PPTA	ABOGADOS MUÑOZ Y TAMAYO	ABOGADOS
ET	ACERIAS PAZ DEL RIO	CEMENTERAS
PPTA	AGROBIA	AGRARIA
ET	ALCALDIA DE BOGOTÁ	ESTADO
ET	ALFREDO HDYOS	
ET	ALPINA	ALIMENTOS
PPTA	ASOCIACION MARIA SANTIFICADORA	RELIGIOSA
ET	AUTONIZA LTDA	AUTOMOTRIZ
PPTA	BANESTADO DE CHILE	BANCOS
ET	BAYER S.A.	LABORATORIOS
ET	BODY CHANEL	MEDIOS
ET	BOEHRINGER INGELHEIM S.A.	LABORATORIOS
ET	CABLE NOTICIAS	MEDIOS
ET	CAFAM	SALUD
PPTA	CANAL TELEAMIGA	MEDIOS
ET	CANAL UNO	MEDIOS
PPTA	CANO SUAREZ INTERNATIONAL TRADING LTD	
ET	CARACOL TELEVISION	MEDIOS
ET	CARACOL TELEVISION--SÉPTIMO DÍA	MEDIOS
ET	CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A.	MEDIOS
ET	CASA EDITORIAL EL TIEMPO S.A. CITY	MEDIOS
ET	CATASTRO	ESTADO
ET	CENTRO COMERCIAL ATLANTIS PLAZA	CENTRO COMERCIAL
ET	CENTRO COMERCIAL UNICO	CENTRO COMERCIAL
ET	COLEGIO DE ESTUDIOS SUPERIORES	EDUCACION
ET	COLFONDOS	BANCOS
ET	COLOMBIA JOVEN	ESTADO
ET	COLPATRIA BANCO DIRECTORA DE C	BANCOS
PPTA	COLPATRIA BANCO GESTION HUMANA	BANCOS
ET	COLPATRIA BANCO VICEPRESIDENCIA	BANCOS
ET	COLPATRIA MULTIBANCA	BANCOS
ET	COLPATRIA SEGUROS	SEGUROS
ET	COLSANITAS	SALUD
ET	CONGELAGRO	ALIMENTOS
ET	CONGELAGRO	ALIMENTOS

Tabla N°1: Base de datos empresas trabajadas.

SECTOR	NOMBRE EMPRESA
HIDROCARBUROS	EQUIPETROL BOLIVIA
HIDROCARBUROS	ECOPETROL
HIDROCARBUROS	EQUIPETROL COLOMBIA
HIDROCARBUROS	EQUIPETROL PERÚ
HIDROCARBUROS	EQUIPETROL ECUADOR
HIDROCARBUROS	CHACO S.A.
HIDROCARBUROS	SAMO S.A.
HIDROCARBUROS	NUPRA LTDA
HIDROCARBUROS	YPFB REFINACIÓN S.A
INDUSTRIAL AUTOMOTRIZ	IMPORINCO
HIDROCARBUROS	ECOPETROL
HIDROCARBUROS	ECOPETROL

Tabla N°2: Base de datos clientes potenciales.

NOMBRE
Silvana Irujo
Ximena Orjuela Lopez
Diana Maria Bustos
Alexandra Avila Rincón
Karem Remolina
Diego rojas
Maria Claudia Gomez
Viviana Castellanos
Miriam Reyes
Ximena Diaz Montesino
Ivett Ayala
Rafael Esteban Alvarez
Oliverio Enrique Gracia
Leidy Johanna Aristizabal
Dora Quevedo
Leonardo Rios
Cristal Otalora
Javier Barragan
Margarita Barreneche
Edwin Gonzales
Juan Carlos Dueñas

Tabla N°3: Base de datos asistentes seminarios.

7. RESULTADOS

A partir del trabajo que se llevó a cabo en Voces Consultores SAS, se puede afirmar lo siguiente:

- ✓ El trabajo con las Redes Sociales: Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube, evidenció un incremento positivo en la participación de los usuarios con las diferentes publicaciones de los eventos y semanarios que se realizaron, así mismo generó la interacción de usuarios y público nuevo que se interesó por saber de la empresa y solicitar información personalizada.
- ✓ El diseño que se hizo con los contenidos de los programas que ofrece Voces Consultores permitió actualizar la Página Web de la empresa y cambiar los contenidos con textos más cortos y concisos que permite mayor legibilidad para el usuario.
- ✓ El apoyo audiovisual y la elaboración de publicidad para los diferentes seminarios y talleres de la empresa generó impacto y aumento el número de visitas en las Redes Sociales, ya que el diseño del contenido de los videos se hizo con la intención de generar expectativa en el usuario de manera que enfatice temas de interés y sirvan de enganche al programa que se esté promocionando.
- ✓ El acompañamiento y apoyo logístico en los diferentes eventos y seminarios de la empresa fue fundamental para darle un mayor cubrimiento a cada una de las temáticas dadas por los conferencistas, gracias al registro fotográfico, videos testimoniales y apoyo en la organización de los seminarios organizados por Voces Consultores resaltando la calidad en el servicio con cada uno de los participantes.
- ✓ Se identificaron los posibles clientes potenciales para Voces Consultores, teniendo en cuenta el sector industrial y así crear la base de datos que será una herramienta clave para el mercadeo de los programas que ofrece la empresa en capacitaciones y seminarios grupales, de esta forma se pueda fidelizar y tener contacto frecuente con los clientes actuales.

8. CONCLUSIONES

Culminar el proceso de formación en la modalidad Pasantía con la empresa Voces Consultores SAS permite establecer la necesidad de implementar una estrategia de comunicación en este caso digital que permita posicionar la empresa en el mercado virtual, aprovechando el prestigio y reconocimiento actual que tiene la compañía, gracias a los resultados que deja ver en cada una de sus intervenciones individuales y grupales para hacer mercadeo electrónico con ayuda de las herramientas que brindan las nuevas tecnologías de la Comunicación e información por medio de las Redes Sociales.

Se logró mayor cubrimiento de los seminarios y talleres que se llevaron a cabo durante los seis meses de desarrollo de la pasantía, teniendo en cuenta que el trabajo audiovisual permite tener acceso a fotografías, vídeos, y testimonios de los participantes que servirán como material para publicar en las Redes Sociales y hacer la respectiva retroalimentación con los grupos capacitados.

De acuerdo al Marketing electrónico que se planteó hacer con los clientes potenciales fue efectiva la planificación de cada uno de los productos a promocionar con las empresas ya que la intención de comunicar y darle importancia al cliente satisfaciendo necesidades particulares motivo el interés de adquirir los programas de capacitación que ofrece la empresa y mantener contacto directo con ellos para futuras asesorías.

El incremento de visitas en la Página Web se dio gracias a la difusión de los contenidos de la misma en las Redes Sociales e incentivo en los usuarios la participación y consultas frecuentes de los programas.

La figura del Comunicador Social Periodista en Voces Consultores es fundamental ya que el producto que ofrece la empresa son capacitaciones enfocadas en temas de Comunicación y esto demanda un nivel alto de conocimiento profesional para continuar con el proceso de Marketing electrónico en la difusión del portafolio de servicios de Voces Consultores y todas sus actividades para mantener la distinción de ser los pioneros y líderes de la comunicación.

9. RECOMENDACIONES

Es indispensable profundizar en el fortalecimiento de las relaciones con los clientes para cumplir con el plus diferenciador de la empresa, el servicio personalizado con cada uno de ellos. Seguir con el proceso que se implementó con las Redes Sociales es fundamental para dar a conocer el portafolio de servicios de la empresa y así mismo interactuar y dar respuesta en línea para mantener contacto permanente, es en este caso donde la figura del Comunicador Social- Periodista es indispensable para toda organización, especialmente para Voces Consultores ya que será el encargado de ejecutar y desarrollar acciones y estrategias comunicativas enfocadas al buen desempeño y forma de operar tanto interno como externo y así lograr posicionarse en un mercado tan competitivo como en el que vivimos actualmente.

10. BIBLIOGRAFÍA

- CELAYA, Javier. La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación on-line en la estrategia empresarial. 3ª.ed. Barcelona: Editorial Grupo Planeta 2011. 286 páginas.
- CRUZ, H. Ana. Marketing electrónico para PYMES. Cómo vender, promocionar y posicionarse en internet. RAMA Editorial. Madrid. España. septiembre de 2009, 200 páginas.
- MANUEL DPEC. Los principios para el Diseño de una estrategia de comunicación. [Online] En: Estrategia de Comunicación. Citado el 18 de Septiembre de 2013. Disponible: Estrategia de Comunicación.pdf.
- COBO, Juan Cristóbal. El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en sociedad del conocimiento. (Online) En: Base de Datos EBSCO. Zer: Revista de Estudios de Comunicación; nov2009, Vol. 14 Issue 27, p295-318. Citado el 18 de Septiembre del 2013. Disponible en: <http://ehis.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7cbf13e1-36fa-4a7f-a093-68628d155aad%40sessionmgr13&vid=11&hid=1>