	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
	Dependencia	Aprobado	Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>		<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>	<b>1(89)</b>	

### RESUMEN - TESIS DE GRADO

<b>AUTORES</b>	YAUDRY ANGELICA TORRADO CONTRERAS
<b>FACULTAD</b>	DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	COMUNICACIÓN SOCIAL
<b>DIRECTOR</b>	LICETH LILIANA AREVALO PEREZ
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA OVS DESIGN LAB

#### RESUMEN

EN EL PRESENTE PROYECTO SE DESARROLLA EL ESTUDIO DEL ÁREA DE COMUNICACIONES DE LA EMPRESA OVS DESIGN LAB. PARTIENDO DEL DIAGNÓSTICO SITUACIONAL QUE NOS PERMITE CONOCER EL ESTADO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, PROCESANDO INFORMACIÓN IMPORTANTE Y RELEVANTE PARA LA TOMA DE DECISIONES Y EL APOORTE DE NUEVAS IDEAS EN LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES DE LA ORGANIZACIÓN.

SE DESARROLLARÁN ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS DEL NUEVO PLAN, CON EL FIN DE RECONFIGURAR LOS ALCANCES DE LA COMPAÑÍA Y CONTRIBUIR AL MEJORAMIENTO CONTINUO DE ESTA.

#### CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 89	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 17	CD-ROM: 1
-------------	-----------	-------------------	-----------



**DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA EMPRESA**

**OVS DESIGN LAB**

**AUTOR**

**YAUDRY ANGELICA TORRADO CONTRERAS**

**Trabajo de grado, modalidad de pasantía para optar el título de Comunicador Social**

**DIRECTORA**

**Esp. LICETH LILIANA AREVALO PEREZ**

**COMUNICADORA SOCIAL**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Cartagena, Colombia**

**Febrero, 2020**

## Índice

Capítulo 1. Diseño de un plan estratégico de comunicación para la empresa Ovs Design Lab ....	1
1.1 Descripción de la empresa .....	1
1.1.1 Misión .....	1
1.1.2 Visión.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa.....	2
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional .....	3
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. ....	4
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	4
1.2.1 Planteamiento del problema.....	8
1.3 Objetivos de la pasantía .....	10
1.3.1 Objetivo general.....	10
1.3.2 Objetivos específicos .....	10
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma. ....	10
Capítulo 2. Enfoques referenciales .....	12
2.1 Enfoque conceptual.....	12
2.2 Enfoque legal .....	15
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo .....	19
3.1 Presentación de resultados .....	19
3.1.1 Objetivo 1. Diagnosticar el estado actual de la comunicación interna y externa de la empresa Ovs Design Lab.....	19
3.1.2 Objetivo 2. Definir los ejes estratégicos del plan de comunicación de la empresa Ovs Design Lab. ....	23
3.1.3 Objetivo 3. Implementar una estrategia publicitaria para el plan de comunicaciones propuesto .....	36
Capítulo 4. Diagnóstico final .....	38
Capítulo 5. Conclusiones .....	39
Capítulo 6. Recomendaciones.....	40
Referencias.....	41
Apéndices.....	45

## Lista de tablas

Tabla 1 Matriz DOFA de la empresa OVS DESIGN LAB .....	5
Tabla 2 Descripción de las actividades a desarrollar. ....	10
Tabla 3 Clasificación de las empresas de acuerdo a No. De Trabajadores y Activo. ....	16
Tabla 4 Observación de la empresa Ovs Design Lab. ....	19
Tabla 5 Atributo más importante para contratar. ....	19
Tabla 6 Medio le parece más efectivo para realizar una campaña .....	19
Tabla 7 Sacrificarías calidad por precio.....	20
Tabla 8 Redes sociales utilizas para buscar empresas .....	20
Tabla 9 Has escuchado el nombre Ovs Design Lab .....	21
Tabla 10 ¿Conoce qué es el teletrabajo?.....	21
Tabla 12 Contratarías alguna empresa sin oficina .....	22
Tabla 12 Manual de funciones.....	31
Tabla 14Ficha técnica de la entrevista al gerente de la empresa. ....	46

## Lista de figuras

Figura 1. Organigrama de la estructura organizacional Fuente. Ovs Design Lab. ....	3
Figura 2. Encuesta al público objetivo de la empresa Ovs Design Lab. ....	17
Figura 3. ¿Cuál es el atributo más importante para contratar? .....	19
Figura 4. ¿Qué medio le parece más efectivo para realizar una campaña? .....	19
Figura 5. ¿Sacrificarías calidad por precio?.....	20
Figura 6. ¿Cuál de las redes sociales utilizas para buscar empresas? .....	20
Figura 7. ¿Has escuchado el nombre Ovs Design Lab?.....	21
Figura 8. ¿Conoce qué es el teletrabajo? .....	21
Figura 9. Contratarías alguna empresa sin.....	22
Figura 10. Reunión con el equipo de trabajo. ....	24
Figura 11. Propuesta de ideas. ....	24
Figura 12. Lluvia de ideas OVS DESIAGN LAB. ....	25
Figura 13. Ejes estratégicos .....	26
Figura 14. Manual de identidad corporativa. ....	34
Figura 15. Página web de la empresa.....	34
Figura 16. Facebook de Ovs Design Lab.....	35
Figura 17. Marketing de la empresa .....	35

## Lista de apéndices

Apéndice A. Ficha técnica para la entrevista al gerente de la empresa. ....	46
Apéndice B. Plan de comunicaciones.....	47
Apéndice C. Manual de Imagen Corporativa. ....	55
Apéndice D. Estrategia publicitaria. ....	64
Apéndice E. Brochure de Servicios. ....	66
.....	68

## **Resumen**

La comunicación es un mecanismo esencial en las organizaciones, ya que permite la interacción de los grupos de interés con su marca y los objetivos propuestos. Siendo esta, un elemento de gestión que contribuye a fomentar la integración, motivación y desarrollo personal de los colaboradores y a generar conocimiento y credibilidad entre la opinión pública.

A través de un diagnóstico situacional, donde se analizó el comportamiento de las comunicaciones, el presente trabajo tiene como propósito diseñar un plan estratégico para la empresa Ovs Design Lab de Cartagena de Indias, teniendo como finalidad fortalecer los procesos internos y externos que ayudan al posicionamiento de la marca, la visibilidad de los servicios que ofrece y mejorar los procesos internos.

## **Introducción**

El presente documento de grado en modalidad pasantía, nace con el objetivo de diseñar un plan de comunicaciones para la empresa Ovs Design Lab de Cartagena de Indias, como una estrategia que permite crear los lineamientos comunicacionales para mejorar los procesos internos de la compañía, la cultura organizacional y visibilizar de manera eficiente la imagen frente al público externo.

Al analizar el diagnóstico situacional se encontró que no contaba con la estructura organizacional definida, objetivos corporativos, manual de funciones, políticas de la empresa, ni lineamientos comunicacionales que facilitaran los procesos internos e interacción de la marca en redes sociales.

Dando continuidad al desarrollo de este proyecto, se llevó a cabo la creación de un plan de comunicaciones que contribuya al mejoramiento, direccionamiento interno y externo, ya que esto favorece a la planificación y organización necesaria para dirigir y controlar las actividades y los servicios que se llevan a cabo en la organización.

Asimismo, se planteó una campaña publicitaria con el propósito de visibilizar el plan de comunicaciones para ser de conocimiento en todas áreas de la empresa.



## Capítulo 1. Diseño de un plan estratégico de comunicación para la empresa

### Ovs Design Lab

#### 1.1 Descripción de la empresa

Ovs Design Lab, es una empresa que nace el 19 de enero del 2018 en la ciudad de Cartagena de Indias, como consultora de servicios de Social Media, Marketing Digital - Mercadeo, Diseño Gráfico, Diseño Web, Publicidad, y comunicación, con el propósito de dar respuestas a las necesidades y peticiones de sus clientes, garantizando un servicio de calidad y responsabilidad con sus trabajos. Tiene como misión desarrollar procesos creativos y transformadores que permita el crecimiento de la empresa; por consiguiente, su visión es ser reconocida por su profesionalismo, disciplina y comportamiento ético, capacidad disuasiva para afrontar sus retos en las diferentes actuaciones y sus diferentes públicos objetivos.

**1.1.1 Misión.** Crear soluciones integrales en el área de la comunicación, publicidad y Marketing, utilizando como única premisa la información, necesidades y peticiones de nuestros clientes, recurriendo a todo el talento y experiencia de nuestro grupo humano como el ente traductor y transformador de los procesos creativos y de implementación. Bajo estas condiciones se elaboran trabajos de éxito, relaciones comerciales efectivas y sinergias con nuestros clientes, convirtiéndonos en los aliados comprometidos en su crecimiento empresarial. (Ochoa, Empresa OVS Design Lab, 2018)

**1.1.2 Visión.** Establecernos para el año 2028 en el top 3 de las agencias de Publicidad y Marketing de la región, desarrollando metodologías de trabajos confiables, serias, profesionales, responsables y sobre todo que resalte toda nuestra creatividad e identidad. Permitiendo ser reconocidos como una institución que genera valor y confianza a nuestro grupo de interés. (Ochoa, Empresa OVS Design Lab, 2018)

**1.1.3 Objetivos de la empresa.** En desarrollo de su misión, Ovs Design Lab, tiene como objetivos los siguientes:

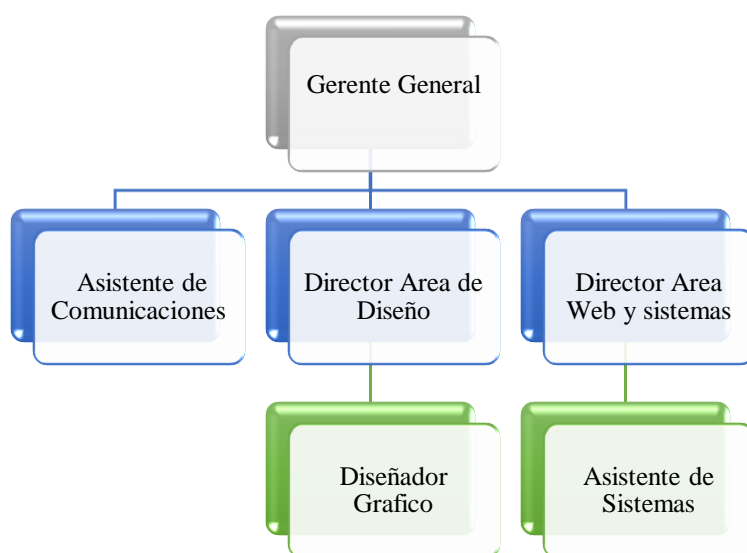
Posicionar la empresa en el mercado actual, trabajar con pequeñas y medianas empresas para mostrar el trabajo de calidad con responsabilidad y, adquirir experiencia suficiente para ser competitiva con grandes empresas.

Incentivar la cultura ambiental, promover en nuestros colaboradores el uso y cuidado responsable con el medio ambiente, a través de la estimulación del teletrabajo, la reducción del medio impreso y la utilización de medios electrónicos.

Orientación hacia el cliente, Ovs Design Lab, tiene como objetivo fundamental la satisfacción de sus clientes de principio a fin, cumpliendo con las necesidades y expectativas de sus usuarios.

**1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.** Ovs Design Lab, tiene una estructura jerárquica donde su gobierno se desprende desde el gerente general, que se encarga de la consecución de contratos y labores administrativas, es el enlace entre el equipo y los clientes, además realiza toda la parte administrativa de la empresa.

Asimismo, cuenta con una línea inmediata, donde se encuentran los directivos que conforman la dirección general con el núcleo de operaciones, con funciones distribuidas de manera vertical ascendente y descendente entre ellos. Siendo estos el área de asistencia en comunicaciones, la dirección del área de diseño que tiene a su cargo el diseñador gráfico, responsable de elaborar piezas gráficas de acuerdo a los requerimientos del cliente, también hace la administración de las redes sociales de los clientes y la dependencia en dirección de área web y sistemas que cuenta con el asistente de sistemas, quien, realiza el manejo de publicidad por email, creación de páginas web a petición de sus clientes, y posicionamiento de estas en los motores de búsqueda.



**Figura 1.** Organigrama de la estructura organizacional  
Fuente. Ovs Design Lab.

**1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.** El área de comunicaciones de la empresa, trabaja para fortalecer los canales de comunicación internos y externos, es la responsable de tomar decisiones y planificar productos de diseño gráfico, diseño web y estrategias para el contenido de las plataformas digitales y mantener actualizadas las redes sociales sobre las necesidades de los clientes.

**Funciones.** Desarrollo e implementación del manual de funciones, también crear planes de crecimiento y estrategias de marketing digital para el posicionamiento de la empresa y generar contenido para las redes sociales y página web.

## **1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada**

A través de la investigación cualitativa, por medio de la observación de campo como herramienta de recolección de información, se logró realizar el diagnóstico de la empresa Ovs Design Lab, el cual se basa inicialmente en un análisis situacional, para identificar diversos elementos en los canales de comunicación internos y externos, donde se encuentran varios factores que se verán expresados en la matriz DOFA.

social entre el investigador y los informantes, la cual se recogen datos de modo sistemático y no intrusivo. Implica la selección del escenario social, el . (Bogdan)

**Tabla 1****Matriz DOFA de la empresa OVS DESIGN LAB**

<b>MATRIZ DOFA</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	<p>El mercado no posee barreras de entradas, es decir no tienen ningún tipo de impedimento legal o de mercado que no permita competir con las demás empresas.</p> <p>El desarrollo tecnológico y la innovación en productos.</p> <p>La apertura de nuevos mercados.</p> <p>La oportunidad de publicidad que maneja en plataformas virtuales como: Facebook e Instagram, es relativamente económica para la organización.</p> <p>La facilidad de crear grupos, redes de contacto y blogs, permite dar a conocer la empresa y su brochure de manera rápida.</p> <p>Alianzas con diseñadores FreeLancer y empresas para realizar proyectos y consultorías de mayor envergadura.</p>	<p>Implementación de nuevas tecnologías de comunicación por la competencia.</p> <p>Cambios en las necesidades y gustos de los clientes.</p> <p>Competencias con otras empresas con mayor personal, tecnologías.</p> <p>Clientes pequeños no quieren gastar en mercado, piensan que lo pueden realizar solos sin ningún tipo de experiencia, o no pagar los honorarios correctamente.</p> <p>Perdida del mercado.</p> <p>Supervisión tecnológica de la competencia.</p>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS F-O</b>	<b>ESTRATEGIAS F-A</b>
<p>Es una empresa innovadora, que se adapta fácil al cambio.</p> <p>Presta servicios de calidad.</p> <p>Ovs Design Lab, permite proponer y desarrollar ideas nuevas.</p> <p>Diseño e implementación de estrategias comunicativas con los clientes para mejorar la relación y el desarrollo de las empresas.</p> <p>Permite el buen clima organizacional.</p> <p>Cuenta con equipos y programas actualizados.</p> <p>Permite el trabajo desde casa a los empleados.</p>	<p>Desarrollo de nuevos servicios acorde a las necesidades del cliente.</p> <p>Aprovechar el uso de redes sociales para atraer posibles clientes.</p> <p>Hacer uso de los avances tecnológicos para innovar el marketing digital.</p> <p>La adaptación a los nuevos hábitos de consumo de información del público.</p>	<p>Diseñar un programa de servicio al cliente para mantener su lealtad.</p> <p>Lograr el posicionamiento de la empresa por medio de la plataforma digital Instagram y Facebook.</p> <p>Estructuración adecuada de un cronograma de trabajo para llevar con mayor orden los trabajos que deben realizarse.</p>

---

Jornadas laborales flexibles.

Ayuda a contribuir al planeta reduciendo el uso de papel.

Cuenta con personal calificado para cada área, respondiendo con servicios de calidad a sus clientes.

<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS D- O</b>	<b>ESTRATEGIAS D-A</b>
La empresa no cuenta con objetivos claros a desarrollar.	Contratar personal capacitado para la creación de contenidos más llamativos e innovadores.	Capacitar a los empleados en identidad corporativa.
No posee una descripción de su estructura organizacional bien definida.	Fortalecer los procesos comunicativos, haciendo uso de nuevas herramientas de la empresa.	Incentivar la verificación y evaluación de las campañas de comunicación con el fin de ver su efectividad.
No cuenta un manual de funciones.	Elaborar estrategias para dinamizar el contenido de las plataformas digitales y mantener actualizadas las redes sociales.	Análisis de las estrategias de comunicación teniendo en cuenta el entorno y los riesgos antes de ser implementadas.
No tiene un brochure estándar para ofrecer los servicios.	Proyectar a los altos mandos la importancia de herramientas adecuadas para el desarrollo del trabajo en equipo.	
Es limitada la capacidad de inversión e infraestructura.		
Poca interacción en redes sociales.		
No cuenta con un sistema estándar de comunicación para el contacto con los clientes.		

Fuente: Pasante del proyecto.

Al analizar la información consignada en la Matriz DOFA, se encontró falencias comunicacionales en la empresa, ya que esta no cuenta con una estructura definida lo que imposibilita el crecimiento, rentabilidad y mejoramiento de Ovs Design Lab.

La estructura organizacional ayuda a identificar el talento que necesita la empresa, a definir el papel de cada persona que se espera que cumpla con el mayor interés posible, igualmente se

tienen que establecer documentos que ayuden en el desarrollo para los miembros de la empresa y así trabajar juntos de forma óptima en la planificación de los trabajos requeridos por los clientes; además, se debe asegurar que hayan suficientes recursos humanos y establecer en los empleados sus funciones correspondientes, de tal manera que se pueda manejar un excelente clima laboral . (Optim, 2016)

También, se debe establecer el organigrama y departamentalizaciones dentro de la empresa, para poder lograr las metas y los objetivos establecidos en el plan de comunicación.

Asimismo, es importante tener objetivos corporativos claros y definidos, pero Ovs Design Lab no cuenta con ellos, lo que es un obstáculo para alcanzar las metas propuestas que abarquen a toda la empresa, ya que actualmente no se logra tener un ambiente de negocio.

Por otra parte, las empresas generalmente emplean objetivos para analizar la efectividad en general de los logros de la organización, también para maximizar el potencial de su organización y para crear negocios exitosos y fuertes en las buenas oportunidades financieras para los clientes, en este proceso se hace necesario establecer un manual de funciones, para que todos los empleados tengan claridad en sus funciones y un conocimiento preciso de las tareas y responsabilidades dentro de la empresa, ya que al no tener un manual, esto puede generar debilidades en el desarrollo de los trabajos; es decir que, con el manual de funciones, se puede lograr el desarrollo y efectividad en las actividades y operaciones por los empleados de la empresa.

Las políticas son los valores y normas que permitirán mostrar la forma de actuar y una imagen positiva o negativa según la impresión que se genere a los usuarios, por eso es de suma importancia tenerlas y poder difundir el excelente servicio al cliente de la empresa, la calidad, el compromiso y responsabilidad que la hagan diferente de la competencia.

El plan de comunicaciones es un elemento estratégico que permite a la empresa Ovs Design Lab, mejorar los procesos comunicacionales tanto internos como externos, para contribuir con el mejoramiento de su imagen corporativa ante sus grupos objetivo. Mediante la presentación del Brochure, se busca exponerles a los clientes de manera rápida y atractiva la misión, visión y los servicios con soluciones oportunas y eficientes para sus necesidades.

**1.2.1 Planteamiento del problema.** En la actualidad los comunicadores sociales cumplen un papel fundamental dentro de las organizaciones, ya que se encargan de generar canales de comunicación y estrategias que permiten alcanzar los objetivos corporativos. Un comunicador social es el responsable de alcanzar equilibrios internos para dar a conocer una imagen sana, competitiva, de calidad y confianza, orientada a generar un mayor interés por parte de los clientes y proveedores de la misma. (Adriana, y otros, 2011).

Ovs Design Lab es una empresa que se encuentra ubicada en la ciudad de Cartagena de Indias y que tiene como propósito de prestar consultoría en Social Media, Marketing Digital-Mercadeo, Diseño Gráfico, Diseño Web, Publicidad, y comunicación en todo el territorio nacional e internacional. Para lo que es preciso mencionar que, aunque en los últimos años la organización ha venido creciendo y fortaleciendo los servicios que se ofrecen a los usuarios, su



estructura no se encuentra definida y carece de objetivos empresariales, que tiene como fin desarrollar planes de crecimiento, desarrollo y evaluación en el mercado.

También existe escasez de personal para la colaboración en la creación de contenidos nuevos e innovadores que incentiven el progreso de la empresa, así como de la ausencia de herramientas de comunicación como un sistema de información necesarios para construcción y difusión de la cultura corporativa.

Asimismo, actualmente la empresa no cuenta con un Comunicador Social que desarrolle un plan estratégico de comunicación, que permita determinar cada una de las estrategias, directrices, las políticas que describan el camino de la empresa y mejorar su desempeño, por esto, es necesario desarrollar un trabajo integral que permita mantener activas las funciones comunicacionales.

Tampoco, existen redes sociales que permitan visibilizar y publicitar los procesos que se llevan a cabo dentro de una organización, ya que por medios de estas plataformas digitales se pueden conseguir más y mejores clientes, tanto en el mercado local como en el mercado regional.

Lo anterior manifiesta que la empresa no está organizada y trabaja desarticuladamente, puesto que no refleja una imagen corporativa sólida que demuestre la confiabilidad a sus clientes.

Al no poseer lo anteriormente mencionado, se puede inferir que la empresa enfrenta un problema de reconocimiento y expansión en el mercado. Los clientes con los que cuenta actualmente son 10, los cuales permiten una solvencia económica por debajo del nivel necesario; por esta razón, al llevar a cabo un plan de comunicaciones se logrará proyectar una mejor imagen corporativa y de esta manera, atraer nuevos clientes que permitan la sostenibilidad en el tiempo.

### 1.3 Objetivos de la pasantía

**1.3.1 Objetivo general.** Diseñar un plan de comunicación interna y externa para la empresa Ovs Design Lab de Cartagena de Indias.

**1.3.2 Objetivos específicos.** Realizar un diagnóstico de la comunicación interna y externa de la empresa Ovs Design Lab.

Definir los ejes estratégicos del plan de comunicaciones de la empresa Ovs Design Lab.

Implementar una estrategia publicitaria para el plan de comunicaciones propuesto.

### 1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

**Tabla 2**

*Descripción de las actividades a desarrollar.*

<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Actividades</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un diario de observación para diagnosticar la comunicación interna de la empresa.</li> <li>• Hacer una entrevista al gerente como apoyo a la observación al diario de campo.</li> </ul>

Tabla 2. *Continuación*

Diseñar un plan de comunicación interna y externa para la empresa Ovs Design Lab de Cartagena de Indias.	Realizar un diagnóstico de la comunicación interna y externa de la empresa Ovs Design Lab	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y elaborar una encuesta con los públicos objetivos para evaluar la comunicación externa y el posicionamiento de la empresa.</li> <li>• Elaborar un análisis de los resultados.</li> </ul>
	Definir los ejes estratégicos del plan de comunicaciones de la empresa Ovs Design Lab.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones con la junta directiva.</li> <li>• Proponer una lluvia de ideas.</li> <li>• Definir los canales de comunicación, las políticas, los manuales de función, el manual de diseño, el manejo de redes sociales y el marketing de la empresa.</li> </ul>
	Implementar una estrategia publicitaria para el plan de comunicaciones propuesto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar una estrategia publicitaria para visibilizar el plan de comunicaciones a los colaboradores de Ovs Design Lab.</li> <li>• Implementación de la estrategia publicitaria</li> </ul>
		Ovs Design lab.

Fuente: Pasante del proyecto.

## Capítulo 2. Enfoques referenciales

### 2.1 Enfoque conceptual

Dentro del escenario de las pasantías se desarrollaron una serie de conceptos enfocados, en la importancia de la comunicación organizacional y sus ejes fundamentales enfocados en el marketing y publicidad herramientas que favorecen la imagen corporativa de las empresas.

Actualmente la comunicación organizacional es un elemento fundamental y estratégico en las empresas para fortalecer los canales comunicativos internos y externos, donde permita interacción entre los colaboradores y así mismo con los públicos objetivos. De acuerdo con José L. Piñuel y José A Gaitán, se comprenden las relaciones comunicativas como la estructura de la sociedad que tienen lugar en el interior de la organización y los que ésta desarrolla con sus públicos para el logro de los objetivos estratégicos, contribuyendo a la formación de la identidad y la imagen organizacional así como forma parte de la cultura y el clima de la empresa (Ecured, 2015).

Para la elaboración de estrategias es importante evaluar aspectos relacionados en la comunicación interna de la organización, ya que desde allí se generan y se visualizan los procesos que garantizan la razón de ser y las competencias de la empresa; asimismo, su cultura y clima organizacional algunos autores afirman que la comunicación interna ha existido siempre en las empresas, aunque no se le daba ningún nombre especial, lo cierto es que siempre ha

habido organizaciones que han entendido la importancia de mantener una relación fluida entre los distintos actores de su organización (Funiber, sf).

La comunicación externa actúa como un canal de conexión importante que nos facilita posicionar la empresa en el mercado, siendo el aspecto más visible del trabajo del dircom para el gran público y podemos definirla como el conjunto de acciones de comunicación que una organización lleva a cabo para llegar a los diferentes públicos externos (FUNIBER).

Para lograr mejorar los procedimientos es importante la creación del manual de funciones, lo cual tiene como objetivo mostrar las funciones y responsabilidades administrativas de la empresa, la cual funciona como material de apoyo donde se registran las actividades, logros y metas que se deben realizar cotidianamente en las distintas áreas dentro de una empresa. El manual de procedimientos le permite al personal de la empresa tener mejor capacitación de los procesos (Perez, 2018).

En la era digital, las plataformas virtuales se han convertido en un elemento fundamental de las organizaciones, permitiendo visibilizar las gestiones desarrolladas y los servicios ofertados de manera fácil y rápida para llegar al alcance de todo público, según Miguel Ángel Gómez las redes sociales son una fuente de opinión que busca establecer diálogos con las empresas, interactuar con otras personas y constituyen una gran oportunidad para indagar en temas de actualidad, así como de comprobar la calidad de una empresa ajena o de nuestra propia empresa . (Gómez M. Á., 2017).

Para toda organización es fundamental planificar y analizar todas las acciones y estrategias comunicativas que le permitan a los colaboradores llevar a cabo los lineamientos y procesos en un solo hilo conductor con el fin de mejorar la estructura y cultura organizacional, de acuerdo con Juanma Caurin, las empresas crean el plan de comunicaciones como el discurso comunicativo o plan de negocio que se desarrolla para emprender y montar una nueva empresa (Caurin, 2017).

A través de la implementación de estrategias comunicativas enfocadas en el marketing, en una organización este actúa como la herramienta que se utiliza para crear relaciones con los clientes, potencializar y darle valor a la empresa en el mercado, basándose en la creación planificada de estrategias. Según Humberto Serna Gómez, identificar estrategias es importante para organizar el logro de los objetivos de la organización y definir los proyectos estratégicos, (Gómez S. H., 2003).

Esto como fuente principal para generar contenido y publicidad mediante el análisis de las oportunidades que ofrece el mercado, averiguar las necesidades y deseos del público objetivo y evaluar si el producto o servicio responde a esas necesidades. Para ello, Confinem expresa que se debe realizar también un análisis interno para estimar el potencial de la empresa, frente a los competidores para alcanzar unas ventajas competitivas, que la diferencie y sean sostenibles en el tiempo. (Confinem, 2012)

Dentro de la empresa Ovs Design Lab, se implementó un manual de imagen corporativa en la cual se anexa la normatividad, las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación

gráfica que resalta la identidad de la organización, mediante el logotipo, paleta de colores, tipografía y demás aspectos que definen la imagen de la empresa; según Patricia Nuño, una empresa está relacionada con todos aquellos elementos gráficos y visuales propios de una corporación o empresa.

La imagen corporativa es el sello a través del cual una organización quiere ser identificada y distinguida entre el resto de compañías del sector. Es fundamental para cualquier compañía contar con una imagen corporativa fuerte y con carácter, que le permita diferenciarse con creces de la su competencia (Nuño, 2017).

## **2.2 Enfoque legal**

En Colombia el segmento empresarial está clasificado en micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, esta clasificación está reglamentada en la Ley 590 de 2000 conocida como la Ley Mipymes y sus modificaciones. El artículo 2o de la Ley 590 de 2000 quedará así:

Definiciones. Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rurales o urbanos, que responda a dos (2) de los siguientes. (Congreso de la República , 2007).

**Tabla 3***Clasificación de las empresas de acuerdo a No. De Trabajadores y Activo.*

	<b>Microempresa</b>	<b>Pequeña empresa</b>	<b>Mediana empresa</b>
Planta de personal	Planta de personal ni superior a los diez (10) trabajadores	Planta de personal entre (11) y cincuenta (50) trabajadores	Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores
Activos totales	Hasta 500 (\$368.858.500)	Superior a 500 y hasta 5.000 (\$368.858.500)	Superior a 5.000 y hasta 30.000 (\$368.858.500)
	SMMLV para el año 2017 \$737.717		

Fuente. (Congreso de la República , 2007)

**Artículo 1. El literal b) del artículo 1o de la Ley 590 de 2000 quedará así:** Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes.

**Artículo 2. El artículo 2o de la Ley 590 de 2000 quedará así: Artículo 2. Definiciones.** Para todos los efectos, se entiende por micro incluidas las Famiempresas pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicio, rural o urbano, que responda a dos (2) de los siguientes parámetros:

### **Mediana empresa**

- Planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores, o



- <Ajuste de salarios mínimos en términos de UVT por el artículo 51 de la Ley 1111 de 2006. El texto con el nuevo término es el siguiente:> Activos totales por valor entre 100.000 a 610.000 UVT.

### **Pequeña empresa**

- Planta de personal entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores, o
- Activos totales por valor entre quinientos uno (501) y menos de cinco mil (5.000) salarios mínimos mensuales legales vigentes.

### **Microempresa**

- Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o,
- Activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales (Congreso de la República de Colombia , 2004).

**Artículo 74.** Políticas Mipyme. Modifica parcialmente (literal b) del Artículo 1 de la Ley 590 de 2000, Modifica parcialmente (literal e) del Artículo 1 de la Ley 590 de 2000. Los literales b) y e) del artículo 1° de la Ley 590 de 1990 quedarán así:

- Estimular la promoción y formación de mercados altamente competitivos, mediante el fomento a la permanente creación y funcionamiento de la mayor cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas, Mipymes, además de asegurar la promoción y desarrollo de proyectos que garanticen la demanda de bienes y servicios con origen en este sector productivo y/o comercial;

- Promover la permanente formulación, ejecución y evaluación de políticas públicas favorables al desarrollo de la competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas, así como incentivar y asegurar la promoción y desarrollo de proyectos que garanticen el acceso a los bienes y servicios que respondan a las necesidades básicas de la población. (Congreso de la República , 2007).

La Comisión de Regulación de Telecomunicaciones (CRT), de que trata la Ley 142 de 1994, se denominará Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), Unidad Administrativa Especial, con independencia administrativa, técnica y patrimonial, sin personería jurídica adscrita al Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

La Comisión de Regulación de Comunicaciones es el órgano encargado de promover la competencia, evitar el abuso de posición dominante y regular los mercados de las redes y los servicios de comunicaciones; con el fin que la prestación de los servicios sea económicamente eficiente, y refleje altos niveles de calidad.

Para estos efectos la Comisión de Regulación de Comunicaciones adoptará una regulación que incentive la construcción de un mercado competitivo que desarrolle los principios orientadores de la presente (Mintic, 2019).

## Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

### 3.1 Presentación de resultados

**3.1.1 Objetivo 1.** Diagnosticar el estado actual de la comunicación interna y externa de la empresa Ovs Design Lab.

**Actividad 1.** Realizar un diario de observación para diagnosticar la comunicación interna de la empresa.

Para el desarrollo de esta actividad, se determinó la necesidad de realizar un diario de observación para la empresa Ovs Design Lab, que consta de la fecha, información básica, nombre del gerente, número de empleados, semana, objetivo de la empresa, descripción de los aspectos encontrados, que le aporta lo observado a la empresa.

#### Tabla 4

*Observación de la empresa Ovs Design Lab.*

<b>FORMATO DE DIARIO DE CAMPO</b>				
<b>DIARIO DE CAMPO.</b>				
Nombre del observador: Yaudry Angelica Torrado Contreras.				
Fecha: 19/08/2019 - 19/09/2019				
Lugar: Cartagena de Indias				
Tema: Diario de observación para diagnosticar la comunicación interna de la empresa.				
Objetivo: Realizar un diagnóstico situacional de la empresa Ovs Design Lab				
<b>Actividades</b>	<b>Semana 1</b>	<b>Semana 2</b>	<b>Semana 3</b>	<b>Semana 4</b>
Diagnosticar el estado actual de la comunicación interna y externa de la empresa Ovs Design Lab de	En la primera semana se realizaron varias reuniones con el fin de conocer el personal de la empresa.	Se pudo identificar las debilidades que tiene la empresa, como la ausencia de la estructura organizacional, los objetivos corporativos, la falta	En esta semana se empezaron a ejecutar algunas actividades, una de ellas era crear preguntas para el público objetivo de la empresa.	En la última de semana de observación, la coordinadora de comunicaciones, en esta ocasión la pasante, realizó la encuesta y

la ciudad de Cartagena.	También se observó el clima laboral entre los integrantes de la organización.	de un manual de funciones, y un brochure servicios para mostrar a sus clientes, entre otras.	Luego, se realizaron las preguntas para el gerente de la empresa Ovs Design Lab que ayudaría como complemento al diario de campo.	procedió a realizar el análisis de los resultados obtenidos.  Se realizó la entrevista al gerente de la empresa, el señor Benjamín Ochoa.
Realizar un estudio en el área de comunicaciones de la empresa.	No cuenta con suficiente personal y equipos para elaborar los trabajos requeridos por los clientes.  No se tiene un Comunicador Social en esa área de comunicaciones siendo de suma importancia para llevar a cabo el cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la empresa.	Mi llegada a la empresa fue fundamental para analizar el estado en que se encuentra Ovs Design Lab. Presente la propuesta del plan estratégico de comunicaciones, que ayudaría a fortalecer los canales de comunicación interno y externos, la imagen corporativa y su estructura dentro la organización.	Se empezó a generar contenido para las redes sociales, a través de post e historias llamativas en Facebook e Instagram para que los usuarios pudieran ver que la empresa se encuentra activa, creando cosas nuevas e innovadoras. Además, se creó la cuenta de Twitter y la página web de la empresa.	Se empezó a diseñar el brochure de servicios para los clientes de la empresa.  También se llevó a cabo el plan de comunicaciones y se empezaron a definir los ejes estratégicos de la empresa.
Ejecutar las actividades para el cumplimiento del trabajo.	La interacción en redes sociales es poca y no tiene una página web.  Los horarios son flexibles, permiten el trabajo desde casa y estimulan el teletrabajo en los integrantes de la empresa.	La actitud del gerente y equipo de trabajo de la empresa fue positiva, se empezaron analizar las actividades que se llevarían a cabo para cumplir con los objetivos específicos.  Se observó que los programas utilizan el diseñador gráfico y el ingeniero de sistemas para realizar los trabajos, son los siguientes: Adobe Photoshop, Adobe Ilustrador, Adobe Dreamweaver, Website x5.	Se realizó la lluvia de ideas con todo el equipo de la empresa y el manual de funciones para cada área y las responsabilidades definidas que tendría cada integrante.  Al finalizar la semana, se aplicó la encuesta a los clientes externos.	Se elaboró la propuesta de la campaña publicitaria para dar a conocer el brochure de servicios.  Por último, se empezó a diseñar el manual de la imagen corporativa de Ovs Design Lab.

Fuente: Pasante del proyecto.

Ovs Design Lab es una empresa dedicada a prestar servicios de consultorías en Social Media, Marketing Digital, Mercadeo, Diseño Gráfico, Diseño Web, Publicidad, y comunicación. Es una organización competitiva en el mercado, pero busca el posicionamiento de la marca, la recordación visual; asimismo es innovadora en el planteamiento y definición de estrategias comunicacionales, lo que le permite adaptarse fácil al cambio. Cuenta con un equipo de trabajo capaz de generar propuestas novedosas con el fin de mejorar continuamente la calidad de sus proyectos. Además, ostenta de un personal competente para cada área, resaltando el excelente clima laboral entre sus integrantes.

El área de comunicaciones carece de un Comunicador Social debido a los escasos recursos económicos, siendo este un cargo de suma importancia y relevancia para trabajar y alcanzar el cumplimiento de la misión y visión. Tampoco se observaron objetivos claros a desarrollar, siendo esto un obstáculo de crecimiento para la empresa. De igual forma se observó la carencia de manuales de funciones donde defina sus políticas, procedimientos y competencias laborales limitando sus responsabilidades y habilidades entre sus empleados. Además, no encontramos un brochure estándar que permita ofrecer sus servicios ni dar a conocer por medio impreso todo su material de trabajo. En términos generales no se evidencia ningún plan de comunicación que permita trabajar de manera organizada, trayendo consigo el desconocimiento de la misión y visión por parte de sus empleados generando una estructura vulnerable comparada con la competencia.

Es de gran provecho el uso de las plataformas virtuales, redes sociales y páginas web, ya que la era digital hace parte de nuestras vidas y un hábito diario con todos los medios

electrónicos que nos rodean, son herramientas que nos permiten de manera fácil hacer publicidad y marketing digital a las empresa, eso les admite ser competitivos en el mercado con contenido innovador que atraiga a los usuarios que necesitan de estos servicios; además es un empresa que complementa sus estrategias transformadoras como es caso del teletrabajo permitiéndoles a sus colaboradores trabajar desde casa con horarios flexibles y ahorro de transporte.

**Actividad 2:** Hacer una entrevista al gerente como apoyo a la observación al diario de campo.

En esta actividad, se llevó a cabo una entrevista personal con el gerente de la empresa OVS Design Lab, para lo cual se tuvo en cuenta una ficha técnica. (Ver apéndice A).

**¿Qué fortalezas considera que tiene la empresa?**

R: / Somos una empresa con excelente servicio al cliente, vivimos 24/7 nuestra misión, escuchamos cada requerimiento, necesidad y problema de nuestros clientes, para que con nuestra experticia podamos resolver cada uno de estos asuntos de la mejor manera. Prácticamente tomamos el rol de socio, de doliente y no descansamos hasta que nuestro cliente mejore su situación, comience a crecer y generar los recursos que a final de cuenta es su fin.

**¿Considera usted que los clientes están satisfechos de la calidad de producto, precio y valor general, mensajes promocionales en comparación con nuestros competidores?**

R: / Nuestros clientes han estado contentos con nuestros productos, son hechos a su medida, no son plantillas preestablecidas, además de acuerdo a cada situación elaboramos una

metodología de trabajo, un presupuesto teniendo en cuenta las finanzas de este. Para nosotros es muy importante el cuidado las finanzas de nuestros consumidores, teniendo en cuenta que tengo una amplia experiencia en estos temas, así que generalmente tenemos un presupuesto fijo bajo que no impacte la caja, pero con unos cargos variables que son de acuerdo a las mejoras, crecimientos en ingresos, y que el cliente vea el impacto de nuestro trabajo. Con esa metodología prácticamente le decimos al cliente que garantizamos nuestro trabajo, que nos tenemos confianza y que estamos con él.

**¿Cuál de nuestras debilidades se traduce en una capacidad reducida de atender a los clientes?**

R: / A mi parecer la debilidad que más nos hace daño es la carencia de objetivos claros, no se ha hecho una planificación del crecimiento y muchas veces nos hemos visto sorprendidos con mucho trabajo, y poca mano de obra disponible para atender, ha tocado improvisar con nuevos trabajadores temporales sin ningún tipo de experiencia previa. También creería que la capacidad limitada para inversión e infraestructura nos detiene en muchos casos, ya que no contamos con los equipos suficientes para atender un incremento en la demanda.

**¿En qué forma las tendencias en el entorno afectan a los clientes?**

R: / Muchas veces los clientes nos exigen trabajos que están realizando la competencia, y considero que este negocio se trata de innovación, de mostrar las fortalezas, ser creativos y marcar diferencias con los competidores del mercado, así que no podemos salir a copiar lo que hacen los demás. En ese orden de ideas debemos salir a marcar tendencia, más que optar por la copia y pega. Por otra parte, te ratifico que la empresa fue fundada bajo los parámetros, de

innovación, salirnos de lo tradicional, siempre con el fin de llevar las mejores respuestas y soluciones a nuestros clientes.

**Actividad 3.** Diseñar una encuesta con los públicos objetivos para evaluar la comunicación externa y el posicionamiento de la empresa.

En la elaboración del cuestionario, se optó por realizar preguntas estructuradas de selección múltiple con algunas opciones de elección única, de tipo dicotómica. En cuanto a la aplicación de la encuesta se realizó de manera escrita y una vez resueltas se hizo el respectivo análisis de los resultados. La encuesta aplicada a los clientes de la empresa fue revisada y aprobada por el gerente de Ovs Design Lab.





## ENCUESTA AL PUBLICO OBJETIVO

1. Al buscar los servicios de una empresa de marketing digital, ¿cuál es el atributo más importante para contratar?

Precio.

Calidad.

Trayectoria.

Todas las anteriores.

2. ¿Qué medio le parece más efectivo para realizar una campaña?

Digital.

Impreso.

3. ¿Sacrificarías calidad por precio?

Sí.

No.





4. ¿Cuál de las redes sociales utilizas para buscar empresas?

Facebook.

Instagram.

Twitter.

LinkedIn.

Ninguna de las anteriores.

5. ¿Has escuchado el nombre Ovs Design Lab?

Sí.

No.

6. ¿Conoces que es el teletrabajo?

Sí.

No.

7. ¿Contratarías alguna empresa sin oficina?

Sí.

Fuente: Autora del proyecto.

---

---

---

---

**Figura 2.** Encuesta al público objetivo de la empresa Ovs Design Lab.

Fuente: Autor del proyecto.

**Actividad 4.** Análisis de los resultados.

**Calculo de la muestra.** Para el cálculo de nuestra muestra se tomaron los clientes actuales de la compañía, y empresas prospecto actuales, es decir aquellas que están en proceso de cotización como si fuera nuestro universo. Se utilizó la formula estadística que se muestra a continuación:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde **n** es el tamaño de la muestra buscado:

**N** es el tamaño de la población o universo que en nuestro caso el valor es 12.

**Z** es el parámetro estadístico que depende del nivel de confianza (NC) para nosotros fue un 90% siendo el valor Z de 1,645.

**P** es la probabilidad que ocurra el evento estudiado. Tomamos el valor del 50%.

**Q** es la probabilidad que no ocurra el evento. Tomando el valor del 50%.

**E** es el error de estimación máximo aceptado, que para nosotros fue de un 10%.

El valor n que nos arrojó al reemplazar esos valores en la formula, es decir nuestra muestra fue de 10,32. Teniendo en cuenta lo anterior y al no poder realizar 10,32 encuestas, llevamos el resultado al número entero más cercano que es el 10.

Teniendo en cuenta el objetivo de proponer un plan estratégico de comunicación para la empresa Ovs Design Lab, se aplicó una encuesta a diez (10) clientes y los resultados se exponen a continuación.

**Tabla 5**

*Atributo más importante para contratar.*

**Tabla 7***Sacrificarías calidad por precio.*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	
No	6	
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pasante del proyecto.

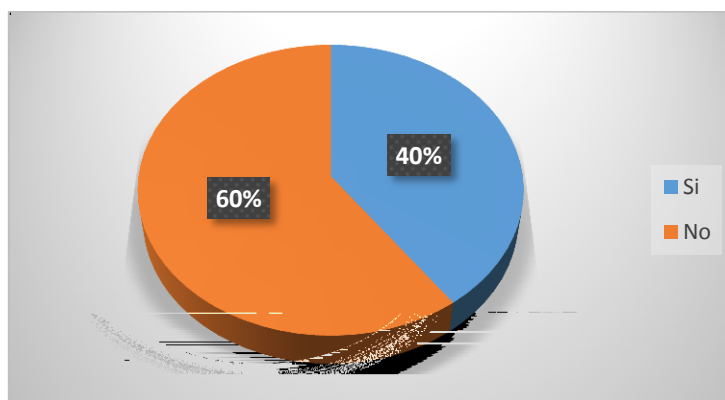


Figura 5 ¿Sacrificarías calidad por precio?

Fuente: Pasante del proyecto.

**Tabla 8***Redes sociales utilizas para buscar empresas*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Facebook.	3	30%
Instagram.	2	20%
Twitter.	1	10%
LinkedIn.	3	30%
Ninguna de las anteriores.	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pasante del proyecto.

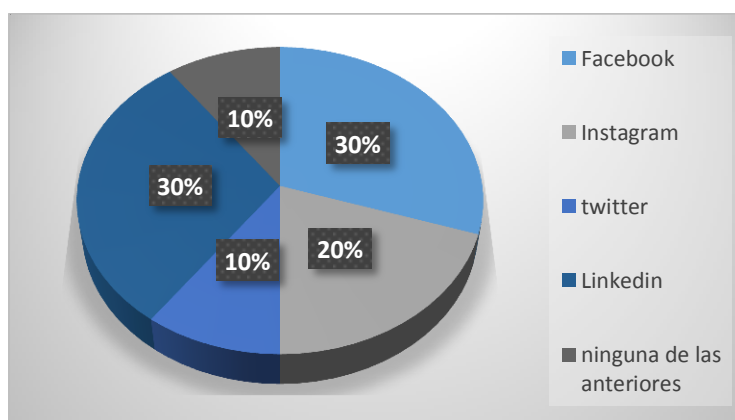


Figura 6. ¿Cuál de las redes sociales utilizas para buscar empresas?

Fuente: Pasante del proyecto.

**Tabla 9***Has escuchado el nombre Ovs Design Lab*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	2	20%
No	8	80%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pasante del proyecto.

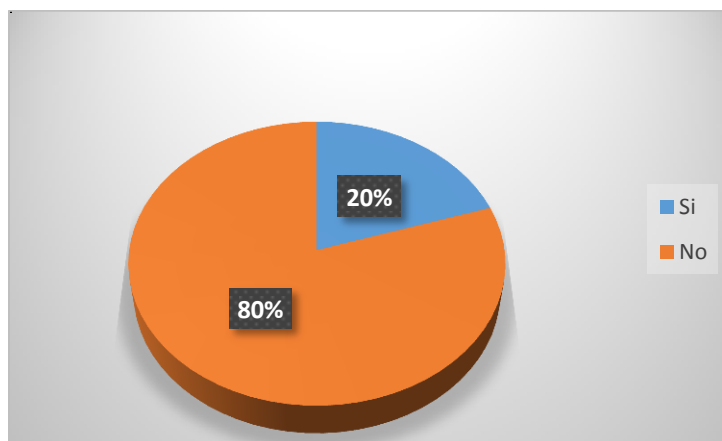


Figura 7. ¿Has escuchado el nombre Ovs Design Lab?

Fuente: Pasante del proyecto.

**Tabla 10***Conoce qué es el teletrabajo*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	50%
No	5	50%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Fuente: Pasante del proyecto.

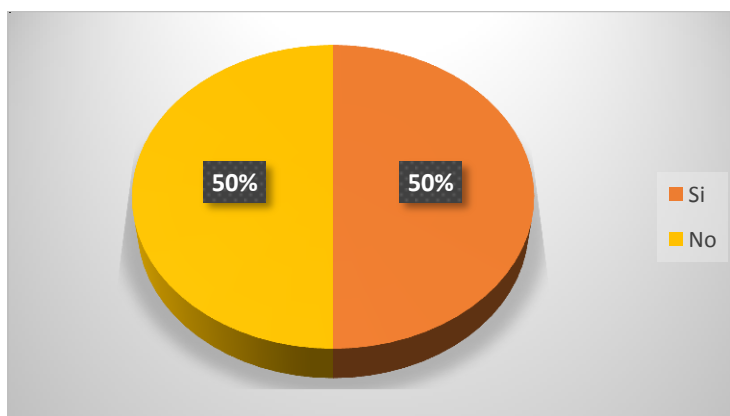


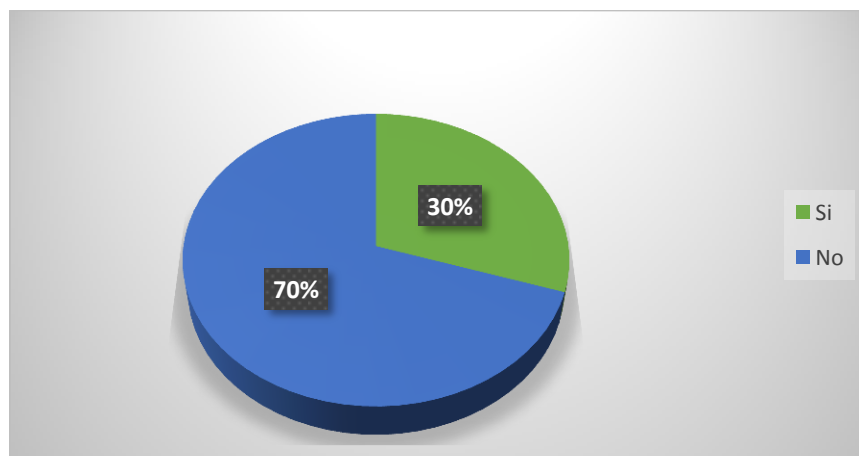
Figura 8 ¿Conoce qué es el teletrabajo?

Fuente: Pasante del proyecto.

**Tabla 11***Contratarías alguna empresa sin oficina*

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	
No	7	
<b>Total</b>	10	100%

Fuente: Pasante del proyecto.

**Figura 9.** Contratarías alguna empresa sin

Fuente: Pasante del proyecto.

**Actividad 5.** Elaborar un análisis de los resultados.

En conclusión, a la hora de contratar los servicios de una empresa hay factores importantes que se deben tener en cuenta como: el precio, calidad, y la trayectoria, que debe tener la empresa en el mercado. Es de suma importancia el medio en el que publiquen el producto o servicio para que llegue al público, ya que la mayoría de las personas tienen acceso a un dispositivo electrónico y pueden encontrar de manera rápida las compañías, al mismo tiempo rompiendo el

En ningún momento podemos pensar en sacrificar la calidad por el precio de los productos, ni mucho menos que un bajo costo en inversión nos va a traer los resultados esperados, sin

embargo, las redes sociales en actualidad han motivado un cambio en esta forma de trabajar y en la manera de percibir la comunicación, la forma de difusión de noticias, y el contenido que están usando las compañías para atraer clientes. Ovs Design Lab es una empresa con evidentes falencias comunicacionales, sobre todo en la exposición en redes sociales tales como Facebook y LinkedIn que cada vez son más utilizadas para sinergias empresariales, desarrollo de contenidos, interacción con sus clientes, promociones y entretenimiento.

Asimismo, no es necesario que las compañías que tengan oficinas físicamente, ya que el teletrabajo les permite ocuparse desde casa desempeñando las actividades a terceros por medio de tecnologías y, plataformas virtuales sin que se requiera su presencia física, pero la renuencia de los prospectos es bastante alta, se debe desarrollar maneras de informar cada una de las ventajas que tiene esta nueva forma de trabajo, y como esto se traduce en disminución de costos asociados a sus clientes. Pero en ningún momento a disminución de la calidad de estos.

**3.1.2 Objetivo 2.** Definir los ejes estratégicos del plan de comunicación de la empresa Ovs Design Lab.

Para conocer el plan de comunicación al público interno, puede evidenciarse en el Apéndice B.

**Actividad 1.** Reuniones con la junta directiva.





**Figura 10.** Reunión con el equipo de trabajo.  
Fuente: Pasante del proyecto.



**Figura 11.** Propuesta de ideas.  
Fuente: Pasante del proyecto.

**Actividad 2.** Proponer una lluvia de ideas.

En la lluvia de ideas se hicieron unas propuestas internas y externas con el fin de mejorar la empresa OVS DESIGN LAB.



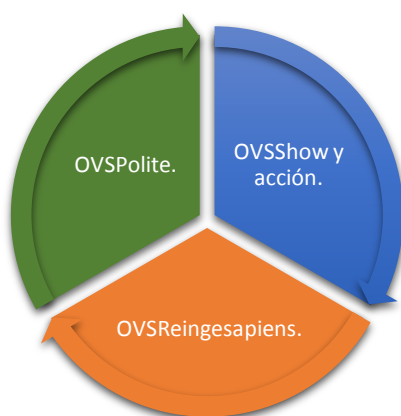
**Figura 12.** Lluvia de ideas OVS DESIAGN LAB.

Fuente: Pasante del proyecto.

### Actividad 3. Ejes estratégicos Ovs Design Lab.

Ovs Design Lab cuenta con ejes estratégicos de forma circular, en los cuales las flechas tienen dirección hacia la derecha, indicando la forma de cómo avanza la comunicación interna y externa de la empresa; el hecho de ser circular es que nuevamente debe llegar a su punto de partida, donde reiteradamente se reinventa a través de OVSReingesapiens y OVSPolite de manera interna, y OVSShowyaccion de manera externa.

Con el objetivo de trazar nuevos horizontes en el plan de comunicaciones, se elaboraron mejores estrategias para los clientes, que fueron puestas en práctica y de esta manera poder mostrar la calidad de los servicios que se ofrecen para fortalecer y posicionar la empresa en el mercado.



**Figura 13.** Ejes estratégicos  
Fuente: Pasante del proyecto.

**OVSReingesapiens.** Reingeniería con base en el saber de la comunicación de OVS DESIGN LAB.

Son cambios internos en la operatividad de la empresa, para alcanzar una mejora de su competitividad y fortalecer la calidad, el servicio, productividad, costo y rapidez. Mediante

estrategias que estén enfocadas al negocio y al cliente. El color naranja en la reingeniería representa innovación, fuerza y modernidad, que se busca mediante las actividades como: evaluar la comunicación interna, externa y el posicionamiento de la empresa, proponer lluvias de ideas, publicar artículos en revista especializadas sobre temas de actualidad en el medio, entre otras. Con el propósito de mejorar los flujos comunicacionales en los colaboradores y contar con su participación en el aporte que ayude a la cultura organizacional de la empresa, y explorar nuevas estrategias para dinamizar la empresa y hacerla más flexible, asimismo la utilización de nuevos programas tecnológicos que permita alcanzar nuevas metas.

#### **OVSPolite.** Formalización de OVS DESIGN LAB.

Para conseguir la formalización se promueve estrategias enfocadas en la mejora de los marcos normativos, políticos, reglas legalmente constituidos para canales internos y externos de Ovs Design Lab, con el compromiso y responsabilidad de transformar los trabajos de nuestros clientes, con el propósito de satisfacer sus necesidades específicas y reducir la brecha que implica la competencia desleal de empresas informales. El color verde simboliza ética, crecimiento, frescura, vida y naturaleza. Esto se quiere aplicar mediante las siguientes actividades: Crear las políticas de la empresa, los manuales de función de colaboradores dentro de Ovs Design Lab, reuniones con la junta directiva, vincularse y participar en agremiaciones del mismo sector económico, con el fin de mantener la formalización empresarial facilitando la reducción de costos para el empresario, atender las necesidades del cliente y mejorar los procesos comunicativos internos y externos.

**OVSShowyacción.** Exposición y marketing de OVS DESIGN LAB.

Es la exteriorización del trabajo interno realizado, los procesos de transformación que permiten mostrar al mercado nuestras fortalezas y técnicas de mejoramiento. Los factores diferenciadores, nuestra calidad y demás componentes tratados. Showyacción lo relacionamos con el color azul ya que se busca la libertad, seguridad y fidelidad en los trabajos expuestos a nuestros clientes, mostrando trabajos serios, profesionales y de calidad dando respuesta a los requerimientos de nuestros usuarios así como: El manual de imagen corporativa de la empresa Ovs Design Lab, el desarrollo y puesta en marcha la página web, el plan de comunicaciones, presentación del nuevo brochure de servicios y así mostrar una empresa de confianza y competitiva en el mercado.

Definir los canales de comunicación, las políticas, los manuales de función, el manual de diseño, el manejo de redes sociales y el marketing de la empresa.

**Actividad 4.** Canales de comunicación.

La mayoría de los clientes potenciales están en Internet y cada vez más en las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y página web. Estos canales de comunicación permiten la interacción de manera rápida y económica en comparación con los medios tradicionales como prensa, radio, Tv.

**Facebook.** Es una de las redes sociales más extensa del planeta, es la plataforma web de interacción social por excelencia, además permite compartir gustos, aficiones, intereses, productos y servicios. Esto les permite a las empresas hacer segmentación para identificar su público que más les interesen para sus campañas.

**Instagram.** Es una red social que está centrada en la creación de una línea de tiempo a través de fotos, microvídeos para compartir con los contactos; es la red social más utilizada por los jóvenes, además tiene el mayor porcentaje de interacción de usuarios con las marcas.

**Twitter.** Es un medio de comunicación instantáneo que permite conectar con los usuarios afines a los servicios, gustos y profesión. Es una red social sencilla de usar donde prima la actualidad del momento y es un excelente canal de atención al cliente.

**Página web.** En la actualidad las empresas han convertido este medio de comunicación como una herramienta clave para el desarrollo de una marca personal, así obtener beneficios en el posicionamiento en el sitio web.

#### **Actividad 5.** Políticas de la empresa

- El compromiso, la responsabilidad y lealtad son valores importantes que se tiene dentro de las políticas de la empresa.
- La verdad debe prevalecer por encima de cualquier tipo de situación o excusa.
- Asignar responsabilidades claras a nuestros empleados.

- Velar por el bienestar de los empleados con los horarios de trabajo, alimentación y permisos necesarios para ellos.
- Prestar todos los servicios de asesoría no importa la cultura, condición social, religión, color, raza y la libre personalidad.
- Tener buena presentación personal y excelente servicio al cliente.
- Privacidad en la información de la empresa que no podría ser divulgada a terceros.
- El buen clima laboral debe prevalecer entre todos los integrantes de la organización.

**Actividad 6.** Manual de funciones de OVS DESIGN LAB.

Ovs Design Lab, busca un mejoramiento de sus labores operativas y administrativas; desea aplicar conceptos de la administración de personal a su organización, con el fin de reestructurar y mejorar aspectos de la compañía en los que el capital humano tiene gran influencia; de esta manera los directivos de la empresa se muestran bastante interesados y apoyan este proyecto, viendo en esta una herramienta bastante importante para el futuro de esta organización.

El progreso eficiente de este proceso se hace necesaria la colaboración activa de todos los participantes y actores que de una u otra manera influyen en el normal desarrollo de las actividades operativas de la empresa.

El propósito central del Manual permitirá al personal de la empresa tener un conocimiento claro y preciso de sus tareas, obligaciones y responsabilidades, permitiéndole así a los diferentes departamentos que constituyen la empresa, el desarrollo de una adecuada selección de personal

que corresponda a los perfiles requeridos para desempeñar cada puesto de trabajo en particular, sirviendo así, como un punto de partida para iniciar el proceso de cambio y organización.

**Objetivo general.** Para Ovs Design Lab, el manual de procesos, procedimientos y funciones es un instrumento de apoyo que defina y establezca las funciones y responsabilidades en los canales de comunicación de todos los puestos de trabajo.

### Objetivos específicos

- Definir los objetivos y funciones de cada puesto y unidades administrativas con el fin de evitar sobrecargas de trabajo.
- Identificar las líneas de comunicación para lograr una adecuada interrelación entre las unidades administrativas e integrantes de la empresa.

**Tabla 12**  
*Manual de funciones.*

MANUAL DE FUNCIONES	
IDENTIFICACION DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	GERENTE GENERAL
DEPENDENCIA:	N/A
No DE CARGOS:	1
REPORTA A:	N/A
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
FORMACION:	ESPECIALIZACION Y/O MAESTRIA
EXPERIENCIA:	5 AÑOS EN CARGOS SIMILARES
FUNCIONES ESENCIALES	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar todas las dependencias administrativas y operativas de la empresa.</li> <li>• Designar todos los cargos de compañía.</li> <li>• Realizar evaluaciones, controles y seguimientos periódicos de trabajos, avances y planes de la compañía.</li> <li>• Desarrollar presupuesto anual y velar por el cumplimiento de éste.</li> <li>• Realizar evaluaciones anuales de cada dependencia.</li> <li>• Citar a reuniones con socios y personal de confianza.</li> <li>• Mantenimiento de clientes actuales y captación de nuevos clientes.</li> <li>• Velar por las relaciones laborales.</li> </ul>	



Tabla 12. *Continuación*

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	
NOMBRE DEL CARGO:	<i>ASISTENTE DE COMUNICACIONES</i>
DEPENDENCIA:	<i>N/A</i>
No DE CARGOS:	<i>1</i>
REPORTA A:	<i>GERENTE GENERAL</i>
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
FORMACION:	<i>PROFESIONAL COMUNICACIÓN SOCIAL</i>
EXPERIENCIA:	<i>N/A</i>
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redacción de contenidos para el blog interno y externo.</li> <li>• Investigación sobre temas relacionados para la redacción de contenidos.</li> <li>• Apoyo en la realización de eventos y campañas externas e internas.</li> <li>• Control de todos los procesos externos comunicativos de la compañía.</li> <li>• Control de los procesos internos comunicativos de la empresa.</li> <li>• Elaboración de los planes promocionales en compañía del Director de Área de Diseño.</li> <li>• Revisar todos los diseños que contengan escritura, para que cumplan con todos los estándares de la empresa.</li> </ul>	
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	
<i>DIRECTOR DE AREA DE DISEÑO</i>	
NOMBRE DEL CARGO:	<i>N/A</i>
DEPENDENCIA:	<i>N/A</i>
No DE CARGOS:	<i>1</i>
REPORTA A:	<i>GERENTE GENERAL</i>
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
FORMACION:	<i>PROFESIONAL EN DISEÑO GRAFICO Y/O MARKETING</i>
EXPERIENCIA:	<i>3 AÑOS EN CARGOS SIMILARES</i>
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar la gestión creativa de las campañas de marketing y Publicidad del cliente externo e interno.</li> <li>• Garantizar la calidad y coherencia de los aspectos visuales, como también de los contenidos.</li> <li>• Asignar Tareas al equipo creativo y monitorear su gestión.</li> <li>• Estar al corriente de las tendencias de la industria y de avances tecnológicos.</li> <li>• Fijar cronogramas de proyectos y velar por el cumplimiento de estos.</li> <li>• Revisar y editar contenidos.</li> <li>• Desarrollar presentaciones para clientes.</li> </ul>	
<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>IDENTIFICACION DEL CARGO</b>	
<i>DIRECTOR AREA WEB Y SISTEMAS</i>	
NOMBRE DEL CARGO:	<i>N/A</i>
DEPENDENCIA:	<i>N/A</i>
No DE CARGOS:	<i>1</i>
REPORTA A:	<i>GERENTE GENERAL</i>
<b>REQUISITOS MINIMOS:</b>	
FORMACION:	<i>PROFESIONAL EN INGENIERIA DE SISTEMAS, ESTUDIOS ADICIONALES EN WEB Y DISEÑO DE APP</i>
EXPERIENCIA:	<i>3 AÑOS EN CARGOS SIMILARES</i>
<b>FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coordinar con el Director de Diseño los plazos de entregas y correcciones de trabajo de acuerdo a la disponibilidad de personal.</li> <li>• Garantizar la calidad en los trabajos externos e internos. Aplicando las políticas de privacidad y</li> </ul>	

Tabla 12. *Continuación*

seguridad de la compañía.

- Establecer modelos de seguridad y privacidad informática para la compañía de acuerdo a los parámetros establecidos por la ley.
- Estar al corriente de los adelantos en programas y tecnologías desarrolladas en el mundo.
- Establecer acuerdos, cronogramas con el director de diseño y gerente general de proyectos y velar por el cumplimiento de estos.
- Colaborar con las presentaciones con medios audio visuales en eventos y presentaciones a clientes.

MANUAL DE FUNCIONES

**IDENTIFICACION DEL CARGO**

*DISEÑADOR GRAFICO*

NOMBRE DEL CARGO:

DEPENDENCIA:

*N/A*

No DE CARGOS:

*1*

REPORTA A:

*DIRECTOR DE DISEÑO*

**REQUISITOS MINIMOS:**

FORMACION:

*PROFESIONAL EN DISEÑO GRAFICO Y/O  
MARKETING*

EXPERIENCIA:

*SIN EXPERIENCIA*

**FUNCIONES ESENCIALES**

- Crear conceptos visuales para los proyectos.
- Diseños de empaques, logos, banners, cualquier tipo de herramienta visual para las tareas del cliente interno y externo.
- Cumplir con los tiempos y parámetros establecidos por el director de diseño.
- Asistir a juntas de diseño y colaborar con el desarrollo de campañas.
- Estar a la vanguardia en tendencias utilizadas a nivel mundial.
- Apoyar con el desarrollo de presentaciones.

MANUAL DE FUNCIONES

**IDENTIFICACION DEL CARGO**

NOMBRE DEL CARGO:

*ASISTENTE DE SISTEMAS*

DEPENDENCIA:

*N/A*

No DE CARGOS:

*1*

REPORTA A:

*DIRECTOR AREA WEB Y SISTEMAS*

**REQUISITOS MINIMOS:**

FORMACION:

*TECNOLOGO EN SISTEMAS*

EXPERIENCIA:

*EXPERIENCIA EN WEB Y APP*

**FUNCIONES ESENCIALES**

- Diseño de arquitectura web.
- Construcción de páginas web de acuerdo a requerimiento del área.
- Manejo de SEO.
- Manejo de Google ads.
- Configuración, administración y mantenimiento de servidores y sistemas de la compañía.
- Administración de la web de la compañía.
- Realizar actualizaciones a webs asignadas de cliente externo e interno.

Fuente: Pasante del proyecto.

**Actividad 7.** Manual de Imagen Corporativa.

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la

Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables con sus negocios, logrando interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos. Ver Apéndice C.

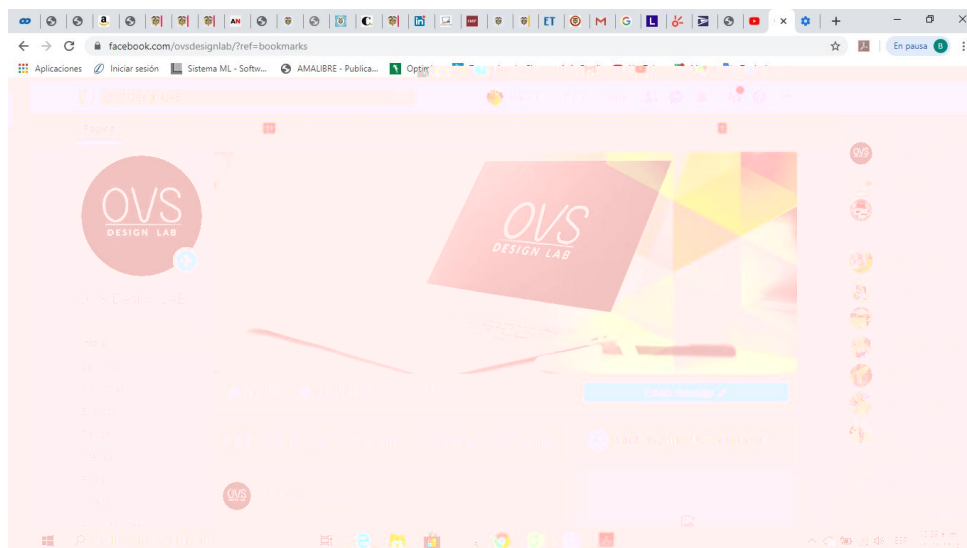


**Figura 14.** Manual de identidad corporativa.  
Fuente: Pasante del proyecto.

### Actividad 8. El manejo de redes sociales y el marketing de la empresa.

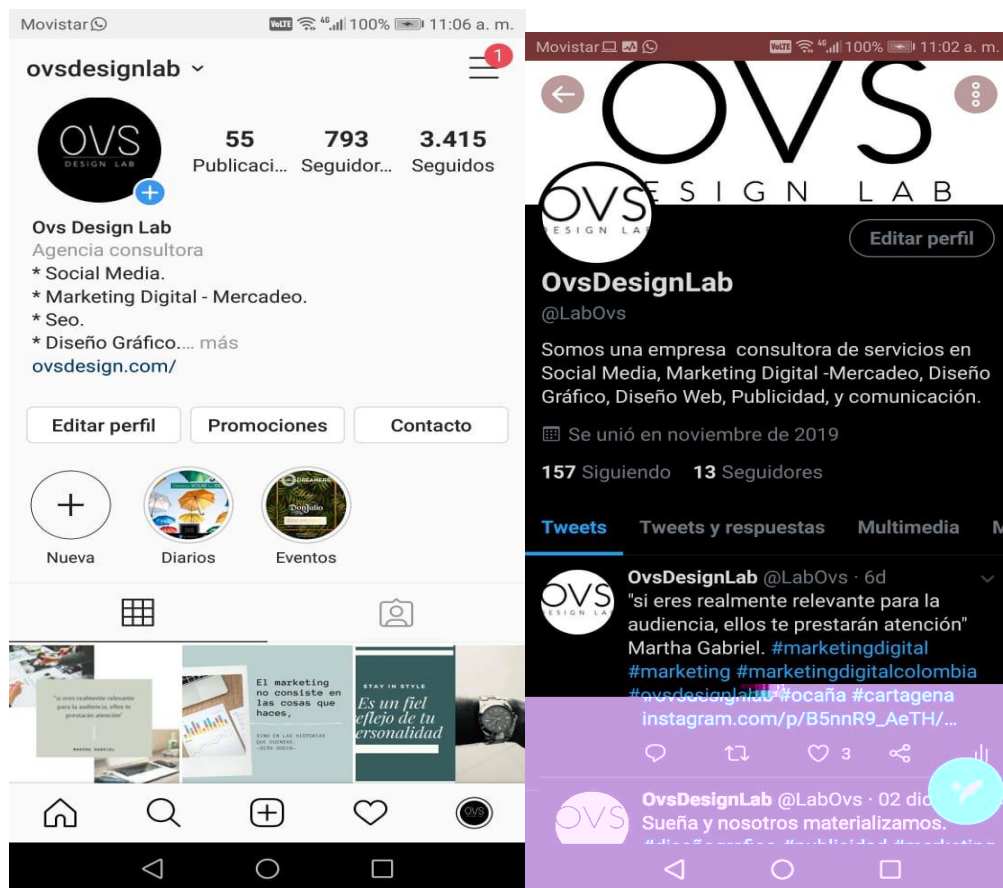


**Figura 15.** Página web de la empresa  
Fuente: Pasante del proyecto.



**Figura 16.** Facebook de Ovs Design Lab.

Fuente: Pasante del proyecto.



**Figura 17.** Marketing de la empresa

Fuente: Pasante del proyecto.

**3.1.3 Objetivo 3.** Implementar una estrategia publicitaria para el plan de comunicaciones propuesto.

**Actividad 1.** Desarrollar una estrategia publicitaria para visibilizar el plan de comunicaciones a los colaboradores de Ovs Design Lab.

Como Ovs visibilizar el plan de comunicaciones, donde se establecen lineamientos internos y externos para el mejoramiento de los procesos y procedimientos en la empresa.

Este proceso se difundió por correo electrónico al público interno y en las plataformas digitales como Facebook e Instagram al público externo. Ver apéndice D.

**Actividad 2.** Ovs Design lab.

El inicio de la estrategia de comunicación consistió en realizar publicaciones en las redes sociales de la empresa, por medio de correo electrónico a los colaboradores, para que fueran participes y conocieran el plan de comunicaciones y el brochure de servicios (Ver apéndice E) que sirviera de lineamiento para que ellos puedan visibilizar la empresa en el mercado.

En respuesta de la campaña publicitaria, los colaboradores pudieron conocer los servicios que presta la empresa a través del brochure, mediante una función informativa en la que se

transmitió de manera interna y externa sobre los aspectos de la empresa, en cuanto a los nuevos productos o servicios que se ofrecen. (Ver apéndice E).

## Capítulo 4. Diagnóstico final

El plan estratégico de comunicación permitió definir la estructura organizacional de la empresa Ovs Design Lab, hubo un desarrollo positivo frente a las actividades realizadas con el fin de generar confianza y credibilidad en los clientes y prospectos. Asimismo, se dio un crecimiento de usuarios con la interacción en redes sociales, generando poco a poco un reconocimiento de la marca y sus servicios.

También, se establecieron objetivos acompañados de actividades que ayudaron a la realización de los mismos dentro de la organización. Con el diagnóstico situacional se identificó el comportamiento de la comunicación interna y externa, allí se establecieron las acciones para la implementación que ayudaría a fortalecer la estructura y la cultura organizacional de la empresa. También los canales de información que existen en la empresa para poder transmitir cualquier eventualidad al público interno y de esta manera poder tener flujos comunicacionales para dar a conocer el propósito del plan de comunicación.

Con la creación brochure de servicios, el manual de identidad corporativa, la página web y los diferentes contenidos para el público externo, se empezó a generar posicionamiento de la marca, logrando el compromiso y un buen desempeño por parte de los colaboradores que buscan visibilizar la empresa en el mercado.

## Capítulo 5. Conclusiones

Mediante el desarrollo del plan de comunicaciones realizado para Ovs Design Lab, se logró establecer la estructura organizacional que define a la empresa ante sus colaboradores y clientes, logrando sus primeros pasos en la creación de la cultura organizacional, asimismo, establecer lineamientos comunicativos que mejoren los procesos en cómo se deben realizar las actividades de manera eficiente, es por ello, que se presentó el manual de funciones, imagen corporativa, un brochure y página web, para comenzar con un posicionamiento de marca en el mercado.

Es significativo resaltar que los ejes estratégicos son el punto de inicio para comenzar con los cambios internos, lo que permitió alcanzar las metas propuestas. A través de la reingeniería se pudo estructurar la parte organizacional de Ovs Design Lab, con la creación de las políticas y normas que deben cumplir los colaboradores dentro de la empresa, permitiendo el fortalecimiento de la cultura, los lineamientos comunicacionales y la presentación de los productos y servicios que se brindan con la elaboración del Brochure.

Es importante resaltar que todo proceso tiene sus dificultades y que allí es donde nacen las oportunidades para explotar las habilidades que tenemos como seres humanos y sacar adelante un proyecto fijado con las herramientas disponibles, como el que se acaba de presentar.



## Capítulo 6. Recomendaciones

Gestionar ante las directivas de la empresa un espacio adecuado que le permita al personal del área de comunicaciones desarrollar acciones pertinentes y poder consolidar cultura organizacional dándole así cumplimiento a los objetivos y metas de la organización.

Adoptar el plan de comunicaciones como un documento oficial para el cumplimiento para de la cultura organizacional dentro de Ovs Design Lab.

Por otro lado, es importante tener en cuenta que se debe fortalecer aún más la parte técnica, es decir, la adquisición de equipos periodísticos como computadores, cámaras y demás implementos para la producción de contenidos, y también es necesario mejorar el acompañamiento de personas expertas en el tema que se vayan a desarrollar para fortalecer los procesos de comunicación internos y externos de la empresa.

## Referencias

*Filder y Wilber.* (2019). Obtenido de <http://finderandwilber.com/importancia-revista-corporativa/>

Adriana, C., Areli, C., Aljandro, D., Adolfo, L., Adrián, E., Katyana, G., . . . Feregrino

Alejandro, L. A. (03 de Noviembre de 2011). *¿Qué hace un comunicador*

*organizacional?* Obtenido de ALTO NIVEL:

<https://www.altonivel.com.mx/liderazgo/management/8998-que-hace-un-comunicador-organizacional/>

Alcaldía de Rio Negro. (s.f.). *Objetivos corporativos* . Obtenido de

<https://www.eso.gov.co/objetivos-corporativos/>

Alejandro Reyes, B. S. (2019). *Contrato de confidencialidad*. Medellín.

Álvarez, C. P. (s.f.). *Marketeroshoy*. Obtenido de

<https://marketerosdehoy.com/marketing/comunicacion-digital/>

Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: Proceso, disciplina y técnica*. (C.

Seco, Ed.) Obtenido de

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang\\_es&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=importancia+comunicaci%C3%B3n+organizacional&ots=gnMnypY0u0&sig=mI9d\\_xgmvFNhDibfEZU8kFCAOOs#v=onepage&q=importancia%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=bwelcBnPNuoC&oi=fnd&pg=PA13&dq=importancia+comunicaci%C3%B3n+organizacional&ots=gnMnypY0u0&sig=mI9d_xgmvFNhDibfEZU8kFCAOOs#v=onepage&q=importancia%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional&f=false)

Bogdan, T. y. (s.f.). *La observación/ La Observación participante*. Obtenido de

[http://www.ujaen.es/investiga/tics\\_tfg/pdf/cualitativa/recogida\\_datos/recogida\\_observacion.pdf](http://www.ujaen.es/investiga/tics_tfg/pdf/cualitativa/recogida_datos/recogida_observacion.pdf)

Calderón, J. S. (2017). *DOCPLAYER*. Obtenido de [https://docplayer.es/20631663-Segun-bunge-](https://docplayer.es/20631663-Segun-bunge-727-la-observacion-en-cuanto-es-un-procedimiento-cientifico-se-caracteriza-por-ser.html)

[727-la-observacion-en-cuanto-es-un-procedimiento-cientifico-se-caracteriza-por-ser.html](https://docplayer.es/20631663-Segun-bunge-727-la-observacion-en-cuanto-es-un-procedimiento-cientifico-se-caracteriza-por-ser.html)

- Caurin, j. (2017). *Plan de Comunicaciones*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/plan-de-comunicacion>
- Confinem. (2012). *¿Qué es el marketing y cómo puede ayudar a mi empresa?* Obtenido de <http://www.mirelacion.es/blog/que-es-marketing/>
- Congreso de la República . (25 de 07 de 2007). *Función Pública*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=25932>
- Congreso de la República de Colombia . (02 de 08 de 2004). *Secretaría del Senado*. Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0905\\_2004.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0905_2004.html)
- Constitución Política de Colombia de 1991*. (s.f.). Obtenido de <http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Definición, C. (2020). *Página web*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/pagina-web/>
- Dotras, A. (2018). *Facebook*. Bogotá: RA-MA.
- Dotras, A. (2018). *linkedIn*. Bogotá: RA-MA.
- Ecured. (2015). *Comunicación Organizacional* . Obtenido de [https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n\\_organizacional](https://www.ecured.cu/Comunicaci%C3%B3n_organizacional)
- FUNIBER. (s.f.). *Comunicación Externa* . 170.
- Funiber. (sf). *Comunicación Interna*. 170.
- Gómez, H. S. (2003). *Gerencia estratégica*. Bogotá: 3Reditores ,9 Edición.
- Gómez, M. Á. (2017). *Seo Luego Existo*. Bogotá: RA-MA.
- Gómez, S. H. (2003). *Gerencia estratégica*. Bogotá: 3Reditores ,9 Edición.
- Gonzales, I. (21 de septiembre de 2016). *Ilifebelt*. Obtenido de Ilifebelt: <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>

- La Verdad. (2016). *La importancia de la publicidad en el éxito empresarial*. Obtenido de <https://www.laverdad.es/murcia/sociedad/201603/18/importancia-publicidad-exito-empresarial-20160318195440.html>
- Milenium. (s.f.). Obtenido de <https://www.informaticamilenium.com.mx/es/temas/que-es-una-pagina-web.html>
- Mintic. (14 de 02 de 2019). *COMISIÓN DE REGULACIÓN DE COMUNICACIONES*, . Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-4033.html?\\_noredirect=1](https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-4033.html?_noredirect=1)
- Nuño, p. (2017). *Imagen Corporativa*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-imagen-corporativa.html>
- Ochoa, B. (2018). *Empresa OVS Design Lab*. Cartagena.
- Ochoa, B. (2018). *Empresa OVS Design Lab*. Cartagena.
- Optim, P. (04 de Abril de 2016). *La estructura organizacional*. Obtenido de <https://blog.pro-optim.com/articulos/la-estructura-organizativa/>
- participante., L. o. (s.f.). Obtenido de [http://www.ujaen.es/investigat/tics\\_tfg/pdf/cualitativa/recogida\\_datos/recogida\\_observacion.pdf](http://www.ujaen.es/investigat/tics_tfg/pdf/cualitativa/recogida_datos/recogida_observacion.pdf)
- Perez, j. (2018). *Manual de funciones* . Obtenido de <http://importanciademanualdefunciones.blogspot.com/2018/11/importancia-elementos.html>
- Raffino, M. E. (15 de Noviembre de 2018). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/texto-periodistico/>
- República de Colombia, D. O. (23 de Abril de 2018). *Ley 1887 de 2018*. Obtenido de [http://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS\\_COMPLETOS/7\\_LEYE](http://sidn.ramajudicial.gov.co/SIDN/NORMATIVA/TEXTOS_COMPLETOS/7_LEYE)

S/LEYES%202018%20(1877-

)Ley%201887%20de%202018%20(Crea%20la%20Semana%20Nacional%20del%20Blogo).pdf

TX Group S.A.S. (2019). *Presentación de la empresa TX Group S.A.S en Power Point*. Medellín.

TX Group S.A.S. (2019). *Presentación propuesta del corazón ideológico*. Medellín, Antioquía .

Vallempresa365. (2014). *La comunicación* . Obtenido de

<http://www.vallempresa365.com/articulos/management/la-importancia-de-la-comunicacion-estrategica-en-las-organizaciones>

Vera, A. (2017). *Estrategias de comunicación* . Obtenido de

<https://www.entrepreneur.com/article/289884>

vlhj. (s.f.). vjvjh.

webempresa. (2018). *¿Qué es twitter?* Obtenido de <https://www.webempresa.com/blog/que-es-twitter-como-funciona-2.html>

webescuela. (2018). *¿Qué es Instagram?* Obtenido de <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>

# Apéndices

**Apéndice A. Ficha técnica para la entrevista al gerente de la empresa.**

*Tabla 13: Ficha técnica de la entrevista al gerente de la empresa.*

*Fuente: Autora del proyecto.*

---

**Entrevista al gerente de la empresa OVS Design Lab.**

---

**Objetivo: Conocer el estado de las Comunicaciones dentro de la empresa OVS Design Lab.**

**Fecha: 07 de septiembre de 2019**

**Nombre del entrevistado: Benjamín Ochoa.**

**Preguntas:**

1. ¿Qué fortalezas considera que tiene la empresa?
2. ¿Considera usted que los clientes están satisfechos de la calidad de producto, precio y valor general, mensajes promocionales en comparación con nuestros competidores?
3. ¿Cuál de nuestras debilidades se traduce en una capacidad reducida de atender a los clientes?
4. ¿En qué forma las tendencias en el entorno afectan a los clientes?

**Nota: La presente entrevista se realizó personalmente.**

**Benjamín Ochoa**

**Gerente de la empresa OVS Design Lab**

**Teléfono: 3108938605**

**Correo: Benjamin.8a@hotmail.com**

**Cartagena, Bolívar.**

---

**Apéndice B. Plan de comunicaciones.**

---



**PLAN DE COMUNICACIÓN DE OVS  
DESIGN LAB**

**PLAN DE COMUNICACIÓN**



**Nombre empresa:** Ovs Design Lab  
**Gerente:** Benjamín Ochoa Colombo  
**Dirección:** Cartagena de Indias  
**Teléfono:** 3108938605

**Descripción de la empresa.** Ovs Design Lab, es una empresa que nace el 19 de enero del 2018 en la ciudad de Cartagena de Indias, como consultora de servicios de Social Media, Marketing Digital -Mercadeo, Diseño Gráfico, Diseño Web, Publicidad, y comunicación, con el propósito de dar respuestas a las necesidades y peticiones de sus clientes, garantizando un servicio de calidad y responsabilidad con sus trabajos.

Tiene como misión desarrollar procesos creativos y transformadores que permita el crecimiento de la empresa; Por consiguiente, su visión es ser reconocida por su profesionalismo, disciplina y comportamiento ético, capacidad disuasiva para afrontar sus retos en las diferentes actuaciones y sus diferentes públicos objetivos.

**Misión.** Crear soluciones integrales en el área de la comunicación, publicidad y Marketing, utilizando como única premisa la información, necesidades y peticiones de nuestros clientes, recurriendo a todo el talento y experiencia de nuestro grupo humano como el ente traductor y transformador de los procesos creativos y de implementación. Bajo estas condiciones se elaboran trabajos de éxito, relaciones comerciales efectivas y sinergias con nuestros clientes, convirtiéndonos en los aliados comprometidos en su crecimiento empresarial.

**Visión.** Estableceremos para el año 2028 en el top 3 de las agencias de Publicidad y Marketing de la región, desarrollando metodologías de trabajos confiables, serias, profesionales, responsables y sobre todo que resalte toda nuestra creatividad e identidad. Permitiendo ser reconocidos como una institución que genera valor y confianza a nuestro grupo de interés.

**Objetivos de la empresa.** En desarrollo de su misión, Ovs Design Lab, tiene como objetivos los siguientes:

Consolidación en el mercado actual, trabajar con pequeñas y medianas empresas para mostrar el trabajo de calidad con responsabilidad y, adquirir experiencia suficiente para ser competitiva con grandes empresas.

Incentivar la cultura ambiental, promover en nuestros colaboradores el uso y cuidado responsable con el medio ambiente, a través de la estimulación del teletrabajo, la reducción del medio impreso y la utilización de medios electrónicos.

Orientación hacia el cliente. Ovs Design Lab, tiene como objetivo fundamental la satisfacción de sus clientes de principio a fin, cumpliendo con las necesidades y expectativas de sus usuarios.

### **Gestión de la comunicación de Ovs Design Lab**

Se refiere a las habilidades que el líder tiene para transmitir la información en su grupo. Cómo escucha, qué, cómo y cuándo lo dice, asimismo, como afectan el clima laboral entre el equipo de trabajo y el costo para el bienestar de la empresa.

#### **Proceso de planeación de la comunicación**

**Objetivo:** Es el proceso donde se requiere de una adecuada planificación y los objetivos claro que defina su negocio, las previsión de actividades a corto, mediano y largo plazo, y las estrategias para alcanzarlas.

#### **Diagnóstico Gestión de Comunicación**

##### **Alianzas**

##### **¿Cuáles son/serán nuestros socios estratégicos?**

Se debe identificar los clientes y prospectos estratégicos en el mercado que requieran de nuestros servicios, para trabajar conjuntamente satisfaciendo las necesidades de los usuarios con trabajos de calidad y responsabilidad.

##### **Actividades**

##### **¿Qué actividades clave necesito desarrollar y generar valor en mis servicios?**

Se debe crear una serie de actividades como: el manual de función, las políticas, el manual de diseño, elaborar encuesta al público objetivo entre otras, que fortalezcan y permitan el crecimiento de la empresa, así puedan potencializarse en el mercado.

##### **Canal**

##### **¿Cómo entregar la propuesta de valor para nuestros clientes?**

Para el desarrollo del Plan Estratégico de Comunicación, se requiere de instrumentos comunicacionales como: página web, manejo de redes sociales, plataformas digitales, correo electrónico, reuniones con los clientes, entre otros.

#### **Costos**

##### ***¿Qué estructura de costos tengo?***

Para el desarrollo del plan de comunicación contamos con recursos propios aportado por los socios, si bien son escasos deben optimizarse para que se puedan llevar todas las actividades a cabalidad.

#### **Propuesta de valor**

##### ***¿Cómo queremos generar VALOR para la empresa?***

Crear contenido innovador en los servicios que presta la empresa, también brindar beneficios adicionales y diferentes a los competidores, igualmente estimular el teletrabajo en los colaboradores, y así poder posicionar la imagen de Ovs Design Lab a través de estrategias de comunicación por medio de redes sociales.

#### **Relación**

##### ***¿Qué tipo de relación esperan nuestros usuarios, qué relación tenemos ahora?***

La relación de Ovs siempre ha sido cercana con sus clientes, pero esperamos crear un lazo donde los clientes sientan que somos los primeros dolientes de su negocio. Es fundamental generar un ambiente de confianza y credibilidad, con excelente servicio al cliente, dispuestos a brindar soluciones.



ACTIVIDAD	LUGAR	FECHA	RESPONSABLES	RECURSO FISICO Y FINANCIERO
Realizar un diario de observación para diagnosticar la comunicación interna de la empresa.	Ovs Design Lab.	Agosto y Septiembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social.	-Recurso humano.
Hacer una entrevista al gerente como apoyo a la observación al diario de campo.	Ovs Design Lab.	Agosto y Septiembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social. Gerente de la empresa.	-Recurso humano.
Diseñar y elaborar una encuesta con los públicos objetivos para evaluar la comunicación externa y el posicionamiento de la empresa.	Ovs Design Lab.	Agosto y Septiembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social. Clientes y prospectos potenciales actuales.	-Recurso humano. - Profesional de la comunicación
Elaborar un análisis de los resultados.	Ovs Design Lab.	Agosto y Septiembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social. -Profesional Comunicador Social.	-Recurso humano.
Proponer una lluvia de ideas.	Ovs Design Lab.	Octubre y Noviembre del 2019.	Junta directiva de la empresa.	-Recurso Humano
Publicar artículos en revista especializadas, sobre temas de actualidad en el medio.	Ovs Design Lab.	Enero y Febrero del 2020.	-Empresa Ovs Design Lab. -Medios externos.	-Recurso Humano -Profesional de la comunicación.
Capacitar a los integrantes de la empresa con el uso de nuevas tecnologías, que permitan desarrollar nuevos trabajos y alcanzar metas grandiosas que puedan ser cuantificadas con facilidad.	Ovs Design Lab.	Marzo y Abril del 2020.	-Empresa Ovs Design Lab. -Profesional en el tema de tecnologías y diseño. -Empleados de Ovs Design Lab.	-Recurso Humano. - Recurso Financiero.



ACTIVIDAD	LUGAR	FECHA	RESPONSABLES	RECURSO FISCICO Y FINANCIERO
Crear las políticas de la empresa.	Ovs Design Lab.	Octubre y Noviembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social.	-Recurso humano.
Reuniones con la junta directiva.	Ovs Design Lab.	Octubre y Noviembre del 2019.	Gerente y personal de la empresa.	-Recurso humano.
Los manuales de función de colaboradores dentro de Ovs Design Lab.	Ovs Design Lab.	Octubre y Noviembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social.	-Recurso humano. -.Profesional de la comunicación
Vincularse y participar en agremiaciones del mismo sector económico.	Ovs Design Lab.	Marzo y Abril del 2020.	Gerente de la empresa Ovs Design lab.	-Recurso humano.



ACTIVIDAD	LUGAR	FECHA	RESPONSABLES	RECURSO FÍSICO Y FINANCIERO
El manual de identidad de la empresa Ovs Design Lab.	Ovs Design Lab.	Octubre y Noviembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social. El diseñador Gráfico.	-Recurso humano.
El manejo de redes sociales.	Ovs Design Lab.	Noviembre y diciembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social.	-Recurso humano.
El desarrollo y puesta en marcha la página web.	Ovs Design Lab.	Noviembre y diciembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social. Ingeniero de sistemas.	-Recurso humano. -.Profesional de la comunicación
Presentación del nuevo brochure de servicios.	Ovs Design Lab.	Noviembre y diciembre del 2019.	Estudiante de Comunicación Social. El diseñador Gráfico.	-Recurso humano.

---

## Recomendaciones

---

### **Fortalezas, comunicación entre los empleados.**

La comunicación entre los empleados de la empresa Ovs Design Lab es buena.

La empresa cuenta con equipo de trabajo excelente, aunque estimulan el teletrabajo fluye entre ellos una buena comunicación.

Los trabajos son entregados a tiempo

### **Debilidades**

Carece de pocos empleados para cumplir con los trabajos requeridos, lo que aumenta el estrés entre todos los integrantes de la empresa.

Falta de reuniones permanente para que haya mejor comunicación, y así conozcan las diferentes propuestas e ideas para mejorar el trabajo y la comunicación.

### **Recomendaciones**

Trabajar para mantener las fortalezas dentro de la empresa y mantener el buen clima laboral entre todos los integrantes de Ovs Design Lab.

Por esta razón se presentan las siguientes debilidades y recomendaciones.

### **Acciones correctivas**

Realizar actividades lúdicas (charlas, conferencias, eventos).

Realizar capacitaciones a todo el personal para que los canales de comunicación sean utilizados correctamente.

Incentivar a los trabajadores por medio de bonificaciones de tiempo libre, por su compromiso con el trabajo de la empresa

Apéndice C. Manual de Imagen Corporativa.







Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca "OVS" en todas sus posibles expresiones.

Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables con sus negocios, logrando interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca "OVS" contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma.

Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de creativo en una gran marca.

*"Marca es demasiado tarde para convertirse en lo que uno pedía haber sido"*  
Marty Neumeier The Brand Gap

OVS



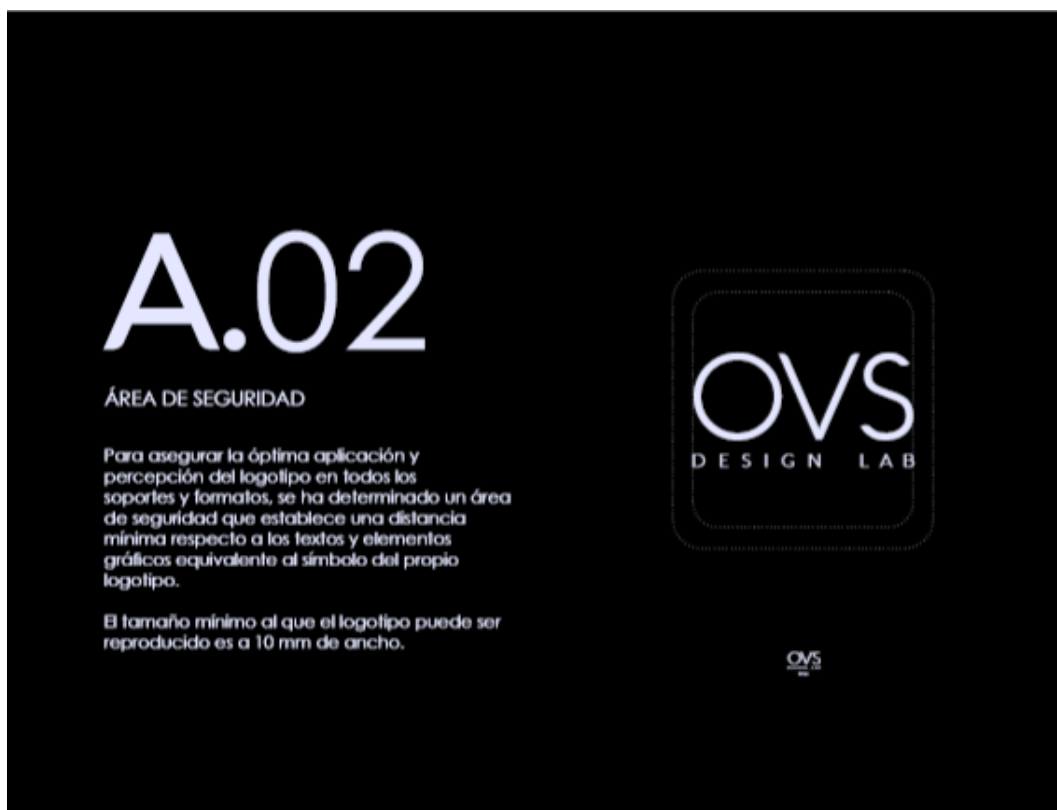
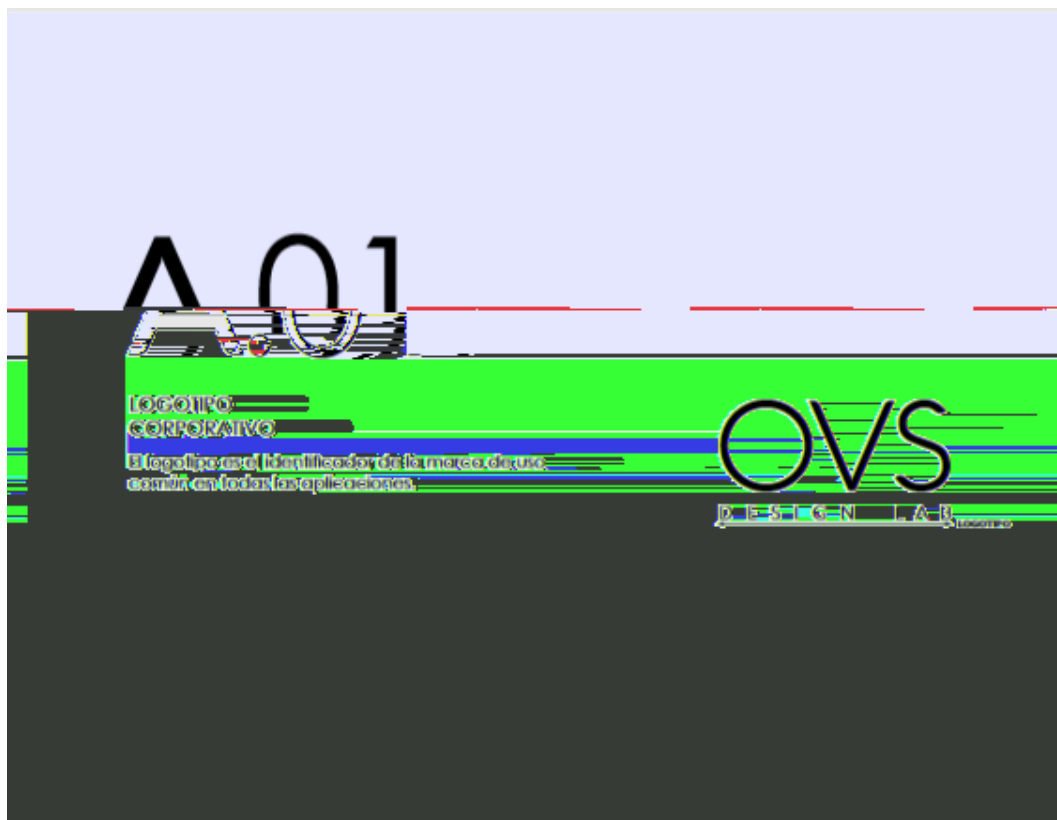
**A.**

**SIMBOLOGÍA BÁSICA**

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca "OVS" se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

La marca **CREATIVA** está construida a base de un logotipo en escala de grises que se

que en la imagen, por los usos de la...



# A.03

## COLORES CORPORATIVOS

Las referencias de color de "OVS" son los RGB aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

Este es el color principal de la marca y el que debe predominar.

# #201E1E

R:100 G:100 B:100

# A.04

## TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa es la familia Aquawax

# Aquawax

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

# A.05

## TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

La tipografía corporativa que lo acompaña es la Century Gothic.

## Franklin Gothic Heavy

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890

# B.

## NORMAS PARA EL BUEN USO DE LA MARCA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca "OMS" es necesario que se evite una serie de acciones genéricas. El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

Con el objetivo de no distorsionar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos de reproducción en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que se mantendrá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

# B.01

## VERSIONES CORRECTAS

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco.

POSITIVOS SOBRE FONDO BLANCO



NEGATIVO SOBRE FONDO DE COLOR



# B.02

## APLICACIONES CORRECTAS

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste. Siempre que sea posible en todos los aplicaciones.

Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.

NEGATIVO SOBRE FONDO FOTOGRÁFICO BLANCO



POSITIVOS SOBRE FONDO FOTOGRÁFICO OSCURO



# B.03

## APLICACIONES INCORRECTAS

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad.

En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

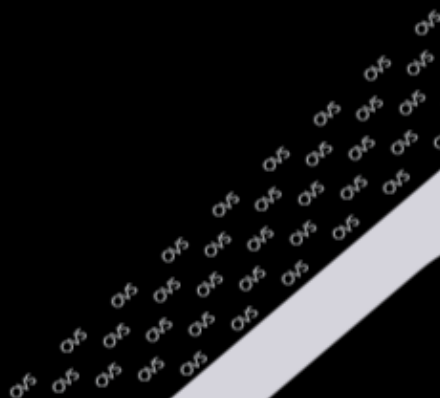


# C.

## APLICACIONES DE MARCA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca "OVS" en diversos soportes deben seguir una serie de normas generales.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo, es garantía de que formará parte fundamental la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.



# C.01

## PAPELERÍA CORPORATIVA

Aplicación de la marca "OVS" en la papelería corporativa.



# C.02

## TARJETAS

Aplicación de la marca "OVS" en la papelería corporativa.



# C.03

## CARPETA CORPORATIVA

Aplicación de la marca "OVS" en la papelería corporativa.



# OVS

DESIGN LAB

Instagram: [ovsdesignlab](#)

Facebook: [Ovs Design Lab](#)

Twitter: [OvsDesignLab](#)

Cel: 3108938605

Página web: <https://ovsdesign.com/>

DESIGN LAB



## Apéndice D. Estrategia publicitaria.



### CAMPAÑA DE PUBLICITARIA

# “SOMOS OVS”

#### **Planteamiento del problema:**

Al crear un plan de comunicaciones para la organización se establecen lineamientos que mejoran los procesos, pero si solo se queda dentro del departamento de comunicaciones, no se lograría generar cambios significativos en pro de los de los objetivos de Ovs Design Lab, puesto que cada colaborador juega un papel significativo.

#### **Objetivo General:**

Crear una campaña publicitaria para visibilizar el plan de comunicaciones a los colaboradores de la empresa Ovs Design Lab.

#### **Objetivo específico:**

1. Elaborar el contenido sobre el plan de comunicaciones para la campaña publicitaria.
2. Diseñar los post para la campaña publicitaria.
3. Difundir los post en interno se publica en el portal de colaboradores o a través de correo electrónico o por medio del grupo de la empresa.
4. Si es externo se publica en Facebook, Instagram y Twitter.

**Justificación:**

El plan de comunicación juega un papel muy importante dentro de la empresa, logrando fortalecer la cultura organizacional y los lineamientos comunicacionales, por ello es importante que dentro de la empresa se cuente con la participación de los colaboradores para mejorar los flujos de información en todas las áreas de la empresa, y así, visibilizar el plan de comunicación a través del brochure de servicios dentro y fuera de la organización.

**Presentación de la estrategia.**

La presente estrategia, pretende integrar a los colaboradores de la compañía con el fin de crear sentido de pertenencia, mejorar los flujos de comunicación y así construir juntos una cultura organizacional que fortalezcan las relaciones laborales, el trabajo en equipo, mostrar una empresa de calidad y confianza para los clientes.

OVS  
DESIGN LAB

## Apéndice E. Brochure de Servicios.

**OVS**  
DESIGN LAB

**¿QUIENES SOMOS?**

Somos un laboratorio de ideas, que constantemente genera estrategias para hacer crecer tu empresa a través del Marketing Digital.

**MISIÓN**

Crear soluciones integrales en el área de la comunicación, publicidad y Marketing, utilizando como única premisa la información, necesidades y peticiones de nuestros clientes, recurriendo a todo el talento y experiencia de nuestro grupo humano como el ente traductor y transformador de los procesos creativos y de implementación.

**VISIÓN**

Establecernos para el año 2028 en el top 3 de las agencias de Publicidad y Marketing de la región, desarrollando metodologías de trabajos confiables, serios, profesionales, responsables y sobre todo que resalte toda nuestra creatividad e identidad. Permitiendo ser reconocidos como una institución que genera valor y confianza a nuestro grupo de interés.

**OVS**  
DESIGN LAB

**SERVICIOS**

Consultora de servicios de Social Media, Marketing Digital - Mercadeo, Diseño Gráfico, Diseño Web, Publicidad, y comunicación, con el propósito de dar respuestas a las necesidades y peticiones de sus clientes, garantizando un servicio de calidad y responsabilidad con sus trabajos.

OVS  
DESIGN LAB

OVS  
DESIGN LAB

Instagram: [ovsdesignlab](#) | Facebook: Ovs Design Lab.  
Twitter: OvsDesignLab. | Cel:3108938605  
Página web: <https://ovsdesign.com/>

OVS  
DESIGN LAB

**Apéndice F. Implementación “Somos Ovs”.**

Dejamos **VOLAR** tus **IDEAS**

OVS  
DESIGN LAB

301 6165700

ovs desing lab

@ovsdesignlab

**OVS Design LAB**

← Publicaciones

 ovsdesignlab



"si eres realmente relevante para la audiencia, ellos te prestarán atención"

MARTHA GABRIEL

Ver estadísticas Promocionar

 Les gusta a **angelicatorradoc** y 10 más

ovsdesignlab "si eres realmente relevante para la audiencia, ellos te prestarán atención" Martha Gabriel

Outlook

Buscar

Mensaje nuevo Vaciar carpeta Marcar todos como leídos Deshacer

Favoritos

Carpetas

- Bandeja de ... 6688
- Correo no des... 38
- Borradores 33
- Elementos enviad...**
- Elementos elimi... 1
- Archivo
- Notas
- Conversation Hist...
- Carpeta nueva

Actualizar a Office 365 con Características de Outlook Premium

Elementos enviados Filtrar

Hoy

- andresvalderrama.co@gmail.com  
plan de comunicaciones y brochure de servicios  
No hay vista previa disponible. 7:00 AM
- Juan.-\_c@hotmail.com  
plan de comunicaciones y brochure de servicio.  
No hay vista previa disponible. 6:57 AM

Este mes

- Benjamin Ochoa Colombo (Sin asunto)  
No hay vista previa disponible. Mié 7:44 PM
- ksanjaunv@ufps.edu.co  
TE VOY A MANDAR EL TRABAJO Y APÉNDICES  
No hay vista previa disponible. Vie 2/7
- Benjamin Ochoa Colombo  
solo DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO  
No hay vista previa disponible. Mar 2/4

Apéndice A. Bro... DISEÑO DE UN ... Apéndice C. Pla... +1

Apéndice A. Bro... DISEÑO DE UN ... Apéndice C. Pla... Apéndice A. Bro... +1

Ad closed by Google

Stop seeing this ad

Why this ad? ⓘ

Seleccionar un elemento para leerlo

Movistar VoLTE 4G 90% 6:08 p. m.

← **OvsDesignLab** ☰  
8 Tweets

**Tweets** Tweets y respuestas Multimedia M

#ovsdesignlab #ocaña #cartagena  
[instagram.com/p/B5nnR9\\_AeTH/...](https://www.instagram.com/p/B5nnR9_AeTH/)

   3  

 **OvsDesignLab** @LabOvs · 02 dic. 19 ▼

Sueña y nosotros materializamos.  
#diseñografico #publicidad #marketing  
#graficdesign #marcas #entrepreneur  
#marketingdigital #socialmedia  
#redessociales #medialab  
#marketinglab #webdesign  
#mediacolombia #publicidadcartagena  
#generadoresdeideas #ovsdesignlab  
#unique #crazytimes

   3  

 **OvsDesignLab** @LabOvs · 02 dic. 19 ▼

Administramos tus redes  
profesionalmente...   #ovsdesign  
#cartagena #socialmedia #publicidad  
#diseño #diseñografico #mercadeo  
#mercadeodigital #almasfit  
#drogeralmanza #ovsdesignlab  
[instagram.com/p/BiStsbiD1OB/...](https://www.instagram.com/p/BiStsbiD1OB/)

   1  

 **OvsDesignLab** @LabOvs · 02 dic. 19 ▼

