

**Diseño de una estrategia de comunicación para el Instagram de la red de apoyo de mujeres  
de la industria creativa Ladies, Wine & Design Medellín**

Roselyn Vélez Méndez

Asesora

Profesora Nathalia Zarama Jiménez

Comunicadora Social

Universidad Nacional Abierta y a Distancia

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades (ECSAH)

Pregrado de Comunicación Social

2023

## **Dedicatoria**

El proceso de este proyecto aplicado, desde su etapa de gestación hasta culminación se lo dedico a mi abuela Elisa Ávila, sus palabras dulces me impulsaban a continuar con mi carrera profesional y sé que me acompaña desde mi corazón con este logro académico. Este logro también es tuyo mi Elo.

### **Agradecimientos**

Quiero agradecer a Dios, a mis padres Jairo Vélez Ávila y Elsa Mendez de la Hoz por ayudarme a ser la mujer que soy hoy día, con su esfuerzo y compromiso han forjado una familia con valores de ejemplo como la disciplina, la responsabilidad y dedicación. Los amo, este logro también es de ustedes. También a mi hermana Maylin y mi novio Mateo por sus consejos y palabras de ánimo para no rendirme en el camino. Finalmente, a los profesores y compañeros de clase que han sido parte de mi proceso de formación como comunicadora social, sobre todo a las docentes Nathalia Zarama y Natalia Fernández por su asesoría y entrega.

## Resumen

¿Qué tan importante es realizar una estrategia de comunicación para una comunidad digital? El proyecto tiene como fin mostrar, principalmente, la importancia de tener una estrategia comunicativa, en la actualidad, cada vez más personas hacen uso de redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y TikTok. Luego de la investigación realizada, se diseñó una estrategia de comunicación para el Instagram de la Red de Apoyo de Mujeres de la Industria Creativa Ladies, Wine & Design Medellín. La estrategia de comunicación está basada en las necesidades de la organización, que se recopiló de las estadísticas de las interacciones por mes que tuvo el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín en el año 2022. Como resultado del trabajo aplicado, se evidenció un crecimiento claro en la red social mencionada al momento de implementar de manera constante la estrategia de comunicación elaborada.

***Palabras clave:*** Comunicación, Industria Creativa, Estrategia, Comunidad, Instagram.

## **Abstract**

How important is it to carry out a communication strategy for a digital community? The purpose of the project is to show, mainly, the importance of having a communication strategy, currently, more and more people make use of social networks such as Instagram, Facebook, Twitter and TikTok. After the research carried out, a communication strategy was thought for the Instagram of the Support Network of Women of the Creative Industry Ladies, Wine & Design Medellin. The communication strategy is based on the needs of the organization, which were compiled from the statistics of the interactions by months that the Instagram of Ladies, Wine & Design Medellin had in the year 2022. As a result of the applied work, growth was evidenced clear in the mentioned social network at the moment of constantly implementing the elaborated communication strategy.

***Keywords:*** Communication, Creative Industry, Strategy, Community, Instagram.

## Tabla de Contenido

Resumen.....	4
Abstract.....	5
Introducción .....	12
Descripción del proyecto.....	14
Justificación del proyecto.....	15
Objetivos.....	17
Planteamiento del Problema.....	18
Descripción de la Situación de Partida.....	19
Estado del Arte.....	23
Marco Teórico.....	25
Metodología.....	34
Aproximación a la Empresa u Organización.....	35
Misión, Visión y Valores Corporativos.....	39
Análisis del Problema.....	40
Desarrollo de la Solución.....	43
Resultados Obtenidos.....	49
Recomendaciones .....	54

Limitaciones y Prospectiva.....	55
Conclusiones.....	56
Referencias Bibliográficas.....	58
Anexos.....	62

## Lista de Tablas

Tabla 1 Análisis DAFO de Ladies, Wine & Design Medellín..... 41

Tabla 2 Cronograma de Acciones de Instagram..... 48



## Lista de Figuras

Figura 1 Instagram de Medellín, Ladies, Wine & Design Medellín.....	19
Figura 2 Estadísticas de Contenido publicado .....	20
Figura 3 Impresiones del Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín.....	20
Figura 4 Alcance de Seguidores Iniciales del Instagram.....	21
Figura 5 Estadísticas de la cuenta de Ladies, Wine & Design Medellín.....	21
Figura 6 Alcance del contenido entre agosto y noviembre 2022.....	22
Figura 7 Instagram de iniciativa en Cali.....	29
Figura 8 Instagram de iniciativa en Bogotá.....	30
Figura 9 Jessica Walsh y su arte.....	35
Figura 10 Obra de Jessica Walsh .....	36
Figura 11 Asistentes de las reuniones de Ladies, Wine & Design Medellín.....	37
Figura 12 Logo de Ladies, Wine & Design Medellín. ....	43
Figura 13 Paleta de colores de Ladies, Wine & Design Medellín .....	44
Figura 14 Conversatorio Ladies, Wine & Design Medellín .....	46
Figura 15 Aumento en el número de seguidores y de publicaciones.....	50
Figura 16 Resumen de las estadísticas entre noviembre y diciembre 2022.....	50
Figura 17 Público final alcanzado entre noviembre y diciembre 2022.....	51

Figura 18 Alcance del contenido entre noviembre y diciembre 2022 .....	51
Figura 19 Visitas directas al perfil de Instagram entre noviembre y diciembre 2022.....	52
Figura 20 Cuentas alcanzadas al implementar la estrategia de comunicación.....	52
Figura 21 Comparación de cuentas alcanzadas.....	53

**Lista de Anexos**

Anexo 1 Preguntas de Entrevista para Análisis DAFO.....	62
Anexo 2 Preguntas de Formulario de Inscripción de Asistentes.....	64

## Introducción

Durante la realización del pregrado de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, se desarrollan habilidades que a los futuros comunicadores les permitirá intervenir en el manejo de marca y comunicación que debe tener una organización o empresa, para que se puedan construir lazos entre los miembros de una sociedad que siguen una misma idea o filosofía. Este proyecto aplicado es el resultado de aprendizajes y cuestionamientos externos sobre la comunicación en un mundo donde cada vez se involucra más a la tecnología en la cotidianidad.

La era de la transformación digital ha cambiado la forma en que las personas se comunican y como muestra de esta transformación, se puede evidenciar que las empresas y organizaciones a través de las redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter y TikTok, crean una identidad para tener un espacio en la memoria y corazón de sus clientes, para así conectar con las personas a un solo clic (Academia Pragma, 2018).

En la ciudad de Medellín, cada día crece más la industria creativa, que en las últimas décadas ha sido manejada en su mayoría por hombres, dejando atrás las voces y opiniones de muchas mujeres talentosas. Es por esto, que en la ciudad de Medellín se han creado diversos organismos encargados de visibilizar el rol femenino en diferentes campos laborales.

Es así, como en el 2019, un grupo de chicas jóvenes crearon la Red de Apoyo de Mujeres de la Industria Creativa, Ladies, Wine & Design Medellín, que busca destacar y apoyar a través de una comunidad activa en Instagram, el trabajo creativo de las mujeres de la ciudad. Por razones de pandemia, del COVID-19, la red Ladies, Wine & Design Medellín no logró continuar con sus actividades regulares, pero en el año 2022, volvieron a realizar la activación de sus redes

sociales, sin embargo, su página de Instagram necesitaba una estrategia de comunicación que permitiera reconectar con las personas interesadas en apoyar esta comunidad.

El público objetivo que abarca esta estrategia de comunicación está conformado por mujeres entre los 20 y 36 años, seguidoras y posibles de las redes sociales de Ladies, Wine & Design Medellín. Para lograr recopilar los datos de las redes sociales, se realizó una investigación a través de técnicas de recolección de la información como Observación, entrevista, formularios de contacto, fuentes abiertas, monitoreo de redes sociales y análisis del sitio web de Ladies, Wine & Design Medellín. Finalmente, luego de establecer una estrategia de comunicación, aplicarla, las interacciones en Instagram de la red de apoyo obtuvieron resultados satisfactorios que se pueden detallar en el apartado de resultados obtenidos del presente proyecto aplicado.

## **Descripción del Proyecto**

El presente proyecto aplicado, describe el Diseño de una estrategia de comunicación para el Instagram de la Red de Apoyo de Mujeres de la industria creativa Ladies, Wine & Design Medellín. Instagram, que es la red social que se trabaja en la estrategia de comunicación, es una aplicación que conecta a las personas de varias partes del mundo en una comunidad digital a través de la interacción de comentarios y publicación de fotos y vídeos. Esta aplicación fue creada en 2010 y ha logrado ganar popularidad entre millones de personas, cuenta con varias funciones para publicar fotografías y vídeos de forma instantánea, gracias a esta popularidad, las organizaciones y grandes empresas han invertido su esfuerzo en resaltar en esta red social. Es por esto, que, a lo largo de este proyecto aplicado, se describe manera más precisa cómo las interacciones en línea a través de una red social como Instagram pueden lograr resultados positivos para la influencia, credibilidad y renombre de una marca, organización o idea.

## **Justificación del Proyecto**

Desde la aparición de la Internet, el mundo se ha modernizado y la forma de comunicarse ha cambiado, se pasó de las conversaciones frente a frente y las cartas escritas con tinta y papel a tener interacción con las personas a través de la pantalla de un celular. No se puede negar que la tecnología ha reconfigurado por completo la manera en la que las personas se comunican. Es por esto, que tener una red social como Instagram, que es de las más utilizadas del mundo, que fue creada con el fin de compartir fotos, gif y vídeos e incentivar la interacción social de los usuarios, es actualmente una de las herramientas de marketing visual y social más importantes. Las empresas y organizaciones pueden publicar contenido constantemente para conseguir aumentar su popularidad en la Internet y conseguir más visitas a su perfil y no solo difundir información sino crear una comunidad digital.

Ladies, Wine & Design es una iniciativa social global, que está constituida por mujeres voluntarias que hacen reuniones mensuales y talleres, donde comparten experiencias laborales y difunden a través de Instagram el trabajo creativo de las mujeres. El Diseño de la Estrategia de Comunicación para el Instagram de la Red de Apoyo de Mujeres de la Industria Creativa de Ladies, Wine & Design Medellín, consiste en establecer de manera estructurada un esquema de acciones que la red pueda tomar para tener un crecimiento orgánico en su Instagram.

Este esquema de acciones se incluiría en el plan de comunicación para la organización, con el fin de que su Instagram tenga un crecimiento con personas que estén realmente interesadas por el contenido y propósito social de la iniciativa. Para que dé como resultado una comunidad digital que tenga interacciones genuinas en torno al contenido publicado. Se eligió esta organización, Ladies, Wine & Design Medellín, porque se considera que las mujeres deben apoyarse entre ellas, no verse como una competencia. Más allá del apoyo entre mujeres, con el

desarrollo de este trabajo aplicado se aporta al propósito de la iniciativa que busca disminuir la brecha de la equidad de género en la industria creativa. Este proyecto, Ladies, Wine & Design Medellín, permite que las mujeres se inspiren y aprendan nuevas herramientas que les permita mejorar sus habilidades sociales, laborales y personales, con las diferentes temáticas y talleres que realizan como parte de la iniciativa social. ¿Qué mejor que mujeres ayudando e inspirando a otras mujeres? Esto sin importar la identidad de género, porque en esta red de apoyo no existe exclusión para mujeres transgéneros, tampoco hacen exclusión de creencias o etnias.

Esta iniciativa de Ladies, Wine & Design no solo se encuentra activa en Medellín, también se ha desarrollado en otras ciudades de Colombia como Cali y Bogotá. En las dos ciudades mencionadas, han tenido una respuesta positiva e interacción, gracias a que cuentan con unos perfiles de Instagram con contenido de valor, los cuáles se describen más adelante, con material educativo y de interés para las personas que les siguen. A través de las reuniones, talleres y charlas que realizan en Ladies, Wine & Design Medellín, tanto de manera presencial como virtual, se educa a las mujeres sobre los diversos aspectos que les competen en el ámbito creativo.

¿Qué falta para fortalecer esta iniciativa social? Una estrategia de comunicación directa, honesta y sencilla, que permita a cada persona conectar con el propósito de esta iniciativa, que es la búsqueda de una equidad de género y liderazgo femenino en el campo laboral de la industria creativa en Medellín, ya que en la ciudad de la eterna primavera, como es conocida Medellín, las mujeres no tienen la suficiente participación en este campo creativo que es tan importante para el crecimiento económico, social y cultural de este territorio de Antioquia, que se encuentra en pleno auge de desarrollo y cuenta con las personas idóneas y el conocimiento necesario, para trabajar en pro de este rubro de la industria creativa en la ciudad.



## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar una estrategia de comunicación para el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín que permita comunicar un mensaje real sobre el empoderamiento femenino y apoyo a las mujeres de la industria creativa de la Ciudad de Medellín.

### **Objetivos Específicos**

Consolidar la información precisa de una paleta de colores para la comunicación de marca de Ladies, Wine & Design Medellín.

Establecer un cronograma de las interacciones y acciones que se realizarán en la estrategia de comunicación para el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín.

Posicionar el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín como un referente digital, a través del crecimiento de sus seguidores.

## **Planteamiento del Problema**

El problema que se identificó es que no cuentan con una forma de comunicación concreta, así como también, la iniciativa no tiene clara las ideas para estructurar de una manera llamativa el perfil de Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín. La principal motivación de trabajar con esta iniciativa es la de hacer parte de un espacio seguro para las mujeres donde puedan sentirse libres de contar sus experiencias, emociones, fomentar los valores mencionados de sororidad, libertad, confianza y emocionalidad, brindar ayuda y consejos que muchas mujeres les hace falta escuchar en algún momento de sus vidas.

La red de apoyo de Ladies, Wine & Design Medellín no cuenta con una estrategia clave para su imagen en las redes sociales, es por esto que, con las herramientas aprendidas en el Pregrado de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), se busca el crecimiento de la comunidad digital de esta iniciativa y cumplir los objetivos establecidos de consolidar la información precisa de una paleta de colores para la comunicación de Ladies, Wine & Design Medellín, establecer un cronograma de las interacciones y acciones que se realizarán en la estrategia de comunicación para el Instagram que permitirá inspirarse y exaltar el trabajo creativo de las mujeres de la ciudad de Medellín a través de su Instagram.

## Descripción de la Situación de Partida

El perfil de Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín no cuentan con mayor interacción con las personas que entran a visualizarla, necesitan que el perfil de Instagram incentive a leer e interactuar con la comunidad digital que ya tienen establecida y con las personas que piensan atraer para que apoyen la iniciativa.

A continuación, en múltiples figuras se presentan las estadísticas iniciales del perfil de Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín. Se describe la cantidad de seguidores de la cuenta de Instagram al momento de iniciar con el diseño de la estrategia de comunicación, así mismo, las cuentas de usuarios alcanzadas entre agosto y noviembre de 2022. Estas estadísticas son el resultado de una técnica de recolección de la información conocida como monitoreo de redes y en este caso, la red social Instagram realiza un reporte de este monitoreo interno que realiza a los perfiles diseñados para comercializar, promocionar o distribuir una idea. Este tipo de perfil, se le conoce como una cuenta de negocios o creador, permite visualizar las estadísticas de las interacciones diarias, mensuales, trimestrales y hasta anuales del contenido que se publica en determinado perfil. Como se puede observar en la Figura 1, la cuenta de Instagram cuenta con un total de 71 seguidores, previo a una estrategia de comunicación más clara y estructurada.

### Figura 1

*Instagram de Medellín, Ladies, Wine & Design Medellín*



**Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022**

Figura 2

*Estadísticas de contenido publicado*



**Fuente:** Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022

Figura 3

*Impresiones del Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín*

<b>Impresiones</b>	<b>78</b>
<hr/>	
<b>Actividad del perfil ⓘ</b>	<b>55</b>
Visitas al perfil	52
Toques en el sitio web	3
Toques en el botón "Correo"	0

**Fuente:** Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022

Como se observa en la Figura 3, las impresiones en la cuenta son las veces que la misma ha aparecido en la página de inicio de alguna persona.

Figura 4

*Alcance de Seguidores Iniciales del Instagram*



**Fuente:** Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022

Figura 5

*Estadísticas de la Cuenta de Ladies, Wine & Design Medellín*



**Fuente:** Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022

En las estadísticas de la cuenta, en la Figura 5, se puede observar que, desde antes de noviembre de 2022, no se percibe mayor interacción o crecimiento de manera orgánica de los seguidores, orgánica quiere decir sin comprar publicidad.

Cada sede de esta red de apoyo está liderada por mujeres que quieren fortalecer el rol femenino en la industria creativa. Este movimiento fue creado por la diseñadora Jessica Walsh, para compartir experiencias, aptitudes y habilidades entre mujeres y así consolidar una red creativa femenina en su ciudad. Esta iniciativa se ha expandido alrededor del mundo. Cada mes tienen eventos y reuniones, vino, snacks y conversaciones sobre los diversos aspectos que competen a las mujeres en el ámbito creativo.

## Figura 6

*Alcance del contenido entre agosto y noviembre 2022*



Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022

## Estado del Arte

Existen múltiples redes de mujeres en la ciudad de Medellín, como la Red de Mujeres Artistas de Medellín – REMART, la cual es “un espacio de construcción participativa para la ejecución y promoción de los procesos de creación y campo de diálogo cultural para incentivar la innovación, ejecución y promoción de los procesos artísticos y culturales” (Red de Mujeres Artistas de Medellín).

Otra de las organizaciones que existen en la ciudad y que realiza una labor social de manera sobresaliente, ya que se enfoca en la educación como pilar de la sociedad es La Red de Mujeres por la Equidad de Género, esta red está conformada por un grupo de maestras que “busca contribuir a la visibilización del papel que desempeñan las mujeres en la escuela; pretenden la construcción de una sociedad democrática donde se reconozca tanto a hombres como mujeres en igualdad de derechos para permitir una sociedad más equitativa” (Red de Mujeres por la Equidad de Género).

Como red destacada también se encuentra la Corporación para la Vida Mujeres Que Crean, que trabaja para que las mujeres ganen autorreconocimiento, valoración, empoderamiento y posicionamiento como sujetos individuales, sociales, culturales y políticos. Todas estas redes están enfocadas en el trabajo con y para las mujeres, pero ninguna, está enfocada solamente en las mujeres jóvenes que trabajan en la industria creativa.

Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO):

Las industrias culturales y creativas son aquellos sectores de actividad organizada que tienen como objeto principal la producción o la reproducción, la promoción, la difusión

y/o la comercialización de bienes, servicios y actividades de contenido cultural, artístico o patrimonial. De acuerdo con la Ley 1834 del 2017, las industrias creativas abarcan a los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad, contenidos multimedia, software de contenidos y servicios audiovisuales interactivos, moda, agencias de noticias y servicios de información, y educación creativa (Minciencias).

Dentro de estos sectores se pueden encontrar comunicadoras, diseñadoras, arquitectas, artistas visuales, plásticas, pintoras, escritoras, publicistas, gestoras culturales, cineastas, productoras y directoras de radio, cine y televisión, entre otras profesiones. Todas estas profesiones han crecido en la ciudad de Medellín con el paso de los años.



## Marco Teórico

### Antecedentes de la Investigación

Al abordar una temática como la estrategia de comunicación para el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín primeramente se debe entender cómo funciona esta red social y es importante analizar algunos de los cambios y tendencias en el uso de las redes sociales y la comunicación en línea. A continuación, se presenta algunos de los cambios relevantes:

**Aumento del uso de las redes sociales:** En los últimos años, el uso de las redes sociales ha aumentado significativamente. Instagram es una de las plataformas más populares, con más de mil millones de usuarios activos mensuales. Las empresas han reconocido el valor de tener una presencia en línea y han utilizado Instagram como una herramienta efectiva para llegar a su audiencia.

**Cambios en el algoritmo de Instagram:** En 2018, Instagram cambió su algoritmo para mostrar el contenido más relevante en el feed de los usuarios. Esto significó que las publicaciones con más interacciones (como me gusta, comentarios y compartidos) se mostrarían a más personas. Para las empresas, esto significa que es importante crear contenido que fomente la participación de los usuarios y generar interacciones.

**El creciente papel del contenido visual:** En Instagram, el contenido visual es clave. Las imágenes y los videos son la forma principal en que las empresas se comunican con su audiencia. Los usuarios están más interesados en contenido visual atractivo y de alta calidad, lo que significa que las empresas deben ser más creativas y enfocadas en la producción de contenido visual atractivo.

Aumento de la importancia del engagement: El engagement (la participación y las interacciones de los usuarios con las publicaciones) se ha vuelto cada vez más importante en Instagram. Los usuarios esperan que las marcas sean más interactivas y que respondan a sus preguntas y comentarios. Las empresas deben ser más conscientes de la necesidad de interactuar con su audiencia para aumentar su engagement y crear relaciones más significativas con sus seguidores.

Comprender estos cambios puede ayudar a las empresas a desarrollar una estrategia efectiva que aproveche al máximo el potencial de Instagram como una herramienta de comunicación en línea. Por esta razón, para la estrategia de comunicación de Ladies, Wine & Design Medellín se escogió enfocarse en esta red social.

Ladies, Wine & Design es una iniciativa creada en 2016 por la diseñadora gráfica y directora de arte Jessica Walsh. Desde entonces, se ha convertido en una comunidad internacional de mujeres creativas que se apoyan mutuamente, comparten sus ideas y trabajos, y se inspiran para crecer y desarrollarse profesionalmente. Así como el movimiento de Ladies, Wine & Design ha ganado fuerza en todo el mundo, con su presencia en más de 250 ciudades, así también lo ha hecho el movimiento Women in Power. Con relación a este movimiento de empoderamiento femenino su propósito según información brindada al periódico El Tiempo (2021) es:

Crear, crecer y mantener una comunidad de personas (mujeres y hombres) alrededor del tema de equidad de género en niveles directivos de compañías de la región que potencie las capacidades directivas de mujeres y le dé visibilidad a las compañías que hagan esfuerzos explícitos por la equidad. Adicionalmente, el movimiento

busca generar conciencia y compromiso social frente a las problemáticas de género fomentando programas de voluntariado que apoyan programas de desarrollo y bienestar social para mujeres en condición de marginalidad.

Otro de los movimientos que hace parte de la temática de empoderamiento femenino a nivel mundial es "Empower Women" que es una iniciativa de la ONU Mujeres que tiene como objetivo empoderar a las mujeres y promover la igualdad de género en todo el mundo. Esta plataforma en línea y comunitaria, brinda herramientas y recursos para mujeres emprendedoras, líderes empresariales, profesionales, así como para personas y organizaciones comprometidas con la igualdad de género en el lugar de trabajo y en la sociedad en general. A través de su sitio web y redes sociales, Empower Women ofrece una variedad de recursos gratuitos, como cursos en línea, herramientas de mentoría, y oportunidades de networking, para empoderar a las mujeres y promover la igualdad de género. Además, la iniciativa también organiza eventos y campañas en línea y fuera de línea para fomentar la participación y el compromiso de las mujeres en la lucha por la igualdad de género.

Y en Colombia, en la ciudad de Bogotá, se puede encontrar el Círculo de Creativas, que hace parte de una red de países latinoamericanos y que nació en Chile, el 17 de febrero del 2021 nace en Colombia. Según el medio Colombia Visible (2022): “En Colombia, la idea del Círculo comenzó a rodar por parte de varias mujeres que notaban la ausencia de otras creativas en el medio. Y también por iniciativas como la de Valeria Silva, quien dictaba conferencias a mujeres estudiantes de publicidad a punto de graduarse, sobre la brecha en cuanto a posibilidad de ascenso, ingresos y oportunidades laborales de las mujeres frente a los hombres en cargos creativos”.

El Círculo de Creativas ayuda a potenciar a mujeres creativas de la industria publicitaria, se ha convertido en un espacio donde las mujeres se intercambian ofertas laborales cuando han vacantes disponibles en el sector publicitario. En muchos casos, las mujeres han enfrentado desafíos únicos en la industria del diseño. Pueden enfrentar discriminación de género, falta de acceso a oportunidades y falta de representación en la toma de decisiones. Ladies, Wine & Design reúne estas problemáticas y busca abordar estas dificultades fomentando la colaboración y la inspiración entre las mujeres creativas.

No hay alguna red de apoyo enfocada solo en las mujeres jóvenes que trabajan en la industria creativa en Medellín, esto hace que muchas no se sientan parte de una comunidad con la que pueden compartir sus experiencias, dudas y opiniones dentro de su campo laboral; muchas de estas mujeres están en una etapa de búsqueda de identidad creativa y una voz en el medio laboral. Por lo tanto, contar en la ciudad con una red de apoyo como lo es Ladies, Wine & Design Medellín, permite que estas mujeres encuentren motivación, creatividad e inspiración en otras mujeres que ya laboran en la industria creativa hace tiempo o en su defecto también están buscando su identidad creativa; esta es la razón por la que se seleccionó, investigó y realizó este proyecto, con el fin de diseñarles una estrategia de comunicación efectiva, porque Ladies, Wine & Design Medellín cuenta realmente con un valor y una propuesta social para las mujeres jóvenes y creativas de la ciudad de Medellín, Antioquia.

Esta iniciativa tiene presencia en más de 300 ciudades alrededor del mundo, ha tenido una gran acogida y actualmente en Colombia, aparte de Medellín, también tiene presencia activa en Cali y Bogotá. La información de cada una de las ciudades se puede encontrar en su sitio web: [www.ladieswinedesign.com/#cities](http://www.ladieswinedesign.com/#cities) Entre los países de Latinoamérica que tienen la iniciativa activa se pueden destacar: Argentina, Bolivia, México, Costa Rica, Nicaragua, Chile, Brasil, El

Salvador, Ecuador, Guatemala, Panamá, Paraguay, Perú, Venezuela, Uruguay, República Dominicana y Puerto Rico.

Como se observa en la Figura 7, la red de la ciudad de Cali tiene más de 1,300 seguidores en su perfil de Instagram y se describen como un círculo mundial de creativas creado por Jessica Walsh. La red más activa es la de la ciudad de Bogotá que como se puede observar en la figura 8, tiene más de 4,000 seguidores en su perfil de Instagram.

### Figura 7

*Instagram de iniciativa en Cali*



Fuente: Instagram de Ladies, Wine & Design Cali

## Figura 8

*Instagram de iniciativa en Bogotá*



**Fuente:** Instagram de Ladies, Wine & Design Bogotá

### Bases Teóricas

Ladies, Wine & Design Medellín es un movimiento global que busca fomentar la creatividad y la colaboración entre mujeres en el campo del diseño. Esta iniciativa se basa en una serie de principios teóricos y filosóficos que la sustentan, entre los que se encuentran los siguientes:

***Empoderamiento femenino:*** Ladies, Wine & Design Medellín busca empoderar a las mujeres en el campo del diseño, ofreciéndoles un espacio seguro y acogedor para compartir sus ideas y aprender de sus colegas.

***Colaboración y cooperación:*** El movimiento promueve la colaboración y la cooperación entre mujeres creativas con el fin de fomentar la creatividad y el intercambio de ideas.

***Creatividad y experimentación:*** Ladies, Wine & Design Medellín anima a las mujeres de la industria creativa a explorar nuevas ideas y enfoques creativos, y a experimentar con diferentes técnicas y procesos creativos.

***Diversidad e inclusión:*** El movimiento valora la diversidad y la inclusión, y busca fomentar la participación de mujeres de diferentes orígenes, culturas y perspectivas en el campo del diseño y creatividad.

***Crecimiento personal y profesional:*** Ladies, Wine & Design Medellín ofrece a las mujeres diseñadoras un espacio para crecer personal y profesionalmente, a través de la participación en talleres, charlas y eventos educativos.

Ladies, Wine & Design Medellín busca fomentar la inclusión y la diversidad en el mundo del diseño y el arte, promoviendo la colaboración entre mujeres de diferentes orígenes, culturas y disciplinas. Esta iniciativa reconoce la importancia de escuchar y aprender de perspectivas diversas para abordar los desafíos creativos de manera innovadora y efectiva. Al alentar la colaboración entre mujeres, Ladies, Wine & Design Medellín busca empoderar a las mujeres creativas para que alcancen su máximo potencial y se conviertan en líderes inspiradoras y modelos a seguir para la próxima generación de mujeres en la industria creativa.

### **Definición de Términos Básicos**

Algoritmo, feed, engagement, networking

Según Lecuona, García-Santesmases, García-Peñalvo y Hernández (2019), un algoritmo se define como una secuencia finita de instrucciones precisas y bien definidas que se utilizan para resolver un problema o realizar una tarea específica en un tiempo determinado. Estas instrucciones pueden ser ejecutadas por un computador o por un ser humano, y deben ser lo suficientemente claras y detalladas como para ser comprendidas y seguidas sin ambigüedades.

En el contexto específico de Instagram, un feed se define como "una lista cronológica de las fotos y videos compartidos por los usuarios a los que se sigue en la plataforma, que aparece en la pantalla principal de la aplicación" (Gao & Li, 2018, p. 324). El feed de Instagram se actualiza constantemente y muestra las publicaciones más recientes de las cuentas que el usuario sigue.

El engagement se refiere a la medida en que los usuarios interactúan con el contenido publicado por una cuenta o perfil. Según Kim y Ko (2021), el engagement en las redes sociales se puede medir de diversas formas, como el número de "me gusta", comentarios, acciones de compartir y menciones que recibe una publicación. Estas métricas pueden ser utilizadas por las marcas y los profesionales del marketing para evaluar la efectividad de su presencia en las redes sociales y para comprender mejor el comportamiento de su audiencia en línea.

El networking se puede definir como "la construcción y el mantenimiento de relaciones interpersonales con individuos y organizaciones, con el objetivo de obtener beneficios personales o profesionales" (Spreitzer & McCall, 2017, p. 89). El networking puede ser utilizado para encontrar oportunidades laborales, establecer colaboraciones y asociaciones, obtener información y recursos valiosos, y mejorar la visibilidad y reputación de una persona o empresa.



En el contexto profesional, el networking puede ser especialmente útil para establecer contactos en el campo de trabajo, obtener información sobre posibles oportunidades laborales y construir una red de apoyo y colaboración que permita el crecimiento personal y profesional. El networking puede realizarse a través de eventos y actividades específicas, así como en línea, a través de redes sociales y otras plataformas digitales.

## Metodología

La línea de investigación del programa de comunicación social utilizada en este proyecto aplicado es la de Comunicación y redes sociales. La metodología utilizada para recolectar la información necesaria para realizar este proyecto aplicado fue través de una investigación mixta, que incluye la cualitativa y cuantitativa. Durante la investigación se buscaron características que describen a la organización, así como también su propósito en cuanto al compromiso social que tiene establecido.

También se recolectaron datos de páginas webs, ya citadas, en las que se habla sobre cómo ha cambiado la forma en que las personas se comunican. Esta información permitió desarrollar y analizar la problemática escogida. El Diseño de la Estrategia de Comunicación para el Instagram de la Red de Apoyo de Mujeres de la Industria Creativa Ladies, Wine & Design Medellín; implica asociarse con la perspectiva de la organización y darle a esa visión, ideas que se puedan aplicar de manera digital, para llegar a más mujeres a las que les puede ayudar de manera significativa esta iniciativa social.

En los próximos apartados, también se observan las estadísticas de la investigación cuantitativa, donde se describe el comportamiento de seguidores e interacciones en el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín. Las técnicas de recolección de la información utilizadas fueron: Observación, entrevista, formularios de contacto, fuentes abiertas, monitoreo de redes sociales y análisis del sitio web. Esta investigación se dirigió a las mujeres entre los 20 y 36 años que trabajen en la industria creativa de la ciudad de Medellín. Según los datos del censo 2018, del Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE-, a ese año Medellín contaba con una población de 2.427.129 habitantes, 47% hombres y 53% mujeres, lo que la hace la segunda ciudad más poblada de Colombia. Es decir, en promedio 1.286.378 son mujeres (Medellín cómo vamos).

## Aproximación a la Empresa u Organización

Ladies, Wine & Design es una iniciativa mundial creada por Jessica Walsh, una reconocida directora de arte, ilustradora y educadora estadounidense. Walsh es conocida como "La niña prodigio del Diseño Gráfico", debido a que a la corta edad de 11 años ya trabajaba en programación web y diseño. (Fernández, 2021). En 2008, se graduó en Diseño Gráfico y empezó a hacer prácticas en la prestigiosa empresa Pentagram, considerada como el huevo de oro de las agencias de diseño a nivel mundial (Vázquez, 2019). Después trabajó como directora de arte en la revista Print y ha publicado en The New York Times y New York Magazine (Ladies, Wine & Design, 2021). En 2012 (a los 25 años), formó junto a Stefan Sagmeister, el estudio Sagmeister & Walsh. Es profesora de Diseño y Tipográfica en la Escuela de Artes Visuales de Nueva York (Fernández, 2021). En julio de 2019, Walsh fundó su propia agencia: &Walsh (Vázquez, 2019).

### Figura 9

*Jessica Walsh y su arte*



**Fuente: Insights.la**

Los trabajos de Jessica Walsh se caracterizan por la mezcla entre pintura digital y fotografía con unos colores muy llamativos (Ladies, Wine & Design, 2021). Jessica Walsh ha conseguido resquebrajar un poco más ese techo de cristal que existe en la industria creativa. El

70% de los estudiantes de diseño son mujeres, y sólo entre el 5 y el 11% de ellas terminan en puestos de dirección creativa. Sumado a esto que sólo el 1% de esas agencias creativas son propiedad de mujeres (Coca, 2021).

### **Figura 10**

*Obra de Jessica Walsh*



**Fuente: PICNIC MEDIA**

Desde una posición de mujer blanca, cisgénero y en una relación heteronormativa, Walsh reconoce cuáles son sus privilegios. Una posición elevada en comparación a otras mujeres que además de discriminaciones de género, se enfrentan a desigualdades por su color de piel o por su sexualidad. Por esta razón, desde su agencia, lanzaron una iniciativa sin ánimo de lucro conocida como “Ladies, Wine & Design”, para recoger todas las experiencias, ideas y posibles colaboraciones entre mujeres diseñadoras a nivel global (Sánchez, 2020, junio 25).

Esta iniciativa busca reunir a mujeres de la industria creativa para conversar, apoyar y fomentar el talento femenino, con temas de diseño, creatividad, emprendimiento y vida. Tiene presencia en más de 300 ciudades en el mundo y en Colombia, está presente en Cali, Bogotá y

Medellín. Debido a la aproximación con la ciudad, se decidió realizar el proyecto aplicado sobre la estrategia de comunicación que necesita Ladies, Wine & Design Medellín, ya que es la red que tiene menos crecimiento y seguidores en su página de Instagram.

### **Figura 11**

*Asistentes de las reuniones de Ladies, Wine & Design Medellín*



**Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022**

Los stakeholders de interés de esta red de apoyo de la industria creativa son las mujeres interesadas en hacer crecer su conocimiento, habilidades y dar a conocer su trabajo a posibles aliadas o colaboradoras de trabajo; Que, en su mayoría, son mujeres entre los 20 y 36 años, pero no existe un limitante de la edad cuando se habla de la industria creativa, normalmente no se encasilla en una edad específica. El manifiesto de esta industria es que todos pueden ser creativos, sin importar la edad.

No existe una verdad absoluta sobre esto, la creatividad e imaginación no tienen edad. Así mismo, las voluntarias, marcas, emprendimientos y empresas aliadas que hacen posible esta iniciativa de Ladies, Wine & Design Medellín, brindan patrocinio a través del aporte de insumos, conocimiento y espacios necesarios para realizar las reuniones mensuales, capacitaciones y talleres que son necesarias para desarrollar esta iniciativa en la ciudad.

## Misión, Visión y Valores Corporativos

### Misión

La misión de Ladies, Wine & Design Medellín es lograr más diversidad en la industria creativa de la ciudad, especialmente dentro de los roles de liderazgo, a través de reuniones, capacitaciones, talleres y retroalimentación de portafolios de las miembros de la comunidad, para crecer y fomentar relaciones saludables y productivas entre mujeres que trabajan en la industria creativa de Medellín.

### Visión

Compartir experiencias, habilidades y destrezas entre mujeres y así consolidar una red creativa femenina en la ciudad.

### Valores Corporativos

Los valores corporativos son: Sororidad, Libertad, Confianza y Emocionalidad.

**Sororidad:** Hermandad entre mujeres que se perciben como aliadas, por el sentimiento compartido de que todas comparten experiencias similares en su rol en la sociedad.

**Libertad:** Facultad para actuar según valores, criterios, razones y opiniones propias teniendo en cuenta el respeto a libertad de los demás.

**Confianza:** Seguridad y certeza en la voluntad e ideales del empoderamiento femenino para crecer como comunidad.

**Emocionalidad:** Capacidad de experimentar y expresar emociones y sentimientos sin ser juzgadas.

### **Análisis del Problema**

A continuación, se describirá en un análisis DAFO el resultado de la observación realizada a la iniciativa. Un análisis DAFO funciona para analizar cuáles son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la red de apoyo Ladies, Wine & Design Medellín. Esto se realiza con el fin de direccionar mejor el trabajo con los objetivos establecidos.

Ladies, Wine & Design Medellín debe tener unas redes sociales más sólidas, que comuniquen un mensaje cercano y real sobre el empoderamiento femenino en la industria creativa de la ciudad de Medellín, para dar a conocer las diferentes reuniones mensuales que realizan, talleres y asesorías de portafolio y así más mujeres puedan tomar lugares de liderazgo en el campo creativo, apoderándose de las herramientas dictadas en los encuentros de esta red de apoyo de Mujeres de la Industria Creativa.

### **Análisis DAFO**

Un análisis DAFO se realiza para identificar cuál es la situación de una organización con respecto al alcance de los objetivos que se quiere lograr. El análisis DAFO que se presenta en la tabla 1 a continuación, es producto de una indagación y observación realizada a la organización Ladies, Wine & Design Medellín a través del contenido de la página web [www.ladieswinedesign.com/medellin](http://www.ladieswinedesign.com/medellin) y entrevista realizada a miembros de la iniciativa durante reuniones realizadas en el año 2022.



**Tabla 1***Análisis DAFO de Ladies, Wine & Design Medellín*

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco personal voluntario encargado de las redes sociales de Ladies, Wine &amp; Design Medellín.</li> <li>• Inactividad por tiempo prolongado de la interacción en redes sociales.</li> <li>• Falta de conocimiento de las herramientas de comunicación digital.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de recursos económicos, ya que es una iniciativa sin fines de lucro.</li> <li>• No lograr consolidar un buen equipo de trabajo para las comunicaciones a largo plazo de Ladies, Wine &amp; Design Medellín.</li> <li>• Que la plataforma digital de Instagram tenga un colapso a nivel estructural y tecnológico.</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La voluntad colectiva de las mujeres que hacen parte de Ladies, Wine &amp; Design Medellín.</li> <li>• Auge en la temática del empoderamiento femenino.</li> <li>• Nombre de marca que permite realizar campañas llamativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidación de una red de apoyo útil para las mujeres creativas de la ciudad de Medellín.</li> <li>• Alianza con ONGs que trabajan por la equidad de género en la industria creativa.</li> <li>• Colaboración con marcas locales que puedan impulsar y apoyar la red y sus respectivas reuniones y talleres mensuales.</li> </ul>

**Fuente: Elaboración propia****Riesgos para Ladies, Wine & Design Medellín**

En cuanto a los riesgos que se identificaron para la organización, está la falta de conocimiento sobre esta iniciativa a nivel local y el poco interés que se le pueda dar al material

educativo sobre empoderamiento femenino. Es importante la educación informal a través de la Educomunicación de diferentes iniciativas sociales, sin embargo, las nuevas generaciones no se encuentran muy enfocadas en estos temas.

### **Oportunidades**

Así como la falta de interés de las nuevas generaciones, puede ser un riesgo, también podría convertirse en una oportunidad, para cambiar el chip de los roles creativos de las mujeres que quieren emprender en la industria creativa. Entre las oportunidades que se pueden encontrar está el crecimiento a nivel educativo en cuanto a la información que se le brinde a las personas sobre el empoderamiento femenino y la importancia de combatir las brechas de género en el campo creativo de la ciudad de Medellín.

### Desarrollo de la Solución

A continuación, se detallará el desarrollo de la solución de la problemática escogida para este proyecto aplicado, teniendo en cuenta los objetivos específicos establecidos.

En la Figura 12, se presenta el logo que se diseñó para la organización Ladies, Wine & Design Medellín, como parte del Diseño de la Estrategia de Comunicación para la Red de Apoyo de Mujeres de la Industria Creativa de Medellín, Antioquia. Este logo se realizó en base a una combinación de colores pasteles y frescos que le dan a la marca un estilo vibrante, juvenil y creativo, cualidades que llaman la atención del público objetivo de la organización, que incluye a las mujeres entre los 20 y 36 años.

La tipografía del logo se llama Circular STD y los colores de este reflejan valores como Sororidad, Libertad, Confianza y Emocionalidad, que identifican a la organización.

#### Figura 12

*Logo de Ladies, Wine & Design Medellín*

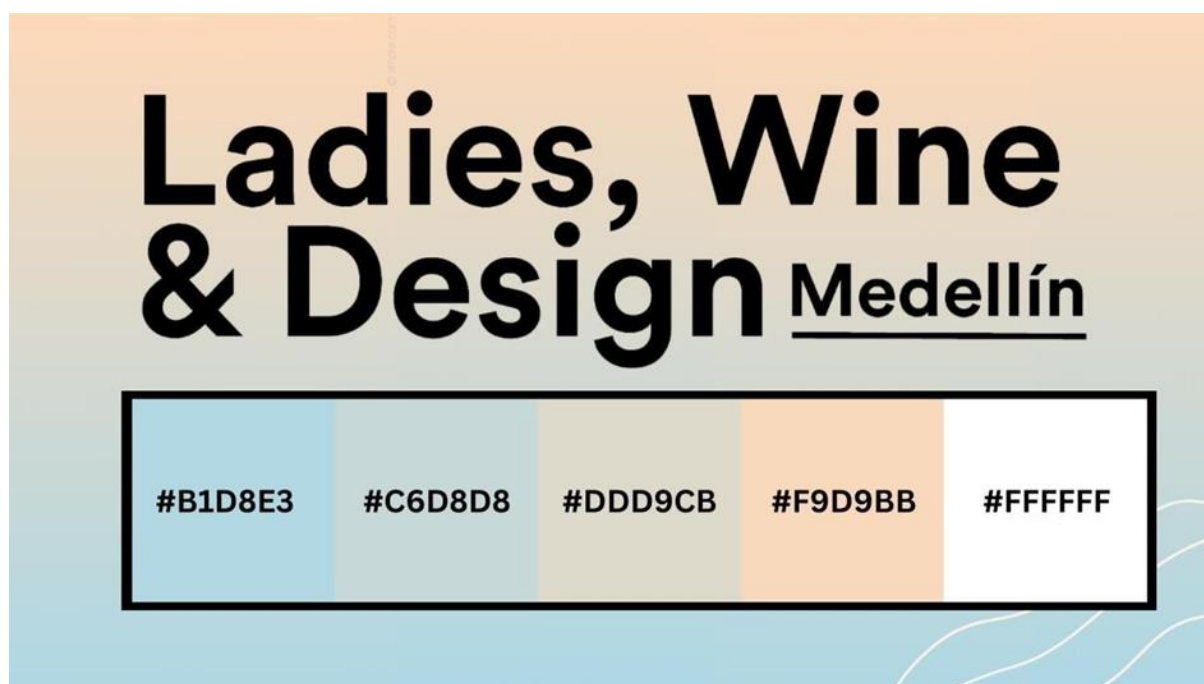


**Fuente: Elaboración propia**

Cada marca o empresa, debe manejar una paleta de colores con sus respectivos códigos identificados, para mantener los mismos colores siempre. A continuación, se presenta en la Figura 13 la paleta de colores diseñada para Ladies, Wine & Design, los códigos de colores funcionan de guía para que cualquier diseñador que llegue a trabajar con una marca maneje la misma línea de colores de la identidad visual de una empresa.

### Figura 13

*Paleta de colores de Ladies, Wine & Design Medellín*



**Fuente: Elaboración propia**

En cuanto al resto de los objetivos establecidos, se organizó una estrategia de comunicación basada en las estadísticas de interacción con los seguidores de la cuenta de Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín, ya que lo que más tiene en cuenta el algoritmo de Instagram al obtener estas estadísticas, es la interacción que se tiene con las personas en la comunidad digital.

Pero ¿Qué es el algoritmo? El algoritmo de Instagram es un conjunto de reglas que clasifican el contenido de la plataforma, toma en cuenta la información de las publicaciones compartidas y la analiza para determinar qué contenido aparece en la página de inicio de las personas, distribuye el contenido de tal forma que los usuarios tengan acceso fácilmente a lo que más les interesa ver (McLachlan, 2022, agosto 24). Y ¿cómo funciona este algoritmo? Cada vez que un usuario de la red social abre la aplicación, Instagram decide que mostrar, estos tomando en cuenta factores como:

- Relación del autor del contenido y el espectador.
- Intereses del usuario.
- Relevancia del contenido.

A continuación, se explica cada factor, en cuanto a la relación del autor del contenido y el espectador, el algoritmo tiene en cuenta si entre las cuentas han interactuado, esto incluye responder mensajes y comentarios. Los intereses del usuario identifican si cierto tipo de contenido es más acorde al gusto de cada usuario y la relevancia del contenido que analiza las tendencias del momento en cuanto a la temática incluida en la publicación.

Por esta razón, se utilizó esta herramienta de Instagram, ya que precisa la información basada en las personas interesadas en el contenido del perfil de Ladies, Wine & Design Medellín. Se analizó los seguidores de la cuenta que interactuaron con la misma entre agosto y noviembre de 2022, tanto seguidores nuevos como antiguos, se identificó las publicaciones que más llamaron su atención y cuáles tuvieron más reacciones, como la opción del botón “me gusta”, que indica que tanto se conecta el usuario con el contenido publicado.

En base a esta información suministrada por las estadísticas de Instagram, se organizó un esquema de acciones que debe tener en cuenta la Red en su estrategia de comunicación, así mismo, se diseñó un cronograma con las acciones para tener un crecimiento orgánico en el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín. Este esquema de acciones a ejecutar incluye:

- Responder mensajes y comentarios de las publicaciones.
- Publicación de fotos e información de la red Ladies, Wine & Design Medellín.
- Publicación de material sobre creatividad y empoderamiento femenino.
- Publicación del contenido de las reuniones mensuales que realizan en la Red de Apoyo de Mujeres.

#### **Figura 14**

*Conversatorio Ladies, Wine & Design Medellín*



**Fuente:** Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022

Las reuniones mensuales que realiza Ladies, Wine & Design Medellín consisten en adaptar un espacio (coworking, café o salón de reuniones) para que las mujeres creativas de la ciudad que estén interesadas en compartir sus experiencias laborales y aprender más de emprendimiento y empoderamiento femenino, puedan asistir de manera gratuita. En estas reuniones, debaten sobre las adversidades, aprendizajes y retos que pueden encontrarse al trabajar en la industria creativa, que cada día crece más y existe más competitividad entre colaboradores y compañeros de trabajo. El fin de publicar contenido de estas reuniones en el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín, es para que se pueda conectar el propósito de la red con potenciales patrocinadores y aliados, ya que es una iniciativa sin fines de lucro. Así como también, incentivar a que se unan más mujeres a esta iniciativa, para lograr un posicionamiento de Ladies, Wine & Design Medellín como un referente de apoyo a todas aquellas mujeres que día a día dan su mayor esfuerzo y creatividad en pro de esta industria.

A continuación, en un cronograma se detalla las acciones programadas según el Diseño de la Estrategia de Comunicación para la Red de Apoyo de Mujeres de la Industria Creativa de Medellín, Antioquia. Un cronograma funciona para dar mayor claridad y orden a las ideas que se piensan ejecutar en una estrategia de marketing o comunicación. Un cronograma es una herramienta utilizada para la planificación, el control y la gestión de proyectos; Este recurso establece los tiempos ideales esperados para la realización de cada tarea, evitando demoras y favoreciendo que las actividades se ejecuten con la consistencia necesaria (Pires, R, 2022, junio 3).

En el cronograma se toman en cuenta acciones que son pilares para generar interacción en el perfil de Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín, empezando por la creación de un formulario de inscripción para las asistentes de las reuniones, esto con el fin de recolectar la

información de estas, para la base de datos de la organización. La publicación del material educativo funciona para generar interacción e interés en el contenido principal del Instagram. De igual manera, el seguimiento apropiado a los nuevos seguidores del Instagram permite mantener el interés de estos sobre el perfil y el contenido publicado y próximo a publicar.

**Tabla 2**

*Cronograma de Acciones de Instagram*

<b>Tiempo</b>	<b>Mes 1 30 de Septiembre al 30 de Octubre</b>	<b>Mes 2 30 de Octubre al 30 de Noviembre</b>	<b>Mes 3 30 de Noviembre al 30 de Diciembre</b>
<b>1era semana</b>	Creación de formulario de inscripción para asistentes de las reuniones y publicarlo en Instagram.	Publicación de material educativo en redes sociales e imágenes relacionadas a Ladies, Wine & Design Medellín.	Seguimiento e interacción con nuevos seguidores de Instagram.
<b>2da semana</b>	Publicación de material educativo en redes sociales e imágenes relacionadas a Ladies, Wine & Design Medellín.	Seguimiento e interacción con nuevos seguidores de Instagram.	Publicación del registro fotográfico realizado en la reunión del 30 de noviembre de 2022.
<b>3era semana</b>	Publicación de material educativo en redes sociales e imágenes relacionadas a Ladies, Wine & Design Medellín.	Publicación de material educativo en redes sociales e imágenes relacionadas a Ladies, Wine & Design Medellín.	Seguimiento e interacción con nuevos seguidores de Instagram y publicación de material.
<b>4ta semana</b>	Recordatorio de Instagram sobre la reunión.	Realización de reunión presencial y registro fotográfico.	Seguimiento e interacción con nuevos seguidores de Instagram.

**Fuente: Elaboración propia**



## **Resultados Obtenidos**

Entre los resultados obtenidos, del diseño de esta estrategia de comunicación, se logró establecer una comunidad digital más sólida para el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín. Gracias a la implementación de las acciones, se puede observar en las estadísticas que se describen más adelante cómo un buen manejo de la comunicación y algoritmo de Instagram permite un crecimiento orgánico en las redes sociales, es decir sin pagar por publicidad.

Los indicadores para estos resultados obtenidos son cuantitativos, porque se puede observar el aumento en la cantidad de seguidores e interacciones en las publicaciones e historias del Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín y cualitativos, porque el lenguaje y la forma de comunicación es fluida, práctica y cercana, cualidades que llaman la atención de las mujeres que trabajan en la Industria Creativa en Medellín.

En la siguiente sección de este proyecto, se observan las estadísticas que se obtuvieron al ejecutar las acciones planeadas para el impulso digital del Instagram de la Red de Apoyo de Mujeres de la Industria Creativa de Medellín, Antioquia, Ladies Wine & Design Medellín. Estas estadísticas son el resultado del informe que registra esta red social al tener un perfil profesional, en este caso, bajo una comunidad. Ya que el propósito de esta iniciativa es ser una comunidad de apoyo para las mujeres que la siguen y asisten a sus reuniones.

Como se puede observar en el resumen de las estadísticas, se muestra el alcance de la cuenta, las cuentas que interactuaron con el contenido, el número total de seguidores y el contenido que se ha compartido. Se alcanzaron 1,253 cuentas del 19 de noviembre al 18 de diciembre 2022, este es un gran avance comparado a como se encontraron las redes sociales de Ladies, Wine & Design Medellín.

**Figura 15**

*Aumento en el número de seguidores y de publicaciones*



**Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022**

El Instagram de Ladies, Wine & Design alcanzó un total de 114 seguidores, con una interacción activa en la comunidad digital.

**Figura 16**

*Resumen de las estadísticas entre noviembre y diciembre 2022*



**Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022**

Tuvieron un crecimiento evidente en el alcance de las personas que interactuaron con la cuenta o les llegó el contenido de esta.

### Figura 17

*Público final alcanzado entre noviembre y diciembre 2022*

## Público alcanzado ⓘ



Llegaste a un **+9.825%** más de cuentas que no te seguían en comparación con 20 oct. - 18 nov.

**Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022**

El público alcanzado en su mayoría se encuentra antiguos no seguidores, que lograron conectar con la iniciativa Ladies, Wine & Design Medellín.

### Figura 18

*Alcance del contenido entre noviembre y diciembre 2022*

## Alcance del contenido ⓘ [Ver todo](#)



**Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022**

**Figura 19**

Visitas directas al perfil de Instagram entre noviembre y diciembre 2022

<b>Actividad del perfil</b> ⓘ	<b>168</b>
Visitas al perfil	156 +500%
Toques en el sitio web	12 +300%

Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022

Las visitas directas al perfil de Instagram fueron de 156 personas, eso se traduce a un 500% más en comparación al inicio de la estrategia de comunicación.

**Figura 20**

Cuentas alcanzadas al implementar la estrategia de comunicación

### Cuentas alcanzadas



Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022

**Figura 21***Comparación de cuentas alcanzadas***Fuente: Cuenta de Instagram de @ladieswinedesign\_medellin 2022**

Tuvieron un incremento de 1,230 cuentas alcanzadas entre septiembre y diciembre de 2022, en comparación a cómo se encontraba la cuenta en agosto de 2022, con tan solo 34 cuentas alcanzadas. Cabe resaltar que este crecimiento fue de manera orgánica, es decir sin pagos por publicidad o promoción.

Gracias al diseño de la estrategia de comunicación, que se ajustó a las necesidades de la organización escogida y a los objetivos planteados para el desarrollo del trabajo se lograron los resultados obtenidos. Estos resultados han permitido a la Red de Apoyo Ladies, Wine & Design Medellín entender las dinámicas de Instagram y construir una comunidad digital sólida.

### **Recomendaciones**

Las siguientes recomendaciones, son dirigidas a la Red de Apoyo de mujeres de la Industria Creativa, Ladies, Wine & Design Medellín y son sugeridas con el fin de mejorar y mantener el desarrollo que se obtuvo como resultado de la estrategia de comunicación implementada en su perfil de Instagram. Dentro de las recomendaciones a la organización se les sugiere:

- Seguir realizando las acciones de la estrategia de comunicación en base a un cronograma que permita cumplir con un objetivo mensual establecido entre los miembros de Ladies, Wine & Design Medellín.
- Publicar un boletín informativo en el Instagram, con una periodicidad semanal o quincenal, que contenga información educativa sobre el trabajo creativo en el mundo y que resalte lo que se está haciendo en Medellín.
- Visibilizar en el Instagram de Ladies, Wine & Design Medellín, las convocatorias por parte la Alcaldía de Medellín y La Gobernación de Antioquia que incentiven la labor de las mujeres creativas de la ciudad.
- Buscar alianzas con instituciones de Educación Superior que tengan carreras relacionadas con la industria creativa para acercar a través de talleres y charlas a las mujeres jóvenes a este tipo de organización dedicada al empoderamiento femenino y la equidad de género en el campo laboral.

### **Limitaciones y Prospectiva**

Entre las limitaciones de este proyecto, se encontró la minuciosa clasificación que se realizó de la información que existe actualmente sobre estrategias de comunicación para redes sociales, sin embargo, se halló la manera de clasificar el contenido bibliográfico, teniendo en cuenta páginas oficiales e información verídica de las estadísticas de Instagram.

Así mismo, el sector con el que trabaja Ladies, Wine & Design Medellín, que es la industria creativa, aún cuenta con mucho desconocimiento de las personas en cuanto a temas de equidad de género, emprendimiento y empoderamiento femenino, si bien cierto que existe más interés que en años anteriores, falta trabajar mucho en estas temáticas que por mucho tiempo han sido ignoradas por la sociedad.

Es por esto, que las personas que deseen realizar investigaciones enfocadas en cómo aportar a iniciativas sociales enfocadas en las mujeres de la industria creativa, desde la parte de estrategias comunicativas; pueden tomar de referencia este proyecto aplicado que se ha realizado para aportar a una organización con un propósito social que va más allá de las redes sociales, como lo es Ladies, Wine & Design Medellín.

## Conclusiones

Con la realización de este proyecto aplicado, se consolidó la información de códigos de la paleta de colores de la marca de Ladies, Wine & Design Medellín en un diseño sencillo y entendible, así las personas que trabajan y a futuro trabajen la marca, se puedan regir por los colores organizacionales al momento de hacer cualquier publicación o diseño para la misma. De igual forma, se logró crear el cronograma con las acciones a realizar en la estrategia de comunicación que permitió que fluyera todo de manera más organizada para así posicionar el perfil de Instagram, a través del crecimiento de sus seguidores de manera orgánica.

Gracias a este proyecto aplicado, se ha demostrado que diseñar una estrategia de comunicación como método de crecimiento para una marca, organización o empresa, es realmente aprovechable y sobre todo necesario teniendo en cuenta la realidad a la que se enfrenta el mundo hoy día en cuánto a la transformación de la comunicación.

La comunicación no se quedó en los medios de comunicación tradicionales como lo son la Televisión, la Radio y la Prensa, sino que ha evolucionado y las personas con ella, ahora se pueden comunicar a través de La Internet con un computador o teléfono celular, que pueden llevar a todas partes, la transformación digital y su influencia en la comunicación, ha permitido que las marcas piensen en crear una identidad para tener un espacio en la memoria y corazón de sus clientes, de allí nace la necesidad de que cada vez más empresas y organizaciones sociales inviertan su tiempo y esfuerzo en establecer unos objetivos claros que les permita tener presencia digital en redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok y YouTube, cada una dependiendo de la utilidad que le genere a la marca.

Uno de los tantos compromisos que tienen los Comunicadores Sociales, es aportar de manera significativa y eficiente a estas nuevas dinámicas tecnológicas y digitales que llevan a las



organizaciones y empresas a lograr sus objetivos y cumplir con su misión y visión de una manera más aterrizada a la actualidad. Finalmente, trabajar en proyectos aplicados como este, permite a los Comunicadores Sociales del Pregrado de Comunicación Social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia direccionar un poco más el enfoque real y consciente, que tienen las redes sociales en las empresas y organizaciones con las que desean trabajar en su desarrollo como profesionales, también les da una dirección de la organización y estructura que debe tener un proyecto aplicado, que permitirá a futuras generaciones de estudiantes de comunicación y áreas relacionadas comparar como se ha desarrollado la comunicación en los medios no convencionales y que hoy día hacen parte de la cotidianidad y relaciones interpersonales de los seres humanos.

## Referencias Bibliográficas

Academia Pragma. (s/f). Las redes sociales cambiaron nuestra forma de vivir.

<https://www.pragma.com.co/academia/conceptos/las-redes-sociales-cambiaron-nuestra-forma-de-vivir>

APPYWEB. (2020, Abril 27). Agencia de marketing online

<https://www.appyweb.es/diccionario/instagram/>

Coca, S. (2021). Jessica Walsh: la directora de arte que ha roto el techo de cristal. Forbes España.

<https://www.forbes.es/forbes-woman/la-directora-de-arte-que-ha-roto-el-techo-de-cristal/>

Empower women. (s/f). EmpowerWomen. <https://www.empowerwomen.org/>

Empresa Crowe. (s/f). El encanto de la industria creativa en Colombia: El resurgir después de la

Pandemia. <https://www.crowe.com/co/->

[/media/crowe/firms/americas/co/crowehorwathco/archivos/el-encanto-de-la-industria-creativa-en-colombia-final.pdf](https://www.crowe.com/co/-/media/crowe/firms/americas/co/crowehorwathco/archivos/el-encanto-de-la-industria-creativa-en-colombia-final.pdf)

Fernández, J. (2021). Jessica Walsh: biografía de la "niña prodigio" del diseño gráfico. Lifeder.

<https://www.lifeder.com/jessica-walsh/>

Gao, W., & Li, X. (2018). An empirical study of user behavior on Instagram. Journal of Computer Information Systems, 58(4), 321-330.

Geysler, W. (2020, junio 30). 80 Estadísticas del Marketing de Influencers para el 2023.

Influencer Marketing Hub. <https://influencermarketinghub.com/es/estadisticas-de-marketing-de-influencers/>

Hernández, L.H. (2017). Marco teórico. Repositorio institucional UNAD

<http://hdl.handle.net/10596/14000>

Jessica Walsh: la niña prodigio que se convirtió en CEO del arte - PICNIC. (2019, abril 12).

Picnic Media. <https://picnic.media/jessica-walsh-la-nina-prodigio-que-se-convirtio-en-ceo-del-arte/>

Kim, D., & Ko, E. (2021). Social media engagement: What is it and how to measure it. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 12(1), 114-128.

Ladies, Wine & Design. (2021). Jessica Walsh. <https://ladieswinedesign.com/jessica-walsh/>

Ladies, Wine & Design. (s/f). Página Oficial de Ladies, Wine & Design.

<https://ladieswinedesign.com/>

Ladies, Wine & Design Medellin. (s/f). Página Oficial de Ladies, Wine & Design Medellin.

<https://ladieswinedesign.com/medellin/>

LALUCA. Estrategia y Marketing. (s/f). La importancia de una estrategia de comunicación. <https://www.laluca.com/la-importancia-de-una-estrategia-de-comunicacion/>

Lecuona, A., García-Santesmases, A., García-Peñalvo, F. J., & Hernández, J. (2019). Tecnología educativa: un enfoque práctico. Barcelona, España: Editorial UOC.

Lugo, A. M. (2021, febrero 17). Nace el Círculo de Creativas Colombia. Copublicitarias.

[https://copublicitarias.com/nace-el-circulo-de-creativas-colombia/?doing\\_wp\\_cron=1683660290.0662961006164550781250](https://copublicitarias.com/nace-el-circulo-de-creativas-colombia/?doing_wp_cron=1683660290.0662961006164550781250)

Mártir, A. (2020, febrero 21). Ladies Wine & Design: Capítulo en Sivar. Creatyum Media;

Creatyum. <https://creatyum.media/entrevistas/ladies-wine-design-sivar/>

McLachlan, S. (2022, agosto 24). El algoritmo de Instagram en 2022: cómo lograr que tu contenido sea visto. Social Media Marketing & Management Dashboard.

<https://blog.hootsuite.com/es/algoritmo-de-instagram/>

Medellín Cómo Vamos. (s/f). ¿Cómo va la calidad de vida de las mujeres de Medellín?

<https://www.medellincomovamos.org/informe-mujeres-2021>

Minciencias. (s/f). Industrias Creativas Y Culturales

<https://minciencias.gov.co/glosario/industrias-creativas-y-culturales>

Pires, R. (2022, junio 3). Qué es un cronograma y su relación con el control del tiempo en las empresas. Rock Content ES Rock Content. [https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-](https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-cronograma/)

[cronograma/](https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-cronograma/)

Ponce, T. (2016, junio 27). Jessica Walsh, irreverencia y color que funcionan. Insights.

<https://www.insights.la/2016/06/27/jessica-walsh-irreverencia-y-color-que-funcionan>

Red de Mujeres Artistas de Medellín – REMART. (s/f). Acerca de Red de Mujeres Artistas de Medellín – REMART. <https://reddemujeresartistas.wordpress.com/>

Riquett, S. (2022, octubre 14). Círculo de Creativas: un proyecto para cambiar la realidad de las mujeres en la industria publicitaria. Colombia Visible.

<https://colombiavisible.com/circulo-de-creativas-un-proyecto-para-cambiar-la-realidad-de-las-mujeres-en-la-industria-publicitaria/>

Rosa, A. (2020, diciembre 28). Ladies Wine and Design RD, empodera a las mujeres en áreas creativas. SHINE magazine; Shine Magazine | Guía 360 para la mujer moderna.

<https://shinemag.do/2020/12/28/ladies-wine-and-design-rd/>

- Sánchez, A. (2020, junio 25). Jessica Walsh, la niña prodigio del diseño gráfico. MDC - Más de Cultura; MÁS DE CULTURA. <https://masdecultura.com/arte/jessica-walsh-la-nina-prodigio-del-diseno-grafico/>
- Santamaria, S. M. P. (2021, octubre 20). Un movimiento para empoderar profesionalmente a las mujeres. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/vida/mujeres/women-in-power-un-movimiento-para-el-empoderamiento-femenino-626601>
- Santos, D. (2022, 16 septiembre). Recolección de datos: métodos, técnicas e instrumentos. <https://blog.hubspot.es/marketing/recoleccion-de-datos>
- Secretaría de Educación de Medellín. (2020, octubre 8). Red de Mujeres por la Equidad de Género. <https://www.medellin.edu.co/red-de-mujeres-por-la-equidad-de-genero/>
- Spreitzer, G. M., & McCall, M. W. (2017). Managing oneself: Leveraging social networks. Harvard Business Review, 95(1), 88-96.
- Super User. (s/f). Misión. Mujeresquecrean.org. <https://www.mujeresquecrean.org/index.php/speakers/misiones->
- Vázquez, M. (2019). La niña prodigio del diseño gráfico, Jessica Walsh, lanza su propia agencia creativa. TreceBits. <https://www.trecebits.com/2019/07/16/jessica-walsh-lanza-and-walsh/>

## Anexos

### Anexo 1

#### *Preguntas de Entrevista para Análisis DAFO*

<b>Entrevista a miembros de Ladies, Wine &amp; Design Medellín, utilizada para recolectar información del Análisis DAFO</b>		
<b>Nombre del Estudiante:</b>	<b>Proyecto Aplicado</b>	<b>Ciudad:</b> Medellín
Roselyn Velez Mendez		
<b>Nombre de la organización</b>	Ladies, Wine & Design Medellín	
<b>Objetivo</b>	Recolectar la información necesaria para estructurar análisis DAFO de la organización, que permita alinear a la organización con los objetivos establecidos.	
<b>Procedimiento</b>	<p><b>¿Qué herramientas se va a implementar?</b> Entrevista que permitirá profundizar en las definiciones y percepciones que tienen las personas que hacen parte de Ladies, Wine &amp; Design Medellín.</p> <p><b>¿Para qué?</b> Para complementar la información hallada en la página web de la organización.</p> <p><b>¿A quiénes se les va a realizar?</b> A los miembros principales de la organización de la iniciativa en Medellín. Juana Restrepo, Maria Fernanda Martinez, Lina Pino, Ana Correa, Jessica Cardozo, Amaranta Suárez.</p>	

---

<b>Preguntas</b>	<p>¿Qué oportunidades conlleva trabajar en una iniciativa social como Ladies, Wine &amp; Design Medellín?</p> <p>¿Qué fortalezas consideran que hacen parte de Ladies, Wine &amp; Design Medellín?</p> <p>¿En qué afectó la pandemia del COVID19 a Ladies, Wine &amp; Design Medellín?</p> <p>¿Qué amenazas perciben para esta iniciativa social?</p> <p>¿Consideran que Medellín es una ciudad donde se impulse la industria creativa?</p> <p>¿Qué panorama perciben en cuanto a las alianzas con otras organizaciones e iniciativas sociales?</p>
<b>Análisis</b>	<p>La información recolectada a través de la entrevista está reflejada en el análisis DAFO de este proyecto aplicado.</p>

---

**Fuente: Elaboración propia**

## Anexo 2

### *Preguntas de Formulario de Inscripción de Asistentes*

<b>Encuesta a asistentes de Ladies, Wine &amp; Design Medellín</b>		
<b>Nombre del Estudiante:</b>	<b>Proyecto Aplicado</b>	<b>Ciudad:</b> Medellín
Roselyn Velez Mendez		
<b>Nombre de la organización</b>	Ladies, Wine & Design Medellín	
<b>Objetivo</b>	Recopilar la información de las mujeres interesadas en asistir y hacer parte de la red de apoyo de mujeres de la Industria Creativa Ladies, Wine & Design Medellín.	
<b>Procedimiento</b>	<p><b>¿Qué herramientas se va a implementar?</b> Encuesta a través de la herramienta formularios de Google.</p> <p><b>¿Para qué?</b> Esta encuesta se realiza para recopilar una base de datos de las personas asistentes a las reuniones de Ladies, Wine &amp; Design Medellín con el fin de tener información demográfica como la edad, ocupación y nivel educativo, entre otros aspectos relevantes de contacto para hacerles parte de la iniciativa.</p> <p><b>¿A quiénes se les va a realizar?</b> El enlace de esta encuesta está ubicado en el perfil de Instagram de Ladies, Wine &amp; Design Medellín, para que las interesadas en hacer parte de la iniciativa se inscriban.</p>	
	Correo electrónico	



---

<b>Preguntas</b>	<p>¿Cómo te llamas?</p> <p>¿Qué día naciste?</p> <p>Cuéntanos ¿A qué te dedicas?</p> <p>¿Te gustaría asistir a nuestra reunión presencial en Medellín?</p> <p>¿Nos regalas tu WhatsApp? Para enviarte el recordatorio de las reuniones ✨</p>
<b>Enlace de la encuesta</b>	<p><a href="https://forms.gle/yv5cUCuaQzmRucHR6">https://forms.gle/yv5cUCuaQzmRucHR6</a></p>
<b>Análisis</b>	<p>El enlace de edición de las preguntas y visualización de las respuestas es entregado a la organización para su debido uso.</p>

---

**Fuente: Elaboración propia**