

**PAUTAS PARA MEJORAR LA CONSTRUCCION DE CONTENIDOS COMERCIALES  
EN LA RED SOCIAL FACEBOOK EN EDITORES DE OCCIDENTE, GUADALAJARA  
DE BUGA.**

**YIRLEAN ELISA ALZATE ALZATE  
ESTUDIANTE**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE  
DIOS MODALIDAD VIRTUAL Y A DISTANCIA  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
GUADALAJARA DE BUGA, 2019**

**PAUTAS PARA MEJORAR LA CONSTRUCCION DE CONTENIDOS COMERCIALES  
EN LA RED SOCIAL FACEBOOK EN EDITORES DE OCCIDENTE, GUADALAJARA  
DE BUGA.**

**YIRLEAN ELISA ALZATE ALZATE  
ESTUDIANTE**

Trabajo presentado como opción de grado, sistematización para aspirar al título de  
Comunicador Social de UNIMINUTO

**SANTIAGO VELEZ LIBREROS  
DOCENTE**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE  
DIOS MODALIDAD DISTANCIA TRADICIONAL  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
GUADALAJARA DE BUGA, 2019**

## Resumen

Esta sistematización se desarrolla sobre la experiencia de la estudiante Yirlean Elisa Alzate Alzate en la empresa Editores de Occidente, en el área de comunicación – Community Manager, en la ciudad de Guadalajara de Buga, desde agosto hasta el mes de noviembre del 2019, durante el proceso de práctica.

El principal objetivo de esta sistematización fue brindar pautas para la construcción de contenidos comerciales en Editores de Occidente, sociedad dedicada a manejar las redes sociales de otras empresas, ejemplo restaurantes, colegios, iglesias, hoteles, entre otros.

Cabe resaltar que las redes sociales son fundamentales para la empresa Editores de Occidente, en especial la red social Facebook, debido a que la mayoría de los servicios que ofrecen son mediante ellas, herramienta digital que permite crear un perfil a cada uno de los negocios que administra la empresa en el perfil debe existir información sobre el negocio, crear contenidos, subir imágenes, compartir la publicación, entre otros.

A medida del tiempo, se observó una falencia sobre la manera en que realizaban las publicaciones comerciales diariamente desde la red social Facebook en Editores de Occidente, ellos no manejan contenidos óptimos, que llamara la atención al usuario en las redes sociales, su forma de realizar una publicación es muy básica, es decir, contiene el nombre del negocio, numero de contacto, los servicios que ofrecen, dejando a un lado la opción de hacer énfasis en mejorar los contenidos se olvidan que están escribiendo y publicando para el medio digital que es un poco exigente, en el cual a simple vista debe llamar la atención, para generar mayor interacción con el público.

Los consumidores en el entorno digital son muy importantes, ya que forman una población a la cual se le construye contenido de acuerdo a los intereses del público teniendo como objetivo además de ser considerado como prosumidor leer, compartir y comprar los productos o servicios que se le ofrecen en el campo digital.

Las redes sociales son muy importantes hoy en día, mediante ellas se manejan un canal amplio, en el cual se logra establecer una comunicación con los seres humanos, son plataformas digitales que funcionan así la persona se encuentre fuera del país, gracias a los avances tecnológicos que existen, este medio permite establecer una relación con las personas.

En la siguiente sistematización se identifica a través de la experiencia vivida, las características que desde la comunicación social se puede aplicar a la hora de generar contenido para el entorno digital y a medida que se va mejorando los contenidos comerciales, permite atraer más visitas e incrementar las ventas en Editores de Occidente.

**PALABRAS CLAVE**

*Comunicación, investigar, Facebook, análisis, sistematización, buscadores, navegadores, optimizadores, red social;*

## Summary

This systematization is developed on the experience of the student Yirlean Elisa Alzate Alzate in the company Editores de Occidente, in the area of communication - Community Manager, in the city of Guadalajara de Buga, from August to November 2019, during the practice process.

The main objective of this systematization was to provide guidelines for the construction of commercial content in Editores de Occidente, a company dedicated to managing the social networks of other companies, such as restaurants, schools, churches, hotels, among others.

It should be noted that social networks are essential for the company Editores de Occidente, especially the social network Facebook, because most of the services they offer are through them, a digital tool that allows creating a profile for each of the businesses that Manage the company in the profile, there must be information about the business, create content, upload images, share the publication, among others.

As time passed, a flaw was observed in the way in which commercial publications were made daily from the Facebook social network in Editores de Occidente, they do not handle optimal content, which would draw attention to the user in social networks, their way of doing A publication is very basic, that is, it contains the name of the business, contact number, the services they offer, leaving aside the option of emphasizing on improving the content, forgetting that they are writing and publishing for the digital medium that is a bit demanding, in which the eye must attract attention, to generate more interaction with the public.

Consumers in the digital environment are very important, since they form a population to which content is built according to the interests of the public, whose objective is, in addition to being considered a prosumer, to read, share and buy the products or services that are offered to them. offer in the digital field.

Social networks are very important today, through them they manage a wide channel, in which communication with human beings is established, they are digital platforms that work so that the person is outside the country, thanks to technological advances that exist, this means allows to establish a relationship with people.

The following systematization identifies through the lived experience, the characteristics that from social communication can be applied when generating content for the digital environment and as commercial content is improved, it allows to attract more visits and increase Sales at Editores de Occidente.

**KEYWORDS**

*Communication, research, Facebook, analysis, systematization, search engines, browsers, optimizers, social network;*

## CONTENIDO

Resumen .....	3
Summary.....	6
Introducción .....	12Error! Bookmark not defined.
2. Proyecto de Sistematización de la Experiencia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Delimitación de la Experiencia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Justificación del Proceso de Sistematización .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Propósitos de la Sistematización .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.4 Ejes Centrales de la Sistematización.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.5 Preguntas Problematicadoras.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Reconstrucción Ordenada de la Experiencia (ROE).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Editores de Occidente.....	24
3.2 Descripción de la Empresa .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Contexto de la Experiencia.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4. Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia (AICE).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1 Ejes Centrales de la Sistematización y el Proceso de Problematicación .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2 Resultados del Proceso de Problematicación de la Experiencia: Diálogo entre la Teoría y la Experiencia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1 Comunicación Digital. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2 Eje Administracion de Social Media.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.3 Principales Conclusiones que se Desprenden del Proceso de Problematicación ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4 Principales Recomendaciones e Ideas de Propuestas Transformadoras que se Desprenden del Proceso del AICE .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5 Preguntas Problematicadoras que se Desprenden del AICE .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6 ¿Hasta Ahora han sido Alcanzados los Propósitos Planteados en el Proyecto de Sistematización de la Experiencia? .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.7 ¿Cuáles son las Debilidades o Limitaciones Encontradas para el Desarrollo del Proceso del AICE? ¿Cuáles son las Alternativas para Superarlas?.....	40
5. Propuestas Transformadoras .....	41

5.1 Propuesta Transformadora .....	41
5.1.1 Título de la propuesta .....	42
5.1.2 A quien va Dirigida la Propuesta.....	42
5.1.3 Breve Descripción de la Propuesta.....	42
5.1.4 Propósitos de la Propuesta.....	43
5.1.5 Fundamentación de la Propuesta.....	43
5.1.6 Estrategia para la Aprobación Social de la Propuesta.....	43
5.1.7 Plan de Acción de la Propuesta.....	43
6. Aprendiendo Desde la Experiencia .....	44
6.1 Aprendizajes Obtenidos .....	44
6.2 Problemas Investigados.....	45
6.3 Aportes Teóricos y Metodológicos .....	46
7.Socialización de los Resultados de la Sistematización .....	52
7.1 Título del Proyecto de Socialización .....	52
7.1.1 Propósito de la Socialización: .....	52
7.1.2 Actividades y Medios para socializar:.....	53
8.Conclusión .....	54
9. Bibliografía .....	56
10.Anexos.....	58

## **LISTA DE TABLAS**

Tabla 1. Proceso de Problematización de la AICE .....	30
Tabla 2. Diagnostico Comunicacional FODA	

.....**Error! Bookmark not defined.**39

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Captura de pantalla, contenido de un negocio.....	22
Figura 2. Ejemplo de una publicación.....	23 <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 3. Logotipo Editores de Occidente .....	24 <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 4. Captura de Pantalla del negocio Mosto.....	32
Figura 5. Anexo de primera imagen de la guía.....	42

## **Introducción**

El trabajo presenta como objetivo brindar unas pautas para la construcción de contenidos comerciales en la red social Facebook, las cuales se dedican a crear contenidos en temas relacionados con la publicidad de un negocio en Editores de Occidente, donde se plasme aspectos importantes a tener en cuenta, como realizar una publicación para Facebook, como generar mayores interacciones, atraer más audiencia, entre otros, que serán importantes para todas las personas que quieren y se alimentan día a día de la red social Facebook.

De acuerdo a lo que manifiesta la Asociación Colombiana de Mercadeo, recalca sobre la importancia de conocer a la audiencia, de tener los conocimientos necesarios para afrontar el entorno real y digital en la sociedad. Es ajustar y definir el público en redes sociales, conocer los usuarios es parte fundamental en el mundo digital, cuando organizas las actividades que se desarrollaran, se obtienen mejores resultados. “Mas allá de la improvisación, las marcas deben estudiar el comportamiento en las redes sociales de los consumidores y tener la capacidad de ajustar el trabajo de comunicación, atención y comercialización a las exigencias del momento, con un profundo conocimiento del mundo real y el virtual (Asociación Colombiana de Mercadeo, 2015, citado en Sánchez Torres & Restrepo, 2015”

(Beatriz Feijoo Fernandez, 2018)

Hoy en día, el pilar fundamental para mejorar las redes sociales es contar con contenidos completos y llamativos para tu audiencia, es un reto para los comunicadores sociales procurar por escribir mejor en el mundo digital, que obtenga elementos llamativos para que capte la atención del lector, suministrando la información necesaria sobre lo que necesita y está buscando, ejemplo; cuando el usuario quiere buscar la página de su restaurante favorito, encuentre lo que realmente está buscando, como se menciona anteriormente en el texto que contenga toda la información que el usuario decida buscar, y finalmente la persona continúe navegando en la página, gracias a la producción de textos en la red.

Entre las oportunidades que ofrece Facebook a las organizaciones, se encuentra la posibilidad de crear Fan Pages, en la cual contienen perfiles públicos que permiten a las organizaciones, marcas, figuras públicas y artistas crear y mantener una presencia en la red social y conectar con la comunidad.

La optimización de buscadores logra mejorar y convertir visible un sitio web mediante el internet. “El posicionamiento en buscadores u optimización de motores de búsqueda es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores. También es frecuente nombrarlo por su título inglés, SEO (Search Engine Optimization)”

(Guia del SEO)

Editores de Occidente, Guadalajara de Buga, cuenta con el SEO, en la empresa se ofrece este servicio a los clientes que tengan un negocio, mediante la creación de páginas, y redes sociales, logran añadir el posicionamiento web en internet.

El algoritmo de Facebook es una herramienta usada para conocer qué es lo que aparecerá en los primeros lugares del feed news en la red social, de acuerdo a esto se toma en cuenta factores como el comportamiento e interés de los usuarios, esto arroja el tiempo que se pasa en un determinado post, el número de personas que interactúan con un post, mediante sus interacciones, reacciones, likes, comentarios, veces compartidas, etc. Los contenidos determinan la 'relevancia' mediante este capta el interés, por eso es tan importante aprender a elaborarlos, el debate sucede si a los usuarios genera utilidad la publicación, pueden comentar, o compartir.

Además, la sistematización de esta práctica profesional contribuye a la mejora de contenidos comerciales, en los cuales la estudiante de comunicación social, prevalezca la innovación y creatividad, en todos los textos, se pretende que el proyecto sea aplicado, porque intenta mencionar y significar pautas eficaces, eficientes, que permitan obtener mejores resultados en las red social Facebook, que las personas o empresas que tengan un vínculo laboral con Editores de Occidente, se encuentren satisfechos por el trabajo que se le estará haciendo a cada fan page de su negocio, que llamen la atención y al mismo tiempo vaya minimizando los factores que se encuentran obstaculizando avanzar en el mundo digital.

La sistematización se realiza con el fin de brindar unas pautas necesarias para la construcción los contenidos comerciales de la red social Facebook, tras una detección de una falla a través de la práctica profesional, en la organización de Editores de Occidente, Guadalajara de Buga, el beneficio del proyecto surge a partir de la necesidad particular que se encontró.

## **2. Proyecto de Sistematización de la Experiencia**

### **2.1 Delimitación de la Experiencia**

Establecer desde la práctica profesional realizada las competencias, habilidades, y conocimientos que un comunicador social puede ejecutar desde la función de Community Manager en una empresa dedicada a temas publicitarios. Teniendo en cuenta que lo más importante es conocer el contexto, los usuarios y las políticas de la red social Facebook, para proceder a la propuesta de sistematización.

El practicante en el área de comunicación, Community Manager, en Editores de Occidente debe administrar las redes sociales de la empresa, (Facebook, Instagram y WhatsApp) es muy importante revisar todos los días los mensajes que envían los clientes (personas que compran los servicios sobre redes sociales para administrar algún negocio) envían imágenes del negocio, promociones, pendones, información importante que se deba publicar y así conocer lo que el comprador solicita.

También, manejar las redes sociales (Facebook, Instagram) a las organizaciones o negocios que tenga como clientes la empresa, diariamente debe subirse contenido, promocionando los servicios que ofrece dicha empresa, teniendo como objetivo vender mucho más la publicidad del negocio.

## 2.2 Justificación del Proceso de Sistematización

Esta sistematización se realiza con el fin de resolver un problema que se identificó en la empresa Editores de Occidente, mediante la etapa productiva como practicante, y es la falta de calidad para generar contenidos comerciales en la red social Facebook, es importante conocer la audiencia y saber el contenido se debe publicar en entornos digitales.

Usar redes sociales para realizar actividades de publicidad y promoción conlleva a que la información y la conexión entre personas se vuelva un factor importante, la tecnología logra que la comunicación fluya de manera constante creando la posibilidad llegar a más personas, cuando llega el momento de decidir compartir en redes sociales, en la cual la calidad supera a la cantidad, y así publicar contenido valioso, en el cual tenga elementos necesarios para el usuario.

La calidad de aprender a elaborar contenidos en publicaciones comerciales completos, en la red social Facebook es importante debido a que las redes sociales se han consolidado como herramientas de comunicación dentro de la sociedad, a través de las cuales, tanto individuos como empresas, han logrado proyectar, informar, compartir, y difundir información con públicos o grupos específicos.

El uso adecuado de redes sociales se convierte en factor principal para todas las actividades que conlleven relacionarse, logrando una conexión entre las personas, y que la comunicación entre ellas fluya de manera espontánea. *“El uso de las redes sociales como herramienta de comunicación se ha incrementado en los últimos tiempos, a tal punto que se ha convertido en un instrumento clave de comunicación de las empresas, su destacado crecimiento, acceso y popularidad se presentan como una oportunidad para los profesionales de la comunicación y de las relaciones públicas para generar mayor interacción con los públicos.”*

(Pig, 2017, pág. FACEBOOK COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN

EN)

El beneficio de la realización de esta sistematización surge a partir de la necesidad particular que se encontró en la organización Editores de Occidente, Guadalajara de Buga, los contenidos comerciales y publicitarios están siendo mal empleados, por parte de los colaboradores de la empresa, entonces por eso se realiza la sistematización de la práctica profesional, de manera que contribuya al mejoramiento de la empresa en contenidos comerciales.

La realización de esta sistematización no sólo será beneficiosa para la empresa en la que se desarrolló la práctica, sino que también será útil y de relevancia para las demás personas que visitan sus sitios web, se reconoce lo que puede ser capaz el comunicador social, donde emplea su función como Community Manager, llevando el control de una empresa, y así mismo pueda incrementar las ventas en temas de publicidad de la empresa.

El proyecto finalmente consiste en contribuir a solucionar la falencia interna en Editores de Occidente, y son sus contenidos, entonces mejorar y crecer es una posibilidad que existe dentro de la sistematización, demostrando la aplicación y el logro de los objetivos.

### **2.3 Propósitos de la Sistematización**

- Compartir y sistematizar la experiencia de práctica profesional en relación al comunicador Community Manager en una empresa.
- Interpretar las características puntuales exigentes de la red social de Facebook, la optimización de SEO, en Editores de Occidente.
- Mejorar la construcción de contenidos comerciales en la red social Facebook.
- Interpretar las características necesarias para conocer más de la red social Facebook.
- Incrementar las ventas en la empresa en temas publicitarios.
- Sugerir pautas para la construcción de contenidos comerciales.
- Argumentar la necesidad del para que hacer una propuesta de mejora a la empresa Editores de Occidente.

## 2.4 Ejes Centrales de la Sistematización

Para conocer y ejecutar la sistematización se tendrán en cuentas dos ejes centrales en los que se delimitará la experiencia de la práctica profesional.

### 1. *Eje Comunicación Digital*

En el eje de Comunicación Digital, permite informar, crear e influenciar mensajes en la sociedad, profesional de instrumentos y técnicas operacionales de la publicidad y las relaciones públicas, para influir en las actitudes y comportamiento de una sociedad, en este caso en el mundo digital. “Permite compartir información de un modo mucho más rápido y eficaz que otros métodos de comunicación tradicionales, es importante que el estudiante de comunicación tenga conocimiento y experiencia suficiente en este ámbito, de tal forma que el mensaje podrá transmitirse de la forma más sencilla y rápida.”

(Fabiana, 2002)

En un mundo globalizado donde todos los consumidores y clientes tiene acceso a internet y redes sociales, se hace necesario estar a la vanguardia con las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes; El marketing digital es una herramienta que permite a las organizaciones recolectar datos, crear estadísticas en tiempo real e interactuar con los clientes de una manera más efectiva y cercana. (Portafolio, 2016)”

El fenómeno de las redes sociales hoy en día se ha vuelto imprescindible debido a la variedad de plataformas y aplicaciones que existen, en la labor de marketing digital es un instrumento que va de la mano con el manejo de redes sociales, atención al cliente, entre otros.

## 2. Eje Administración De Social Media

Es necesario en la realización de esta sistematización hablar sobre la comunicación organizacional porque es parte fundamental de las tareas administrativas, el elemento que hace posible la unión entre todos los individuos de una empresa. “Resulta evidente que la comunicación es un elemento esencial para la vida de las organizaciones, como dice Andrade (1991:30) “...si la comunicación es consustancial a cualquier forma de relación humana, también será consustancial a la organización, no es posible imaginar una organización sin comunicación...” (Andrade, 1991)

Los procesos organizativos requieren, siempre, de procesos comunicativos paralelos, por eso puede afirmarse que todos los miembros de una organización tienen responsabilidades de comunicación en tanto que para el desempeño de cualquier función es necesario algún tipo de procedimiento para recopilar, procesar y emitir mensajes, así como para almacenar información.

Entender y comprender la función estratégica de la comunicación en los distintos soportes, no solo dar a conocer los productos y servicios, sino también para la fidelización de los clientes y su satisfacción. La comunicación digital es el uso de la información y el conocimiento empleando soportes digitales a través de internet y las nuevas tecnologías, estos soportes digitales o herramientas permiten a empresas e instituciones el flujo de información constante, así como la interacción, tanto con públicos internos como externos.

## 2.5 Preguntas Problematizadoras

La forma en que se escriben y se redacten los mensajes puede cambiarse con el objetivo que genere resultados positivos en la empresa, el sitio o página cuente con más visitas, interacciones, likes, cantidad de veces compartidas, entre otros.

¿Es importante optimizar los contenidos comerciales en la red social Facebook?

¿Se puede lograr obtener más visitas, likes e interacciones en la red social Facebook?

¿Cambiar la forma como se escriben los mensajes en la red de Facebook, en una organización genera beneficios?

¿Los colaboradores de Editores de Occidente, no tienen conocimientos a la hora de publicar?

### 3. Reconstrucción Ordenada de la Experiencia (ROE)

A continuación, se describe de manera ordenada la práctica profesional desarrollada en Editores de Occidente, Guadalajara de Buga desde que el estudiante inició con la búsqueda de la práctica, hasta la finalización de la misma. Se comenzará con la descripción de la empresa.

Mediante la práctica profesional se adquirió una experiencia laboral en la empresa:

Diariamente se realizaban movimientos en la red social Facebook a las organizaciones, restaurantes, hoteles, colegios y entidades públicas del país que la empresa Editores de Occidente administra los contenidos que se debían publicar eran los que aparecían en el directorio de amarillas, el cual contenía nombre del negocio, servicios que ofrecen, dirección del negocio, y teléfonos, en realidad se copiaba este contenido y se pegaba en cada Fan Pages de Facebook que correspondía.

Figura 1. Captura de pantalla, contenido de un negocio.



Fuente: [www.directorioamarillascolombia.com](http://www.directorioamarillascolombia.com)

Figura 2. Ejemplo de una publicación.



Fuente: [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

Así es como realizan las publicaciones Editores de Occidente, copiar y pegar el contenido que aparece en el directorio Amarillas del Valle, igual en Facebook información correspondiente a cada empresa.

### 3.1 Editores de Occidente.

Figura 3. Logotipo Editores de Occidente



*Fuente: [www.directorioamarillascolombia.com](http://www.directorioamarillascolombia.com)*

Editores de Occidente, se distingue en el Valle del Cauca, gracias al compromiso que tiene con los clientes, sobre los servicios que ofrecen como son el posicionamiento de Google, creaciones de páginas, cuentas en Instagram, entre otros, que están todo el tiempo para el consumo en la red digital.

En la empresa gracias a su departamento de diseño y a sus grandes creativos, están en la capacidad de orientar a los clientes con eficacia para lograr un repunte en sus actividades y negocios utilizando la publicidad como soporte indispensable.

Google Search permite saber el rendimiento de la página, los clics, las impresiones, tipo de dispositivo móvil donde se realizó la búsqueda, cuantas veces han consultado la empresa, desde donde se hizo la búsqueda (país) y hasta la cantidad de páginas con errores.

En la empresa Editores de Occidente Buga, cuando se pretende comunicar un mensaje se utiliza la mayoría de veces a través de las herramientas tecnológicas, dado a que es fundamental tener una relación directa con el área administrativa y los trabajadores de la empresa.

**Comunicación a través del correo electrónico:** Por medio del cual se notifica actividades que suceden dentro de la empresa, o diseños, entrevistas que se dejan guardado en el correo en borradores, para que pueda ser visto todos los colaboradores.

**Información de eventos:** Noticias o información importante se publica desde las redes personales de la Revista Imagen de los Vallecaucanos, para dar a conocer alguna situación que este urgente.

### **3.2 Descripción de la Empresa**

La organización actualmente funciona como un directorio virtual y a su vez oferta unos servicios a las empresas, sobre volantes, afiches, manejo de redes sociales (Facebook/Instagram) tarjetas de presentación, pendones, posicionamiento de Google, creación de páginas, entre otros.

Finalmente, Editores de Occidente se encuentra en capacidad de diseñar e imprimir toda clase de plegables, folletos, afiches, cartillas y publicaciones especializadas para apoyar la difusión y divulgación de sus negocios y actividades.

### 3.3 Contexto de la Experiencia

A continuación, en el Contexto de la Experiencia, daré a conocer todos los detalles sobre la práctica profesional y como se consiguió la misma, los párrafos se escribirán en primera persona.

En el noveno semestre de la carrera de Comunicación Social se añade la materia de Práctica Profesional, asignatura que le permite al estudiante desarrollar sus habilidades, generar conocimientos, planes de mejora, es un espacio que tiene el alumno para acercarse al mundo laboral, en esta ocasión tuve la oportunidad en la organización Editores de Occidente ubicada en Guadalajara de Buga, donde el comunicador social es el principal elemento para todas las actividades internas y externas de la empresa.

Finalizando el noveno semestre a mediados del mes de mayo del año 2019, la Universidad empezó a citar a través de Centro Progresá unas capacitaciones para brindar toda la información relacionada con la etapa de práctica profesional.

Se asistió a las tres capacitaciones que la universidad brinda. Llegando a la conclusión que la modalidad de contratación para la práctica profesional de la universidad aceptada sería Convenio.

Después de las capacitaciones, empezó la búsqueda de empresas u organizaciones en las que quizá podía realizar la práctica profesional, la Universidad brinda una ayuda, pero la responsabilidad total es del estudiante buscar la pasantía, envié más de diez hojas de vida a diferentes clases de empresas como emisoras, medios impresos y digitales, etc.

El día 27 del mes de junio del 2019, recibo un correo por parte de Diana Flórez, Coordinadora de Centro Progresá, en el cual me informa sobre algunas vacantes en las cuales podría postularse, atentamente respondo el correo diciéndole tres empresas que me llamarían

la atención, incluso dos de ellas fui llamada a entrevista: Cámara de comercio y Colombina.

Fue muy buena la retroalimentación recibida en las dos empresas, pero lastimosamente no clasifiqué, en la paila, Colombina me realizaron prueba psicotécnica, entrevista, y exámenes médicos, pero no recibí más llamadas. Incluso en el último día que se terminaba el plazo para encontrar el sitio a realizar la práctica profesional, estaba con la angustia de ver que no me llamaban y no podía definir el lugar para realizar la práctica profesional. Cuando en la mañana me entró una llamada de Centro Progresá UNIMINUTO a que asistiera a una entrevista en Editores de Occidente.

A los días siguientes me llaman de Editores, confirmándome que había sido seleccionada para realizar la práctica profesional en Comunicación Social, finalmente se procedió a dar todos los datos correspondientes para la afiliación a la ARL y la posterior carta de ingreso a la empresa como practicante.

Realizo la práctica profesional en la organización Editores de Occidente, Guadalajara de Buga, oficina 201, desde el 5 de agosto hasta el 29 de noviembre de 2019, encargándome de ejecutar y desempeñar varias funciones tales como Community Manager, apoyaba en redacción de artículos de la revista, cubrimiento de eventos, entre otros.

En el inicio de su práctica se observó mala empleabilidad de los contenidos comerciales en la red social Facebook, procedo a informarme sobre lo que sucedía en ese momento e investigo de manera prudente sobre estos procesos internos en la empresa.

**Blademir Bermudez**, Comunicador Social, Gerente de Editores de Occidente, persona encargada de establecer los roles sobre los colaboradores de la empresa, y el encargado de guiar mi proceso como aprendiz en etapa productiva.

#### **4. Análisis e Interpretación Crítica de la Experiencia (AICE)**

En este espacio de la sistematización todo se centra en abordar la experiencia desde la interpretación, partiendo de las preguntas centrales de los ejes planteados: Comunicación Digital y Administración de Social Media.

En el momento de la ejecución de la AICE es que la sistematización adquiere su modo de investigación, debido a que con ella se efectúa una revisión crítica de los hechos, se sustenta el deber ser con lo que fue realmente, y se sacan las conclusiones a partir de los ejes establecidos previamente.

#### 4.1 Ejes Centrales de la Sistematización y el Proceso de Problematización

A continuación, se realiza un cuadro con las preguntas que genera cada eje problematizado, en total son dos ejes: Comunicación Digital y Administración de Social Media.

Tabla 1. Proceso de Problematización de la AICE

<b>Proceso de Problematización</b>	
<b>Ejes de la Sistematización</b>	<b>Preguntas Problematizadoras</b>
<b>Eje Comunicación Digital</b>	<p>¿Cómo un comunicador social puede desempeñar el rol de Community Manager en una empresa?</p> <p>¿Qué aprendizajes se pueden obtener al realizar una sistematización de una práctica profesional?</p>
<b>Eje Administración de Social Media</b>	<p>¿Necesitas contratar un administrador/a acorde con los objetivos de tu negocio?</p> <p>¿Cómo optimizar los contenidos digitales mediante redes sociales?</p>

Fuente: Autor (2019).

## **4.2 Resultados del Proceso de Problematización de la Experiencia: Diálogo entre la Teoría y la Experiencia**

### **4.2.1 Eje Comunicación Digital**

La Comunicación Digital es el intercambio de información y conocimiento que permite hacer uso de las herramientas digitales, por ejemplo, del posicionamiento web. “El posicionamiento en motores de búsqueda, también llamado SEO (Search Engine Optimization), tiene como objetivo que cuando alguien busque en Google u otro motor de búsqueda un producto o servicio que vende la empresa, el sitio web quede en los primeros resultados de búsqueda. El SEO es una de las estrategias de marketing digital que más tráfico llevan al sitio web.” (Mejia, 2020)

Para realizar el posicionamiento en Editores de Occidente con Google Search, se lleva a cabo los siguientes pasos:

1. Ingresar información de la empresa en páginas blancas y amarillas de consulta amarilla.
2. Después se alimenta la mini web (fotos) de la empresa.
3. Se realiza la ubicación de la empresa.
4. En Google Search: se selecciona consulta amarilla y se busca la URL desde el directorio virtual, consulta amarilla.
5. Se copea la URL en Google Search y se solicita indexar.

6. La URL queda indexada y ya se puede buscar por Google, efectivamente el negocio ya se podrá encontrar en Google.

Después de acondicionar páginas blancas y amarillas se procede con el posicionamiento virtual por medio de Google Search.

Figura 4. Captura de Pantalla del negocio Mosto

The screenshot shows a Google search page for the query "mosto buga". The search bar contains the text "mosto buga" and the Google logo is on the left. Below the search bar, there are navigation options: Todos, Imágenes, Maps, Vídeos, Noticias, Más, Preferencias, and Herramientas. The search results show approximately 54,300 results in 0.59 seconds. The first result is titled "MOSTO - Buga - Directorio Amarillas Colombia" with a URL from directorioamarillascolombia.com. The description of the location is: "MOSTO: EL GUSTO DE ALIMENTARSE BIEN, CARRERA 8 No. 10-51 BUGA, TEL. 2365481 CEL. 3153599017. TE OFRECEMOS ...". Below this, there are two more search results from Facebook, both titled "Mosto Comida Saludable - Refrigerios Empresariales ...". On the right side of the search results, there is a knowledge panel for "MOSTO BUGA - COMIDA SALUDABLE - REFRIGERIOS EMPRESARIALES". This panel includes a photo of a table with food, a map showing the location in Buga, and buttons for "Sitio web", "Cómo llegar", and "Guardar".

Fuente: Autor (2019).

En la empresa se ofrece este servicio a los clientes que tengan un negocio, mediante la creación de páginas, y redes sociales, logran añadir el posicionamiento web en internet.

Facebook es una nueva forma de comunicación que va cambiando el mundo y las relaciones de los ciudadanos, esta empresa aporta tecnología permite que el desarrollo del mismo esté en manos de los usuarios quienes la consumen.

Finalmente, las relaciones interpersonales son parte de la esencia natural del hombre, y sin lugar a dudas esta dinámica es trasladada a las organizaciones, las cuales como entes vivos y simbióticos requieren y dependen de una interacción permanente entre sus integrantes y el entorno.

El rol del comunicador social, permite informar, crear e influenciar mensajes en la sociedad, profesional de instrumentos y técnicas operacionales de la publicidad y las relaciones públicas, para influir en las actitudes y comportamiento de una sociedad, en este caso en el mundo digital.

#### ***4.2.1.1 Pregunta Problematicadora No.1 del Eje Comunicación Digital:***

***¿Cómo un comunicador social puede desempeñar el rol de Community Manager en una empresa?***

Es el profesional con capacidad de interactuar con un público objetivo, y con una empresa en donde ambos se beneficien, debe generar información de interés y a la vez generar un prestigio por la empresa. *“construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.”*

(Giraldo, 2019)

Dentro de las funciones realizadas en la práctica profesional en Editores de Occidente fue crear y publicar contenidos, compartir, viralizar, comentar, buscando la interacción con los usuarios, y así mismo evaluaba las publicaciones, revisando los mensajes y comentarios que impacten en el contexto.

Mediante esta sistematización de acuerdo a la experiencia, es muy importante por los aprendizajes y conocimientos que se adquieren, conocer un poco sobre el campo laboral que se enfrenta el comunicador social

**Comunicación:** es un canal informativo que le permite a los individuos relacionarse, intercambio ideas, conceptos, y conocimientos en un entorno social, por lo tanto, la comunicación es muy significativa en la vida de los seres humanos, porque permite el desarrollo, el crecimiento personal y profesional en la existencia.

A través del proceso de comunicación los seres humanos comparten información entre sí, haciendo del acto de comunicar una actividad esencial para la vida en la sociedad.

De acuerdo a lo que dice el autor, se está de acuerdo que la comunicación es una interacción realizada por el hombre en donde el sistema de comunicación puede ser verbal u oral, ya sea por símbolos o palabras, por medio de esta interacción el hombre busca dar a conocer sus emociones, ideas, sentimientos, la comunicación no puede ser llevada por una sola persona, necesita por lo menos de dos o más personas para ser lograda.

## **4.2.2 Eje Administración de Social Media.**

Es la persona encargada de diseñar la presencia de las marcas o negocios en el entorno digital, en el cual lideran una estrategia, acompañada del compromiso, esfuerzo y tiempo en las actividades que se realizan a nivel global de acuerdo a las redes sociales.

*“¿Qué es un “Administrador de redes sociales”? Es el profesional encargado de diseñar, construir y administrar estrategias efectivas de comunicación en las distintas plataformas sociales en Internet, con el propósito de establecer y sostener una relación duradera y recíproca con cada comunidad.”* Consejos para emprendedores. (2017). Administrados de redes sociales.

Se trata de que en este eje se conozca a fondo las políticas y privacidad que tienen las redes sociales, como Facebook, conocer las medidas que permite subir una imagen, el tipo de videos que se deben subir, los contenidos publicitarios, las distintas funciones que tiene la red social, en lo mayor posible aprovechar la variedad de actividades que se pueden lograr en el campo digital y proyectar la red social para fortalecer un negocio.

### ***4.2.1.2 Pregunta Problematicadora No.2 del Eje Administracion de Social Media:***

***¿Necesitas contratar un administrador/a acorde con los objetivos de un negocio?***

El encargado de la administración de social media en un negocio, debe tener características, un administrador es un lector en el entorno identificando los problemas y convertirlas en oportunidades, capacidad de aprender y adaptarse al medio, actualizarse con las tendencias en el mercado digital para crear proyectos grandiosos y satisfacer la empresa.

(QUÉ ES EL MARKETING DIGITAL, SU IMPORTANCIA Y PRINCIPALES ESTRATEGIAS, 2020, pág. Carlos Mejia Llano)

### 4.3 Principales Conclusiones que se Desprenden del Proceso de Problematicación

A partir del análisis que se realizó en la Reconstrucción Ordenada de la Experiencia, se da paso a las conclusiones de acuerdo a los ejes centrales planteados en la sistematización.

#### Desde el *eje comunicación digital*

Este eje se ejecutó desde los conocimientos obtenidos en la Universidad sobre la comunicación digital y con todos los aspectos importantes que se deben tener en cuenta a la hora de realizar un contenido y una publicación en entornos digitales, ejemplo, que se debe tener un público objetivo, en el cual se posee un contenido, las palabras, conocer el contexto, no saturar al usuario al contrario escribir información relevante en los primeros párrafos, entre otros.

Es la forma en cómo deben estar estructurado los textos en internet, debe tener lógica el cuerpo del texto, debe ser entendible, se debe escribir para el consumidor, pensado en el público, ya que el contenido debe ser bueno y la forma en como está hecho o creado el contenido. “Nielsen las denominó ‘reconocimiento’ y ‘recordación’”. Los contenidos multimedia, hipertextualidad y la interactividad han permitido la evolución, convirtiendo a los ciudadanos en periodistas.

(Como escribir para la web, 2008, pág. Guillermo Franco)

Es importante conocer las distintas funciones que puede desempeñar un profesional de comunicación social dentro de una organización, para ayudar a evolucionar la misma, es importante saber y conocer que no solo el comunicador debe estar envuelto trabajando en los medios de comunicación, sino que también algunas habilidades le permiten a la persona manejar otros contextos, como la comunicación organizacional.

Desde el *eje administración de social media*

De acuerdo a este eje permite al estudiante desarrollar habilidades mediante las redes sociales en una empresa, como lo fue en la etapa de practicante en Editores de Occidente, Guadalajara de Buga, en la cual se desempeñaron varias funciones, tales como la creación de contenidos, creación de videos, tener un control sobre los movimientos en las redes sociales, y diseños para cada una de las organizaciones formadas en una Fan Page de Facebook.

Un administrador debe tener la capacidad de crear e innovar con los productos que le brinden en una organización, planificando y analizando las actividades en la empresa, existe gran diversificación por parte del profesional debido a que el entorno en el que trabaja es digital, campo gigante en el cual se explora todos los días diferentes cosas.

#### **4.4 Principales Recomendaciones e Ideas de propuestas transformadoras que se desprenden del AICE**

La propuesta transformadora para Editores de Occidente, Guadalajara de Buga, es la siguiente **GUIA PRÁCTICA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE CONTENIDOS EN LA RED SOCIAL FACEBOOK**

Buscando optimizar la redacción de contenidos comerciales de la red social Facebook en Editores de Occidente, así permitiendo un manejo adecuado de los contenidos en la plataforma digital.

#### **4-5 Preguntas Problematicas que se Desprenden del AICE**

¿Son importantes las recomendaciones o propuestas que hace un practicante para una empresa?

¿Qué beneficios tiene para una empresa mejorar sus contenidos comerciales?

¿Es correcto copiar y pegar los mismos contenidos todos los días en redes sociales, tales como Facebook, Instagram?

¿Es imprescindible mejorar los contenidos comerciales de una red social?

#### **4.6 ¿Hasta Ahora han sido Alcanzados los Propósitos Planteados en el Proyecto de Sistematización de la Experiencia?**

De acuerdo a los propósitos en el trabajo, se ha tratado de abordar algunos objetivos de la presente sistematización de la experiencia.

Primero sobre compartir la experiencia de la práctica profesional que fue realizada mientras se abordaba la Reconstrucción Ordenada de la Experiencia, adicional a ello en el análisis e interpretación crítica de la misma. Inicialmente se describe de manera explícita la práctica profesional desarrollada en Editores de Occidente, Guadalajara de Buga desde que el estudiante inició la práctica, hasta la finalización de la misma. (labores del practicante).

Segundo, fue desarrollar un diagnóstico comunicacional detallado del contexto en donde se llevó a cabo la sistematización que fue Editores de Occidente Guadalajara de Buga, que busca realizar un análisis FODA para exponer cuales son las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta la organización, la cual abrió sus puertas para que

se pudiera llevar a cabo este proyecto y lograr contribuir a fortalecer los contenidos.

Tabla 2 Diagnostico Comunicacional FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ La empresa tiene definida su misión y visión para poder cumplir sus objetivos.</li> <li>✚ Las comunicaciones dentro de esta empresa juegan un papel primordial tanto dentro y fuera de esta.</li> <li>✚ Tienen muchos contactos en el valle del cauca, es un medio que brinda confiabilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Falta de comunicación en los trabajadores de la organización, para las distintas funciones.</li> <li>✚ Falta de innovación y creatividad en los contenidos comerciales.</li> <li>✚ Carecen del manejo de la red social Instagram.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Posicionamiento nacional de la organización.</li> <li>✚ Están actualizados con los avances en la tecnología.</li> <li>✚ Brinda servicios de calidad a sus clientes.</li> <li>✚ Establece alianzas con otras empresas para prestar los servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Falta de interés en la implementación de nuevas estrategias de comunicación.</li> <li>✚ Debilidad en los procesos de comunicación establecidos.</li> <li>✚ Que los clientes no se encuentren satisfechos con el trabajo.</li> </ul>

Fuente: Autor (2019).

Finalmente, se argumentó la necesidad de implementar la mejora en los contenidos comerciales en la empresa, se abordó en la Justificación del Proceso de la Sistematización. Además de comprender que sería necesaria la propuesta para fortalecer y mejorar la redacción en los contenidos comerciales de la red social Facebook.

#### **4.7 ¿Cuáles son las Debilidades o Limitaciones Encontradas para el Desarrollo del Proceso del AICE? ¿Cuáles son las Alternativas para Superarlas?**

Considero que el formato de anteproyecto y el proyecto de sistematización de la práctica profesional son muy diferentes, en el cual logran que el estudiante pueda confundirse un poco en relación a los ítems que exige cada formato.

Es importante que el formato de anteproyecto de sistematización de la práctica profesional, sea modificado y en él se aborden temas como la reconstrucción ordenada de la experiencia y el análisis e interpretación crítica de la misma, de esta forma el estudiante al momento de redactar su trabajo de grado estará en sintonía con lo hecho en el anteproyecto y le facilitara la redacción del mismo.

## **5. Propuestas Transformadoras**

A través del desarrollo de la sistematización, y después de realizar el contraste entre la reconstrucción ordenada de la experiencia y el análisis e interpretación crítica de la misma, se continua a desarrollar la propuesta transformadora para la empresa Editores de Occidente, Guadalajara de Buga, en la cual se desarrolló la práctica profesional.

Es oportuno resaltar que la propuesta transformadora que se comparte a continuación es de la estudiante que desarrolló la sistematización, y surgió a partir de este proceso de investigación como posible solución a las problemáticas encontradas.

### **5.1 Propuesta Transformadora para la empresa Editores de Occidente.**

A continuación, se desarrolla la propuesta que va a mejorar la comunicación organizacional para todas las empresas dedicadas a la construcción de contenidos comerciales en la red social Facebook (en este caso específicamente Editores de Occidente).

Esta propuesta está dirigida a un ente específico, pero también cabe resaltar que al estar condensada la información en un documento tan importante como un trabajo de grado para optar por un título profesional, servirá también para los siguientes estudiantes que encaminen sus trabajos de grado en la línea de construcción de contenidos comerciales.

Enfocada a la construcción de contenidos comerciales en la red social Facebook, apoyada en teóricos que respalden la propuesta transformadora para la empresa Editores de

Occidente, Guadalajara de Buga.

**5.1.1 Título de la Propuesta.** *Creación de una guía para la construcción de contenidos comerciales-publicitarios en la red social Facebook*

**5.1.2 ¿A quién va Dirigida la Propuesta?** Blademir Bermudez, Comunicador Social y gerente de Editores de Occidente Amarillas del Valle, es el encargado de dirigir absolutamente todas las actividades de sus colaboradores en la empresa.

**5.1.3 Breve Descripción de la Propuesta.** Editores de Occidente, son los encargados de manejar todo lo relacionado con temas de publicidad en el Valle del Cauca, y sus alrededores, la organización actualmente funciona como un directorio virtual y a su vez oferta unos servicios a las personas, sobre volantes, afiches, manejo de redes sociales (Facebook/Instagram) tarjetas de presentación, pendones, posicionamiento de Google, creación de páginas, entre otros.

La creación del **video** es la **guía práctica para la construcción de contenidos comerciales en la red social Facebook** de la organización Editores de occidente, en el cual de manera organizada se brinda unas pautas para mejorar la construcción de contenidos comerciales y que se pueda hacer un uso adecuado de la guía a la hora de realizar una publicación.

Figura 5. Anexo de primera imagen de la guía.



**5.1.4 Propósitos de la Propuesta.** Crear pautas para la construcción de contenidos en las publicaciones comerciales de la red social Facebook, en el que se brinde la información necesaria como se debe publicar en entornos digitales, en Editores de Occidente.

**5.1.5 Fundamentos de la Propuesta.** La creación de la guía para la construcción de contenidos comerciales permitirá establecer un orden a la hora de crear, escribir, redactar y publicar contenidos para la red social Facebook, generando resultados positivos para la empresa incrementando las ventas en los negocios, haciendo un uso adecuado de la guía.

Al final del documento se encuentra el anexo: Trabajo de grado.

El video contiene una introducción sobre el concepto de redes sociales y Facebook, en la metodología están las estrategias o pautas para impulsar las empresas comerciales, se habla sobre el uso adecuado del lenguaje en redes, marketing de contenidos, los tamaños permitidos de imágenes para Facebook, y por último la bibliografía.

**5.1.6 Estrategia para la Aprobación Social de la Propuesta.** Utilizar la herramienta de Photoshop para crear el video sobre la guía práctica para la construcción de contenidos comerciales en la red social Facebook con fotografías, vectores, gráficos y fuentes en el que se encuentre detalladamente las pautas para todas aquellas empresas dedicadas a realizar publicidad en negocios mediante la red social Facebook.

**5.1.7 Plan de Acción de la Propuesta.** Difundir la importancia que tiene implementar las herramientas digitales en procesos comunicacionales, como lo es brindar una guía de construcción de contenidos comerciales mediante redes sociales para una empresa dedicada a temas publicitarios y comerciales.

Dando a conocer la guía y captar la atención e interés del público, e incluso muchas de las empresas que apenas se están incorporando en el entorno digital puedan comprender y optimizar sus contenidos.

## 6. Aprendiendo Desde La Experiencia

Este espacio se desarrolla con el fin de condensar los aprendizajes encontrados en todo el trabajo de sistematización de manera mucho más clara y concreta.

### 6.1 Aprendizajes Obtenidos

Los aprendizajes obtenidos son uno de los análisis finales de la sistematización, espacio se desarrolla con el fin de condensar los aprendizajes encontrados en todo el trabajo de sistematización de manera mucho más clara y concreta.

*Aprendizaje obtenido:* Conocimiento acerca de las políticas y privacidad que tiene la red social Facebook, a la hora de realizar una publicación. Cuando se disponía a hacer publicaciones con su respectivo contenido, se debía tener en cuenta el tamaño de la imagen, contar con poco texto, y se compartía máximo hasta en cinco grupos de Facebook.

*Aprendizaje obtenido:* Ejercer el rol como community manager dentro de Editores de Occidente, fue algo nuevo para la estudiante, pero gracias a las materias que brindo la universidad tales como periodismo digital, redacción, expresión oral, diseño, entre otras fueron de mucha ayuda, para la continuación de todas las actividades diarias dentro del lugar de prácticas.

*Aprendizaje obtenido:* Realizar entrevistas en las cuales el contenido seria plasmado en el portal de la Revista Imagen de los Vallecaucanos fue una de las mejores experiencias, ayuda a relacionarse y así mismo acercarse a la formación como profesional de Comunicación Social.

*Aprendizaje obtenido:* Construcción y manejo de página web de la empresa: Revista Imagen de los Vallecaucanos.

*Aprendizaje obtenido:* Llevar controles en documentos de Excel sobre los eventos y/o acontecimientos que sucedían para Editores de Occidente, fue de mucha gratitud al explorar este programa y trabajar en ello, también se manejó la base de datos de la empresa con todos los clientes que habían tenido los últimos 12 meses del año 2018-2019.

## **6.2 Problemas Investigados**

En este espacio se coleccionará la información referente a aquellos problemas que no se tenían en cuenta antes del desarrollo de la AICE, pero que a través de la realización de este punto de la sistematización surgieron.

### **1. Problema: Desempeño del rol del Community Manager desde el ser comunicador social**

Es importante empezar a buscar las distintas herramientas que se brindan para que el comunicador social ejerza actividades diferentes a las establecidas.

Se observa el amplio mundo laboral que tiene el comunicador social, dejando de resumir su labor a los medios y encaminando hacia un entorno digital, manejo de redes sociales que permite buenas habilidades comunicativas, convirtiéndose en impulsadora de iniciativas comunicacionales por medio de redes sociales.

### **2. Problema: Los contenidos comerciales de las redes sociales (Facebook/Instagram).**

Editores de Occidente al momento de realizar la publicidad a una empresa mediante las plataformas digitales ya cuentan con un contenido creado para cada organización, es

decir, el practicante debe copiar y pegar el contenido en Facebook e igual para la red de Instagram.

### 6.3 Aportes Teóricos y Metodológicos

Facebook es una nueva forma de comunicación que va cambiando el mundo y las relaciones de los ciudadanos, esta empresa aporta tecnología permite que el desarrollo del mismo esté en manos de los usuarios quienes la consumen. Mientras las otras redes sociales en realidad solo venden contenidos, Facebook ofrece además una herramienta para extender su red social David Kirkpatrick.

Los generados en el desarrollo de este trabajo de grado en sistematización son.

**Título:** “El uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño empresarial: Universidad Javeriana, Colombia.”

**Autor:** Felipe Uribe Saavedra, Josep Rialp Criado, Joan Llonch Andreu.

**Fecha:** 2013

**Recuperado de:** <https://www.redalyc.org/pdf/205/20531182009.pdf>

**Aparte:** “Aún no es claro el impacto del uso de las redes sociales digitales como herramienta de marketing en el desempeño de las empresas. Este trabajo examina dicho impacto con datos de empresas españolas. Mediante ecuaciones estructurales aplicadas a un multigrupo intenta determinar si la intensidad de uso de estas redes en el marketing modera la relación entre capacidades dinámicas, orientación al mercado y orientación emprendedora, y cuál es el impacto en su desempeño. Los resultados muestran que dicha intensidad modera la relación entre la orientación al mercado con el desempeño y con la orientación emprendedora. Una fuerte y decidida estrategia de marketing en las redes sociales puede potenciar estas relaciones y mejorar el desempeño”

**Comentario:** El planteamiento permite examinar el buen uso de redes sociales digitales en marketing, demostrando la relación entre el mercado y la sociedad.

**Título:** “La investigación de mercados en redes sociales: conoce a tu consumidor por lo que publica en Facebook y twitter.” Universidad de los Andes, Chile.

**Autor:** Beatriz Feijoo Fernandez, Juan Jose Guerrero.

**Fecha:** 30/01/2018

**Recuperado de:**

<http://www.vivatacademia.net/index.php/vivat/article/download/1073/1409>

**Aparte:** “Más allá de la improvisación, las marcas deben estudiar el comportamiento estudiar el comportamiento en las redes sociales de los consumidores y tener la capacidad de ajustar el trabajo de comunicación, atención y comercialización a las exigencias del momento, con un profundo conocimiento del mundo real y el virtual (Asociación Colombiana de Mercadeo, 2015, citado en Sánchez Torres & Restrepo, 2015”

**Comentario:** Es ajustar y definir el público en redes sociales, conocer los usuarios es parte fundamental en el mundo digital, cuando planificas lo que vas a realizar, se obtienen mejores resultados.

**Título:** “La interacción entre marcas y usuarios en Facebook: comentarios, shares, likes y clics.”

Universidad Autónoma de Barcelona

**Autor:** Montse Lavilla

**Fecha:** Junio 2017

**Recuperado:** [https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl\\_10803\\_458600/mola1de1.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl_10803_458600/mola1de1.pdf)

**Aparte:** “Los usuarios a través de conversaciones con otros usuarios en redes sociales, están participando activamente en la configuración de la personalidad de las marcas, así como construyendo la notoriedad de las mismas. De este modo, el usuario pasa a influir en la opinión de otros usuarios mediante un canal de gran difusión.

**Comentario:** Habla sobre las relaciones que tenemos con los usuarios, constantemente están interactuando bien sea por un comentario, mensaje o like en la red social de

Facebook.

**Título:** “Comunicación e interacción en las redes sociales”:  
Universidad Nacional

**Autor:** Patricia Elena Gallo Cálada, Ángela Yamile Mora Wilches, Julio Alcides Rozo Garzón

**Fecha:** 2013

**Recuperado de:**

<https://repository.unad.edu.co/bitstream/10596/1839/1/Comunicacion.pdf>

**Aparte:** “Inicialmente, la red tuvo un uso por parte de la población joven con fines sociales y de entretenimiento. Después, la sociedad encontró otros, como la comercialización de productos, el llamado marketing Online, la indexación de información y la consulta de datos. La expansión de la Red a la fase de web 2.0, que trajo consigo la interactividad, permitió el auge de las redes sociales con diversas formas de uso. El interrogante que persiste es si estos espacios permiten una interactividad relacionada con procesos de educación.”

**Comentario:** “Explica detalladamente el concepto de marketing, y los beneficios que tiene, teniendo como fin las interacciones y comunicaciones en las plataformas digitales.”

**Título:** “Estrategia y creatividad digital/ Comunicación efectiva en Redes Sociales de contenido efímero.”

**Autor:** Sadery María Caraballo Curiel

**Fecha:** 2016

**Recuperado de:** [https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl\\_2072\\_300433/00 -  
TFM Sadery Caraballo.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl_2072_300433/00_-_TFM_Sadery_Caraballo.pdf)

**Aparte:** “La generación denominada Millennials, son los jóvenes que han nacido siendo nativos digitales. No conciben una vida sin tecnología avanzada, internet y mucho menos

sin redes sociales que los conecten con personas que están a metros de ellos o en cualquier parte del planeta.”

**Comentario:** Existen personas que su necesidad primordial puede ser el uso de redes sociales, que no puede faltarles a que estén conectados a una red, pues su estilo de vida es estar 24 horas del día a aparatos electrónicos.

**Título:** “Redes sociales y jóvenes. Uso de Facebook en la juventud colombiana y española.”

**Autor:** A. Almansa, O. Fonseca y A. Castillo Málaga (España) y Bogotá (Colombia)

**Fecha:** 05/09/2012

**Recuperado de:** [file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/Dialnet-RedesSocialesYJovenes-4148469\\_1.pdf](file:///C:/Users/Windows%2010/Downloads/Dialnet-RedesSocialesYJovenes-4148469_1.pdf)

**Aparte:** “Los adolescentes, para comunicarse en Facebook, han generado una serie de códigos nuevos de escritura, que no tienen en cuenta la gramática y las reglas ortográficas, sino que obedecen a otras condiciones como la velocidad de escritura y especialmente las estéticas digitales. Vemos cómo la escritura se ve afectada por normas caprichosas, emergen nuevas maneras de escribir como lo que denominamos «textos-imagen»: creados a partir de signos del teclado, en los que las letras se convierten en partes de imágenes que significan algo totalmente distinto a su significado lingüístico”

**Comentario:** Los mensajes de texto, ha cambiado mucho su forma de envío debido a la diversidad que tenemos en nuestro lenguaje, mediante imágenes o dibujos podemos expresar otros sentimientos.

**Título:** “El impacto de las redes sociales en las estrategias, actividades y comunicaciones de las empresas en Colombia” Caso del éxito, la 14 PRICESMART

**Autor:** JULIETH ISABELLA CLAVIJO GÓMEZ /GINA MARÍA VARGAS CAMACHO

**Fecha:** Noviembre, 2015

**Recuperado de:**

[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/bitstream/10906/79111/1/clavijo\\_impacto\\_redes](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/79111/1/clavijo_impacto_redes)

[2015.pdf](#)

**Aparte:** Las redes sociales se han vuelto parte de la cotidianidad de muchas personas, tanto que, según Vicente Díaz “el desarrollo de las redes sociales las convierte hoy en día en la principal vía de comunicación e información para muchos individuos en las sociedades contemporáneas” (Díaz Gandasegui, 2011; p. 2).

**Comentario:** Es fundamental hoy en día las redes para los seres humanos, facilita su comunicación y colabora a formar e informar a las personas.

**Título:** “Plan estratégico de marketing digital.”

**Autor:** Nicolas Gómez

**Fecha:** 2018

**Recuperado de:**

<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/11482/Tesis%20Nicolas.pdf>

**Aparte:** En un mundo globalizado donde todos los consumidores y clientes tiene acceso a internet y redes sociales, se hace necesario estar a la vanguardia con las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes; El marketing digital es una herramienta que permite a las organizaciones recolectar datos, crear estadísticas en tiempo real e interactuar con los clientes de una manera más efectiva y cercana. (Portafolio, 2016)

**Comentario:** El fenómeno de las redes sociales hoy en día se ha vuelto imprescindible

debido a la variedad de plataformas y aplicaciones que existen, la labor llamado marketing digital es un instrumento que va de la mano con el manejo de redes sociales, atención al cliente, entre otros.

**Título:** “Analizar la influencia de los mensajes en las redes sociales de marcas de prendas de vestir, sobre la decisión de compra en mujeres de 18 a 30 años de la ciudad de Cali”

**Autor:** Ana María Vargas Suaza

**Fecha:** 2015

**Recuperado de:** <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/8276/1/T06229.pdf>

**Aparte:** “La gran influencia del Internet, en la vida de las personas ya está más que comprobada por múltiples estudios, artículos, entrevistas, documentales, en fin por diversos medios de comunicación, que han mostrado la influencia de este medio, y en especial las redes sociales, que le brindan a las personas unas características especiales para hacerlas a fines a sus gustos y personalidades, pero a pesar de estos diversos estudios, la gran mayoría de las empresas que utilizan este medio para tener mayor cercanía con sus consumidores, aún no logran tener un buen manejo de sus cuentas, y en muchos casos esta interacción entre ellos termina dañando la reputación de las empresas.”

**Comentario:** Las empresas están actualizándose con el internet y redes sociales, para tener más cerca al cliente, mejorar la comunicación entre los colaboradores es el objetivo.

El fenómeno de las redes sociales hoy en día se ha vuelto imprescindible debido a la variedad de plataformas y aplicaciones que existen, la labor llamado marketing digital es un instrumento que va de la mano con el manejo de redes sociales, atención al cliente, entre otros.

Las relaciones interpersonales son parte de la esencia natural del hombre, y sin lugar a

dudas esta dinámica es trasladada a las organizaciones, las cuales como entes vivos y simbióticos requieren y dependen de una interacción permanente entre sus integrantes y el entorno.

## **7. Socialización de los Resultados de la Sistematización**

El último punto abordado en el trabajo de sistematización de la práctica profesional es encontrar la manera de que los conocimientos desarrollados en ella, sean compartidos con otras personas.

Es un conjunto de actividades y medios que favorezcan la apropiación social de dichos resultados por parte de otros actores sociales que no participaron en la construcción de éstos, con el interés de que contribuyan a impulsar procesos de sus realidades, espacios o contextos. (Capó, 2010, p.67)

**7.1 Título del Proyecto de Socialización.** Sustentación de la Sistematización como opción de Trabajo de Grado.

**7.1.1 Propósito de la Socialización.** Exponer ante un jurado el desarrollo de este trabajo de grado, con el fin de apropiarse de manera oral de los aprendizajes y experiencias obtenidas.

**7.1.2 Actividades y Medios para Socializar.** Exposición ante el auditorio con derecho a desarrollar preguntas de interés que surjan sobre los procesos académicos, legales o de reconocimiento.

## 8. Conclusión

Entender que de nosotros los comunicadores sociales depende romper el mito popular de que los medios de comunicación son el único canal donde podemos desarrollarnos como profesionales, sino al contrario, aprender a detectar en el entorno los problemas que atañen a las personas, identificar esos procesos que aparentemente pueden estar bien, pero en realidad tienen fallas.

A partir de este proceso de trabajo de grado se realizó una investigación detallada que permitió detectar la construcción de contenidos en la red social Facebook en Editores de Occidente, carece de creatividad e innovación, era necesario implementar una guía práctica para llevar a cabo este proceso. Desde una mirada diferente, fue una investigación de carácter retrospectivo sobre los hechos acontecidos y a partir de ellos se investigó y generó variedad de conocimientos.

El proyecto de sistematización fue muy bueno porque trata sobre una experiencia vivida, se siente cómodo expresar los hechos vividos y de manera espontánea contarlos, analizando y argumentando con teóricos, acompañado de los ejes correspondientes que guían la sistematización.

También anexo a este trabajo de grado, la importancia de conocer y leer detalladamente la guía de trabajos de grado, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, en la cual existen diferentes formas para presentar el trabajo de grado, practica en investigación, trabajo de grado- investigación, programas de educación continuada y sistematización de la práctica profesional, todas estas opciones de grado ofrecen el programa para llevar un proyecto acorde como trabajo final de la carrera.

El comunicador social puede desempeñar múltiples funciones en una organización, gracias a todas las ramas que existen, periodismo, Community manager, publicista, entre otros, encargado de llevar el control y la organización dentro de una empresa.

Hay que resaltar que los propósitos que impulsaron el desarrollo de esta sistematización han sido cumplidos y que se pudo a través de ella constatar que el rol del Community Manager puede ser ejercido por un comunicador social. Además de ello se pudo conocer, interpretar y organizar en una guía clara, las diferentes pautas que se deben de tener en cuenta a la hora de redactar contenidos para Facebook.

Finalmente considero que esta sistematización permite poder dejarle un legado a la universidad y así mismo a la empresa en la que realice la práctica profesional, la propuesta fue significativa, gracias al acompañamiento de docentes en el proceso, y a la creación de la guía práctica para la construcción de contenidos comerciales en la red social Facebook, minimizando los factores que se encontraban obstaculizando la falta de interés, y atención, optimizando los contenidos comerciales en la empresa.

*“Que nadie se quede sin servir” Padre Rafael García-Herreros*

## 9. Bibliografía

(Vazquez, 2019)

(Pighin, 2017)

(Editores de Occidente. (0). Directorio Amarillas del valle. , 2019)

(Giraldo., 2019)

(Mejia, 2020)

(Beatriz Feijoo Fernandez, 2018)

(Lavilla., 2017)

(Guía comercial trabajos de grado Comunicación Social, 2015, pág. Veronica Martinez Guzman)

(Aceldas, 2018)

(Juliet Isabela Clavijo, 2015)

(Patricia Elena Gallo, 2013)

(Suaza, 2015)

(Felipe Uribe Saavedra, 2013)

(Franco, 2008)

## 10. Anexos



Guia contenidos  
comerciales.pdf