



Corporación Universitaria Minutos De Dios Vicerrectoría Regional Llanos

Sistematización De Práctica Profesional En FINSTRUVIAL Entre El 1 Febrero Y El 1 De

Agosto De 2019

Presentado por:

DANNA CAMILA ARTEAGA JORDAN

Tutor:

Maribel Gaviria

Ciencias De La Comunicación

Comunicación Social - Periodismo

2019

Índice General

Introducción	3
Marco contextual.	4
JUSTIFICACIÓN.	5
Proceso a Sistematizar.	7
Problematización	8
Pregunta Problema	9
OBJETIVOS	9
Objetivo general	9
Objetivos específicos	9
Marco teórico.	10
Metodología.	16
RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA	17
ANALISIS DE LA EXPERIENCIA	25
PRODUCTO.....	27
CONCLUSIONES.....	42
RECOMENDACIONES:.....	43
ANEXOS	46

Introducción

La Fundación Para La Instrucción En Tránsito, Transporte Y Seguridad Vial – FINSTRUVIAL, una fundación que durante veinte años ha trabajado por la seguridad vial en el departamento del Meta y en el resto de Colombia, hoy día reconocida a nivel nacional por su ardua labor en materia de prevención vial, presenta grandes retos dentro del marco de las comunicaciones externas.

La identidad de una empresa ante el público externo es una parte importante del reconocimiento a la gestión de la misma, FINSTRUVIAL inició su labor de visibilización en redes sociales creando una página en una página de Facebook; con el pasar del tiempo y con ansias de mostrar la labor de la fundación, se crearon dos perfiles más: en estos se posteaban fotografías de las actividades que lideraba la empresa, pero se ofertaba el mismo portafolio de servicios en los tres perfiles, esta dinámica hizo que los seguidores presentaran confusión y crearan una imagen poco profesional de la empresa; otra estrategia que implementaron para el posicionamiento y reconocimiento de la labor de FINSTRUVIAL fue la creación en 2008 de la página web, sin embargo, con el paso de los días llegó al deterioro y finalmente entro en desuso.

Diversas estrategias, pero con acciones poco acertadas hacen que el objetivo no se consiga en su totalidad, la ausencia de la buena práctica de las comunicaciones externas es evidente, dicho esto, el trabajo que aquí se va a desarrollar está enfocado en la búsqueda de herramientas que permitan potenciar el posicionamiento FINSTRUVIAL.

Las estrategias deben estar enfocadas a los cambios del mercado, dado a los que las dinámicas del consumidor de medios y productos van evolucionando: cambiando y migrando de producto y de plataforma, las empresas deben avanzar al mismo paso. Las dinámicas que exige

día a día el Internet y la tecnología en general responden a la inmediatez y a las ansias de conocimiento. Esta es la nueva apuesta para los creadores de contenido y las empresas deben estar a la vanguardia de estas tendencias, por esto se necesita la construcción de un plan estratégico de posicionamiento para aplicación on-line.

Marco contextual.

La fundación FINSTRUVIAL, es una organización sin ánimo de lucro, que promueve y dinamiza procesos educativos, mediante la formación en normas de tránsito, transporte y seguridad vial, en forma ágil y eficaz.

FINSTRUVIAL, es la Fundación Para La Instrucción En Tránsito Transporte Y La Seguridad Vial, se encuentra ubicada en la carrera 19c # 38-22 frente al acueducto de Villavicencio, Meta, cuenta con una experiencia de 20 años, en los que prioridad ha sido el trabajo por la seguridad vial, dentro de sus prioridades están la orientación y la política pública de seguridad vial pensada para peatones y ciclistas, gracias a esto han podido desarrollar con el paso del tiempo diferentes departamentos como el de Ingeniería y Desarrollo, en el que se desarrollan tecnologías para la capacitación en seguridad vial para los ciudadanos.

La misión de FINSTRUVIAL se centra en Garantizar servicios de calidad para sector transporte y organismos de tránsito. Cuenta con un potencial humano y logístico, para responder a las necesidades del contexto y para aportar al desarrollo de competencias básicas y laborales requeridas por los usuarios. Por lo cual, puede ofrecer con responsabilidad y transparencia, servicios especializados de asesoría y consultoría, formación y actualización en gestión administrativa y operativa (1998.FINSTRUVIAL) la visión que se plantea que la fundación FINSTRUVIAL es: ser reconocida nacional e internacionalmente, en el año 2020, por ser una

entidad pionera en la promoción de la seguridad vial y el fortalecimiento de las competencias laborales en cada uno de los procesos relacionados con la conducción segura, la prevención de accidentalidad y la apropiación y práctica de las normas de tránsito.

En una apuesta por la búsqueda de calidad en el año 2008 FINSTRUVIAL, inicia un proceso de alianza con el SENA, donde se genera un espacio para practicantes administrativos (Cota SENA) solo hasta el 2019 se amplía el espacio para practicantes con el fin de fortalecer la calidad y responder a la oportunidad en comunicaciones, de la creciente necesidad por la visibilización de la labor de la fundación, del reconocimiento ante la comunidad se da inicio a una convocatoria a fin de seleccionar el personal idóneo para el manejo de las comunicaciones de FINSTRUVIAL, las habilidades y conocimientos del practicante seleccionado incluyen manejo de redes, creación y elaboración de contenido para plataformas virtuales, manejo de comunicaciones externas e internas.

Esta nueva experiencia se inicia con dos practicantes de comunicación social - periodismo de UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Orinoquia, una encargada de las tareas de comunicaciones externas y otras de comunicaciones internas. Es así tras realizar un análisis del estado de la imagen de FINSTRUVIAL se llega a la conclusión de que es necesaria la renovación del logo, como parte de la imagen corporativa de la empresa, además, de dinamizar el contenido de publicación.

JUSTIFICACIÓN.

La sistematización de la experiencia es un proceso de aprendizaje y construcción de conocimiento que sirve para el fortalecimiento de las actitudes y aptitudes del practicante en

relación con el conocimiento teórico adquirido en la academia; permite un trabajo mancomunado entre empresa y practicante en el que ambas partes se benefician de los aportes: la empresa recibe un aporte funcional permanente y el practicante, además de la experiencia, una carta de presentación de lo que es su labor.

La presente sistematización está enfocada en crear un producto que fortalezca la imagen de FINSTRUVIAL ante su público externo, dado que este público es razón importante para la vitalidad de la empresa.

Conseguir el posicionamiento de una marca es de suma importancia, pues el entorno le da valor a la labor que desarrolla la empresa, Roberto Espinoza dice que “El posicionamiento otorga a la empresa una imagen propia en la mente del consumidor, que le hará diferenciarse del resto de su competencia” (Roberto Espinoza, Welcome the new marketing, 2019, párr. 1). Esto es lo que se quiere lograr, que FINSTRUVIAL sea reconocida por su labor sobresaliente ante las demás empresas.

Las exigencias del mercado han cambiado, entonces, los consumidores ya no se limitan a la acumulación de información, sino, a gestión de conocimiento, la estrategia para la creación de contenido para las redes sociales y página de FINSTRUVIAL incluye el valor agregado de orientación, información, educación, para la seguridad vial de los diferentes actores viales. En la revista Didáctica, Innovación y Multimedia (DIM) se afirma que:

La Sociedad de la Información en la que empezamos a manejar las TICs, con la intención de gestionar y acumular la información que se genera, pasamos a la Sociedad del Conocimiento, en la que el manejo de las tecnologías ya no es tanto el acumular y gestionar información, sino que su importancia radica en que esa información se

transforma en conocimiento, por lo que las tecnologías deben facilitar el acceso al conocimiento y a su aprendizaje, de lo que se desprende que las tecnologías propias de la Sociedad del Conocimiento son las TACs. (Moya M, 2013, p.3)

Esta es la apuesta y el reto para la creación del contenido que alimenta las redes sociales y la página web de FINSTRUVIAL. Hoy por hoy las personas están más pendientes de lo que pasa en su entorno a través de las plataformas digitales, el estudio anual de redes sociales, publicado en el blog de la biblioteca de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca afirma que: “58 minutos diarios es el promedio de tiempo al día que se dedica a una Red Social.” (2018, párr.8) este es tiempo suficiente para potenciar y promocionar a FINSTRUVIAL. La plataforma y red social Facebook tiene un billón de descargas según la tienda de descargas PlayStore, el perfil de FINSTRUVIAL tiene más de 1400 seguidores, los cuales se pueden potencializar para el beneficio de la fundación.

Este proceso de sistematización de prácticas profesionales en Comunicación es importante pues ayuda a la construcción de antecedentes para próximos procesos de sistematización, además de que se convierte en material de insumo para la creación de nuevos productos.

Proceso a Sistematizar.

Durante los seis meses que comprenden el proceso de práctica profesional se busca optimizar y dar mayor nivel de posicionamiento de la Fundación Para La Instrucción En Tránsito Transporte Y Seguridad Vial Para llegar a la creación de productos y actividades efectivas que generen recordación de marca, además de posicionamiento en los habitantes de Villavicencio. Lo

anterior, estructurado en una estrategia de comunicación On-Line, la cual debe responder a las nuevas necesidades que el mercado exige, como lo resalta Ortegón (2014)

Hoy en día, las marcas han ido evolucionando hasta convertirse en una experiencia de vida para los consumidores, motivo por el cual, la correcta gestión de marca ha venido adquiriendo una mayor relevancia para los mercados. En este sentido, existen muchos motivos por los cuales las empresas deben estudiar, construir y medir el desempeño de sus propias marcas, siempre orientadas al fortalecimiento y reconocimiento por parte de los consumidores. (p.2)

La estrategia debe enmarcar un contenido que genere una experiencia con la que se identifique el público objetivo de FINSTRUVIAL.

Problematización

La comunicación externa de una empresa juega un papel importante ante el reconocimiento de la misma, según Carlos J. Báez (2000) resalta que “el instrumento privilegiado para realizar esta comunicación son los medios de comunicación de masas (...) la comunicación externa emplea las campañas publicitarias y las relaciones públicas, para relacionarse con su entorno y para establecer y fortalecer las relaciones institucionales” (p.109). La Fundación Para La Instrucción En Tránsito, Transporte Y Seguridad Vial, señala importante resaltar y dar a conocer su labor al público externo. Es por ello que, en tres diferentes oportunidades y sin asesoría de un comunicador, se crearon tres páginas de Facebook, todas tres tenían el mismo objetivo: dar a conocer la labor de FINSTRUVIAL a través de las fotografías tomadas en las diferentes actividades lideradas por ellos, además se mostraba el mismo

portafolio de servicios, el contenido que se manejaba en estos perfiles carecían de dinamismo y esto se veía reflejado en la escasa interacción de las publicaciones.

El reconocimiento de la labor de FINSTRUVIAL es una necesidad de posicionamiento, entiéndase como posicionamiento el resultado que se adquiere después de desarrollar una estrategia para un público objetivo según Urban (1975) “El posicionamiento de mercado es concebido como la estrategia que se adoptará en relación con la segmentación de mercado y con la selección de los segmentos en los cuales la empresa quiere participar” (citado en Tipologías del posicionamiento de marcas. Un estudio conceptual en Brasil y en España. Serralvo, F., & Tadeu Furrier, M. 2005.p 7).

Pregunta Problema

¿Qué estrategia de comunicación reúne las herramientas ideales para generar experiencias con las que se identifique el público objetivo y que a su vez contribuyan al reconocimiento de FINSTRUVIAL como líder veedor de la seguridad vial en la ciudad de Villavicencio?

OBJETIVOS

Objetivo general

Sistematizar la práctica profesional en FINSTRUVIAL a través de un plan estratégico de posicionamiento que reúna las herramientas ideales para el fortalecimiento de la interacción del Instituto De Educación Para El Trabajo Y El Desarrollo Humano, FINSTRUVIAL, en los escenarios On-Line.

Objetivos específicos

1. Determinar el perfil del usuario on – line de FINSTRUVIAL.

2. Diseñar un plan estratégico de posicionamiento para escenarios On-Line que permita aumentar la interacción de los usuarios de las plataformas social-media, seguidores de FINSTRUVIAL.
3. Especificar las mejores opciones de horarios de publicación y temáticas para la publicación de contenido en las plataformas virtuales en las que FINSTRUVIAL tiene presencia para obtener dinamismo.

Marco teórico.

Para entender la comunicación es necesario conocer cuál es su origen, su importancia para las relaciones humanas y comerciales de la actualidad. La palabra comunicación proviene del latín "comunis" que significa "común", de allí que comunicar signifique transmitir ideas y pensamientos con el objetivo de ponerlos "en común" con otro. Esto supone la utilización de un código de comunicación compartido (Scribd)

La comunicación desde el inicio de los tiempos ha sido la base de las relaciones humanas, la necesidad de entender y compartir información para subsistir hizo que, de la mano de la evolución morfológica, evolucionaran las formas de comunicación. El inicio de la comunicación entre los humanos se genera en la especie de los "homo" con lenguaje verbal que corresponde a la emisión de sonidos y al no verbal que corresponde a los gestos, Enrique Dans dice que "Hace unos cincuenta mil años, algunas agrupaciones del género Homo empezaron a desarrollar la capacidad de comunicarse verbalmente, de transmitir información mediante un código compartido, un lenguaje." (2016) Esta forma de comunicación fue efectiva, pero, empezó a presentar dificultades en cuestiones de tiempo distancia, pues estos dos factores dificultaban la recepción de la información emitida, es así como hace cinco mil años el hombre desarrolló la escritura como forma de comunicación. Esta forma de comunicación era utilizada en sus inicios

por aquellos que formaran parte de la realeza, solo hasta la llegada de la imprenta se masificó la escritura.

Para poder decir que hay comunicación se reconoce que se involucran dos actores (emisor y receptor), un mensaje y un canal, “La comunicación tiene dos sentidos: el primero es la capacidad de percibir, el segundo reside en nuestra capacidad de transmitir” (Tello, 2014, p.9). Entiéndase emisor como aquel que envía el mensaje o la información, receptor como el que recibe la información, el mensaje como la información que se desea transmitir y el canal, es el medio por el que se envía el mensaje.

La creación de un mensaje está hecha para dar inicio a la comunicación, pues se parte de la intención de atraer a un receptor, quien, dependiendo de la fuerza de ese primer mensaje, lo continuará o simplemente lo ignorará, que, a su vez este actuar también es una respuesta. El análisis que hace el individuo a su entorno lo lleva emitir un mensaje que desencadena una reacción en cadena, “Cada uno está pendiente de recibir las señales que le indiquen cómo debe actuar. No es posible reaccionar sin <<escuchar>> quien actúa es el individuo...” (Tello, 2014, p.8).

Harold Laswell en 1948 publicó un modelo que pretendía explicar el comportamiento de las masas, “el modelo Laswell es un modelo básicamente descriptivo cuya finalidad es establecer los ámbitos de análisis de los actos comunicativos los cuáles podían ser descriptos a partir de responder cinco interrogantes: ¿(1) Quién dice (2) Qué, en (3) ¿Qué Canal, (4) a Quién y con (5) Qué Efecto?” (Comunicólogos, párr.4) este modelo permite comprender la esencia de la comunicación y entender los actores que intervienen en la acción comunicativa. Este aporte a la comunicación permite llegar a identificar el cómo han cambiado los públicos y los consumidores, dado que respondiendo a estos interrogantes desde el ámbito investigativo es

posible generar el perfil de cómo está caracterizado el target de una empresa, además, el aporte de Laswell es de suma importancia para llegar a construir un diagnóstico fuerte, que describa a cabalidad todos los aspectos de una situación en particular, la formulación de una estrategia de comunicación necesita como punto de partida u diagnóstico del problema o situación a mejorar.

Una estrategia de comunicación es una herramienta para direccionar las acciones que van a dar el cumplimiento a un objetivo, según el glosario de comunicación corporativa una estrategia de comunicación es: “la planificación de la gestión de flujos comunicativos de la organización, acorde a los objetivos y valores de la esta.” (E. Vásquez, Comunicación Corporativa) el enfoque de la estrategia depende del público al que se quiera llegar, puede ser interno o externo, para este caso la aplicación de la estrategia será para el público externo y se diseñará desde las comunicaciones externas de FINSTRUVIAL.

La comunicación externa en una empresa es importante porque atiende las necesidades de los clientes directos de una empresa, el público externo al que le interese el enfoque de la empresa y porque pone en común la labor de la empresa a la comunidad en general, según el glosario de comunicación corporativa la comunicación externa se encarga de: “transmisión de mensajes de la organización a públicos externos para mantener con estos una interacción con intenciones operativas, estratégicas, de difusión y de promoción de una buena imagen.” (E. Vásquez, Comunicación Corporativa)

Llegar a impactar o captar la atención de un público en específico requiere conocer las herramientas idóneas para establecer un plan de acción, desde el marketing que es “el conjunto de principios y prácticas cuyo objetivo es potenciar la actividad comercial” (Castaño, Jurado 2016) fundamentados en el marketing es posible crear una estrategia acertada, para llegar a la consecución del objetivo del marketing es importante conocer el sector para el que se está

diseñando una estrategia de marketing, saber para quien se está trabajando facilita la construcción de un mensaje.

De la mano de la comunicación externa está la comunicación integrada de marketing (CIM) que tiene por objetivo hacer que “la marca hable con una sola voz, a través de la coordinación en integración de los diferentes mensajes dirigidos al público objetivo” (Estrella, Segovia, 2017, p.16) el que mensaje transmita una marca debe conectar con una experiencia cotidiana para crear empatía en el consumidor

La llegada del Internet a la sociedad cambio por completo las dinámicas de los medios de comunicación, de las empresas, de las ventas y de las formas de vida de los individuos. Lo que en un principio era la necesidad de interconexión con más velocidad y capacidad de almacenamiento para las empresas americanas, se convirtió en todo un medio de comunicación con el nacimiento de www. el sistema de transmisión de imágenes, texto y sonido a través de hipertexto creado por Tim Berners – Lee en 1991.

La cantidad de cibernautas crece cada día, a tal punto que más de la mitad de la población mundial tiene Internet , el diario El Nacional de Perú, en la edición del 7 de diciembre del 2018 publicó un artículo en el que afirmó que “Unos 3.900 millones de personas usan actualmente Internet , por lo que por primera vez más de la mitad de la población global está 'online', informó este viernes la Organización de las Naciones Unidas” (El Nacional, 2018 ¿Cuántas personas en el mundo usan Internet?) estar en línea hoy día es tan relativamente fácil, pues cada vez se están creando aparatos inteligentes, ahora no son solo los computadores y dispositivos móviles, ahora hasta los electrodomésticos están en línea.

La creación y los avances de innumerables tecnologías, tan a la mano produjeron que se creara el término de “TICS” o Tecnologías De La Información, que según la revista DIM son:

un conjunto de tecnologías desarrolladas que están a disposición de las personas, con la intención de mejorar la calidad de vida y que nos permiten realizar distintas gestiones con la información que manejamos o a la que tenemos acceso, de manera que además de gestionarla (recibirla-emitirla-procesarla), la podemos almacenar, recuperar y manipular, es decir, agregar contenidos, etc., esto en cuanto a acciones (Moya, 2013)

La evolución de las tecnologías de la información comprende avances tanto en materia de software (soporte lógico del sistema que un aparato llegue a realizar las funciones para las que fue diseñado) como de hardware (hace referencia a la parte física que conforma un sistema informático) con el paso de los años llegaron a crecer para suplir las necesidades del mercado que día a día exige innovación e inmediatez en temas de consumo y de conocimiento, de esta manera el término de TIC también evolucionó en base a las características que le iban otorgando los avances tecnológicos. “Las características de estas tecnologías van cobrando diferentes grados de protagonismo con el paso del tiempo y en estos últimos años destacan las siguientes: instantaneidad, interactividad, interconexión y diversidad, sin que por ello desaparezcan otras características que podemos considerar básicas o fundamentales.” (Grande, M., Cañon, R., e Cantón, I. 2016, p.10)

De la mano de las TIC ha llegado a crearse una situación a la que se denominó brecha digital que es

la separación que existe entre las personas (comunidades, estados, países...) que utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como una parte rutinaria de su

vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas o que, aunque las tengan no saben cómo utilizarlas. (La Brecha Digital.org, 2018)

es por ello que con el fin de reducir la brecha digital se vio la necesidad de alfabetización, las TIC en un entorno de educación se convirtieron en las TACs o Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento que da lugar a la sociedad del conocimiento cambiando así la función de las tecnologías,

el manejo de las tecnologías ya no es tanto el acumular y gestionar información, sino que su importancia radica en que esa información se transforma en conocimiento, por lo que las tecnologías deben facilitar el acceso al conocimiento y a su aprendizaje, de lo que se desprende que las tecnologías propias de la Sociedad del Conocimiento son las TACs. (Moya, 2013)

La revolución tecnológica ha ampliado los públicos en los que se quiere impactar, pues ha cambiado las formas de consumo, es por esto que el marketing evolucionó y para poder atender las necesidades de las empresas de posicionarse en las nuevas plataformas, las digitales, trabajando ahora desde el marketing digital que “consiste en utilizar las herramientas del marketing tradicional en entornos digitales” (Castaño, Jurado, 2016) entornos donde los públicos o clientes están en masa, el contenido del mensaje desde el marketing digital debe hacer sentir “al individuo único, especial, volviendo al trato personal que ofrecían las dependencias a sus clientes habituales en otras épocas, pero todo ello en un entorno digital” (Castaño, Jurado, 2016) la migración a las plataformas digitales es una forma de estar a la vanguardia de la mano de los cambios que hacen los usuarios o consumidores y a su vez, representa un reto.

A partir de 1971 cuando se envió el primer email empezaron a verse cambios y avances en lo que se podía encontrar en la red, pues se empezaron a crear plataformas en las que los usuarios podían crear su propio espacio y contenido, como lo es el caso de GeoCities, “una de las primeras redes sociales de Internet ... La idea era que los usuarios crearan sus propias páginas web y que las alojaran en determinados barrios según su contenido.” (2011, Blog historia de la informática) fundada en 1994, para 1997 se inaugura Sixdegrees.com red social que tienen el plus de crear un perfil persona e incluir lista de amigos, la primera red social pensada desde el marketing fue MySpace lanzada en 2003.

Según la revista Dinero en Colombia la red social más popular “tiene más de 25 millones de usuarios únicos mensuales” siendo esta afirmación, una oportunidad importante para las empresas colombianas de darse a conocer a una comunidad en general y a un público en específico, en el mismo artículo enumera las ventajas de una empresa al estar vinculadas a las redes sociales, una de estas es el tráfico, pues el número de personas que pueden ver, conocer y compartir su producto de manera orgánica es amplio y que gracias a los algoritmos en los que se encuentran sustentadas las redes se amplían las posibilidades de que cada vez más personas lleguen al contenido publicado.

Metodología.

La metodología para la sistematización de la práctica profesional es de enfoque mixto desde el enfoque cualitativo se realiza el análisis a una situación real que es subjetiva, pues parte de un diagnóstico, por otra parte, el enfoque cuantitativo aporta herramientas de recolección y medidas exactas.

Roberto Hernández Sampieri resalta que “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales”. (Metodología de la investigación, 2014, p.534).

Para el cumplimiento de los objetivos planteados para esta sistematización se hace uso de las siguientes herramientas de recolección y análisis de información:

1. La encuesta como método de recolección de información, para llegar a la descripción de los perfiles del público objetivo, que consume el contenido, a través de Facebook.
2. La revisión documental, permite adquirir conocimiento para llegar a actividades y herramientas adecuadas que conformen la estrategia de comunicación On-Line para el público externo de FINSTRUVIAL.
3. La observación y el análisis de datos son herramientas que permiten el reconocimiento de espacios físicos y virtuales que son apropiados para el desarrollo de la estrategia.

Paradigma interpretativo.

Este paradigma trata de comprender la realidad de las relaciones humanas, el sujeto de investigación aporta datos para hacer una radiografía de la situación investigada. Lo que permite entender las dinámicas de consumo de los seguidores de FINSTRUVIAL a través de la plataforma y red social Facebook.

RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA

El proceso para sistematización de práctica profesional inicio, con la vinculación a la Fundación Para La Instrucción En Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL, en donde en un primer momento para hacer un acercamiento a las comunicaciones externas de la

empresa, como primera medida se optó por hacer una revisión documental, para así conocer los procesos planteados y llegar a compararlos con los procesos aplicados, dado que en la empresa antes no se había hecho un proceso profesional de comunicaciones, estos documentos eran inexistentes, como segunda medida se recurrió a las plataformas virtuales con el fin de observar las necesidades, de la función, identificar las oportunidades de mejora, las amenazas, las fortalezas y debilidades, para así proponer una estrategia que permitiera optimizar, fortalecer y aprovechar las oportunidades de mejora, relacionadas en la figura 1.

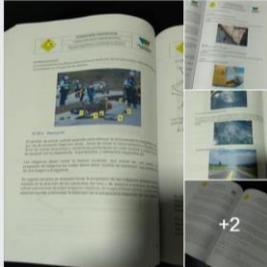
FODA	
AMENAZAS	FORTALEZAS
Tres perfiles de Facebook ofreciendo el mismo portafolio de servicios.	Presencia en la plataforma/red social (facebook)
El direccionamiento o sentido de las publicaciones realizadas.	Seguidores interesados en el contenido.
El compromiso con la publicación de contenido de calidad.	presencia desde hace años en internet.
Página web hackeada	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
Tres diferentes perfiles de Facebook.	Los seguidores de FINSTRUVIAL en los diferentes perfiles de Facebook.
Contenido poco dinámico.	Público interesado en la labor de FINSTRUVIAL.
La calidad de las fotografías posteadas.	Seguidores nacionales e internacionales.
Baja interacción de los seguidores con los perfiles de Facebook.	La herramienta Historias en Facebook, como medio para transmisión de información y contenido.
Regularidad de las publicaciones.	Página web propia.
Desuso de la página web.	

Figura 1 FODA. Análisis de las plataformas en las que FINSTRUVIAL tiene presencia para el 1 de febrero.

El ejercicio de las comunicaciones externas por parte de FINSTRUVIAL, hasta el 1 de febrero de 2019, estuvieron enmarcadas en la presencia de Fundación Para La Instrucción En Tránsito, Transporte Y Seguridad Vial en tres diferentes perfiles de Facebook, en los que no

había un enfoque independiente, sino que, se mantenía la misma información o portafolio de servicios, uno de ellos ya en desuso, se puede decir que se manejaba un perfil informal, pues las publicaciones carecían de identidad corporativa, dado que no estaban debidamente rotuladas o descritas; en la siguiente tabla, se relacionan las últimas 6 publicaciones antes del 1 de febrero de 2019, de las que se puede concluir que la periodicidad de publicación está en un lapso de 1 a 2 meses, que la descripción que acompaña la publicación es ambigua y poco diciente.

	CONTENIDO DE LA PUBLICACIÓN	CONTENIDO QUE DESCRIBE U ACOMPAÑA LA PUBLICACIÓN	FECHA	ALCANCE
PUBLICACIÓN 1 	Seis fotografías, en las que la fundación esta dictando una capacitación, no tienen marca de agua y los elementos que componen las fotografías no muestran elementos en los que se muestre la imagen corporativa de la fundación.	“Más actividades para promover la Seguridad vial”	19 de Enero de 2019	326 personas alcanzadas. 7 me gusta directos. 0 comentarios. *fue promocionada el 25 de Enero y obtuvo un alcance de 11 personas.
Publicación 2 	Cinco fotografías, donde 3 son de baja calidad, están en forma mal toadadas, no contienen la imagen de la fundación, a excepción de dos en las que	“nuestra razón de ser la seguridad vial”	3 de diciembre de 2018	235 personas alcanzadas. 7 me gusta directos. 0 compartidos. 0 comentarios.

	apareen funcionarios de la empresa con el chaleco que lleva el logo.			
Publicación 3 	14 fotografías, que evidencian la labor de la fundación en un colegio, la única presencia de la imagen corporativa en las imágenes está en el chaleco de los funcionarios de FINSTRUVIAL.	“Actividades de seguridad vial”	17 de agosto de 2018	90 persona alcanzadas. 3 me gusta directos en la publicación. 0 compartidos.
Publicación 4 	5 fotografías, de calidad media, que muestran parte del contenido del libro hecho por la fundación, la imagen corporativa aparece en el encabezado del libro.	“Finstruvial diseño el libro que compila información sobre tránsito, transporte, seguridad vial, policía judicial entre otros temas para su ilustración y aplicación del PESV, adquiéralo”	12 de junio de 2018	90 personas alcanzadas. 4 me gusta. 0 compartidos. 0 comentarios.
Publicación 5 	5 fotografías de calidad media, donde semuestran diferentes actividades que no son claras o dicientes, la imagen de la fundación esta presente en 4 de las fotos a través los chalecos que llevan el logo.	“Contribuimos con la formación en seguridad vial a través de nuestros programas autorizados por la Secretaria de educación”	12 de junio de 2018	159 personas alcanzadas. 4 me gusta. 0 compartidos. 0 comentarios.
Publicación 6				

	<p>Cinco fotografías del libro creado por la fundación, de calidad media, la imagen corporativa esta presente solo en las paginas del libro.</p>	<p>“Ofrecemos programas y documentos de orientación tránsito, transporte y seguridad vial, consúltenos”</p>	<p>12 de junio de 2018</p>	<p>95 personas alcanzadas. 3 me gusta. 0 compartidos. 0 comentarios</p>
---	--	---	----------------------------	---

La prioridad e inspiración para la fundación FINSTRUVIAL, está en los principales actores viales que muestra la pirámide de hora de hacer revisión al logo, que representa la imagen corporativa de la empresa, se identifica que la representación de este no es fiel a la filosofía corporativa.



Imagen tomada de laconsulta.gov.co

El proceso de análisis y reconocimiento de las debilidades y oportunidades duró aproximadamente un mes, del cual se concluyó que la estrategia debía estar enfocada en

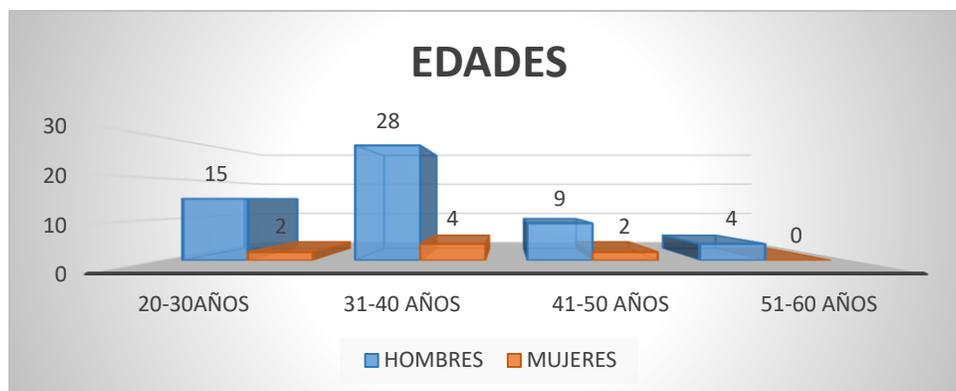
dinamizar las plataformas virtuales en las que se tiene presencia; por otro lado, se recomendó un cambio en la imagen de la empresa, que corresponde a la actualización del logo, además, de una reestructuración de la página web.

Para la creación de contenido fue necesaria la delimitación del público objetivo, que se determinó a través de una entrevista realizada al coordinador académico, Boris Fernando Medina Polo con quien se determinó que: el público objetivo del Instituto De Educación Para El Trabajo Y El Desarrollo Humano, FINSTRUVIAL corresponde a 53% de mujeres y 47% de hombres en edades de los 22 a 25 años; además, de una encuesta (figura2) realizada a las personas que estuvieron de manera presencial en busca de los servicios de FINSTRUVIAL, la encuesta arrojó los siguientes datos:

- Número total de personas que acudieron a las instalaciones de FINSTRUVIAL, en un espacio de lunes a viernes, en horario de 8:00 am a 12:00 m y de 2:00 am a 6:00 pm



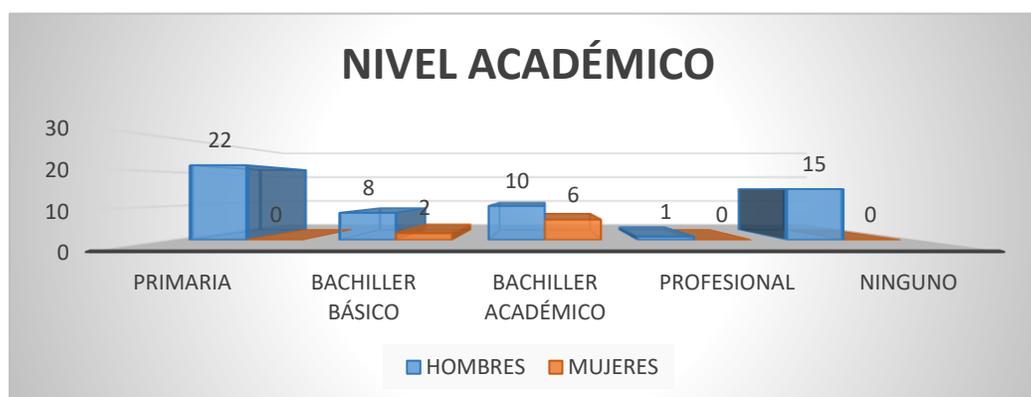
- Edades de las personas que acudieron a las instalaciones de FINSTRUVIAL:



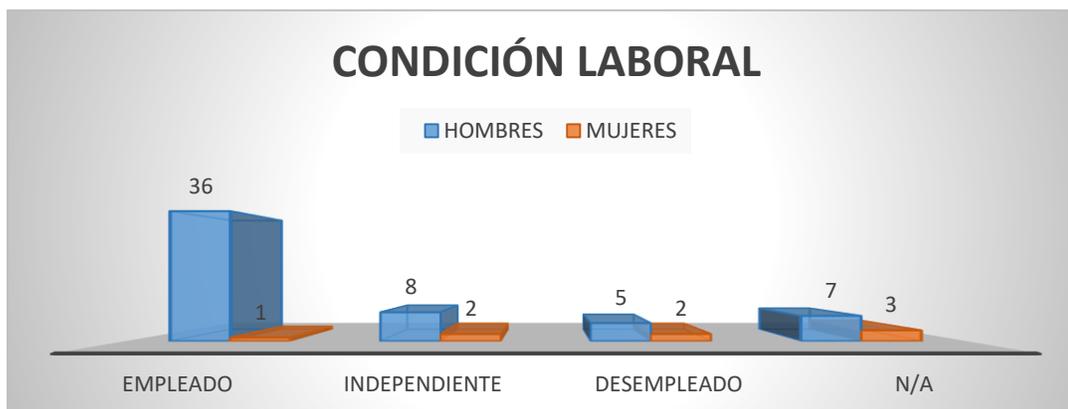
- Estrato de las personas encuestadas:



- Nivel educativo de las personas encuestadas:



- Condición laboral de las personas encuestadas:



- Motivo por el cual visita acude a las instalaciones de FINSTRUVIAL:



A partir del segundo mes, se inicia el segundo momento, que consistió en la ejecución de la propuesta de dinamizar las redes sociales, para esto se empieza con la creación de un cronograma de publicación, el diseño y publicación de piezas gráficas (actividad que se realizó hasta el final del proceso), con el fin de empezar a determinar los horarios y temas más convenientes para atraer los seguidores de FINSTRUVIAL en Facebook, además, se identifican las fechas importantes (figura 3) que pueden ser aprovechadas para llegar a más personas a través de las redes sociales, se enlistan los temas a tratar (figura 4) para la creación de contenido de interés general, que lleva a tener a los seguidores interesados, activos y a gusto con ser parte de la comunidad virtual de FINSTRUVIAL, todo esto hace parte de un proceso de fidelización.

	Título	Tema	Fecha	Hora	Imágenes	Canal	Semaforo
Semana 1, curso de manejo defensivo							
Lun	¿sabías qué?	¿Qué es el manejo defensivo?		9:30 a. m.	ilustraciones de sustancias peligrosas	 	
	Misión	Misión de Finstruival		2:00 p.m	magen de la misión de finstruival		
Mar	¿sabías qué?	Aunque sepas conducir muy bien no estas exento de un accidente.		10:00 a. m.		 	
	Tip Seguridad Vial			08:30 a.m			
Mié.	Curso	características y descripción del curso		02:00 p.m	Vídeo corto explicando el manejo defensivo mientras se conduce por lass vias de V/cio.	 	
Juv	Trabajando por la seguridad Vial	#TBT		10:00 a.m	Fotografías de las diferentes actividades que ha realizado FINSTRUIVAL.	 	
Vier	Tip Seguridad Vial	casos en los que se puede aplicar lo aprendido		11:30 a.m	Vídeo de un tip para tránsito en la ciclo ruta aplicando manejo defensivo.	 	
Sab	Curso	1.descripción del curso. 2. Requisitos		9:30 a. m.		 	
Durante la semana se realizan publicaciones de visibilización de actividades.							

Estructura del calendario de publicación

La propuesta de lo que es el nuevo logo de la imagen corporativa de la fundación (el resultado obtenido corresponde a la figura 5), que, para lograr impactar en la mayoría del cuerpo administrativo, a partir de la primera propuesta se hizo una junta en la que se decidió los elementos que irían en el; la maquetación de lo que es actualmente la página web, fue un proceso de continua retroalimentación con el Director de Proyectos,

Las actividades de creación de contenido, estuvieron presentes en el tercer momento (desde el cuarto mes), que corresponde a la alimentación de la página web y el diseño de la estrategia denominada: “*Plan Estratégico De Posicionamiento On – Line*”

ANÁLISIS DE LA EXPERIENCIA

Poner en “común” que es el objetivo de la comunicación humana, hoy en día trasciende el plano físico, pues, con la evolución de la comunicación en sí misma y con la llegada de las tecnologías como herramientas facilitadoras de la comunicación ya no se hace necesaria la presencia física de los individuos para compartir un mensaje, los canales de comunicación son ahora tan diversos y tan asequibles que llegaron a transformar las dinámicas del mercado, las formas de consumir.

Las plataformas social-media, permiten a las empresas llegar con facilidad a individuos que conforman parte de su target, no solo para visibilizar su labor, sino, para ofertar productos y servicios, además de fidelizar a sus clientes externos, el uso de las Tacs, que no es más que generación de conocimiento, se convierte en una forma de contribuir a la satisfacción de la necesidad de la comunidad en general, pero además, es una herramienta que facilita tener al público objetivo, activo e interesado en lo que se publica a través de los perfiles en línea de las organizaciones.

El uso de las herramientas que la tecnología ofrece, puede ser un éxito total, si, desde el primer momento se conocen las necesidades de los públicos (interno – externo) pues, este punto permite la estructuración de una estrategia idónea, que responda a las necesidades del público interno, de la compañía en sí, que se verá reflejado en el planteamiento de los objetivos de la estrategia y del público externo, en la ejecución de la estrategia.

Conocer el público externo requiere de constante seguimiento y análisis del actuar de los involucrados, estructurar las preferencias de contenido, la regularidad con la que ingresan a las redes sociales y portales web, los horarios en que lo hacen, esto permite optimizar el potencial de las publicaciones, para poder llegar a una conclusión sobre este tema se debe tener en cuenta que se oportuno encuestar de manera presencial al target y hacer un seguimiento interno a las estadísticas del tráfico de seguidores, del alcance y acciones de la publicaciones con respecto al perfil de la empresa.

El éxito de una estrategia es una articulación de observación, análisis, conocimientos práctico-teóricos y procesos que respondan a la necesidad de la empresa con la que se está trabajando, es por ello que para lograr construirla se requiere partir de un diagnóstico, en el que

se evalúen las amenazas y debilidades para llegar a transformarlas en la fortalezas y oportunidades.

PRODUCTO

Este producto es una estrategia diseñada para el posicionamiento de FINSTRUVIAL, en las plataformas On – Line, enfocada en los servicios de educación que se brinda desde el Instituto De Educación Para El Trabajo Y El Desarrollo Humano, FINSTRUVIAL.



▶ PLAN ESTRATÉGICO PARA POSICIONAMIENTO ON LINE ◀

TRABAJANDO
POR LA

20
AÑOS

SEGURIDAD
VIAL

DANNA CAMILA ARTEAGA JORDAN
COMUNICADORAS SOCIAL - PERIODISTA



CONTENIDO

1. Análisis y punto de partida	3
Servicios.....	3
Publico objetivo.....	4
Presencia en Internet.....	5
¿Cómo se habla de FINSTRUVIAL?.....	7
¿Qué hace la competencia?	8
2. Objetivos	8
3. BUYER Persona.....	9
4. Plan de contenidos.....	12
5. Plan de plataformas.....	13
Horarios de publicación	13
Identidad corporativa en las piezas a publicar.....	14



ANÁLISIS Y PUNTO DE PARTIDA

SERVICIOS

La Fundación FINSTRUVIAL, ofrece a lo largo de su extensa experiencia servicios relacionados con la ingeniería de vías, estudios de tránsito, transporte, movilidad, seguridad vial entre otros programas de capacitación en competencia laboral enfocados a las áreas de transporte, tránsito y seguridad vial, para efectos de este plan para el posicionamiento ON LINE se trabajará sobre los siguientes servicios: programas de capacitación en competencia laboral.

Servicio 1



Técnico laboral por competencias en investigación judicial y criminalística.

Servicio 2



Técnico laboral por competencias en control y seguridad vial.

Servicio 3



Técnico laboral por competencias en asistente en saneamiento ambiental.



BUYER DE PERSONA

PUBLICO OBJETIVO

Persona 1.



Nombre: Olga Restrepo
Edad: 16 años
Educación: Bachiller (9 grado)
Estado civil: Soltera
Condición laboral: N/A
Ingresos anuales: N/A

Conducta On Line:

Activa en redes sociales, interacciona constantemente con el contenido de su interés, comenta las publicaciones mas relevantes para ella, comparte el contenido que considera que puede ser relevante para sus seguidores. Pertenecce a la generación "z" (hombres y mujeres nacidos después de 1995).

Relación con nuestra compañía:

conoce de FINSTRUVIAL por medio de las redes sociales, además de que participó de una capacitación en seguridad vial realizada en Villavicencio.

¿Qué intereses tiene?

Es una mujer con ansias de capacitarse en temas de la seguridad vial o la criminalística para llegar a desempeñarse en estos campos.

¿ Qué desea o qué aspira?

Empezar sus estudios profesionales en investigación judicial y criminalística o en control y seguridad vial, para desempeñarse en cargos relacionados con estos campos con el fin de poder salir adelante.





PRESENCIA EN INTERNET

¿EN QUE PLATAFORMAS ON LINE PODEMOS ENCONTRAR A FINSTRUVIAL?

FACEBOOK.

Activos en esta red social desde 2009, constantemente se publica información de interés general, difundida en tipos de seguridad vial, información relacionada con las actividades lideradas por la fundación. Actualmente se cuenta con 1464 me gustas y 1478 seguidores, el alcance las publicaciones sobrepasa los 300 seguidores orgánicos.



INSTAGRAM

Presentes en esta App desde 2019, con 51 seguidores orgánicos



TWITTER

Activos en FINSTRUVIAL desde el 2017, actualmente se cuenta con 172 seguidores orgánicos.





PORTAL WEB.

Creado en 2008, reestructurado y actualizado en 2019, desde esta plataforma se dan a conocer los diferentes servicios de la fundación, se le da atención a los estudiantes y futuros estudiantes del Instituto De Educación Para El Trabajo Y El Desarrollo Humano.



¿Qué tan preparada esta la pagina web para responder las necesidades de los usuarios?

Desde ww.finstruvial.com se puede dar tratamiento directo al 95% de las inquietudes de los usuarios, el 5% restante, corresponde consultas adicionales de los usuarios, hechas por vía telefónica o directamente en las instalaciones de la fundación. Los usuarios no tendrán dificultades para navegar desde un dispositivo diferente a un computador, pues es responsive.



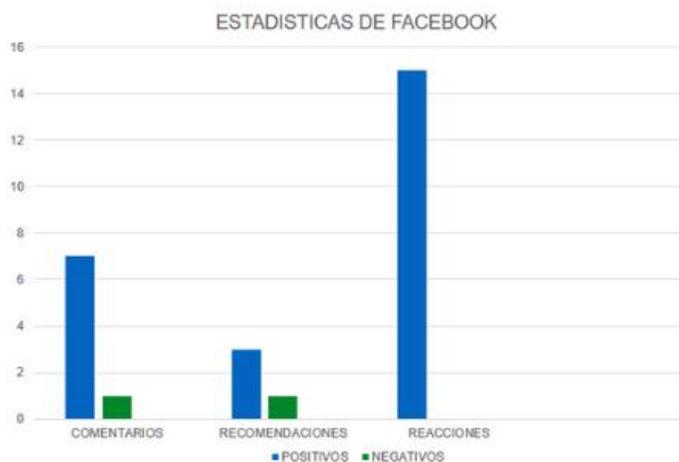
Inicio para el acceso de estudiantes y docentes al aula virtual; para interesados en estudiar con el instituto De Educación Para El Trabajo Y El Desarrollo Humano FINSTRUVIAL, dispone una opción de pre-registro.



Para el público en general se dispone de un formato de contacto, enlazado directamente con la intranet de FINSTRUVIAL, para de esta manera tener mayores posibilidades de contacto con la comunidad interesada en la fundación.



¿CÓMO SE HABLA DE FINSTRUVIAL ?



Maria Rojas Gracias x compartir  1

Me gusta · Responder · Mensaje · 11 sem



Finstruvial Maria Rojas Lo hacemos con el mayor de los gustos, trabajamos para personas cómo tú y por la seguridad vial.

Me gusta · Responder · 10 sem  1



Alejandro Zafrá ▶ **Finstruvial**

15 de marzo · 

Felicidades por su vigésimo cumpleaños de finstruvial que ha servido de mucho para la comunidad Dios los siga bendiciendo

Más antiguos ▾



Finstruvial Gracias Alejandro por tus deseos, esperamos continuar con nuestro trabajo por mucho más tiempo, ayudándole a nuestra región, porque la seguridad vial es un compromiso de todos.

Me gusta · Responder · 19 sem



¿QUÉ HACE LA COMPETENCIA?

	SENA	Instituto Syspro
Web	Sí	Sí
Facebook	Sí	Sí
Instagram	Sí	Sí
Twitter	Sí	Sí

OBJETIVOS

OBJETIVO 1



Incrementar el número de personas alcanzadas con las publicaciones en los perfiles social media de FINSTRUVIAL.

OBJETIVO 2



Generar incremento en el número de personas que interactúan con las publicaciones de los perfiles social media de FINSTRUVIAL.

OBJETIVO 3



Aumentar el número de personas vinculadas al Instituto de Educación Para El trabajo y El Desarrollo Humano, FINSTRUVIAL.



BUYER DE PERSONA

PUBLICO OBJETIVO

Persona 1.



Nombre: Andrea Cortez

Edad: 17 años

Educación: Bachiller (9 grado)

Estado civil: soltera.

Condición laboral: N/A

Ingresos anuales: N/A

Conducta On Line:

Activa en las diferentes plataformas social media, curiosa e interesada en temas de seguridad vial.

Relación con nuestra compañía:

Es seguidora activa de los perfiles social media de la fundación, ha participado de las capacitaciones para actores viales que ha realizado FINSTRUVIAL en la ciudad de Villavicencio.

Comportamiento económico:

Sus padres son los responsables los costos de su educación, ellos cuentan con ingresos de 29 millones anuales.

¿Qué intereses tiene?

Su mayor interés adquirir conocimiento en temas de seguridad vial, actores viales, autoridades de tránsito.

¿Qué desea o qué aspira?

Su aspiración se centra en llegar a ser profesional en seguridad vial e investigación judicial y criminalística para poder llegar a ser una autoridad de tránsito y desde este cargo poder ayudar económicamente a su familia.





FUNDACIÓN PARA LA
INSTRUCCIÓN EN TRÁNSITO,
TRANSPORTE Y SEGURIDAD VIAL.

BUYER DE PERSONA

PUBLICO OBJETIVO

Persona 1.



Nombre: Daniel Morales

Edad: 16 años

Educación: Bachiller (9 grado)

Estado civil: soltero.

Condición laboral: N/A

Ingresos anuales: N/A

Conducta On Line:

Activo en la red social Facebook, fiel seguidor de los contenidos relacionados con criminalística, investigación judicial, replica constantemente contenidos relacionados con estos temas.

Relación con nuestra compañía:

Es seguidor activo de los perfiles social media de la fundación, ha participado de las capacitaciones para actores viales que ha realizado FINSTRUVIAL en el municipio de acacias - Meta.

Comportamiento económico:

Sus padres son los responsables los costos de su educación, ellos cuentan con ingresos de 25 millones de pesos anuales.

¿Qué intereses tiene?

Su mayor interés adquirir conocimiento en temas de criminalística e investigación judicial.

¿Qué desea o qué aspira?

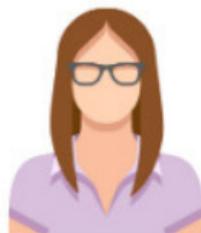
Su aspiración se centra en llegar a ser profesional en investigación judicial y criminalística para poder llegar a ser un investigador judicial.



BUYER DE PERSONA

PUBLICO OBJETIVO

Persona 2.



Nombre: Juliana Bonilla

Edad: 25 años

Educación: Bachiller (11 grado)

Estado civil: Soltera

Condición laboral: Empleada/ Asesora comercial.

Ingresos anuales: 15 millones

Conducta On Line:

Activa en las diferentes plataformas social media, sus principales seguidos son aquellos que tratan temas de seguridad vial.

Conducta laboral:

Es una mujer puntual, responsable, se ha destacado por ser una mujer correcta, cumplidora de su deber.

Relación con nuestra compañía:

Seguidora de los perfiles social media de FINSTRUVIAL.

¿Qué intereses tiene?

Tópicos de seguridad y control vial, normatividad y señalización en tránsito y transporte.

¿Qué desea o qué aspira?

Formase en los tópicos ya mencionados, para así llegar desempeñar cargos relacionados, de este modo llegar a generar ingresos económicos que solventen las necesidades básicas suyas y de su familia.



PLAN DE CONTENIDOS

	FASES DEL PROCESO EXPECTATIVA PARA VINCULACIÓN AL INSTITUTO DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO Y EL DESARROLLO HUMANO, FINSTRUVIAL.		
	CONSIDERACIÓN	INVESTIGACIÓN	DECISIÓN
BUYER PERSONA 1	¿Qué es seguridad vial y quienes son los involucrados?	Cuál es la función de una autoridad de tránsito.	Ventajas de formarse en seguridad vial con personal que tiene experiencia en el tema.
Andrea Cortez	Clasificación de señales de tránsito.	¿Quien debe tener un PESV?	3 Razones por las cuales es importante tener un PESV en su empresa.
Estudiante			
17 Años	5 Tips para la seguridad en la vía.	Importancia de conocer la normatividad para el control y la seguridad vial.	Inscripciones abiertas, subsidio de matricula por parte de la Fundación FINSTRUVIAL.
Necesidad de capacitación en control y seguridad vial. "Quiero ser autoridad de tránsito"			

	FASES DEL PROCESO EXPECTATIVA PARA VINCULACIÓN AL INSTITUTO DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO Y EL DESARROLLO HUMANO, FINSTRUVIAL.		
	CONSIDERACIÓN	INVESTIGACIÓN	DECISIÓN
BUYER PERSONA 1	¿Qué es investigación judicial y criminalística, quienes son los involucrados?	Cuál es la función de un investigador judicial.	Ventajas de capacitarse con una institución con experiencia.
Daniel Morales	¿En que situaciones se hace un croquis?	¿Por qué es importante un croquis de los hechos a la hora de la investigación?	En que casos se desempeña un investigador judicial criminalista.
Estudiante			
16 Años	5 Tips para ser un buen investigador judicial y criminalista.	¿De dónde surge a investigación judicial y la criminalística?	Inscripciones abiertas, subsidio de matricula por parte de la Fundación FINSTRUVIAL.
Necesidad de capacitación en investigación judicial y criminalística. "Necesito ser competente en investigación judicial"			



FASES DEL PROCESO EXPECTATIVA PARA VINCULACIÓN AL INSTITUTO DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO Y EL DESARROLLO HUMANO, FINSTRUVIAL.			
	CONSIDERACIÓN	INVESTIGACIÓN	DECISIÓN
BUYER PERSONA 1	¿que es la movilidad y que tiene ver con la seguridad vial?	Qué conocimientos debe tener una autoridad de tránsito.	Ventajas de formase en seguridad vial con personal que tiene experiencia en el tema.
Juliana Bonilla			
Empleada	En que momento se ejerce el control y la seguridad vial.	¿Por qué es importante un croquis de los hechos a la hora de la investigación?	De quien depende el control y la seguridad vial
25 Años			
Necesidad de capacitación en investigación judicial y criminalística.	5 Tips para mejorar la movilidad	curiosidades de la seguridad vial.	Inscripciones abiertas, subsidio de matricula por parte de la Fundación FINSTRUVIAL.
"Quisiera capacitarme en control y seguridad vial"			

PLAN DE PLATAFORMAS

	Objetivo: ALCANCE	Objetivo: INTERACCIÓN	Objetivo: VINCULACIÓN
FACEBOOK	SÍ	SÍ	SÍ
INSTAGRAM	SÍ	SÍ	SÍ
PAGINA WEB	SÍ	SÍ	SÍ

HORARIOS DE PUBLICACIÓN

Para lograr los objetivos planteados inicialmente, es necesario publicar contenido de tal manera que las publicaciones lleguen al mayor número de personas en Facebook, la siguiente información esta planteada principalmente de un análisis realizado al trafico de los seguidores de FINSTRUVIAL, en dicha plataforma.

LUNES 08 am 10 am	MARTES 10 am 01 pm 04 pm	MIÉRCOLES 01 pm 1:30 pm	JUEVES 12 m 01 pm	VIERNES 4 pm 7 pm	SÁBADO 10 am 12 m	DOMINGO 10 am 02 pm
--------------------------------	--	--------------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	--------------------------------	----------------------------------





Para trabajar los objetivos desde la App instagram, publicaciones deben realizarse en los siguientes horarios:

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
9 am 01 pm	9 am 01 pm	12 m 02 pm	8 am 01 pm	9 am 02 pm	9 am 02 pm	12 m 01 pm

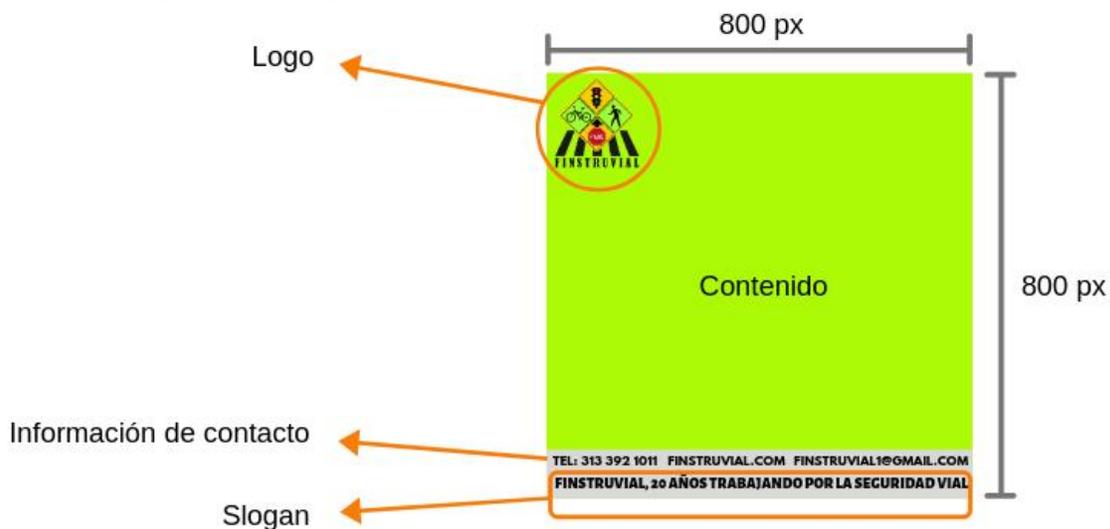
IMAGEN CORPORATIVA EN LAS PIEZAS

PIEZAS GRÁFICAS

Colores a emplear:

Amarillo	Negro	Naranja	Azúl	Verde limón
				
#fad205	#000000	#fa7b05	#1e02c6	#acfa05

Características del diseño:



CONCLUSIONES

El proceso de sistematización es un proceso, independiente y personal, en el que el graduando asume un reto, con el que pone en práctica los conocimientos adquiridos durante los semestres académicos, requiere de disposición, proactividad para la propuesta y creación de estrategias efectivas que conlleven a la resolución de amenazas y oportunidades de mejora. Poner en práctica la teoría requiere de tener una mente abierta y un espíritu investigativo, pues, de esta manera se logra proponer más y mejores soluciones a las necesidades del campo; la articulación del conocimiento con el contexto profesional permite adquirir habilidades.

El ejercicio de sistematizar al momento de realizar las prácticas profesionales, exigen un mayor nivel de compromiso y de responsabilidad, puntos que considero de suma importancia alimentar el ejercicio de la profesional, realizar este proceso en una empresa que tiene un enfoque diferente al de las comunicaciones, permite ampliar conocimientos en ámbitos desconocidos.

Desde el desempeño como Comunicadora Social – Periodista, desempeñando la labor de comunicaciones externas, puedo decir que: la comunicación como base de las relaciones sociales, es también base del ejercicio económico, pues dinamiza los procesos tanto en los públicos internos, como los externos, además, las formas de transmitir un mensaje están en constante cambio, gracias a las experiencias de comunicación que ofrecen las nuevas tecnologías.

RECOMENDACIONES:

Se recomienda a FINSTRUVIAL:

- Asignar las comunicaciones de la fundación a un profesional.
- La aplicación del “*Plan Estratégico De Posicionamiento On –Line*”, además de tener constatare seguimiento a las acciones y reacciones de los usuarios de las plataformas social media en las que se tiene presencia, en el momento en que se evidencien cambios, se debe empezar a replantear la estrategia para adecuarla a las nuevas necesidades del público objetivo.
- La creación y publicación de contenido debe ser constante.
- Es de suma importancia hacer revisión de las tendencias para la creación de contenido y modificar constantemente la forma de hacerlo, sin dejar de lado la identidad corporativa que ya se tiene.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

-Benavides, J., Costa, J., Costa, P., Fajula, A., FÜRst, P., liria, E., Morales, Fe., Ricarte, J. M^a., Perdiguier, A., Roca, D., Rodríguez, A., Soler, P., Ventura, J., (2001), *Dirección de comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Gestión 2000.

- Báez, C., Evertsz. Pag (2000), *la comunicación efectiva*. Santo Domingo: Buho .
<https://books.google.com.co/>

-E. Vasquez. *Comunicación Corporativa. 3. Glosario de comunicación corporativa*.
<https://sites.google.com/site/comunicorpora/unidades/comunicacion-y-organizaciones/glosario-de-comunicacion-corporativa>

-Espinoza R. (2014) *Posicionamiento De Marca, La Batalla Por Tu Mente*. Roberto Espinoza.
 Welcome to the new marketing. Recuperado 7 de marzo de 2019.
<https://robertoespinosa.es/2014/09/15/posicionamiento-de-marca-batalla-por-mente/>

-EmprendePyme.net, *¿qué es un plan de comunicación externa?* Recuperado 4 de febrero de 2019,
<https://www.emprendepyme.net>

-Serralvo, F., & Tadeu Furrier, M. (2005). Tipologías del posicionamiento de marcas. Un estudio conceptual en Brasil y en España. *Revista Galega de Economía*, vol. 14, núm. 1-2. *Recuperado 8 de marzo de 2019*. <https://www.redalyc.org/pdf/391/39114226.pdf>

-Ortegón L. (2014). *Gestión de marca. Conceptualización, diseño, registro, construcción y evaluación*. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.
<file:///C:/Users/Dell/Downloads/poli%20marca%20web.pdf>

-Tello M. (2014). *Historia de la comunicación Humana*. Palibrio.

-Danz E. *Todo va a cambiar, cap.4 la evolución de la comunicación*. Duesto.
<https://www.todovaacambiar.com/capitulo-4-la-evolucion-de-la-comunicacion>

-Estrella A. & Segovia C. (2016) *Comunicación integrada de marketing*. ESIC
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=eoACCwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA13&dq=marketing+y+comunicaci%C3%B3n+externa&ots=cF9_RR56vF&sig=897FH2NOdcbWKoxFyDbI2NNAoXk#v=onepage&q=marketing%20y%20comunicaci%C3%B3n%20externa&f=false

- Universidad politécnica de valencia. *Blog historia de la informática*.

<https://histinf.blogs.upv.es/2011/12/20/redes-sociales/>

-Ruiz J. (2016). *7 beneficios de usar redes sociales para las empresas*. DINERO

<https://www.dinero.com/empresas/articulo/beneficios-de-usar-redes-sociales-para-las-empresas-por-juan-ruiz/232503>

-Castaño J. & Jurado S. (2016). *Comercio electrónico*. EDITEX.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5WZeDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=%C2%BFqu%C3%A9+es+el+marketing%3F+&ots=wJxMi564KG&sig=2ruj_IFe6Pvr85cOjB7duJF4IRs#v=onepage&q=%C2%BFqu%C3%A9%20es%20el%20marketing%3F&f=false

ANEXOS

 IDENTIDAD DEL PUBLICO OBJETIVO DE FINSTRUVIAL.						
La información aquí diligenciada, tiene como proposito determinar el publico que acude a las instalaciones de FINSTRUVIAL, los datos proporcionados serán de uso exclusivo de la fundación y relacionados con el fin ya especificado.						
Nombre: _____			Sexo: F__ M__		Edad: _____	
Estrato: _____			Estado civil: _____			
Nivel de educación: Primaria__ Bachiller básico__ Bachiller académico: __						
Profesional__ Ninguno__						
Condición laboral: Empleado__ Independiente__ Desempleado__ N/A__						
Servicio por el cuál visita las intalaciones de FINSTRUVIAL: Cursos para conductores__						
Educación técnica__ Consultoria__ Cursos de seguridad vial__						
Aspiraciones: _____						

Figura 2, modelo de encuesta.

CALENDARIO DE FECHAS DE CELEBRACIONES ACIONALES E INTERNACIONALES			
FECHA	CELEBRACIÓN	MENSAJE	TIPO DE PIESA
13-feb	Día mundial de la radio	Se hace radio desde la seguridad vial, para llegar a más población.	Video.
8-mar	Día internaconal de la mujer	Mujeres destacadas en la seguridad vial. / ¿Por qué se conmemora el 8 de marzo?	infografía, video
20-mar	Día internacional de la felicidad	¿Cómo ser felices en la vía?	Vídeo
21-mar	Día internacional de los bosques	movilidad sostenible y amigable con el ambiente.	pieza gráfica
7-abr	Día mundial de la salud.	Seguridad vial tambien es salud.	pieza gráfica
19 de abril	Día de la bicicleta en villavicencio	Informativo de el día en que se realiza	pieza gráfica
1-jun	Día de las madres y los padres.	Desde casa se aprende la seguridad vial.	pieza gráfica
5-jun	Día mundial del medio ambiente.	movilidad sostenible y amigable con el ambiente.	pieza gráfica
10-jun	Día mundial de la seguridad vial.	¿ qué es la seguridad vial? ¡qué se celebra?	Vídeo
5-oct	Día de la educación vial	¿qué es, por qué se celebra esta fecha?	Vídeo

Figura 3, Fechas relevantes

TIPS DE SEGURIDAD VIAL PARA PEATONES	
TEMA	DESCRIPCIÓN
cruce de calle.	De existir una senda peatonal, siempre se debe cruzar por ella. De no existir demarcación, el lugar apropiado para el cruce es la esquina. Nunca la mitad de cuadra
Tránsito de personas discapacitadas.	Es recomendable que discapacitados, personas mayores y niños estén acompañados de un adulto. Además, los menores de 10 años deben cruzar la calle tomados de la mano de su acompañante.
Tip de seguridad.	Nunca salgas de manera intempestiva de entre dos vehículos estacionados para cruzar la calle.
Circular en la noche.	Si circulas de noche como peatón, como recomendación podrías llevar alguna prenda con material reflectante (chaleco, brazaletes, zapatillas, etcétera).
Paso peatonal.	En la zona donde exista un puente peatonal, ¡Ocupelo!, ya que fue puesto por el alto flujo vehicular.
acompañamiento a personas vulnerables	Personas ancianas, discapacitadas y niños, deben andar en la calle acompañada de un adulto; y de ser posible que caminen del lado derecho, si andan solos, ¡Ayúdales a cruzar la calle!
no se distraiga	Procure que cuando camine por las vías públicas y cruce de avenidas sea sin el celular en la mano, escribiendo, viendo o leyendo el mismo, evitará, distracción o robo.
precaución al cruzar	Nunca cruce en una curva ni cerca de ella. Tampoco lo haga en zonas donde no pueda ver bien si viene un vehículo. Por muy solitario que sea el camino busque un sitio con visibilidad, PARE, MIRE, ESCUCHE Y CRUCE.
Alerta	Al cruzar la calle, camine, no corra, hágalo con precaución, establezca contacto visual con el conductor, cerciórese que lo hayan visto, tenga especial cuidado con taxis, microbuses, camiones o vehículos de carga, motos o bicicletas.
¿en estado de embriaguez?	Evite salir a la calle si se encuentra en estado de embriaguez, sus reflejos disminuyen y puede ser atropellado, de ser necesario pida a alguien que lo vaya a buscar.
¿Por donde tránsito?	Transite por banquetas y deténgase antes de cruzar la calle, observe derecha-izquierda-derecha y evite tratar de ganarle el paso a los vehículos, motociclistas y ciclistas, será muy tarde el comprobar que el vehículo es más rápido que usted.
no jugar en la calle	Evite que los niños jueguen en la calle, utilicen los parques o las canchas deportivas.
vehículo en reversa	Aléjese de los vehículos que hacen maniobra de reversa en los estacionamientos y cocheras, cerciórese que lo hayan visto y haya espacio suficiente para no ser prensado.
¿si me bajo del transporte público?	Cuando baje del autobús o transporte de pasajeros y tenga que cruzar la calle, hágalo rodeándolo hacia la parte de atrás del camión, ya que por el frente puede ser atropellado.
¿Qué sucede cuando llueve?	Sea cuidadoso cuando llueve; recuerde que un pavimento mojado no solo hará sus movimientos más lentos, si no que será más difícil que los vehículos se detengan a tiempo.

Figura 4, Temas para la creación de contenido.



Figura 5 Logo actualizado de FINSTRUVIAL.