

FORTALECER LA PRESENCIA DE LA FUNDACIÓN SIN LÍMITES EN LOS MEDIOS
DIGITALES

Claudia Bibiana Pardo Castro

Universidad Pontificia Bolivariana
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación Social-Periodismo
Bucaramanga
2018

FORTALECER LA PRESENCIA DE LA FUNDACIÓN SIN LÍMITES EN LOS MEDIOS
DIGITALES

CLAUDIA BIBIANA PARDO CASTRO

Trabajo de grado en modalidad servicio social para optar por el título de Comunicadora Social –
Periodista

Supervisora:

Zully Andrea Velazco Carrillo

Magíster en Comunicación Digital

Universidad Pontificia Bolivariana

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social-Periodismo

Bucaramanga

2018

CONTENIDO

Resumen.....	¡Error! Marcador no definido.
Introducción	6
1. Referente Conceptual.....	8
2. Reseña Histórica	17
3. Objetivos.....	19
3.1 Objetivo General.....	19
3.2 Objetivos Específicos.....	19
4. Actividades Desarrolladas	21
5. Conclusiones.....	80
6. Recomendaciones	82
Bibliografía.....	84
Anexos	86

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: FORTALECER LA PRESENCIA DE LA FUNDACIÓN SIN LÍMITES EN LOS MEDIOS DIGITALES

AUTOR(ES): CLAUDIA BIBIANA PARDO CASTRO

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): M.SC. ZULLY ANDREA VELAZCO CARRILLO

RESUMEN

Toda organización independientemente de su actividad debe contemplar una estrategia de comunicación digital que permita fortalecer la presencia de la misma en el entorno web. Para ello, en este trabajo se abordó un diagnóstico de la Fundación sin Límites mediante la aplicación de un instructivo Plan Social Media; seguido de una propuesta estratégica basada en las herramientas web 2.0 que faciliten la comunicación, la publicidad de sus servicios, la interacción con los usuarios y las demás ventajas que ofrece la web social. Se analiza el comportamiento de las diferentes redes sociales con las que cuenta la fundación con el fin de evidenciar la presencia de contenidos de valor que muestren la esencia de la fundación, sus objetivos y metas; fortaleciendo la imagen corporativa mediante un continuo monitoreo digital para identificar los diferentes comentarios y opiniones que se generan por ser canales abiertos de comunicación.

PALABRAS CLAVE:

Social media, community manager, fundación sin límites.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: STRENGTHEN THE PRESENCE OF THE FOUNDATION WITHOUT LIMITS IN THE DIGITAL MEDIA

AUTHOR(S): CLAUDIA BIBIANA PARDO CASTRO

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: M.SC. ZULLY ANDREA VELAZCO CARRILLO

ABSTRACT

Every organization, regardless of its activity, must contemplate a digital communication strategy that allows to strengthen its presence in the web environment. For this, in this work a diagnosis of the Foundation without Limits was approached through the application of an instructive Social Media Plan; followed by a strategic proposal based on web 2.0 tools that facilitate communication, advertising of its services, interaction with users and other advantages offered by the social web. The behavior of the different social networks with which the foundation has been analyzed is analyzed in order to demonstrate the presence of valuable content that shows the essence of the foundation, its objectives and goals; strengthening the corporate image through continuous digital monitoring to identify the different comments and opinions that are generated by being open communication channels.

KEYWORDS:

Social media, community manager, foundation without limits.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

El siguiente trabajo está basado en la práctica académica (servicio social) del estudiante de comunicación social de la Universidad Pontificia Bolivariana, el cual está fundamentado en un Plan Social Media aplicado a la Fundación Sin Límites con el fin de mejorar la imagen corporativa a partir las redes sociales y pagina web.

La Fundación sin Límites es una institución sin ánimo de lucro que busca la inclusión de la población con discapacidad intelectual, vulnerable y de escasos recursos, para que, por medio del deporte, la cultura y la formación productiva se logre el fortalecimiento social, una mejor calidad de vida y la incorporación a la vida social de quienes se benefician de los programas que brinda la fundación.

En pleno siglo XXI, es necesario que las diferentes entidades sin importar su fin, hagan uso de las herramientas que las TIC ofrecen con el fin de optimizar el manejo de la información y la comunicación; brindado todas las ventajas que trae su uso para hacerse visibles dentro del ambiente social.

En este orden de ideas, se hará un análisis del entorno digital de la Fundación sin Límites, mediante la aplicación de un Plan Social Media, para evidenciar las fortalezas, falencias y su posicionamiento en el entorno web, de manera que se generen contenidos de valor para potenciar la visibilización de la fundación.

Además, se alimentará constantemente los contenidos de las plataformas web mediante fotos, videos, entrevistas, noticias y textos alusivos a las actividades que se llevan a cabo en la fundación; se analizara la interacción de los usuarios y su retroalimentación en las diferentes redes sociales; se contarán los likes de las diversas publicaciones, el número de usuarios, para evidenciar el posicionamiento en el entorno digital.

Por otro lado, se diseñará una video institucional con el fin de dar a conocer e informar el proceso que se lleva a cabo en la fundación debido que es una herramienta eficaz para atraer la atención e interés del público.

1. Referente Conceptual

La internet nace como una herramienta militar durante la Guerra Fría en Estados Unidos en 1969, con el fin de generar ordenadores independientes al ordenador central y tener acceso a la información militar desde cualquier punto, esta red se llamó ARPANET, que contaba con cuatro ordenadores distribuidos en diferentes universidades del país.

Estos ordenadores se multiplicaron rápidamente y se empezaron a usar con fines académicos y de investigación. En 1990 apareció la World Wide Web (www), una red informática mundial creada por Tim Berners-Lee, la cual usaba vínculos aleatorios (links) para acceder a otros documentos, combinando textos (a través de documentos hipertextos). En 1993 con la aparición de la www y de los navegadores como Mosaic se abrió espacio a lo que es la Internet, la cual sigue creciendo, creando plataformas para los miles de usuarios.

"Internet fue el primer medio masivo de la historia que permitió una horizontalización de las comunicaciones, una simetría casi perfecta entre producción y recepción, alterando en forma indeleble la ecología de los medios. a mediados de los noventa, se comercializó e inició una evolución/revolución que ha pasado por varias etapas y que está hoy en plena ebullición." (Piscitelli, 2002, p.207).

Para Alejandro Piscitelli, la Internet es un hipermedio, que reúne características de otros medios y le añade otras como la hipertextualidad, interactividad, sin límite de tiempo y espacio.

Logrando cambiar hábitos en la comunicación y el lenguaje tanto cotidiano como académico y administrativo. (Piscitelli, 2009, p. 177).

De igual manera, lo predijo años atrás (1968) Marshall McLuhan, cuando hablo sobre las consecuencias socioculturales de los nuevos medios electrónicos de comunicación (aldea global); cabe recalcar que la internet y las nuevas tecnologías de la comunicación han producido una creciente interconectividad humana a escala global generando transformaciones socioculturales importantes.

Con la entrada de www en la década de los 90s, el contenido fue una palabra que se puso de moda, las empresas buscaban que contenidos incluir en sus páginas web. McLuhan en su frase célebre: “El medio es el mensaje”, propone que el *usuario es el contenido* pues el mensaje está íntimamente conectado con el emisor, y los receptores crean su propio contenido según el significado que les den al mensaje. Sin embargo, es importante estudiar el medio para captar el mensaje, ya que el receptor y el emisor se hallan conectados mediante éste. Dicha simbiosis entre los medios y los seres humanos corresponde a la Ecología de los medios, metáfora que uso McLuhan para su estudio de los medios y quien además afirma que los medios de comunicación son extensiones del hombre.

La web desde su aparición ha tenido varias transformaciones, en los años 60 era muy simple, contaba con navegadores de solo texto que eran de tipo informativo y solo lectura, eran páginas estáticas y sus actualizaciones no eran periódicas, los usuarios no podían interactuar, ésta se llamó Web 1.0. considerada una herramienta para el conocimiento. Posteriormente, aparece una

segunda generación de web basada en la comunidad de usuarios, es una web informativa donde se puede participar fácilmente, en la cual el creador del sitio aporta información y contenido y el usuario crea comentarios evidenciándose un verdadero proceso comunicativo.

La web 2.0 es un tipo de comunicación en la que el usuario de internet emite contenidos propios convirtiéndose en clientes activos que no se limitan solo a ver temas creados para ellos sino son ellos mismos quienes construyen los contenidos, de manera tal que interactúan y colaboran entre sí sin ningún tipo de frontera. Como afirman Peña y Córcoles: en la web 2.0 el usuario es contribuyente y editor de sus propios contenidos. (Peña, 2006; Córcoles, 2006).

La evolución del uso y la interacción en la red en diferentes caminos, origino lo que se conoce como la web 3.0, término que en el 2006 utilizo Jeffrey Zeldman para relacionar las web semánticas; se caracteriza porque se accede a la información de una manera fácil, exacta y completa, la información tiene un significado definido que permite trabajar en cooperación a los ordenadores y las personas.

Las características propias de la web 2.0 y sus múltiples principios le han permitido llegar a muchos niveles: la educación, la economía, la política, las empresas y fundaciones, que las utilizan para sus diferentes intereses. Según Celaya (2008) “el principal retorno que buscan las empresas a la hora de invertir en tecnologías web 2.0 es la mejora de la interacción con sus clientes e incrementar sus ventas.”

De igual manera, lo expresan Antonio Fumero, Genís Roca y Fernando Sáez Vacas, las empresas utilizan las herramientas web 2.0 con una triple intención: escuchar, conversar e influir. (2007, Web 2.0, Madrid). Es interesante evidenciar este nuevo proceso comunicativo basado en una conversación, que se configura en una realidad sociocultural, por lo cual se habla de la sociedad de la conversación... una blogcultura.

Con la aparición del blog (bitácora) definido por Fumero como un “simple diario personal en internet ... como una herramienta de expresión, comunicación y socialización, que ha servido para tejer un complejo subespacio de comunicación en la Red que conocemos como blogosfera” (2007, p. 36); ha potencializado y transformado la comunicación; tal como José Manuel Nogueras cita a Orihuela cuando manifiesta que: “La blogosfera constituye uno de los espacios más dinámicos de la Red. Las bitácoras han dejado de ser exclusivamente diarios personales, se han convertido en nuevos medios de comunicación y pueden ser la nueva next big thing de la comunicación corporativa” (2006).

El auge de la web social se hace evidente en todos los sectores, es por esto que las empresas deben llevar a cabo una inversión tecnológica para mejorar sus procesos, su productividad, optimizar el tiempo y costo; mediante el uso de estas nuevas tecnologías se obliga a un cambio de actitud en las relaciones entre accionistas, clientes y empleados, se crea una nueva cultura corporativa basada en el escuchar, conversar y relacionarse con los clientes. (Celaya, 2011).

“La utilización de blogs, wikis y redes sociales permite a los empleados trabajar en equipo entre las diferentes áreas de una compañía, aportando movilidad y flexibilidad en sus

responsabilidades laborales. El conocimiento generado por los trabajadores de una entidad debería convertirse en uno de sus principales activos. Estas tecnologías sociales pueden hacer que el personal se sienta cada vez más implicado con sus proyectos, creando una organización menos jerárquica y más interactiva” (Celaya, 2011).

Ahora bien, es una gran oportunidad para las empresas aprovechar las ventajas que ofrece el entorno web 2.0, no solo para vender; sino para posicionar la marca, mantener el servicio al cliente, identificar los gustos y tendencias de los clientes. Para conseguir la visibilidad adecuada no basta con la presencia online, la web debe proveer la información que se busca, los contenidos del blog deben ofrecer seguridad y autoridad, debe ser fácil para el cliente expresar su opinión, dar sugerencias, ampliar y compartir la información.

Una buena estrategia de marketing online, combina la presencia en varias redes y manejan varios recursos adaptados a los objetivos previstos por la empresa. Una página web o un blog, son las principales herramientas para una campaña digital, ya que proporciona contenidos de valor y atrae usuarios para convertirlos en clientes. De manera paralela y complementaria se pueden generar otras acciones digitales como los foros, plataformas de video, publicidad display, Email marketing, redes sociales. Estas últimas, además de crecer, se adaptan fácilmente a los cambios y hábitos de consumo, permite la difusión de los contenidos de una manera eficaz, posibilita la atención al cliente, la compra online, inclusive se usan para poner en marcha campañas publicitarias.

Los medios sociales son las plataformas sobre las cuales socializan e interactúan las personas y la comunidad en general, donde se comparten opiniones, ideas, noticias, etc. Social media incluye no solo las redes sociales, hacen parte también los blogs, geolocalización, marcadores, multimedia. Todas estas funcionan en un engranaje que si se hace de la manera adecuada le permitirá a la empresa darse a conocer y crecer; es importante entender que no todas las personas consumen el contenido de la misma manera, algunas prefieren leer, otras escuchar, otras ver.

Sin embargo, como lo afirma Ana María Jaramillo, un error que comenten las empresas es entrar al social media con todas las redes sociales, es pertinente empezar con una red para identificar el perfil de quienes interactúan, y de esa manera seguir con la siguiente red de una manera organizada. Es indispensable reconocer cada una de las redes sociales para hacer buen uso de ellas y así tener una presencia exitosa en las redes; la reputación online requiere un monitoreo digital continuo que le permita hacer seguimiento a los comentarios buenos y malos, pues al ser canales abiertos de comunicación las empresas enfrentan las críticas de los usuarios de una manera directa (2011).

Para conseguir el éxito en el entorno web las empresas deben diseñar un Plan Social Media, que le permita escoger las plataformas 2.0 más adecuadas para el proyecto, de igual manera trazar una estrategia de publicación de contenidos adaptados al público objetivo y a las características propias de cada plataforma. Las que más se usan son: blog, fan page, perfil en Twitter, YouTube, Pinterest, LinkedIn, Instagram, Facebook, etc

El uso de estas plataformas para la comercialización de un producto o servicio origina lo que se conoce como marketing digital, donde los usuarios pueden hablar libremente de la marca, teniendo el poder que antes era de los medios (la opinión). El paradigma para las técnicas de comercialización cambio al enfocarse en la autoridad que tiene el cliente para leer, comentar, criticar y generar una opinión positiva o negativa.

El usuario de medios digitales no está para que las marcas envíen mensajes que los incite a comprar, por el contrario, buscan información y contenidos de su interés (marketing de contenido). “La idea es atraer con tu contenido y, hacer que el usuario se "enamore" de lo que tengas que decir, de tal forma que decida seguirte a través de una suscripción de email, redes sociales, etc., mientras le haces ver que tiene una necesidad que solo tú puedes resolver.” (Schawertner, 2018).

Como en el marketing se trata de persuadir, de buscar una conexión emocional con los seguidores y futuros consumidores, una manera de hacerlo es con el Storytelling (arte de contar una historia). Mediante esta técnica se cuenta una historia desde el punto de vista narrativo para alimentar el interés del público, utilizando un lenguaje visual, auditivo, gráfico o textual. El storytelling se ha usado en el marketing tradicional y ahora con el público online se adapta bien a este medio para lograr la confianza y fidelidad que buscan las marcas.

La importante participación de la comunidad en las redes sociales, ha originado que tanto entidades privadas, como gubernamentales, fundaciones sociales y ONG entre otras, hagan uso de la web social para que a través de sus diferentes canales se logre una comunicación más cercana,

mediante un lenguaje sencillo y cálido. Los contenidos deben ir acordes con el objetivo que se persigue y al tipo de audiencia a quien va dirigido.

Para las fundaciones sociales, que no buscan lucrarse, sino un bienestar social, el objetivo debe ser más específico (crear conciencia, atraer influyentes a la causa, adquirir donaciones, comunicar eventos, etc.); el material que se ofrece (artículos, infografía, campañas, fotos, videos, etc.) debe ayudar a conseguir dichos objetivos y estar dirigido al usuario ideal para que llegue el mensaje. El usuario ideal es distinto para cada campaña, cada mensaje y son válidos todos los que se necesiten.

Ahora bien, es importante escoger las redes sociales donde esté la mayoría de ese público para transmitir el mensaje. El estudio de Hubspot: ¿Donde pasan el tiempo las organizaciones sin ánimo de lucro en el marketing de social media? Arroja los siguientes datos: Facebook (98%), Twitter (70%), LinkedIn (55%), YouTube (45%), Pinterest (25%), Google (15%).

Según, *The Case Foundation survey*, “el 74% de las asociaciones sin ánimo de lucro usan las redes sociales como un megáfono” para anunciar sus eventos y mostrar lo que hacen en lugar de establecer conversaciones con su comunidad, por lo anterior, *The Case Foundation* recomienda: conversar, hacerse visual, crear un plan editorial, usar más el móvil.

Así mismo, es indispensable medir si la estrategia social media está funcionando, mediante herramientas estadísticas como el Twitter Analytics, Facebook Insights, YouTube Analytics y Google Analytics; o simplemente contando el número de *Me gusta* en las publicaciones, número de

suscripciones, número de seguidores, cantidad de donantes, cantidad de dinero recaudado en la campaña, etc.

El sitio web corporativo debe ofrecer un diseño que cuente con la imagen o logo de la fundación que sea atractivo a la vista, el menú de navegación debe dar el control a los usuarios sobre la página, es indispensable darle protagonismo al servicio que se ofrece, la información debe estar siempre visible y bien distribuida entre la página principal y las subpáginas, la información debe ser clara y precisa.

Internet ha transformado los medios de comunicación, adaptando nuevos espacios en la red para sus consumidores. Las nuevas tecnologías han revolucionado el sector de los medios de comunicación tradicionales, siendo internet una nueva herramienta para alcanzar a nuevos consumidores, en cualquier lugar y momento. Como afirma el profesor Javier Díaz-Noci (2010) “Todo ello está provocando desde aproximadamente 1995 una profunda transformación del periodismo y en general de la forma en que los humanos nos comunicamos e intercambiamos información” (p. 562).

2. Reseña Histórica

“La Fundación Sin Límites a la Inclusión, nace por una necesidad de un grupo de personas que tienen hijos con Discapacidad Intelectual, y lo que esto implica en una sociedad excluyente e indiferente con muy pocas oportunidades en el Área Metropolitana de Bucaramanga. En el año 2015, Sandra Johana Cala Bustos, Cindy Carolina Saavedra Salazar y Luis Fernando Cuellar Perea, en vista de toda esta problemática y falta de oportunidades para esta población, se reúnen con madres de niños, niñas y jóvenes con discapacidad en el Estadio Álvaro Gómez Hurtado de Floridablanca y empiezan una serie de actividades deportivas y culturales que permiten la rehabilitación y la habilitación de esta población buscando la inclusión social a través del esparcimiento y trabajando por el empoderamiento de las familias de abrir, cuidar y mantener nuevos espacios de inclusión. Es por ésta búsqueda de oportunidades de inclusión que a finales del 2015 en el municipio de San Gil se abre una sede buscando mejorar la calidad de vida y brindando nuevas oportunidades de inclusión en el municipio. En el 2016, gracias a las ganas de brindar oportunidades y espacios de inclusión se da apertura a la sede en el Municipio de Málaga, llegando a la Provincia de García Rovira.” (Grupo Virtualizate, 2014).

“Misión: La Fundación Sin Límites a la Inclusión quiere ser incluyente, con reconocimiento regional, nacional e internacional; interesados en buscar por medio del deporte, cultura y la formación productiva el mejor canal de fortalecimiento social incluyente generando bienestar, calidad de vida, esparcimiento, recreación y entretenimiento de la población beneficiada con los procesos formativos de carácter institucional en constante movimiento y crecimiento.” (Grupo Virtualizate, 2014).

“Visión: La Fundación Sin Límites a la Inclusión será un modelo de inclusión en el deporte, la cultura y trabajo de excelencia, destacándose entre las fundaciones que trabajan para personas con discapacidad intelectual, vinculando las instituciones públicas y privadas como aliados estratégicos, articulando esfuerzos para aumentar e impulsar el

desarrollo de la población beneficiada, generando calidad de vida a sus familias, compañerismo con otros atletas y la comunidad.” (Grupo Virtualizate, 2014).

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Fortalecer la presencia de la Fundación Sin Límites en el entorno web.

3.2 Objetivos Específicos

- ✓ Diagnosticar la presencia de la Fundación Sin Límites en el entorno web, para identificar la red social que genere mayor impacto en los usuarios.
- ✓ Generar contenidos digitales de valor para los medios con que cuenta la Fundación sin Límites a través de un Plan Social Media.
- ✓ Medir los contenidos con el fin de optimizarlos y promover los que demuestren tener fuerza en la audiencia del entorno digital.
- ✓ Apoyar todas las actividades que surjan del quehacer de la pasantía.

Objetivos	Estrategia	Acciones	Tiempo de ejecución
Objetivo 1 Diagnosticar la presencia de la Fundación sin Límites en el entorno web.	Mediante la aplicación de un instrumento de análisis de social media evaluar el entorno web y las redes sociales de la Fundación sin Límites.	Analizar las redes sociales de la Fundación sin Límites para observar su comportamiento en cuanto a seguidores, likes y comentarios. Observar la interactividad de la página web de la fundación.	23 de julio al 3 de agosto de 2018

<p>Objetivo 2</p> <p>Generar contenidos digitales de valor, para los medios con los que cuenta la Fundación a través de un Plan Social Media.</p>	<p>Con el diagnóstico realizado diseñar las piezas digitales para el entorno web apoyadas por el Plan de Social Media</p>	<p>Producir fotos y videos de las actividades que se realizan en la fundación.</p> <p>Entrevistar alumnos y padres de familia de la fundación.</p> <p>Idear, producir y ejecutar el video institucional.</p>	<p>Permanente</p> <p>10 de septiembre de 2018 al 15 de octubre de 2018</p> <p>10 de noviembre al 10 de diciembre de 2018</p>
<p>Objetivo 3</p> <p>Medir los contenidos con el fin de optimizarlos y promover los que demuestren tener fuerza en la audiencia del entorno digital.</p>	<p>Contar los seguidores, likes y comentarios de las fotos de las actividades de las redes sociales y la interactividad de la página web.</p>	<p>Semanalmente se observará el número de seguidores de Facebook, Instagram y YouTube, para luego hacer el consolidado mensual.</p> <p>Semanalmente se calcularán los comentarios y likes de las fotos alusivas a las diferentes actividades realizadas en la fundación, en las redes sociales Facebook e Instagram. Y consolidarlos mensualmente.</p> <p>Para YouTube, mensualmente se observará cuantas visitas tienen los videos</p>	<p>Todas las semanas Desde el comienzo de la practica (23 de julio de 2018) hasta el final (23 de noviembre de 2018).</p> <p>Todas las semanas desde el comienzo de la practica (23 de julio de 2018) hasta el final (23 de noviembre de 2018).</p> <p>27 al 31 de agosto de 2018 24 al 28 de septiembre de 2018 26 al 31 de octubre de 2018 19 al 23 de Noviembre de 2018</p>
<p>Objetivo 4</p> <p>Apoyar todas las actividades que surjan del quehacer de la pasantía.</p>	<p>Permanente visualización de las necesidades que se presenten durante las actividades curriculares y extracurriculares de la Fundación sin Límites.</p>	<p>Apoyar a los profesionales en las actividades deportivas, lúdicas, de motricidad y agilidad mental que se dan día a día.</p> <p>Aportar lluvia de ideas y logística en celebraciones y eventos de la fundación.</p> <p>Difundir con el voz a voz el reconocimiento e interés por la fundación para generar patrocinadores y apoyo de empresas.</p>	<p>Permanente</p> <p>Según la necesidad</p> <p>Permanente</p>

4. Actividades Desarrolladas

Actividades realizadas para alcanzar el objetivo número 1: Diagnosticar la presencia de la Fundación sin Límites en el entorno web.

Estrategia: Mediante la aplicación de un instrumento de análisis de social media evaluar el entorno web y las redes sociales de la Fundación sin Límites.

- ✓ Inicialmente se aplica un instrumento de análisis social media para diagnosticar el entorno web de la Fundación Sin Límites, conocer la actividad en las redes sociales, analizar comparativamente estas, y sí se logra la visibilización de la fundación.

- ✓ Se observa que la fundación sin límites cuenta con página web y redes sociales: Facebook, Instagram y un canal en YouTube.

La página web <http://fundacionsinlimites.com/> contiene toda la información pertinente de la fundación, (nombre, logo, identidad corporativa, correo electrónico, teléfonos, dirección y formulario). La comunicación se da mediante textos, videos, fotos, noticias y demás contenidos multimedia que permiten la interacción con los usuarios. El lenguaje es claro y sencillo, fácil navegación, su contenido es dinámico. No cuenta con infografías, audios, ni espacio para blogs.

FICHA DE OBSERVACIÓN DE SITIOS WEB DE EMPRESAS										
A continuación se presenta un formato de ficha de observación para chequear con qué cuenta y con qué no cada empresa analizada. De igual forma, se pretende diagnosticar cómo permiten la participación de su comunidad a través de ellas.										
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA										
NOMBRE EMPRESA	Fundacion Sin Limites									
DIRECCIÓN WEB	http://fundacionsinlimites.com/									
DIRECCIÓN FÍSICA	Calle 3 # 10 - 29 Prados de Villanueva					Municipio	Piedecuesta			
¿ES AMIGABLE Y FÁCIL DE NAVEGAR EL SITIO WEB DE LA EMPRESA?										
							SI	x	NO	
Si, es una pagina de facil accseo, dinamica e interactiva, su direccion web es obvia y corta, cuenta con toda la la informacion pertinenete de la fundacion y utilizan un lenguaje sencillo.										
¿QUÉ EMBLEMAS INSTITUCIONALES APARECEN EN LA PÁGINA WEB DE LA EMPRESA?										
Escudo	X	Colores	X		Himno		Bandera		Otro(s)	
¿Cuál(es)?										
¿QUÉ TIPO DE SITIO WEB ES EL DE LA EMPRESA?										
De primera generación o de generación de contenido estático										
De segunda generación o de generación de contenido dinámico e interactivo					X					
De tercera generación o de generación de contenido colaborativo										
¿QUÉ INFORMACIÓN PRESENTA EL SITIO WEB?										
Galerías fotográficas	X	Información Académica		Informes de eventos	X	Videos	X			
Comunicados de Prensa		Publicaciones académicas		Imagen corporativa	X	Otra(s)				
¿Cuál(es)?	Noticias sobre las actividades de la fundacion, noticias relacionadas con la discapacidad y la inclusion s y noticias sobre los logros de los integrantes de la fundacion.									
¿LA INFORMACIÓN ESTÁ RELACIONADA CON LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA?										
							SI	X	NO	
¿Por qué?: Toda la información hace referencia a las actividades realizadas por la fundacion, es de carácter social y va dirigida al publico en general.										
¿CADA CUÁNTO ACTUALIZAN LA INFORMACIÓN?										
Cada hora		Díario		Semanal		Mensual		Anual	No la actualizan	
Según el evento	x	Otro		¿Cuál?	De acuerdo a los aconteciminetos que realice la fundacion.					
¿QUÉ TEMAS TIENEN MÁS PRIORIDAD PARA LA COMUNIDAD EDUCATIVA?										
Académicos a estudiantes		Comunitarios	X	Noticias de la Clínica		Noticias de la ciudad				
Ambientales		Noticias científicas		Literarios		Institucionales		Convocatorias		
		Otros	X	¿Cuál(es)?						
¿CUENTA EL SITIO WEB CON ENLACES A OTROS SITOS QUE REFERAN INFORMACIÓN IMPORTANTE Y RELACIONADA CON LA ACTIVIDAD DE LA INSTITUCIÓN?										
							SI	X	NO	
Presidencia de la Republica		Urna de Cristal		MinTIC						
unción pública		Colciencias		Portal territorial de Colombia		Canal Youtube	X			
Facebook	X	Twitter		Colombia Compra Eficiente		Código postal Colombia		Otros		
¿Cuál(es)?	Noticias									

¿EN EL SITIO WEB DE LA EMPRESA HAY?	SI		NO		¿PERMITE DESCARGAR O COMPARTIR?		QUÉ TEMAS			
Productos multimedia	X		SI		NO	X	Fotografías de los eventos que realiza la fundacion Sin Limites.			
Infografías digitales			X	SI		NO				
Audios			X	SI		NO				
Videos	X		SI	X		NO	Los vídeos que hay en la pagina web corresponden a las actividades realizadas por los integrantes de la Fundacion.			
¿EXISTEN PRODUCTOS QUE INTEGREN TODOS ESTOS ELEMENTOS?							SI		NO	X
¿SE DAN POR YUXTAPOSICIÓN?							SI		NO	X
¿EN EL SITIO WEB SE OBSERVA INTERACCIÓN?							SI	X	NO	
¿EL SITIO WEB ES SÓLO PARA LA DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL?							SI		NO	X
¿EL SITIO WEB CUENTA CON ESPACIO PARA BLOGS?							SI		NO	X
¿PARTICIPAN EN EL BLOGS OTROS AUTORES?							SI		NO	X
¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS DE INTERACCIÓN SE OBSERVAN EN LA PÁGINA?										
Inclusión del correo electrónico del autor de cada nota							SI		NO	X
Foros							SI		NO	X
Posibilidad de comentar cada nota o elemento							SI		NO	X
Hay que registrarse previamente							SI		NO	
Encuestas							SI		NO	X
Chats programados a una hora determinada con un personaje específico							SI		NO	X
Wikis							SI		NO	X
Espacios para que la gente suba notas, vídeos, fotos, audios sobre temas de interés							SI		NO	X
Espacio para imagen institucional como 'Quiénes Somos'							SI	X	NO	
Correos de todas las personas que están a cargo de la página.							SI		NO	X
El sitio cuenta con moderación							SI	X	NO	
¿Está expuesto de forma explícita el objetivo del sitio web?							SI	X	NO	
Existen espacios para hacer preguntas, dar sugerencias o interponer recursos o quejas ante la institución.							SI	X	NO	
Otros			¿Cuál(es)?							
¿LA COMUNICACIÓN QUE SE DA EN ESTE SITIO ES?										
Sincrónica: En tiempo real, por ejemplo, chats, videoconferencias							SI		NO	X
Asincrónica: Foros, wikis, correos electrónicos							SI	X	NO	
Otra			¿Cuál?							

La red social Facebook <https://www.facebook.com/FundaSinLimites> es un perfil personal, cuenta con 2050 amigos, continuamente comparten fotos y videos de las actividades realizadas dentro y fuera de la institución; publican noticias referentes a la discapacidad y la inclusión, a través de esta plataforma se informa sobre las actividades a realizar con el fin de dar a conocer no solo a los padres de familia sino al público en general.

Se observa interacción con comentarios y mensajes positivos, likes, además los usuarios comparten las piezas audiovisuales lo que origina que otras personas conozcan y se interesen en la fundación.

INFORMACION DE LA EMPRESA

NOMBRE	Fundacion Sin Limites		
DIRECCIÓN WEB	fundacionsinlimites.com		
DIRECCIÓN FÍSICA	Calle 3 # 10 - 29 Prados de Villanueva	Municipio	Piedecuesta
LEMA			

INFORMACIÓN DE FACEBOOK

¿Cuentan con un perfil o con un grupo en Facebook?	SI	X	NO
URL del grupo	https://www.facebook.com/FundaSinLimites		
URL de Fan Page			
¿Cuántos amigos en el primero?	2050	¿cuántos miembros en el segundo?	
¿Tienen FanPage en Facebook?	No	¿A cuántas personas les gusta?	
¿Se interactúa desde este sitio web?	SI	X	NO

Realizando publicaciones de los eventos que se realizan

¿Qué se comparte?: Fotos, videos, noticias y avisos informativos de las actividades a realizar.

¿Permiten que los amigos o fans interactúen?	SI	x	NO
¿De qué manera se permite esto?: Comentarios de fotos, videos, permitiendo compartir las diferentes piezas audiovisuales.			

¿Qué tipo de información se comparte en esta página?

Fotos	X	Videos	X	Enlaces	X	Audio	Otros
-------	---	--------	---	---------	---	-------	-------

¿Cuál(es)? Noticias

¿Qué información generan estos amigos o fans?

En Instagram @ [funsinlimites](https://www.instagram.com/funsinlimites) cuenta con 1000 seguidores, en esta plataforma se publican fotos y videos, de las labores realizadas en la semana y eventos a los cuales asiste la fundación; asimismo se divulga ocasionalmente información por medio de piezas digitales.

OTRAS REDES										
¿Cuentan con un perfil en Instagram?					SI	X	NO			
¿Cuántos seguidores tiene?			1000		¿A cuántos sigue?			995		
¿Qué utilidad le dan a esta red social?										
Esta red social muestra las actividades que se realizan en la fundación.										
¿Cada cuánto actualizan esta red social?										
Cada hora		Díario		Semanal	X	Mensual		Anual		No lo actualizan
Según el evento			Otro		¿Cuál?					
¿Permiten que sus seguidores interactúen?					SI	X	NO			
¿De qué manera lo hacen?: Con los comentarios y me gusta en las publicaciones.										
¿Responden las preguntas que les hacen sus seguidores?					SI	X	NO			
¿Emiten solo información?					SI		NO	X		
¿Permiten que la comunidad interactúe?					SI	X	NO			
¿En esta red se comparte?										
Información		Fotos	X	Videos	X	Enlaces		Audios		Otros
¿Cuál(es)?										

En YouTube <https://www.youtube.com/user/clubdeportivosinlimi> cuenta con 57 suscriptores, en esta plataforma se publican videos del club deportivo de la fundación, los eventos a los cuales asisten, entrevistas y videos que hagan alusión a la discapacidad.

Actividades realizadas para alcanzar el objetivo número 2: Generar contenidos digitales de valor, para los medios con los que cuenta la fundación a través de un Plan Social Media.

Estrategia: Con el diagnóstico realizado diseñar las piezas digitales para el entorno web apoyadas por el Plan de Social Media.

Se producen fotos y videos de las diferentes actividades curriculares y extracurriculares que se realizan en la fundación. A continuación, se evidencian las piezas digitales para las redes sociales.

Facebook e Instagram:

25 julio de 2018 - Toma de conciencia concejo de Bucaramanga

Hoy culmina “la toma de conciencia” en el Concejo de Bucaramanga con diferentes actividades ejecutadas por las organizaciones que tienen convenio con la Alcaldía de Bucaramanga.

Los Concejales de Bucaramanga en cabeza del Concejal Uriel Ortiz experimentaron por ellos mismo las dificultades que tienen las personas con discapacidad para movilizarse en la ciudad y después escucharlos a ellos y a sus familias para conocer su realidad, metas, sueños, anhelos y necesidades.





Julio 26 de 2018 - Espacios productivos, preparación de postres.

La Fundación Sin Límites cuenta con diferentes espacios productivos, como la preparación de postres, en el cual se trabaja el compañerismo, la disciplina y el amor con que los integrantes lo realizan. Todos los viernes se ofrecen postres y los pedidos se realizan los días miércoles.





2 agosto de 2018 - Día de Integración en Aqualago

Se realizó una jornada de integración familiar en Aqualago, organizado por la Alcaldía de Bucaramanga, propiciando un espacio de esparcimiento y de unión familiar.





9 agosto de 2018 - Circo Vegas Fantasy

Gracias a la Secretaría Desarrollo Social Bucaramanga por la invitación al Circo Vegas Fantasy, una noche en familia disfrutando de espacios de esparcimiento. Programa de Discapacidad de Bucaramanga.







15 agosto de 2018 - Encuentro con Revel - fundación del real Madrid.

Gracias a la Fundación Revel y a Jennifer Escobar por aceptar la invitación a esta actividad deportiva que son el alma y corazón de la Fundación Sin Límites.







21 agosto de 2018- Marcha para celebrar el día de las personas con discapacidad

En esta oportunidad, todas las personas con discapacidad adscritas a las diferentes instituciones en convenio con la Alcaldía de Bucaramanga, caminaron por las calles de Bucaramanga buscando el reconocimiento y e igualdad en los diferentes ámbitos municipales, buscando valer los derechos y una mejor calidad de vida.





22 agosto de 2018 - Conmemoración día de las Personas con Discapacidad.

Celebración del día de las personas con discapacidad en el Municipio de Bucaramanga, mostrando las de habilidades por parte de los integrantes de las diferentes instituciones que tienen convenio con la Alcaldía.







28 agosto de 2018 -Inauguración olimpiadas socio-deportivas Alcaldía de Bucaramanga.



En la busca de espacios para la población con discapacidad, la Fundación Sin Límites fue invitada a participar en la inauguración de las olimpiadas socio-deportivas, demostrando una vez

más que las personas con discapacidad pueden romper barreras que la sociedad muchas veces por ignorancia impone.





31 de agosto de 2018 - Celebración cumpleaños

Celebrando con todos por que hacemos parte de la Familia Fundación Sin Límites. Gracias a todo el equipo de trabajo por idear y apoyar esta celebración.







14 de septiembre de 2018 - Celebrando el día de "Amor y Amistad"

Celebrando amor y amistad al estilo azul. Gracias a Fabián Torres quien se interesó en la fundación y aportó su granito de arena con esta celebración y aprovechó para celebrar su cumpleaños con todos nosotros.






 **funsinlimites**

...



 Les gusta a rous_m2 y 23 personas más

funsinlimites Celebrando amor y amistad al estilo Azul y que gran ocasión también que Fabián Torres quiso celebrar su cumpleaños con todos nosotros. Feliz Cumpleaños a Fabián y que Dios lo Bendiga y a su Familia por el detalle. #EspaciosPedagogicos

15 DE SEPTIEMBRE - VER TRADUCCIÓN

1 octubre de 2018 – Inauguración Olimpiadas UMB

Con esta inauguración se da inicio a la semana de Olimpiadas de la Manuela Beltrán, donde participaremos en atletismo, fútbol 8, microfútbol y bolo americano.

#UMB #OLIMPIADASUMB.





Olimpiadas para Personas con Discapacidad

¡Todos Somos Campeones!

Olimpiadas para Personas con Discapacidad





funsinlimites

Coliseo Bicentenario Alejandro Galvis, Bucaram...



Les gusta a vsoler30 y 29 personas más

funsinlimites Con la Inauguración se da inicio a la semana de Olimpiadas de la Manuela Beltran donde participaremos en Atletismo, Futbol 8, MicroFutbol y Bolo Americano. #UMB #OlimpiadasUmb #FunSinLimites #DiscapacidadIntelectual

1 DE OCTUBRE · VER TRADUCCIÓN

2 octubre de 2018 - Competencias de Atletismo UMB

Se desarrollaron las competencias de atletismo con participación de las diferentes organizaciones en el marco de las Olimpiadas de la UMB.





3 octubre de 2018 - Olimpiadas UMB microfútbol.

El día de hoy en la sede recreacional de Cajasán se realizó la competencia de microfútbol, además se realizó bailo terapia en compañía del adulto mayor de Cajasán.



5 octubre de 2018 - Clausura olimpiadas UMB 2018

Con la clausura de las olimpiadas UMB se da por terminada una semana llena de deporte, recogiendo los frutos del trabajo de cada uno de los integrantes de la Fundación Sin Límites y de los profes que brindan sus conocimientos a cada uno de ellos; agradecemos a las familias por

creer en nosotros y en las habilidades de cada uno de sus hijos, estamos felices de tener nuestros cuatro programas juntos (espacios pedagógicos, atletismo, deporte para todos y los chicos del convenio con la Alcaldía de Bucaramanga - Secretaría Desarrollo Social Bucaramanga - Programa De Discapacidad Bucaramanga).





Les gusta a clayittacastro y 28 personas más

funsinlimites Con la clausura de las #OLIMPIADAS #UMB se da por terminada una semana llena de mucho deporte y de recoger los frutos del trabajo de cada uno de los integrantes de la Fundación #SINLIMITES y de los Profes que brindan sus conocimientos a cada uno de ellos, agradecemos a las familias por creer en nosotros y en las habilidades de cada uno de sus hijos y no podemos olvidar estar felices de tener nuestros cuatro programas juntos, Espacios Pedagógicos, Atletismo, Deporte Para Todos y los chicos del Convenio con la Alcaldía de Bucaramanga - Secretaría Desarrollo Social Bucaramanga - Programa De Discapacidad Bucaramanga #DiscapacidadIntelectual #FunSinLimites

16 octubre - Inauguración olimpiadas del Inderbú.

Inician las actividades deportivas organizadas por el Inderbú en diferentes disciplinas deportivas para las personas con discapacidad intelectual en Bucaramanga.



18 octubre de 2018 - Basquetbol olimpiadas del Inderbú

Con gran alegría y entusiasmo participamos en basquetbol saliendo campeones, conscientes de que el equipo debe que seguir mejorando con cada entrenamiento. Felicitaciones.



23 octubre de 2018 - Clausura y premiación del Inderbú

Finalizamos las olimpiadas para personas con discapacidad organizadas por el Inderbú, con grandes resultados por parte de todos los integrantes de la Fundación Sin Límites. Programa de discapacidad Bucaramanga, Alcaldía de Bucaramanga.





25 octubre de 2018 - Celebración día de los niños

Se realizó una salida al Centro Comercial Cacique, con el fin de celebrar el día de los niños, pidiendo dulces y compartiendo en familia una tarde llena de música y mucha diversión.

Programa de discapacidad de Bucaramanga, Alcaldía de Bucaramanga.





26 octubre - Celebración del día de los niños, espacios pedagógicos

Celebración del día de Halloween.





Noviembre 20 de 2018 - Celebración de navidad "Canitas alegres"

Gracias al programa de adulto mayor "Canitas alegres" de Comfenalco Santander por tener en cuenta a la Fundación Sin Limites en esta celebración, a su coordinadora Adriana Vargas por la invitación, a los profesores y a cada uno de los integrantes del programa por todas las muestras de cariño y de atención hacia nosotros. Santander Canitas alegres, Programa de discapacidad Bucaramanga, Secretaría Desarrollo Social Bucaramanga.







 **funsinlimites**
Sede Comfenalco Santander

...



74 reproducciones · Les gusta a clayittacastro y rous_m2

funsinlimites Novena con el grupo de Adulto Mayor de Comfenalco "Canitas Alegres" y #FunSinLimites

20 DE NOVIEMBRE · [VER TRADUCCIÓN](#)

Noviembre 22 de 2018- Actividad de terapia ocupacional UDES

Actividad de proyección social, Programa de terapia ocupacional de la Universidad de Santander UDES. Nombre de la actividad: súper cualidades, por lugares más capacitados. Objetivo: generar corresponsabilidad entre organizaciones departamentales en relación a la importancia de generar espacios para todos e incluyentes. Docente: Johanna Prada Silva, terapeuta ocupacional Esp. en Educación Inclusiva.





YouTube:

Se realiza una entrevista a Juan Pablo Ortega, niño en situación de discapacidad de la fundación, quien junto a sus compañeros preparan postres para luego venderlos y obtener ganancias, además por cada postre vendido recibir una bonificación; el niño logra vender 30 postres, lo cual le proporciona una gran satisfacción personal y alienta a sus amigos a seguir su ejemplo de superación.

YOUTUBE

FUNDACIÓN SIN LÍMITES



Entrevista - Juan Pablo Ortega

56 visualizaciones

4 0 COMPARTE GUARDA

funsinlimites



60 reproducciones

funsinlimites 2da Parte. Entrevista Juan Pablo Ortega integrante del Programa Espacios Pedagógicos de Fun. Sin Límites después de recibir una remuneración en dinero por su esfuerzo y trabajo en la elaboración y venta de postres incluyentes. #FunSinLímites

9 DE SEPTIEMBRE · VER TRADUCCIÓN

Se entrevistan a cuatro padres de familia de la Fundación sin Límites, para conocer sus experiencias sobre el proceso desarrollado para la rehabilitación de sus integrantes.



#AldiaDeBucaramanga #FunSinLimites #DocopeddadIntelectual
¿Que opinan los Padres De Familia de la Fundación Sin Limites?



#AldiaDeBucaramanga #FunSinLimites
¿Que opinan los Padres De Familia de la Fundación Sin Limites?



Actividades realizadas para alcanzar el objetivo número 3: Medir los contenidos con el fin de optimizarlos y promover los que demuestren tener fuerza en la audiencia del entorno digital.

Estrategia: Contar los likes y comentarios de las fotos de las actividades de las redes sociales y la interactividad de la página web.

A continuación, se registran el número de amigos, seguidores y suscriptores de las redes sociales.

	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre
Facebook	2045	2060	2078	2122
Instagram	987	1000	1022	1039
You Tube	55	57	60	64

Se evidencia que la red social con más seguidores es Facebook y se observan un aumento significativo en el mes de octubre.

Acompañamiento a los profesionales de la Fundación Sin Límites en las diferentes actividades destinadas a la rehabilitación de las personas en situación de discapacidad, participando en los trabajos grupales, actividades culturales, lúdicas y deportivas.



Se asistió a la inauguración de la pavimentación de calles cercanas a la sede de la Fundación Sin Límites del municipio de Piedecuesta, en compañía del alcalde y su gabinete municipal.



Mediante una campaña de voz a voz, se generaron donaciones en insumos y materiales como sillas y ropa para la fundación.



Se propone una campaña de marketing Mobile para Fundación sin Límites, que permita visibilizar y generar monetización a través de un comercial que será publicado en el canal de YouTube.

El público al que se dirige la campaña corresponde a individuos de 25 a 40 años, puesto que una persona mayor de 25 años ya tiene conciencia solidaria y 40 años porque a esta edad son conocedores de la tecnología digital.

El tipo de campaña que se empleará será a través de las aplicaciones móviles para la cual se utilizará la plataforma de YouTube y Facebook.

La campaña institucional para la Fundación sin Límites, lleva por título “Reto al destino”. Que corresponde a una historia real de un partido de fútbol entre el equipo de la Fundación sin Límites y el equipo de Bucaramanga Real Madrid. Las escenas que componen el comercial son las siguientes:

Primera escena: lanzamiento de una moneda y comienzo del partido de fútbol; las tomas son planos generales y los rostros no son identificables. Se siente la fuerza, la pasión, el entusiasmo del partido.

Segunda escena: Se marca un gol y se realiza una toma en primer plano donde se hace énfasis en el rostro del niño que marcó el gol (niño síndrome Down) y la celebración con sus compañeros. En esta escena se muestra la capacidad e igualdad de las personas con y sin discapacidad.

Tercera escena: El árbitro pita para dar fin al juego, ganando el equipo de la Fundación de sin Límites; los dos equipos celebran con el triunfo de los ganadores (se abrazan y felicitan, evidenciando la inclusión y amistad). En este juego amistoso se evidencia que todos tenemos las mismas capacidades y no hay barreras ni límites para lograr los objetivos.

Se aportaron ideas y sugerencias para algunas actividades culturales, como el musical que se presentará en la clausura del 3 de diciembre de 2018, para la cual se diseñó una tarjeta de invitación mediante la técnica de infografía que se difundió en las redes sociales.



Clausura

5. Conclusiones

- Toda empresa debe basarse en un diagnóstico de medios digitales para proceder con cambios o implementaciones de estrategias en el campo digital que permitan fortalecer la presencia de la misma en el ciberespacio.
- Se evidencia que Facebook al ser la red más popular ha permitido favorecer la interacción con la audiencia porque permite un contacto continuo, mediante la publicación de fotos de eventos, videos y noticias de interés.
- La Fundación Sin Límites, utiliza los diversos contenidos multimedia como imágenes, videos y textos en sus plataformas digitales como parte de su estrategia on line, dichos contenidos buscan informar y mantener comunicados a sus usuarios.
- Es indispensable que todas las instituciones cuenten con una página web, ya que ésta representa la imagen corporativa en el ciberespacio y es considerada una herramienta poderosa como medio de visibilización y comunicación.
- Es necesario hacer una medición de la gestión de los contenidos digitales, para evidenciar el comportamiento de los usuarios. mediante el uso de las diferentes herramientas estadísticas que propician el análisis de los datos.

- Cada vez se hace más notorio el uso de las redes sociales como estrategia de marketing digital; debido a su fácil acceso, bajo costos comparados con los canales de marketing tradicionales (radio, tv), mayor control, gran flexibilidad y dinamismo de las campañas.
- El Comunicador social, es un ser integral que no solo pone en marcha sus conocimientos en su quehacer profesional, sino propende por el bienestar de la comunidad.

6. Recomendaciones

Para Fundación Sin Límites:

Se recomienda en la red social Facebook, cambiar el perfil personal por una Fan Page, puesto que ésta es adecuada para instituciones, permite darse a conocer de manera gratuita, no tiene límite de amigos, cuenta con un panel de discusión, se pueden eliminar comentarios negativos y bloquear personas, no requiere envío de invitación simplemente seguir la página, además, permite importar post de un blog y crear estadísticas. Fan page es considerada una estrategia de marketing digital.

En la página web se aconseja alimentarla con más frecuencia, para mantenerla actualizada y que genere mayor participación en sus visitantes. Además, en la arquitectura de la página algunas imágenes no permiten visualizar totalmente el logo de la fundación.

Es importante recalcar el uso de las redes sociales con fines netamente institucionales y no para uso personal o para publicidad externa, porque se pierde la esencia para las que fueron creadas.

Se sugiere una asesoría o capacitación por parte de un comunicador social, para ilustrar sobre unos tips en manejo de las redes sociales y optimizar su uso como estrategia de marketing digital.

Para la Universidad:

Se propone que la Fundación Sin Límites siga siendo parte de la lista de plazas para las prácticas académicas (servicio social) de los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la UPB. Puesto que es una institución que brinda no solo la posibilidad de desarrollar lo aprendido sino muestra labores sociales.

Para la Comunidad Académica:

A los estudiantes de Comunicación Social y Periodismo de la UPB, se recomienda continuar con el proceso que se inició en la Fundación Sin Límites, ejecutar los planes propuestos y crear nuevas ideas comunicativas para seguirla fortaleciendo.

Bibliografía

- Ayala Pérez, T., (2012). “Marshall McLuhan, las redes sociales y la Aldea Global”, Revista Educación y Tecnología, No. 2 pp. 8-20.
- Celaya, J. (2011). La empresa en la web 2.0. Barcelona, España: Ediciones Gestión 2000.
- Castello Martínez, A., (2010). Estrategias empresariales en la web 2.0 las redes sociales on line. Alicante, España: Editorial club universitario.
- Díaz, J. (noviembre-diciembre 2010). Medios de comunicación en Internet: algunas tendencias. *El profesional de la información*, v. 19, n. 6.
- Fundación sin Límites. Diseñado por Grupo Virtualizate. Esencia. Consultado el 6 de noviembre de 2018. Disponible en: <http://fundacionsinlimites.com/index.php/esencia-fundacion>
- Fumero, A., Roca, G. y Sáez Vacas, F. (2007). Web 2.0. Madrid, España: Fundación Orange.
- Jaramillo, A. M., (2011). Redes Sociales para todos. Bogotá, Colombia: Ediciones B.
- Lance, S. (2012). “El medio y el mensaje de McLuhan. La tecnología, extensión y amputación del ser humano”. Infoamérica, No. 3, pp. 8-20

Martínez, C., (2012) Presencia online: La visibilidad de tu empresa ante el mundo. Recuperado de <<https://www.puromarketing.com/53/14047/online-visibilidad-empresa-ante-mundo.html>>, acceso 30 de octubre de 2018.

McLuhan, M. (1969). Comprender los medios de comunicación. las extensiones del ser humano. Barcelona, España: Paidós. Traducción de Patrick Ducher

Piscitelli, A. (2005). Internet: La imprenta del siglo XXI. Barcelona, España: Editorial Gedisa.

Polo, D., Redes sociales para organizaciones sin ánimo de lucro. Recuperado de: <<https://www.emprender-facil.com/es/sin-animo-de-lucro-redes-sociales/>>, acceso noviembre 6 de 2018

Díaz, J. (noviembre-diciembre 2010). Medios de comunicación en Internet: algunas tendencias. *El profesional de la información*, V. 19, N. 6.

Schawertner, A., (2018). ¿Por qué el contenido es una pieza clave en el marketing digital para hacer crecer tu negocio? Recuperado de: <<https://www.tree.com.py/blog/contenido-pieza-clave-en-marketing-digital>>, acceso noviembre 5 de 2018.

Anexos

Anexos del objetivo 1

La página web de la fundación sin límites genera un contenido dinámico e interactivo, es de fácil acceso, maneja un vocabulario sencillo y cuenta con toda la información relacionada con las actividades realizadas por la fundación sin límites.

Los contenidos generados en la página web corresponden a las actividades realizadas dentro y fuera de la institución, además publican noticias sobre temas de discapacidad y noticias sobre la fundación y sus integrantes.

A demás la página evidencia el logo de la institución, su diseño se rige por los colores que la identifican, se expone el perfil de los miembros de la fundación y el sentido social de la misma. También cuentan con otras formas de comunicación efectivas como un teléfono fijo, celular, WhatsApp, correo electrónico y redes sociales.

Por otra parte, considero que la pagina está bien consolidada, pero tiene algunas falencias, algunas fotografías no permiten ver el logo d la fundación, además la barra de menú por el color que tiene no permite leer con claridad, y hay una barra inferior de color negro que considero puede cambiarse a un color pastel que sea más acorde.

A conclusión es necesario que las instituciones cuenten con una página web, pues esta es una herramienta fundamental como medio de visibilización y comunicación.

Análisis cualitativo Redes sociales página de Facebook e Instagram.

Podemos definir a la red social como un “conjunto de individuos que se encuentran relacionados entre sí.” (Gallego. 2011) y creo que acierta con dicha definición pues nos vamos relacionando para interactuar entre nosotros mismos y en algo que podríamos acertar es que “Las redes sociales son uno de los mejores paradigmas de la Web 2.0 y la construcción de opinión en el entorno digital” (BERNAL, 2010).

PAGINA EN FACEBOOK

La fundación Sin Límites cuenta con una página en Facebook donde se publica contantemente las actividades realizadas a diario en la fundación por medio de (fotos, videos, entrevistas) además se publica información de interés para los seguidores sobre las actividades que se llevan a cabo fuera de la fundación para que los seguidores de la página puedan mantenerse al día.

Durante el diagnóstico se pudo apreciar que las publicaciones realizadas desde el 20 de mayo de 2015 eran publicaciones de muy pocas fotos y no tan atractivas, la interacción era muy mínima, pero cabe resaltar que desde sus inicios se ha mantenido en constate publicación de contenido audio visual e información sobre la fundación.

Por otra parte, se puede observar que las publicaciones actualmente han mejorado y logran un impacto y reacción por parte de los seguidores pues estos se ven interesados reaccionando por me gusta y comentarios.

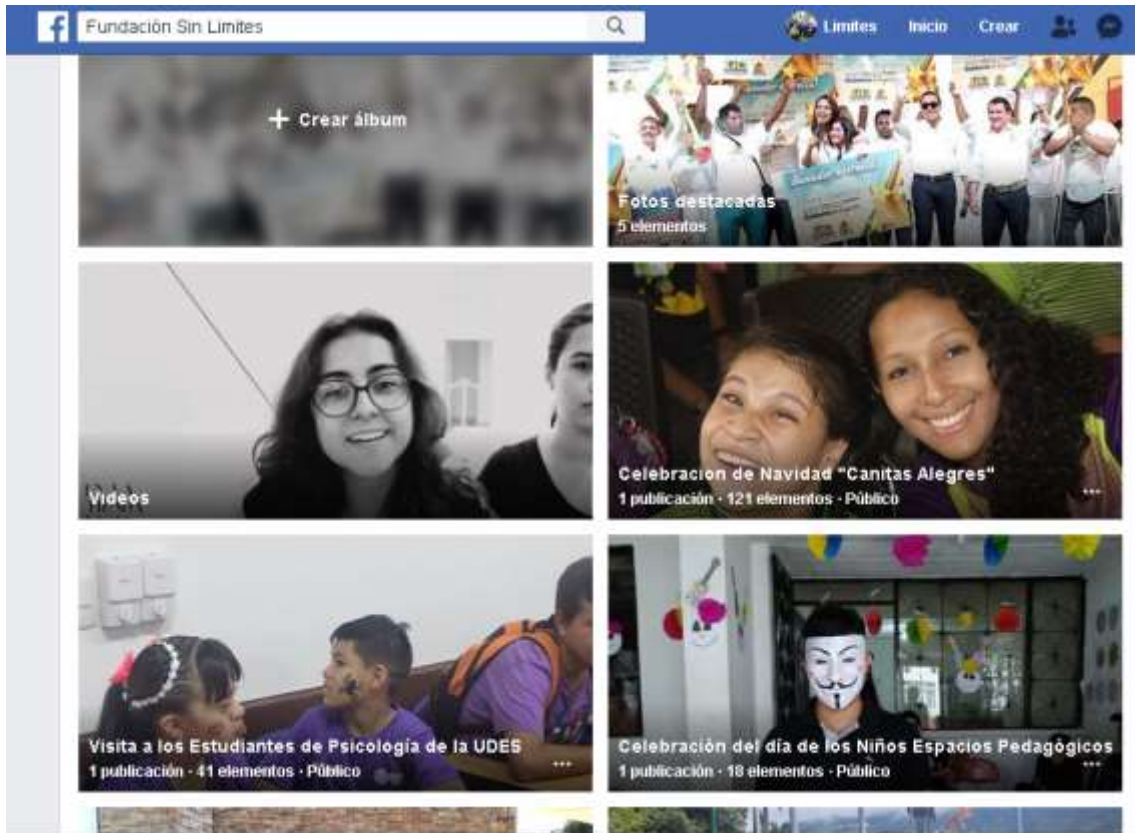
Sugiero que sea incorporado un hashtag para generar una unificación en la información que se publica.

INSTAGRAM

La fundación Sin Límites cuenta con un perfil en esta red social, donde se realizan publicaciones sobre las actividades que se llevan a cabo dentro y fuera de la fundación, también se publican los logros de los estudiantes y docentes de la fundación, además se hace publicidad de unos postres que vende la fundación para recaudar fondos; los contenidos se publican varias veces en la semana, se observa actividad por parte de los seguidores.

Por otra parte sugiero que esta red social sea utilizada solamente para información que tenga que ver con la fundación puesto que observe algunas publicaciones promocionando sitios de comida los cuales no tienen nada que ver con la fundación y esto puede generar una mala imagen.







Fundación Sin Límites - Club Sin Límites

54 suscriptores

ENCRITO 64



INICIO

VÍDEOS

LISTAS DE REPRODUCCIÓN

CANALES

COMENTARIOS

MÁS INFORMACIÓN



Videos subidos REPRODUCIR TODO



Apertura de La Tienda Vacía 2018



Presentación Artística en la Inauguración de La Tienda...



Ya Estamos Listos - La Tienda Vacía 2018

CANALES POPULARES

Badabon

SUSCRIBIRSE

Leisito Comenica

SUSCRIBIRSE

Anexos del segundo objetivo

Toma de Conciencia Concejo de Bucaramanga

Hoy culmina "la toma de conciencia" en el CONCEJO DE BOCAMANGA con diferentes actividades ejecutadas por las organizaciones que tienen convenio con la Alcaldía de Bucaramanga.

Los Concejales de Bucaramanga en cabeza del Concejal Uriel

Ortiz experimentaron por ellos mismo las dificultades que tienen las personas con discapacidad para moverse en la ciudad y después escucharlos a ellos y a sus familias para conocer su realidad, metas, sueños, anhelos y necesidades. Agradecemos al Concejal Uriel Ortiz por ser la persona que Cito y Presidio el evento.

1 publicación

Vista de cuadrícula

Vista de lista







Agregar fotos/videos



+
Agregar fotos/videos





... .. & 00004500











+
Agregar fotos/videos







+
Agregar fotos/videos









Agregar fotos/videos









Agregar fotos/videos

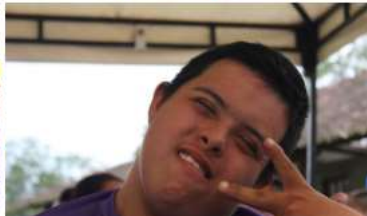




Publicar











+
gregar fotos/videos





+

Agregar fotos/videos





Tú, Alba Rojas, Karol Chaparro y 11 personas más







+
Agregar fotos/videos



+
Agregar fotos/videos









Publicación



Les gusta a clayittacastro y 21 personas más

funsinlimites Espacios Pedagógicos un lugar para descubrir habilidades intelectuales y físicas
#EspaciosPedagogicos #DiscapacidadIntelectual



funsinlimites

Cacique El Centro Comercial



Les gusta a clayittacastro y 12 personas más

funsinlimites Desde el área de Psicología trabajando refuerzos positivos la Psicóloga por su buen comportamiento los invito un 💡💡 a los chicos del programa en convenio con la Alcaldía de Bucaramanga luego de concluir sus actividades de preparación a las Olimpiadas del #INDERBU
#FunSinLimites #DiscapacidadCognitiva

18 DE OCTUBRE · VER TRADUCCIÓN

funsinlimites
Bucaramanga, Santander



Les gusta a clayittacastro y 18 personas más
funsinlimites Preparando todo para las Olimpiadas del #INDERBU para Personas con Discapacidad Intelectual #FunSinlimites #DiscapacidadIntelectual
13 DE OCTUBRE · VER TRADUCCIÓN

Publicación



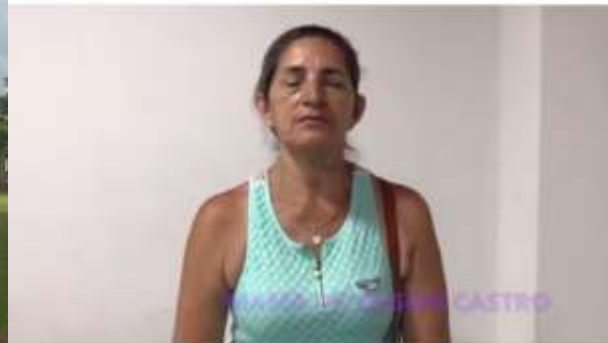
Les gusta a clayittacastro y 13 personas más
funsinlimites Brayan Cepeda un Guerrero de la Vida 🙌🙌🙌🙌🙌🙌 y la Fundación Sin Límites quiso apoyarlo en busca de su sueño. #FunSinLimites #LosDemasTambienPuedenSoñar
19 DE OCTUBRE · VER TRADUCCIÓN

funsinlimites
Bucaramanga, Santander



Les gusta a clayittacastro y 22 personas más
funsinlimites El trabajo y la constancia nos llevarán a la meta 🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆🏆 Mejorando las habilidades físicas y el trabajo en equipo #DeporteParaTodos #DiscapacidadIntelectual
15 DE NOVIEMBRE · VER TRADUCCIÓN

funsinlimites



Les gusta a clayittacastro y 13 personas más
funsinlimites Doña Tulia Mamá de Yeison Castro que pertenece al convenio con la #AlcaldiaDeBucaramanga nos da su opinión y vivencia del trabajo realizado por la Fundación Sin Límites para mejorar la calidad de vida de toda la Familia Castro. #FunSinLimites Programa De Discapacidad Bucaramanga
28 DE OCTUBRE · VER TRADUCCIÓN