

Diseño e implementación de una estrategia digital para la startup Fourier Tech

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicador Periodista

Laura Jiménez Flórez.

Asesor

Cristian Blanco

Magíster en Estudios Políticos

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad Ciencias Sociales y Educación

Comunicación y Periodismo

Caldas - Antioquia

2016

Tabla de contenido

	Pág.
Introducción	5
Resumen	7
Objetivos	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Justificación	9
Impacto científico y tecnológico	9
Impacto social y económico	10
Marco teórico	12
La comunicación	12
Comunicación digital	13
Información Organizacional	18
Misión	19
Visión	20
Valores	20
Necesidad de comunicación	20
Facebook	21
Twitter	21
Instagram	22
Seguimiento y evaluación de la estrategia	29
Indicadores de medición de la estrategia	30

Evaluación y seguimiento de las redes sociales de Fourier desde noviembre de 2015	33
Facebook	33
Instagram	34
Twitter	34
Metodología	36
Conclusiones	38
Recomendaciones	41

Lista de tablas

	pág.
Tabla 1. Mapa de públicos Fourier Tech	22
Tabla 2. Calendario editorial Fourier Tech	26

Introducción

La práctica realizada en Fourier Tech en Ruta N Medellín, fue una experiencia muy satisfactoria y enriquecedora para mi carrera profesional. Durante los 6 meses que estuve en Fourier cada día aprendí algo diferente, ya que es una empresa muy diferente a las tradicionales de Colombia, se me presentaron grandes retos donde pude poner a prueba mis capacidades como mi habilidad para la creación de contenidos, interactuar con los clientes nacionales e internacionales y mi capacidad de análisis. Aprendí a conocer los públicos objetivos de Fourier y la necesidad en comunicación de la empresa.

Desde mi llegada a Fourier Tech en Noviembre 23 de 2015, como Profesional de Proyectos, me asignaron diferentes funciones como la creación de las redes sociales para la empresa y de la nueva página web, creación de piezas publicitarias para los clientes, proveedores y públicos objetivos, gestión de proyectos y relaciones corporativas. Además de acompañar a los gerentes de la empresa a reuniones empresariales y apoyarlos en el discurso de la empresa.

Y como trabajo de grado, se ha decidido en conjunto con el asesor de práctica y el gerente de Fourier Tech la creación de la estrategia digital para la empresa, en el que se pueda llevar a cabo el buen manejo de las redes sociales y de los contenidos generados para estas donde ordenadamente se ejecute con éxito la estrategia y esta pueda generar resultados positivos para la imagen de Fourier como el reconocimiento de los públicos objetivos como una de las empresas con alto grado innovador y tecnológico que ayuda a las industrias y al gobierno a mejorar y optimizar sus operaciones.

A lo largo de la creación de la estrategia digital para Fourier Tech se forman diferentes herramientas y metodologías para mejorar y optimizar la forma como se manejan las redes sociales y los contenidos para estas.

Resumen

En el siguiente documento académico se presenta el informe de práctica realizado en Fourier Tech desde noviembre de 2015 a mayo de 2016. Tal ejercicio tuvo como objetivo principal el diseño e implementación de una estrategia de comunicación digital dirigida a clientes potenciales para consolidar la imagen de la empresa. Para ello, se decidió implementar el Social Media Engagement como estrategia de creación de los contenidos digitales. Se detallan, además, los objetivos, públicos objetivos, mapa de públicos de Fourier y el calendario editorial, así como los resultados de la estrategia.

Palabras claves: herramientas de comunicación digital, engagement, redes sociales, contenidos digitales, Facebook, Twitter, Instagram.

Objetivos

Objetivo general

Diseñar la estrategia de comunicación digital en redes sociales de Fourier para consolidar la imagen organizacional ante sus clientes potenciales y públicos de interés.

Objetivos específicos

- Facilitar la interacción entre la empresa y sus públicos.
- Hacer evidente la oferta del portafolio de productos y servicios de Fourier.
- Garantizar un flujo constante de empresarios y de empresas en las redes sociales ya mencionadas anteriormente.
- Establecer una imagen de confiabilidad ante los públicos objetivos de la empresa.
- Identificar el mercado objetivo de Fourier.
- Dar a conocer los casos de éxito y clientes reconocidos de Fourier.

Justificación.

Impacto científico y tecnológico

Las Redes Sociales y las estrategias digitales son herramientas que no llevan mucho tiempo dentro del plan de comunicaciones de las empresas, todavía causan un poco de desconfianza entre los empresarios y las empresas más tradicionales, pues no creen que estas generen un impacto positivo dentro de la organización. Hoy en día existen dos tipos de empresas, las que no participan aún en redes sociales y empresas que tienen participación en las redes sociales pero que no escuchan a sus clientes, esto pasa muy seguido porque no han definido un plan de comunicación digital que les indique la estrategia que deben seguir para obtener resultados en poco tiempo.

Gracias a la revolución digital, la mayoría de las empresas se han dado cuenta de la importancia de tener un plan de social media dentro de la organización, apoyado de estrategias digitales y a cargo de una persona especializada en este tema. Estas estrategias de comunicación digital aplicadas a las redes sociales generan impactos muy positivos dentro de los startups, ya que estos emprendimientos como Fourier no tienen una imagen establecida en sus públicos objetivos y además se quieren dar a conocer en otros públicos de interés para la empresa.

La creación y planificación de las estrategias digitales para una empresa son muy importantes ya que por medio de estas plataformas, se pueden tener resultados muy interesantes y en tiempos establecidos. La forma de cómo las empresas mantienen informados a sus clientes acerca de lo que hacen ha cambiado, antes se utilizaban los medios tradicionales para publicitar sus productos o servicios, hoy en día

las redes sociales lo han cambiado todo e inclusive se tienen mejores resultados con el uso de estas que con los medios tradicionales. La inmediatez y el impacto que genera una publicación en Instagram, Facebook y Twitter en comparación con los medios de comunicación tradicionales son muy efectivas a la hora de transmitir un mensaje a los clientes y públicos objetivos de la empresa.

Impacto social y económico.

Fourier es un Start up que lleva 3 años consolidada, la principal necesidad es darse a conocer ante las grandes industrias y empresarios y también a jóvenes profesionales o personas que les interese la tecnología y la innovación, para que esto suceda y la empresa tenga una imagen definida ante los clientes y los públicos de interés, se necesita de un plan de comunicación digital consolidado para transmitir los mensajes correctamente y que causen el impacto esperado.

Aplicar estrategias de comunicación digital genera unos beneficios importantes como:

- Imagen consolidada de Fourier.
- Nuevos clientes y personas interesadas en saber más de Fourier, lo que a corto plazo generaría nuevos ingresos monetarios.
- Segmentación del target.
- Generará un feedback con los clientes y se fortalecerá el vínculo con los mismos.
- Atención constante con los clientes y personas interesadas.

- Recuperación monetaria de la inversión en redes sociales.

En el tiempo que he estado a cargo de las comunicaciones de Fourier y desde el principio identifiqué la importancia de estar presentes en las redes sociales y de establecer una imagen para la empresa ya que los clientes potenciales necesitan identificar qué es Fourier, cuáles son los productos y servicios que ofrecen para las industrias y por qué se diferencian de otras empresas con portafolios similares.

Desarrollar la estrategia de comunicación digital para Fourier generará un beneficio muy valioso, ya que aparte de establecer la imagen de la empresa también atraerá nuevos clientes y personas interesadas en temas de innovación y tecnología, lo que le dará visibilidad a Fourier y también creará un voz a voz que es tan importante para la imagen de la empresa cuando apenas se está dando a conocer entre sus públicos.

Marco Teórico

A continuación se desarrollarán los conceptos que soportan este ejercicio académico, estos sirven como fundamento para dar cumplimiento a los objetivos del mismo. Es fundamental investigar la terminología que se utilizará en el desarrollo de este trabajo de grado.

Se trata de dar un acercamiento a las definiciones de la estrategia a utilizar, soportando algunos conceptos asociados a la comunicación digital que apoyan la investigación y la propuesta de la estrategia.

¿Qué es comunicación?

El término comunicación es la acción de interactuar, compartir, dialogar, relacionarnos con otros seres humanos. Según B.F. Lomonosov en su libro El problema de la comunicación en psicología:

La comunicación es todo proceso de interacción social por medio de símbolos y sistemas de mensajes. Incluye todo proceso en el cual la conducta de un ser humano actúa como estímulo de la conducta de otro ser humano. Puede ser verbal, o no verbal interindividual o intergrupala (Lomonosov, 1989, 89).

Comunicarse es una necesidad vital de todo ser humano, con el paso del tiempo la comunicación ha evolucionado y ha llegado a ser parte muy importante de las organizaciones para que estas lleguen a ser exitosas necesitan de una comunicación asertiva dentro y fuera del entorno laboral.

¿Qué es comunicación digital?

Este tipo de comunicación surge a partir de la llegada a la sociedad de las nuevas tecnologías y nuevas formas de interactuar de las personas. El auge de los smartphones, tablets, aplicaciones, y computadores más versátiles hizo que las Redes Sociales tomarán más fuerza en los últimos cinco años. Se ha evolucionado en la forma en que las personas se comunican, tienen sus compras diarias, películas en cartelera, artículos de primera necesidad, entretenimiento, lecturas académicas, recetas de cocina, domicilios, etc. al alcance de su mano y desde la comodidad de sus hogares con solo un clic se puede hacer compras de todo tipo, obtener información que antes no se podía, hablar con alguien que está al otro lado del mundo etc. y todo esto de forma inmediata.

Por eso, para las empresas es tan importante que sean visibles y reconocidas en el mundo digital, ya que por medio de plataformas digitales crean su imagen y fidelidad por parte de sus clientes. Pero esto no es una tarea fácil, ya que en el mundo digital existen miles de empresas iguales o parecidas, y deben de tener un valor agregado para diferenciarse y sobresalir de las demás.

Social Media Engagement.

Es un término que se está utilizando mucho en el lenguaje de las redes sociales, se puede decir que es la fidelidad que tienen los públicos y los clientes con la empresa. Karenina González, Licenciada en Mercadotecnia y colaboradora en la revista digital Marketing, define engagement como una conexión con la audiencia y un vínculo

emocional que no es tan fácil de romper. Que hace que la audiencia comparta su contenido, interactúe con las publicaciones y la defienda siempre. Para Fourier Tech lograr un engagement con el público sería de gran valor para su imagen y posicionamiento en el mercado que es lo que se busca con la creación de las páginas en las redes sociales.

¿Qué son las Redes Sociales?

Se escogen las redes sociales como estrategia principal de la comunicación digital de Fourier Tech, ya que es fundamental que esta empresa que a pesar de que lleva 3 años de su creación todavía no tiene una imagen definida dentro de sus públicos objetivos. Por medio de las Redes Sociales Facebook, Instagram y Twitter se quiere generar contenidos de interés para los públicos y a partir de esto originar conversaciones en tiempo real.

Las redes sociales son como un conjunto bien definido de actores -individuos, grupos, organizaciones, comunidades, sociedades globales, etc. Se vinculan unos con otros a través de una relación o un conjunto de relaciones sociales. Según (Mitchell, 1969, 2) “las características de estos lazos en tanto que totalidad pueden ser usados para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas, pero parece más bien un objetivo genérico que un criterio específico de definición.” “El rasgo más característico de las redes sociales consiste en que requieren conceptos, definiciones y procesos en los que las unidades sociales aparecen vinculadas unas a otras a través de diversas relaciones” (S. Wasserman, et al. 1994, 6). Las redes sociales han venido ganando más y más importancia durante los últimos cinco años. Algunas de las empresas importantes hoy ganaron credibilidad y clientes por medio de estas

plataformas interactivas que dan la facilidad de interactuar en tiempo real con la persona detrás de una página lo que antes era un poco más limitado.

Cada empresa tiene necesidades diferentes frente a su imagen y cómo quieren darse a conocer a sus públicos. Fourier es un start up que necesita de las redes sociales para darse a conocer y crear recordación en la mente de las personas. Por medio de las redes sociales escogidas estratégicamente para la estrategia digital de Fourier se quiere llegar a resultados positivos como recordación de marca, dar a conocer sus productos y servicios, identificar los públicos objetivos, entre otros.

Facebook

Se considera a Facebook como una de las redes sociales más importantes y populares de la actualidad, es una interfaz virtual desarrollada en el año 2004 por cuatro estadounidenses de la ciudad de Cambridge, Massachusetts: Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin y Chris Hughes. Hoy en día cuenta con tres sedes reales desde las cuales se opera para América (sede Palo Alto, California), Europa, África y el Medio Oriente (sede Dublín, Irlanda) y Asia (sede Corea del Sur).

Desde la empresa más pequeña a la más grande tienen una página en Facebook, ya que su lógica es fácil de entender y de segmentar el público que cada empresa necesita. Se escogió Facebook como una de las plataformas principales de la estrategia digital de Fourier, ya que es una de las redes sociales más utilizadas por jóvenes profesionales, empresarios y emprendedores. Publicar en Facebook contenidos de Fourier que sean de interés para los empresarios que buscan

soluciones para su organización, también publicaciones sobre qué se está haciendo en la empresa, información de nuevos proyectos, convocatorias y méritos y premios obtenidos por Fourier.

Twitter

Twitter es una red social de microblogs muy popular hoy en día. Su principal característica es que permite publicar mensajes con un máximo de 140 caracteres. Esto ayuda a que los usuarios no se aburran leyendo información tediosa e innecesaria.

La elección de Twitter para el análisis de los mensajes emitidos por sus usuarios son sus características únicas, entre ellas: el enorme volumen generado de información ya que los usuarios publican alrededor de 50 millones de mensaje por día, el largo del mensaje posee un máximo de 140 caracteres lo que lo hace un desafío ya que la intención del mensaje se encuentra concentrada en pocas palabras y además se suele utilizar un lenguaje más informal, lo que en conjunto resulta en un gran desafío.(Alfaro, et al. 2012)

Según el estudio sobre el estado de internet y las redes sociales en el 2016 de We Are Social, agencia global de social media. Twitter está en el número 6 del ranking de las redes sociales más utilizadas en el mundo. Es por esto que la mayoría de empresas, personajes influyentes como políticos, presidentes de países, alcaldes etc. Utilizan Twitter como herramienta principal para difundir sus opiniones, informaciones, publicidad entre otras para que le lleguen a millones de personas de forma inmediata.

Las publicaciones para Twitter deben ser más cortas y precisas informando a las empresas, empresarios, innovadores etc. sobre los productos y servicios que FOURIER les ofrece para mejorar la producción de las empresas. Utilizando el mismo hashtag de Instagram y otros como #innovación #emprendimiento #ingeniería inteligente #simulación #Anylogic.

Instagram

Instagram, es otra red social que surge asociada a la revolución de las redes sociales. Porque Instagram es precisamente una de las redes sociales más utilizadas en la actualidad cuya principal función es el permitirle al usuario compartir fotografías con sus seguidores tanto en ella como en el resto de las redes sociales más extendidas del mundo, tales como Twitter, Facebook, entre otras.

Recientemente se diseñó una nueva versión que permite grabar video por algunos segundos, con muy buena definición e incluso imágenes en movimiento.

Entre sus rasgos más salientes se destacan dos: permite agregarle a las fotos que se toman divertidos efectos mientras que la apariencia de la foto trae la novedad de un formato cuadrado o redondeado en sus vértices que no es común en el resto de las aplicaciones de cámaras móviles. (definiciones abc, S.F)

Un artículo de Universia España, dice que Instagram es la red social más utilizada por los jóvenes en Norteamérica. Este target es muy importante para Fourier ya que es una empresa con un espíritu juvenil y profesional al mismo tiempo y quiere generar un impacto positivo en los jóvenes.

Información Organizacional del Start Up

Con el fin de entender más a fondo cómo funciona el start up Fourier Tech y cómo se va a dirigir la estrategia de comunicación digital, a continuación se expondrá la información organizacional de la empresa su misión, su visión y sus valores.

Misión.

Fourier Tecnologías nace en el año 2012 como una empresa de jóvenes soñadores que hacen realidad las soluciones más complejas de la industria usando modelamiento matemático especializado y el desarrollo de tecnologías innovadoras con inteligencia artificial para mejorar la productividad en diferentes sectores industriales y de gobierno. Estamos enfocados en la creación y aplicación de sistemas inteligentes y matemática avanzada aplicada a la industria y hemos logrado ser aliados tecnológicos de las compañías más productivas del país. Desarrollamos Sistemas Inteligentes (Sistemas orientados al mejoramiento continuo, planeación estratégica, optimización y reducción de costos, gestión del conocimiento) para el Gobierno, Sector Productivo e Industrias.

Visión

Nos proyectamos como la empresa de desarrollo e innovación tecnológica más importante del País y una de las más importantes en América Latina. Estamos en capacidad de desarrollar innovaciones que pueden evolucionar y mejorar todos los sectores económicos y contribuir al desarrollo regional y nacional. Soñamos con ser los precursores del crecimiento tecnológico del país, y sumarle a nuestra sociedad con

soluciones que permeen todas las esferas sociales y transforman el futuro con sostenibilidad, desarrollo y unión.

Valores

Nuestra mayor virtud es contar con un equipo humano que ama y valora su País. Soñamos con desarrollar tecnología que afecte todos los sectores económicos e industriales con impactos sociales y ambientales que proyecten a Colombia como un País reconocido y valorado en el mundo entero. La ciencia y la tecnología corren por nuestras venas y tenemos la capacidad de realizar avances tecnológicos que traspasan todas las fronteras y rompan todos los paradigmas que se crucen en el camino. Tenemos tatuada en nuestra identidad el compromiso social y la responsabilidad de usar nuestro talento para que todas las comunidades de Colombia puedan soñar con un futuro sostenible, seguro y lleno de innovación tecnológica.

Necesidad de Comunicación.

Fourier tenía una necesidad de comunicación clara, la falta de redes sociales era evidente y al ser un start up, emprendimiento o nueva empresa necesitaba de las redes sociales para darse a conocer, crear una imagen ante sus públicos objetivos y posicionarse como una empresa de tecnología e innovación del país. Por tal razón se escogieron las redes sociales principales para que Fourier empezará a darse a conocer, Facebook, Instagram y Twitter fueron elegidas para comenzar con la estrategia de comunicación digital.

Facebook

Facebook es una de las redes sociales más utilizadas en el mundo cerca de 1000 millones de personas se conectan a esta plataforma social todos los días. Fourier abrió su página en Facebook desde su fundación en el 2013 pero su flujo de contenido no era mucho. Desde noviembre de 2015 se decidió aumentar las publicaciones para generar una imagen propia de Fourier como una de las empresas más innovadoras del país, ganar seguidores y contactar posibles clientes. En Facebook se encuentran todos los públicos de la empresa: profesionales, estudiantes, grandes industrias, empresarios y los partners tecnológicos de Fourier. Por esto la necesidad de estar en Facebook y de darle una adecuada gestión a los contenidos que se publican en esta importante red social.

Twitter

La página de Twitter de Fourier Tech fue creada en noviembre de 2015. El objetivo principal de estar presentes en esta red social, es la de mantener informados a los públicos objetivos de Fourier, hacer parte de una de las comunidades sociales más grandes del mundo y tener seguidores importantes como gerentes de empresas, empresarios y ministros. Twitter a diferencia de Instagram y Facebook es una red social más seria y madura, los públicos y la forma de interactuar son diferentes y por ende las publicaciones, ya que son más específicas y limitadas.

Instagram

Instagram se creó en noviembre de 2015 con el objetivo de estar presente en esta red social donde se encuentran muchas de las industrias y empresas que son clientes potenciales de Fourier, se abrió con la intención de que estas empresas fueran seguidores activos de Fourier y se dieran cuenta por medio de las fotos, del impacto tecnológico que tiene Fourier para Colombia y cómo con de sus productos y servicios que ofrecen a las grandes industrias y empresas colombianas quieren aportar para que estas funcionen de una manera más óptima y tecnológica.

Públicos objetivos Fourier Tech.

A continuación se presentarán los públicos que hacen parte de Fourier Tech y el objetivo comunicacional que se tiene con cada uno, las herramientas que se utilizarán en la estrategia serán las redes sociales que se eligieron y el correo electrónico acompañado de enlaces con fotos y vídeos, esto con el propósito de tener en cuenta en nuestras publicaciones a todos nuestros públicos objetivos con contenidos de gran interés para estos.

Tabla 1.

Mapa de Públicos Fourier Tech			
Categorías	Objetivo	Herramientas	Temáticas
Aliados tecnológicos AnyLogic Joe Scan Innpulsa Colombia Ruta N Medellín Argos	-Hacer evidente la oferta de productos y servicios de Fourier. -Ganar más seguidores con cada publicación.	Facebook Twitter Instagram	-Convocatorias. - Emprendimiento. -Innovación. -Simulación industrial. -Tecnologías. - Canteras

<p>Clientes Argos</p>	<p>-Facilitar la interacción entre Fourier y Argos. -Mostrar resultados del proyecto en las redes sociales.</p>	<p>Facebook Twitter Instagram Correo electrónico vídeos fotos</p>	<p>-Avances del proyecto - Trabajos realizados -Resultados - Tecnología -Innovación -Ingeniería</p>
<p>Clientes Potenciales Canteras cementeras de Colombia. Grandes industria y empresas. Universidades Grupos de investigación</p>	<p>-Establecer una imagen de confiabilidad ante los públicos objetivos de la empresa. -Dar a conocer los casos de éxito y clientes reconocidos de Fourier. -Ganar seguidores objetivos en las redes sociales. -Adquirir nuevos clientes.</p>	<p>Facebook Twitter Instagram Correo electrónico Páginas Web</p>	<p>-Portafolio de productos y servicios de Fourier. -Simulación industrial. -Tecnologías de visión artificial. -Matemáticas aplicadas a las industrias. - Capacitaciones</p>

			empresariales. -Licencias para universidades y empresas.
Estudiantes	-Establecer una imagen de confiabilidad ante las universidades y estudiantes. -Alcanzar el mayor número de seguidores estudiantes posible. -Generar conversaciones con los estudiantes dentro de las redes sociales.	Facebook Twitter Instagram Correo electrónico Páginas web	-Simulación industrial. -Matemáticas aplicadas a la industria.
Empresarios	-Garantizar un flujo constante de empresarios y de empresas en las redes sociales ya mencionadas anteriormente. -Alcanzar el mayor número posible de seguidores empresarios y empresas en las redes sociales.	Facebook Twitter Instagram Correo electrónico Páginas web	-Portafolio de productos y servicios. -Simulación industrial. -Convocatorias. - Capacitaciones empresariales. -Casos de

			éxito.
--	--	--	--------

Calendario editorial.

Se decidió crear un calendario editorial para las redes sociales de Fourier Tech de este modo tener un control y lógica cronológica de los contenidos para las redes sociales. El cuadro a continuación es un ejemplo de las publicaciones del mes de junio donde se tienen en cuenta todos nuestros públicos objetivos con contenidos especiales para ellos.

Tabla 2.

Calendario Editorial Fourier Tech				
Del 13 de junio al 11 de julio				
Fecha	Hora	Canal	Formato	Texto Redes
Junio 13	9:00 am	Facebook	Imagen, logo de Fourier con enlace a la página web.	Visita nuestra página web y conoce todos nuestros productos y servicios.
	11:00 am	Twitter	Enlace a vídeo YouTube	ya viste nuestro vídeo corporativo? te invitamos a verlo para que nos conozcas #Fouriering
Junio 15	9:00 am	Instagram	Foto del equipo de Fourier en Ruta N	Trabajamos por el futuro de Colombia #Fouriering

				#ingeniería #minería #tecnología #innovación #emprendimiento #desarrollo
Junio 17	9:00 am	Página web	Foto de los avances del proyecto de Argos.	Desarrollamos los sistemas más innovadores para optimizar las plantas de Argos
	3:00 pm	Faceboo k	Foto de nuestro gerente en el congreso internacional de Perú Lab 4 con enlace a la página web.	Nuestro gerente @federicolievano en el Lab4 en Perú representando a Colombia como una de las empresas más innovadoras del país.
Junio 20	9:00 am	Página web AnyLogic	Información actualizada de los casos de éxito en simulación industrial, vídeo simulación planta de Argos.	Somos pioneros en simulación industrial en Colombia, simulamos cualquier proceso industrial.
Junio 22	11:0 0 am	Faceboo k	Artículo de la página web.	Conoce nuestro caso de Innovación abierta con Argos.
	3:00	Twitter	Link página web Any	Somos partners oficiales de

	pm		Logic.	AnyLogic #Fouriering #AnyLogicRusia #AnyLogicUSA
Junio 24	9:00 am	Instagra m	Vídeo capacitaciones para estudiantes.	Tenemos las mejores capacitaciones en simulación para estudiantes de todas las universidades. #Fouriering #ingeniería #minería #tecnología #innovación #emprendimiento #desarrollo
Junio 27	9:00 am	Faceboo k	Foto del equipo de ingenieros de Fourier en los laboratorios de Ruta N Medellín	Nuestro excelente equipo de ingenieros innovando desde los laboratorios de Ruta N Medellín.
Junio 29	11:0 0 am	Twitter	Mensaje con link de la página web.	Tenemos las soluciones más innovadoras para la industria www.fouriering.com #fouriering #innovation #fourierteam
Julio	9:00	Faceboo	Collage de los	Ya conoces nuestros aliados

1	am	k	partners tecnológicos con links a las páginas web de estos.	tecnológicos? te invitamos para que ingrese a las páginas web y te enteres de sus proyectos.
Julio 4	11:0 0 am	Instagra m	Foto en Asogravas	Visita nuestro stand en la feria minera más importante de Colombia #Asogravas #Medellín2016 #plazamayor #minería #tecnología #Fourier

Seguimiento y evaluación de la estrategia

Desde la creación de las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter para Fourier Tech en noviembre de 2015, se encontraron aproximadamente 500 nuevos seguidores entre las 3 redes sociales, acogida muy positiva a cada una de las publicaciones, reacciones con likes y comentarios. El seguimiento de la estrategia es de gran importancia para evaluar el impacto y la asertividad que están teniendo cada una de las publicaciones y de esta manera tomar decisiones que aporten al mejoramiento de la estrategia digital, generando nuevos seguidores de nuestro público potencial.

Indicadores de Medición de las redes sociales de Fourier

Los indicadores de medición ayudarán a evaluar y hacer un seguimiento de las estrategias y sus resultados a corto, mediano y largo plazo. Con el paso del tiempo y la evolución que tenga cada red social se implementarán nuevas estrategias y se dejarán atrás otras.

Cuantitativos:

Número de likes por publicación, número de comentarios y número de shares (Facebook), reposts (Instagram) o retweets (Twitter).

Cualitativos:

Conversaciones y comentarios positivos y negativos que se generaron en una publicación. Un aspecto importante de la medición cualitativa será la reacción que

tengan los seguidores ante una publicación, es decir si responden a las preguntas, si hacen preguntas acerca de las innovaciones tecnológicas de la empresa, si tienen curiosidad por los proyectos que se desarrollan. Compartir las conversaciones en sus perfiles, generar nuevas conversaciones a partir de estas son reacciones que demuestran el éxito de una publicación.

A continuación se dan algunos ejemplos de cuáles son las palabras, frases, afirmaciones y comentarios que se consideran para las redes sociales de Fourier como: positivos, neutros y negativos considerando la misión, visión, valores y políticas de la empresa que crean la imagen de Fourier ante sus públicos.

Positivos:

Un comentario positivo en las redes sociales de Fourier son las palabras que demuestran agrado por la empresa como felicitaciones por los logros alcanzados hasta el momento.

Palabras asociadas con el lema de la empresa como:

- Orgullo de Colombia
- Desarrollo
- Sistemas Inteligentes
- Futuro
- Tecnología
- Soluciones a los problemas industriales
- Innovación
- Emprendimiento
- Generadores de empleo
- Excelente equipo de trabajo
- Jóvenes perseverantes
- Ejemplo para las nuevas generaciones

Neutros:

Se considera un mensaje o comentario neutro cuando contenga las siguientes palabras o afirmaciones.

- Está bien
- Me gusta la tecnología pero empresa es muy pequeña.
- Deben mejorar
- Empresa joven
- Son muy jóvenes
- Deberían innovar en...

Negativos:

Un comentario negativo en las redes sociales de Fourier son palabras que van en contra del lema de la empresa.

Comentarios destructivos acerca de las innovaciones y tecnología de Fourier como:

- Mal desarrollo tecnológico
- Hay mejores desarrollos en otros países
- Poco innovador
- Muy caro o costoso
- No sirve al desarrollo de Colombia
- Tecnología de difícil acceso
- No me gustan esas tecnologías
- No son profesionales
- Hay tecnologías más baratas y mejores
- Colombia todavía no está preparada para el desarrollo

Evaluación:

Evaluación de estos indicadores cuantitativos y cualitativos se realizará cada 3 meses con el fin de evaluar la estrategia digital de las publicaciones y el calendario editorial, validar su eficacia y resultados.

Evaluación y seguimiento de las redes sociales de Fourier desde noviembre de 2015

La estrategia digital de Fourier Tech fue creada en noviembre de 2015 con diferentes fines para beneficiar a la joven empresa, factores como crear la imagen de la empresa, generar el mayor número de seguidores posibles para dar a conocer a Fourier, lograr que los públicos objetivos y potenciales sigan los acontecimientos más importantes de la empresa por medio de las redes sociales y paso a paso cumplir cada uno de los objetivos de esta estrategia.

Facebook

Facebook fue creado aproximadamente en el 2013 cuando se constituye la empresa, los administradores de la página son los dueños de la empresa pero atareados con otras obligaciones dejan a Facebook a un lado y publican contenidos de vez en cuando. En noviembre de 2015 se crea la estrategia digital teniendo en cuenta a esta red social como una de las principales para llevar a cabo algunos de los objetivos, con pocos seguidores y publicaciones con contenidos muy básicos poco a poco Facebook fue creciendo a medida de que se realizaban las estrategias. Al comienzo tenía entre 100 y 200 seguidores, en la actualidad la página de Facebook cuenta con 584 seguidores estos realizan comentarios en las publicaciones y otros participan con sus likes, el avance de Facebook ha sido muy positivo ya que la empresa va creando su propia imagen y esencia. Ahora con la ayuda del calendario editorial las publicaciones son mucho más ordenadas y continuas para los seguidores esto ayuda a seguir el cronograma de publicaciones sin olvidar ningún tema de interés de nuestros públicos objetivos.

Instagram

Instagram fue creado con la estrategia digital, ya que varios de los públicos potenciales de Fourier se encuentran activos en esta red social. Con cero seguidores y cero publicaciones se abrió la página de Instagram para Fourier. En la actualidad la página de Instagram de Fourier tiene 123 seguidores, 89 siguiendo y 47 publicaciones de fotos. La publicación con mayor número de likes es una foto del grupo de trabajo junto con un representante de nuestros aliados tecnológicos (Joe Scan), la mayoría de las publicaciones son fotografías del equipo de trabajo en los laboratorios tecnológicos de Ruta N Medellín o en las plantas de Argos. Instagram al igual que Facebook ha tenido una acogida muy positiva en los seguidores potenciales de Fourier, aunque todavía falta mucho por hacer en esta red social ha tenido resultados valiosos como el número de seguidores y de likes que va creciendo con el tiempo y con esto hace que Fourier sea reconocida por sus públicos objetivos.

Twitter

Twitter al igual que Instagram fue creado en noviembre de 2015, en esta red social se encuentran activas las industrias y empresas más importantes del país, además del sector gobierno y entidades que apoyan la innovación de las jóvenes empresas del país como Innpulsa Colombia. En la actualidad la página en Twitter de Fourier cuenta con 144 seguidores, 175 siguiendo y 134 tweets. Con varios seguidores importantes para la empresa como Argos y Ruta N Medellín esta red social ha tenido buenos resultados para la imagen y el reconocimiento de Fourier por parte de empresas importantes, varios tweets compartidos por el gerente de Innpulsa

Colombia, Argos entre otros y likes de diferentes empresas dan conocer la positiva influencia que tiene Twitter en las organizaciones si se tiene una buena gestión de esta.

Metodología

Para desarrollar los objetivos de la estrategia digital de Fourier Tech, se realizó primero un análisis para determinar las posibles necesidades de comunicación que tenía el start up y para crear la mejor estrategia posible para estas necesidades. Así fue como se decidió utilizar el engagement como la mejor estrategia para dar cumplimiento a los objetivos de esta.

El engagement requiere entender cómo los públicos objetivos se comportan en las redes sociales, cómo interactúan, por qué le dan like a una publicación, por qué siguen cierto tipo de páginas y de contenidos y por qué no siguen a otras. Se estudió esto con el fin de crear los contenidos adecuados para las plataformas sociales de Fourier.

Para lograr el éxito de la estrategia digital se diseñó el mapa de públicos que ayudó a reconocer los públicos objetivos de Fourier y la importancia que tienen estos para el desarrollo de la empresa, el calendario editorial para llevar un orden cronológico de las publicaciones y sus contenidos teniendo en cuenta a todos los públicos objetivos y las actividades de seguimiento y evaluación para seguir detenidamente los resultados de cada publicación.

El propósito de utilizar el engagement como estrategia principal fue para conseguir que nuestros seguidores, públicos objetivos y potenciales interactúan con la empresa y con las publicaciones que se generaron para ellos, que se sintieran parte de Fourier, se motivarán a dar buenas referencias de la empresa y con el paso del tiempo se conviertan en fieles seguidores de la empresa.

Conclusiones

Desde la creación de la estrategia digital para la empresa, se ha avanzado mucho en este campo de las redes sociales: se crearon dos páginas nuevas en Instagram y Twitter y, como parte de la estrategia, también se quiere crear una página en LinkedIn cuando Fourier esté más posicionada en las otras redes sociales.

Al principio fue difícil crear un abanico de contenidos para cada una de las redes sociales, ya que Fourier tiene unos públicos con intereses muy específicos y fuera de lo común a diferencia de otras páginas de redes sociales empresariales, la empresa tiene el deber de cubrir y mantener el interés de cada uno de sus públicos potenciales con intereses muy diferentes el uno del otro, por ejemplo Argos y Ruta N son dos públicos muy distintos pero los dos con la misma importancia para Fourier. Es por esto que el calendario editorial juega un papel muy importante para gestionar y publicar de forma ordenada los contenidos de interés cubriendo a cada uno de los públicos objetivos de Fourier sin olvidar que todos tienen la misma significación para el progreso de la empresa.

Para crear contenidos de interés en las redes sociales de Fourier primero se tuvo que conocer más a fondo la empresa, sus necesidades, los requerimientos de sus fundadores y lo que querían lograr por medio de estas plataformas sociales. Fue un reto grande llegar a comprender la empresa ya que es muy diferente a las empresas tradicionales de Colombia, sus líneas de negocio, productos y servicios no tienen comparación o llegan a ser similares a otra empresa. Fourier tiene grandes aspectos

que hacen que sea genuina e innovadora por estos motivos se estudió a fondo sus productos y servicios, desarrollos tecnológicos, el recorrido de sus fundadores y que los animó a fundar una empresa como estas en un país donde todavía no creen en la tecnología que se desarrolla por sus ciudadanos, donde las grandes empresas corren a importar tecnología porque no son capaces de darle la oportunidad a jóvenes emprendedores.

El reto fue analizar cómo llegarle a las grandes industrias de Colombia que son tan cerradas y tradicionales, a los jóvenes universitarios, a las entidades del gobierno y a proveedores internacionales, se debió estudiar minuciosamente cada público objetivo para no cometer errores de contenido y con poco interés para los seguidores.

Fourier se proyecta como la empresa de desarrollo e innovación tecnológica más importante del País y una de las más importantes en América Latina. Está en capacidad de desarrollar innovaciones que pueden evolucionar y mejorar todos los sectores económicos y contribuir al desarrollo regional y nacional. Sueñan con ser los precursores del crecimiento tecnológico del país, y sumarle a nuestra sociedad con soluciones que permean todas las esferas sociales y transforman el futuro con sostenibilidad, desarrollo y unión.

A partir de la creación de la estrategia digital para Fourier, la empresa ha ganado el reconocimiento de sus públicos objetivos. Esto se comprueba con el número de likes y seguidores que aumentan significativamente con el tiempo, a medida que Fourier se va posicionando y poco a poco va creando su imagen como una de las empresas más innovadoras del país.

Recomendaciones

- Fourier debe interactuar constantemente con sus públicos objetivos, por medio de las redes sociales y del correo electrónico generando así un interés por la empresa, para esto es necesario seguir con la estrategia digital con la ayuda del calendario editorial y del mapa de públicos.
- Continuar estudiando y analizando los públicos objetivos de Fourier para generar contenidos de interés para estos.
- Actualizar constantemente los contenidos para la página web.
- Responder todos los mensajes de las personas que escriben a las redes sociales y a la página web y así mantener el contacto con los públicos.
- Participar en eventos corporativos realizados por Ruta N Medellín y otras entidades como Innpulsa Colombia que apoyan el desarrollo y la innovación de emprendimientos.
- Los conocimientos adquiridos durante toda la carrera profesional en la universidad fueron esenciales para las labores realizadas en Fourier Tech; asignaturas como relaciones públicas, protocolo, comunicación digital 1 y 2, gestión contable, entre otras, fueron de gran importancia para cumplir con deberes durante toda la práctica.
- De otro lado, se recomienda a la coordinación del programa ser más ordenados al asignar los asesores de práctica y estar pendientes de principio a fin en el proceso que los estudiantes llevan en las empresas, ya que muchas veces se presentan inconvenientes o se tienen dudas y los estudiantes no saben a quién acudir mientras no se le ha asignado el asesor de práctica. En general, la

mayoría de asignaturas son vitales para un comunicador periodista, recomendaría hacer más énfasis en la comunicación digital ya que es un requerimiento que tienen las compañías en la actualidad y para el futuro.

Referencias.

Copias de la materia. (2007, 08). *Problemas Sociales*, 54(3).
doi:10.1525/sp.2007.54.3.bm

Cuppens-Boulaia, N., Cuppens, F., & García-Alfaro, J. (2012). *Seguridad de los datos y aplicaciones XXVI: 26 Conferencia Anual IFIP WG 11.3, DB Se c 2012, Paris, Francia, July 11-13,2012: Actas*. Heidelberg: Springer.

Definición de Instagram. (s.f.). Recuperado de
<http://www.definicionabc.com/tecnologia/instagram.php>

Mitford, J. (1969). *El juicio de Dr. Spock, el Rev. William Sloane Coffin, Jr., Michael Ferber, Mitchell Goodman, y Marcus Raskin*. New York: Knopf.

Murašov, J. (1993). *Jenseits der Mimesis: Russische Literaturtheorie im 18. und 19. Jahrhundert von M.V. Lomonosov zu V.G. Belinski*. München: W. Fink.

We Are Social - We are a global agency. (s.f.). Somos una agencia global pensando en ideas creativas para las marcas. Recuperado de <http://wearesocial.com/uk/>

¿Qué es el famoso “Engagement” en redes sociales? (2013, Julio 23). Recuperado de <https://mktlovers.wordpress.com/2013/07/23/que-es-el-famoso-engagement-en-redes-sociales/>