

**IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA CORPORACIÓN
EMPRESARIAL DEL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ**

JHON ESTEBAN RÚA ORREGO

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS (ANTIOQUIA)
2012**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN SITIO WEB PARA LA CORPORACIÓN
EMPRESARIAL DEL SUR DEL VALLE DE ABURRÁ**

JHON ESTEBAN RÚA ORREGO

**Informe de práctica profesional para optar al título de Comunicador y
Periodista**

**Asesor
Eduardo Bermúdez Pérez
Comunicador**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS (ANTIOQUIA)
2012**

AGRADECIMIENTOS

A Dios por permitirme culminar mi carrera y conocer personas que me acompañaran en muchos otros ámbitos de mi vida personal.

A mi mamá, Marleny Orrego Ayala, por creer en mí y brindarme su apoyo incondicional en todos los momentos de mi vida sin importar los obstáculos.

A mi papá, John Jairo Rúa Mesa, por regalarme su apoyo, depositar en mí su confianza y hacerme sentir orgulloso de ser su hijo cada día.

A mi hermana, Salomé Rúa Orrego, que llegó a este mundo a unificar la familia y a ser una razón más para seguir adelante en mi vida.

A mis abuelas, Amelia Ayala Eusse, Ruth Mesa por sus consejos.

A mi bisabuela Bernarda Ramírez, por la sabiduría que compartió durante los años de vida y la fe en que su familia va a ser del mundo un lugar mejor, en paz descansen.

A mis tíos, Octavio Alberto Rúa Mesa, Martha Elena Rúa Mesa, Gloria Rúa y Olga López, por el acompañamiento y apoyo.

A mis amigos, Sebastián Estrada, María Claudia Cano, Yeni Gómez Uribe, Luisa Ivone Restrepo, Carolina Gómez, Pedro Pablo Gutiérrez, Daniel Alejandro Ramírez Gómez, Ramiro Alejandro Valencia Cadavid, Alexandra Asprilla, Isabel Ramírez, Jennifer Andrea Marín, Juan Felipe Prisco Díaz y Rubén Galviz por ser incondicionales en los momentos más críticos y felices de mi vida.

A mi compañera de trabajo y amiga, Natalia Osorio, por el conocimiento compartido, la amistad ofrecida y las lecciones de humildad.

A los docentes de la Corporación Universitaria Lasallista, por sus conocimientos.

A CorpoAburrá Sur, por darme la oportunidad de desempeñarme como comunicador y crecer como profesional.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
1. OBJETIVOS	10
1.1. OBJETIVO GENERAL	10
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
2. JUSTIFICACIÓN	11
2.1. IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO.....	12
2.2. IMPACTO SOCIAL	12
3. MARCO TEÓRICO	14
3.1. LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN	14
3.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN....	15
3.3. SOCIAL MEDIA Y WEB 2.0	16
3.4. SITIO WEB	17
3.4.1. Diseño	17
3.4.2. Maquetación	17
3.4.3. Posicionamiento Web	24
3.4.4. Contenido web	25
3.5. CORPOABURRÁ SUR	25
4. METODOLOGÍA	27
5. PRIMERAS OBSERVACIONES	33
5.1. INICIANDO	33
5.2. MATRIZ DOFA CORPOABURRÁ SUR	34
5.2.1. Debilidades	34
5.2.2. Fortalezas	34
5.2.3. Amenazas	35
5.2.4. Oportunidades.....	35
6. RESULTADOS	36
7. CONCLUSIONES	38

8. RECOMENDACIONES 39
BIBLIOGRAFÍA 40

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Maquetación Dreamweaver	18
Ilustración 2. Código HTML	19
Ilustración 3. Javascript.....	20
Ilustración 4 LA WEB ERA	21
Ilustración 5 LA WEB ERA	21
Ilustración 6 LA WEB ERA	22
Ilustración 7 LA WEB ERA	23
Ilustración 8. Diseño	26
Ilustración 9 Redes sociales.....	30

RESUMEN

El presente trabajo de grado, tuvo como propósito implementar la página web de la Corporación Empresarial del Sur del Valle de Aburrá, CorpoAburrá Sur, como estrategia de posicionamiento en la comunidad digital que permitieran un mínimo de reconocimiento en la World Wide Web o red informática mundial para mejorar el relacionamiento con las empresas afiliadas y con los públicos interesados.

Para crear la página web, se tuvo como referente a las corporaciones pares de CorpoAburrá Sur: la Corporación Empresarial de Oriente Antioqueño (CEO), Corporación Empresarial del Norte (Proaburrá Norte) y la Fundación Privada para el Progreso de Antioquia (Proantioquia) y a los públicos externos que tienen relación con la Corporación.

Para llevar a cabo los logros propuestos se desarrollaron diferentes actividades que comprendían desde el área de diseño hasta programación web para adaptar la página a la necesidad de la Corporación.

Se concluye que la página web de CorpoAburrá Sur es un elemento esencial para mantener relación con las empresas aliadas y corporadas, es un mecanismo de comunicación que permite un reconocimiento importante en la comunidad digital valiéndose de las herramientas que ofrecen las Nuevas Tecnologías de la Información (TIC) como las redes sociales.

Palabras Clave: World Wide Web, Público, afiliados, TIC, Diseño, Programación, digital, redes sociales, necesidad, públicos interesados, posicionamiento, contenido.

ABSTRACT

This work degree, was intended to implement the website of the Business Corporation Sur del Valle de Aburrá, CorpoAburráSur, positioning strategy in the digital community that would allow a minimum of recognition on the World Wide Web or global computer network to improve the relationship with affiliates and the interested public.

To create the page, was taken as a reference to corporations pairs CorpoAburráSur: Enterprise Corporation of Eastern Antioquia (CEO), North Business Corporation (Proaburrá Norte) and the Private Foundation for the Advancement of Antioquia (Proantioquia) and external public relationship with the Corporation.

To accomplish the goals proposed were developed that included different activities from the area of web design to programming to adapt the page to the need for the Corporation.

We conclude that CorpoAburráSur website is essential to maintain relations with partner companies and affiliates, is a communication mechanism that allows an important recognition in the digital community using the tools offered by New Information Technologies (TIC) and social networks.

Keywords: World Wide Web, Public, affiliates, TIC, Design, Programming, digital, social networking, need, public interest, position, content.

INTRODUCCIÓN

Las empresas actualmente tienen que estar a la vanguardia en las comunicaciones, uno de los mayores activos con los que cuenta una empresa es la información, que, si no es comunicada de la forma correcta puede llevar a un deterioro de ella por falta de interés o mala administración. El desconocimiento en las nuevas herramientas que ofrecen las TIC o el mal uso de ellas conlleva a un deterioro en la imagen de la organización o un posicionamiento negativo en la mente del consumidor final.

La creación de una página web en CorpoAburrá Sur es un componente importante en el funcionamiento correcto de la Corporación para mantener informados a las empresas aliadas y al público externo de los procesos que se están llevando a cabo en cada una de las líneas estratégicas en las que trabaja la Corporación, siendo más importante mantener interesados a las empresas afiliadas y a los aliados para futuras colaboraciones interinstitucionales.

En este sentido se abordó el trabajo de la página web con cuatro énfasis: diseño de la página, maquetación, ubicación estratégica de la información y redes sociales.

1. OBJETIVOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

Construir un sitio web para la Corporación Empresarial del Sur del Valle de Aburrá, CorpoAburrá Sur, que permita ubicar a la entidad en el ciberespacio, propiciando un posicionamiento institucional entre sus diversos públicos y afianzando la identidad corporativa de la misma en el medio.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Implementar un sitio web, amigable y de fácil acceso, de acuerdo a la imagen y requerimientos institucionales de la corporación.
- Organizar la información de manera estratégica en la web.
- Proponer la implementación redes sociales que conecten a los diferentes públicos con la Corporación.
- Propiciar un espacio de consulta permanente entre los públicos, al igual que de entidades y empresas con objetivos comunes.

2. JUSTIFICACIÓN

Los comunicadores y periodistas son administradores de flujos de comunicación en las organizaciones, poseen las habilidades y el conocimiento para implementar, diagnosticar y efectuar estrategias que permitan a la empresa crear y proponer soluciones a las necesidades de la organización en la que se desempeñan.

Una de las funciones del comunicador-periodista en una empresa es desarrollar estrategias para el mejoramiento continuo, identificar los stakeholders y desarrollar tácticas para el beneficio de la organización.

El departamento de comunicaciones en una empresa tiene una responsabilidad muy importante y vital para la misma, comunicar lo que ésta hace, sin importar su razón social. Toda empresa quiere mostrar sus productos para lograr un reconocimiento y posicionamiento en el mercado en el que compete o al que pertenece, además de tener a su encargo, garantizar una cultura organizacional clara y un clima sano.

En el caso de CorpoAburrá Sur, al ser una Corporación, que hace tan solo un año inició se creó con el fin de promover proyectos en favor del desarrollo en el sur del Valle de Aburrá, es de gran importancia promover procesos de comunicación transparentes, oportunos y fluidos con las empresas afiliadas y los públicos interesados en los proyectos de la organización, En razón a estas exigencias comunicativas, se establece que la estrategia en cuanto a canal de comunicación que más se acerca es la plataforma digital. Por ello se propone el diseño, desarrollo e implementación de una página web institucional.

Las páginas web se han convertido en una herramienta indispensable para cualquier tipo de negocio “Para fines prácticos, cualquier negocio debe de contar con un buen plan de marketing, el cual le permite no solamente crear relaciones con sus clientes, sino alcanzar a clientes potenciales, y es precisamente una de las principales labores de un BUEN sitio web.”¹ Un portal web permite tener presencia a nivel local, nacional y mundial, actualmente las personas prefieren buscar información en internet, le da una imagen de profesionalismo a la empresa y mantiene relaciones cercanas con los clientes.

De ahí la importancia de incursionar en el campo digital, teniendo como homólogas a las Corporaciones Proaburra Norte y la Corporación Empresarial de Oriente y siendo cada una gestora de desarrollo de la región a la que corresponden, la propuesta de crear una página web para CorpoAburrá Sur surge de la necesidad de mantener informadas a las empresas 50 corporadas acerca de,

¹ AQUILA, Destacados [en línea] http://www.aquila.cl/destacados_4.html [citado el 19 de marzo de 2012]

las actividades que realiza la Corporación en el Sur y lograr alianzas y relaciones estratégicas con los públicos interesados en alguno de los proyectos que se realizan. ya que son ellas quienes un año de vida y que inicia desde cero a trabajar por unos proyectos enfocados al desarrollo regional en el Sur del Valle de Aburrá, es de gran importancia comenzar a incursionar en el mundo digital para interactuar con las empresas afiliadas y públicos interesados en la organización.

2.1. IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO

En una época en la que la comunicación digital y las tecnologías de la información se han vuelto parte de día a día en las empresas, implementar una página web y sacar provecho de las herramientas que ofrecen las redes sociales es el reto de CorpoAburrá Sur.

El impacto tecnológico está reflejado en el uso de las herramientas que fueron básicas para la creación del sitio web e iniciar con el cargo de comunicador en la Corporación: El uso e implementación de Facebook, Twitter, Youtube y Flickr, la creación de la página web corporativa, la creación, administración y uso de los correos electrónicos. Por otra parte la utilización de herramientas que permitieran alimentar el sitio web con información como la toma de fotografías y la grabación de entrevistas fueron de gran utilidad para darle fondo y forma a la página web institucional.

Estos referentes tecnológicos que tienen que ver con la formación del comunicador y periodista lasallista fueron fortalecidos en la empresa con conocimientos adquiridos áreas como comunicación digital II, periodismo digital, comunicación organizacional II y periodismo informativo III.

2.2. IMPACTO SOCIAL

La página web en CorpoAburrá Sur es fundamental en el proceso de difusión y posicionamiento de la Corporación en el área metropolitana y más en el Sur del Valle de Aburrá que es su área de influencia, y de esta manera evidenciar el trabajo que realiza en sus diferentes líneas estratégicas con sus 50 empresas afiliadas y con los públicos interesados en vincularse en alguno de los proyectos con la Corporación y los aliados de la Corporación.

La página web permite que la Corporación sea reconocida en el campo digital y eso significa estar a la vanguardia y permanecer al nivel de las empresas que la

componen. El posicionamiento en el mundo digital no es un intangible, es un elemento visible que puede ser verificado por los corporados y grupos de interés.

3. MARCO TEÓRICO

El ser humano siempre ha sentido la necesidad de comunicarse, el psicólogo estadounidense Bernard Berelson apunta que “la comunicación es la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades etc., a través de símbolos, palabras imágenes, figuras, sonidos...”²

La comunicación es un proceso que los seres humanos realizan todos los días y también se adquiere experiencia para perfeccionarla con el pasar de los años, Antonio Pasquali (1978) afirma que "la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social" no habría relaciones humanas sin comunicación.

La comunicación como disciplina es muy joven, que según Linda Putman nació de cuatro tradiciones en Estados Unidos: la comunicación del habla, la persuasión (publicidad y propaganda), el discurso y la teoría de la comunicación humana. A partir de los años 70 y con la teoría de Linda Putman, años más tarde, aparecen nuevas teorías enfocadas a la comunicación organizacional que adicionan nuevos elementos y posiciones críticas frente a otras escuelas teóricas.

3.1. LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

Hoy la mayor parte de las empresas ven a la comunicación como una necesidad primordial para su funcionamiento, los gerentes necesitan de la comunicación para desempeñar sus funciones primordiales: planeación, organización y dirección, son ellos los que tienen el control sobre la empresa por eso necesitan que todo se esté comunicando para que todas las tareas se realicen de forma correcta.

Sin importar cuál sea la razón social de una empresa, la comunicación es elemento básico “ya se trate de una aerolínea, un distrito escolar, un banco, un sistema de transporte o una planta manufacturera, resulta fundamental que la comunicación sea eficaz, la comunicación es para una organización lo que el torrente sanguíneo para una persona”³ Para que la comunicación sea eficaz debe valerse de medios que la complementen y que ayuden a mejorar el proceso

² GALEANO, Cesar Ernesto. Modelos de Comunicación. Universidad de Costa Rica. Programa de Posgrado en Comunicación. Disponible en el catálogo en línea de la Oficina en línea del programa de Posgrado en Comunicación SEP-UCR.

³ HELLRIEGELL Don, Jackson Susan, Slocum Jr. John. Administración un enfoque basado en competencias. 10 ed San Juan. Thomson, 2001. Pág. 430

comunicativo como las nuevas tecnologías de la información (TIC), porque al igual que el “torrente sanguíneo”, las estrategias de comunicación se pueden ver afectadas de muchas maneras.

La comunicación aplicada a la organización, dice el profesor José Luís Piñuel, “denota un sistema particular de comunicación en el que el intercambio de expresiones entre actores colectivos (como emisores, las organizaciones; y como receptores, sus públicos o audiencias), se somete a los procesos de producción y consumo de un servicio convertido en mercancía profesional y que consiste en facilitar, por el intercambio de datos codificados y decodificados por los actores – agentes sociales-, la reproducción de conocimientos a propósito del acontecer social y material que compromete a las organización, y que es un universo de objetos de referencia frente al cual los miembros de la organización y de la colectividad social necesitan ajustar sus conductas como agentes y como sujetos con aspiraciones sociales y materiales” (1997: 92). La comunicación se transforma en una mercancía que la organización vende, de acuerdo a unas metas planteadas desde ésta, la comunicación ajusta sus conductas al tipo de empresa en la que esté para convertirse en un producto que vende la compañía y ser un activo.

3.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN

Las TIC en Colombia son definidas como: “Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante TIC), son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, vídeo e imágenes”⁴. Un conjunto de herramientas de las cuales puede hacer uso el comunicador y que bien utilizadas son un potente insumo para las organizaciones.

Las nuevas tecnologías de la información han sido para las empresas una oportunidad en dinero, en marketing y en publicidad; son una ventaja para las organizaciones desde que tenga las herramientas y el conocimiento adecuado para aprovechar al máximo el sinnúmero de posibilidades que ofrecen los medios digitales para producir lo que algunas empresas llaman nuevo marketing.

Es importante resaltar que en algunas páginas web pesa más la imagen sobre el contenido, dependiendo de su razón social, la imagen también vende, en este caso no se trata de centrarse solamente en imagen y diseño de una web sino en

⁴ EDUTECNO, Colombia Ley de TIC [en línea] <http://edutecno.org/2009/08/colombia-ley-de-tic-2009/> [Citado el 06 consultado el 3 enero 2012.]

las personas, el enfoque se centra en el consumidor, la usabilidad y contenido priman a lo demás.

3.3. SOCIAL MEDIA Y WEB 2.0

Los nuevos recursos que están complementando y en algunos casos desplazando las páginas web se han convertido en un nuevo medio de comunicación entre empresas y sus diferentes públicos pero aún hay confusión en los roles que desempeña el emisor y receptor. “Los Social Media son plataformas de publicación de contenido donde emisor y receptor se confunden en capacidades y funciones. Las herramientas como blogs, wikis, podcast, redes sociales, etc. permiten a los usuarios convertirse en medios de comunicación donde ellos toman las decisiones de los contenidos que se publican, cómo se clasifican y cómo se distribuyen”.⁵

La página web en una organización es un elemento de gran importancia estratégica considerando que, actualmente, internet es la herramienta con más información disponible a todos los usuarios y más accesible. Una página web acorde con la identidad corporativa de la empresa y su razón social permite el contacto con los diferentes públicos interesados en los avances de la organización o en conocerla. Los Social Media se han convertido en un complemento igual o más importante que las páginas web por la manera directa y casi inmediata de retroalimentación que hay con el público interesado, permitiendo crear estrategias de mejoramiento continuo en base a las opiniones expresadas.

La web 2.0 no solo se refiere a un mejoramientos electrónicos significa “un salto cualitativo en las tecnologías web que han hecho que internet sea más creativo, participativo y socializante.”⁶ Así podemos ver que la web 2.0 no se refiere solamente a una red web, sino a personas con características sociológicas, económicas y educativas, es un sistema de interactividad e interacción.

Las comunidades virtuales son espacios de colaboración entre miembros que tienen algo en común que los identifica por lo tanto Facebook y Twitter son redes sociales y los grupos que se forman allí pueden llegar a ser comunidades virtuales.

⁵ BURGOS Enrique, et al. Del 1.0 al 2.0: Claves para entender el nuevo marketing. Pág. 8

⁶ELEARNINGPAPERS ,Entorno de aprendizaje de la Web 2.0: Concepto, aplicación y evaluación [en línea] <http://elearningpapers.eu/en/article/Web-2.0-Learning-Environment%3A-Concept%2C-Implementation%2C-Evaluation> [Citado el 06 consultado el 3 enero 2012]

3.4. SITIO WEB

La realización de un sitio web no solo comprende la maquetación o distribución de los contenidos, también implica pensar en un diseño que esté acorde a su imagen corporativa; por ello no se puede hablar de la creación de un sitio web omitiendo la pieza de diseño.

3.4.1. Diseño

El diseño web es una estrategia que utilizan las empresas para lograr un posicionamiento en la web y ocupar un lugar en la mente del consumidor, es una herramienta que permite socializar avances y conocer opiniones acerca de los diferentes públicos que consumen la marca o producto, permitiendo crear tácticas de mejoramiento continuo.

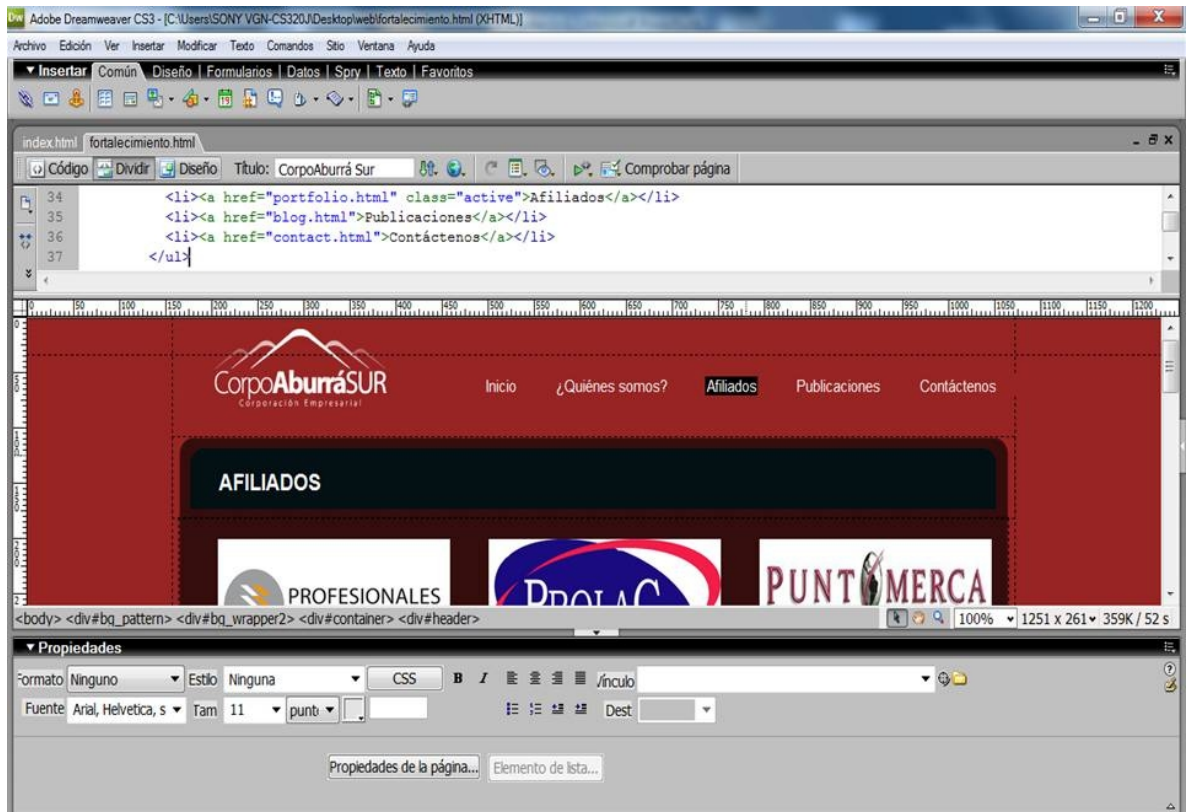
En la realización del diseño del sitio se tuvo en cuenta su razón social y la imagen corporativa, los colores blanco y marrón son los que identifican a CorpoAburrá Sur y se utilizaron herramientas como Photoshop e Illustrator en la construcción del diseño del sitio web.

3.4.2. Maquetación

La maquetación del sitio web fue hecha en Dreamweaver que contiene dos aspectos: diseño y html. La maquetación se debe ver desde dos posiciones el cliente y el servidor, cuando se habla de cliente se hace referencia a navegadores web en este caso Google Chrome, Internet Explorer, Mozilla etc. Y cuando se nombra al servidor se habla de lenguaje PHP. Para la creación del sitio web, en este caso, se tomo al cliente.

Los elementos que fueron utilizados en Dreamweaver para la maquetación del sitio web fueron HTML, CSS y JavaScript.

Ilustración 1. Maquetación Dreamweaver

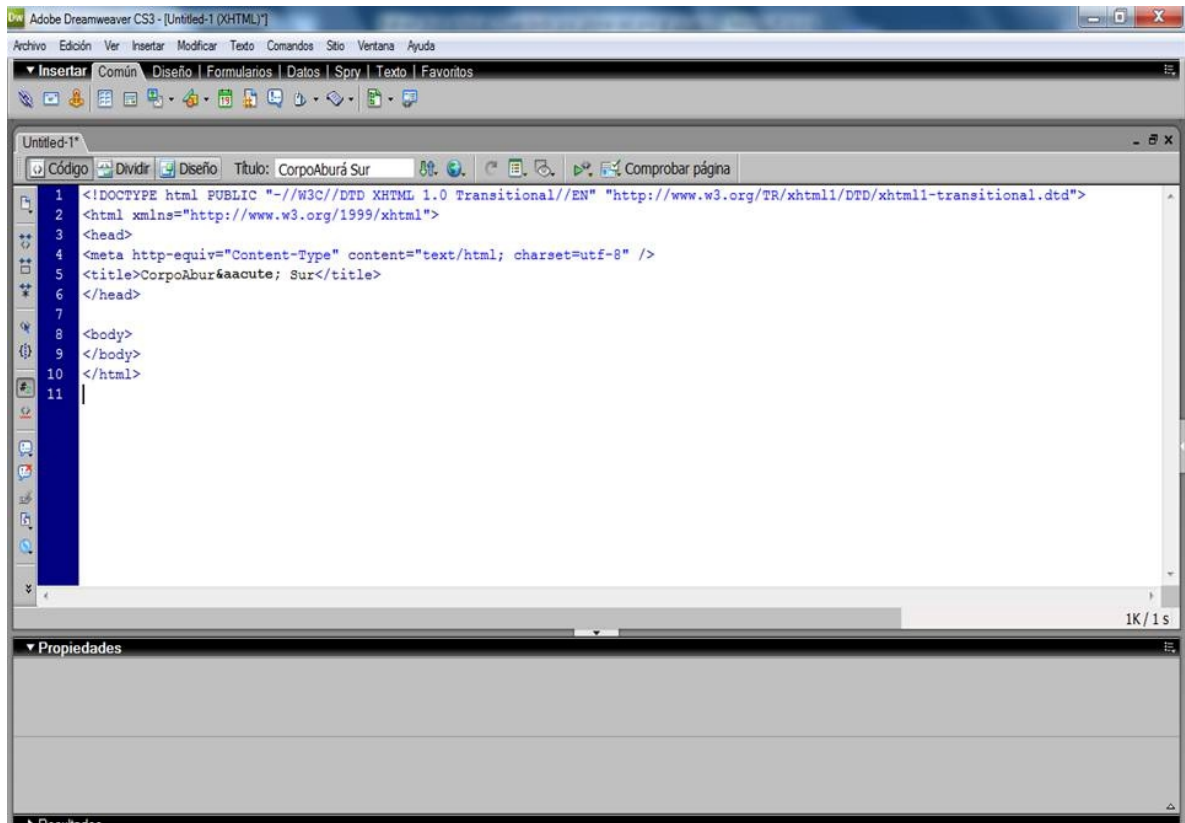


El lenguaje HTML o HyperText Markup Language, es un lenguaje que utilizan los sistemas operativos y programas de diseño para la creación de páginas web “El lenguaje HTML es un estándar reconocido en todo el mundo y cuyas normas define un organismo sin ánimo de lucro llamado World Wide Web Consortium (<http://www.w3.org/>), más conocido como W3C.”⁷ Es un estándar que es reconocido por todas las empresas relacionadas con el mundo de Internet, una misma página HTML se visualiza de forma muy similar en un cliente de cualquier sistema operativo.

El HTML es un lenguaje de etiquetas o marcado y las web están formadas de etiquetas. Existen 4 etiquetas que son fundamentales en la creación de una página web que son: <html> <title> <head> <body>.

⁷ CREATIVECOMMONS, Cultura [en línea] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.es> [citado el 29 de febrero de 2012]

Ilustración 2. Código HTML



The screenshot shows the Adobe Dreamweaver CS3 interface. The main window displays the HTML code for a document titled 'CorpoAburá Sur'. The code is as follows:

```
1 <!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
2 <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
3 <head>
4 <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
5 <title>CorpoAburá Sur</title>
6 </head>
7
8 <body>
9 </body>
10 </html>
11
```

The interface includes a menu bar (Archivo, Edición, Ver, Insertar, Modificar, Texto, Comandos, Sitio, Ventana, Ayuda), a toolbar, and a Properties panel at the bottom.

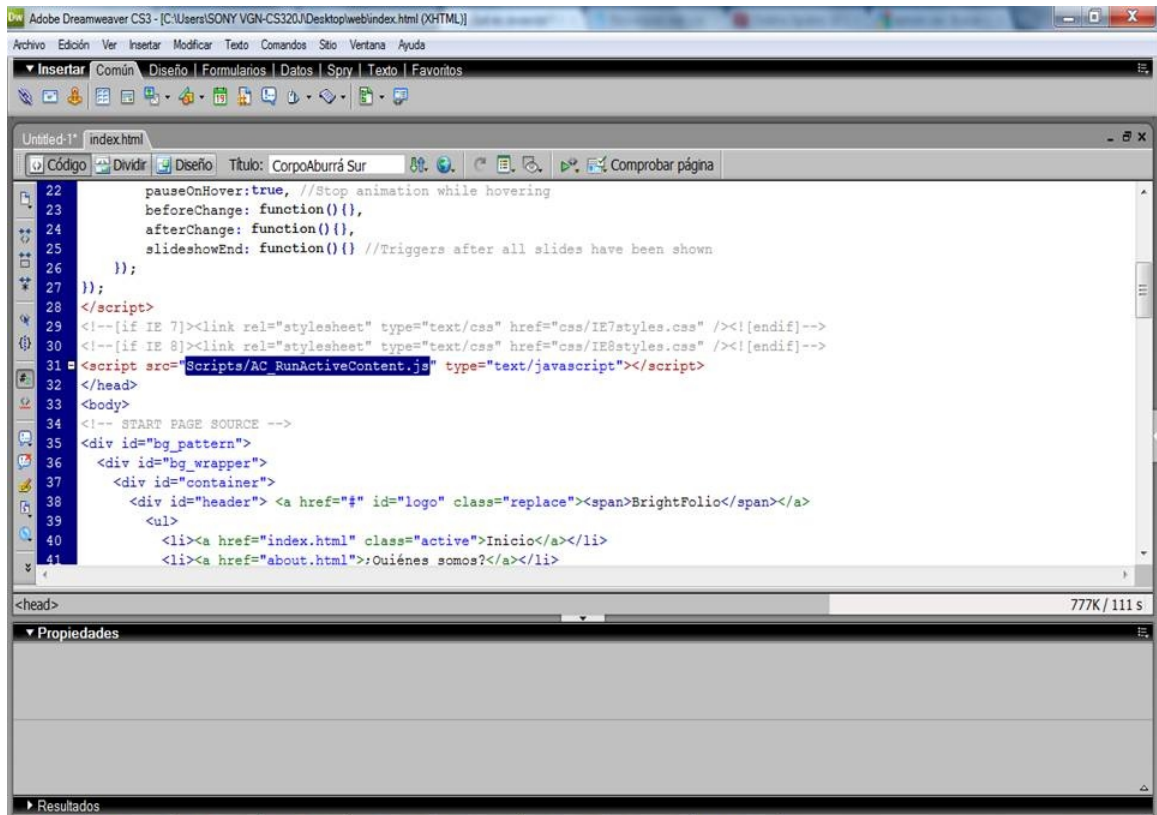
Las etiquetas tienen atributos y también un ID, cada ID es único aunque las etiquetas sí se pueden repetir, existen más de 90 etiquetas.

El lenguaje CSS (Cascading Style Sheets) u hojas de estilo en cascada se escriben dentro del código HTML. Con el CSS “customizamos parámetros acerca de las fuentes, colores, márgenes, líneas, imágenes de fondo, posición de contenidos, tabulaciones, anchuras, rellenos (padding), etc.”⁸

JavaScript es un lenguaje de programación para desarrolladores web que permite hacer más interactiva una página y funciona del lado del cliente. “Javascript nació con la necesidad de permitir a los autores de sitio web crear páginas que permitan intercambiar con los usuarios, ya que se necesitaba crear webs de mayor complejidad.” EL HTML solo visualizaba textos con estilo pero sin ninguna interactividad con el usuario, JavaScript funciona en el correo, chat, buscadores, calculadoras, fechas etc. El javascript se identifica por el siguiente código:

⁸ TECNOQUO, ¿Qué es el CSS y para qué sirve? [en línea] <http://www.tecnoquo.com/ecss-y-los-estandares-web/> [citado el 01 de marzo de 2012]

Ilustración 3. Javascript



Las herramienta de comunicación digitales para desarrolladores web, “permiten generar nuevas maneras de organizar y manejar la información. Con la ayuda del diseño multimedia y la ingeniería de sistemas una empresa puede poner a disposición de sus clientes todos sus servicios incluyendo manejo de bases de datos y ventas por internet.”⁹

El desarrollo del sitio web comienza con la arquitectura de la información que consiste en organizar los contenidos para ser utilizados, y encontrados por los internautas, en lo posible, de manera simple.

El desarrollo de la estructura del sitio web depende del contenido “Una buena estructura permitirá al lector visualizar todos los contenidos de una manera fácil y clara”¹⁰ y depende de si se crea lineal o jerárquica.

⁹ IRRADIA DISEÑO, Desarrollo Web [en línea] http://www.irradiadiseno.com/servicios_comunicacion.html. [citado el 23 de enero de 2012]

¹⁰ LA WEB ERA, ¿Cómo estructurar una página web? [en línea] <http://www.lawebera.es/manuales/primeros-pasos/como-empezar/estructurar-web.php>. [citado el 22 de enero de 2012]

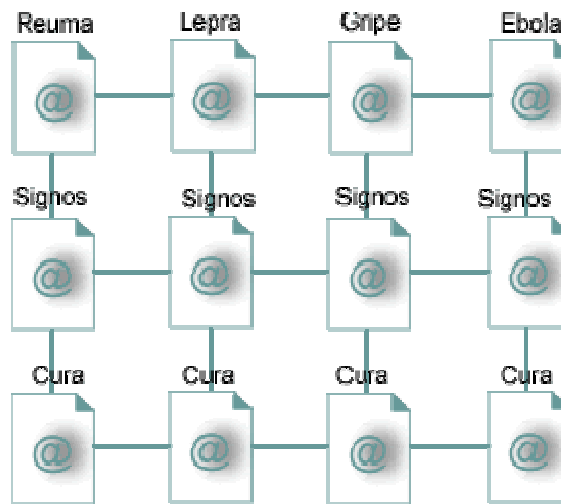
- **La lineal:** Es la manera más simple de organizar la información. La información que fluye de forma natural como cómo una narrativa lineal.

Ilustración 4 LA WEB ERA



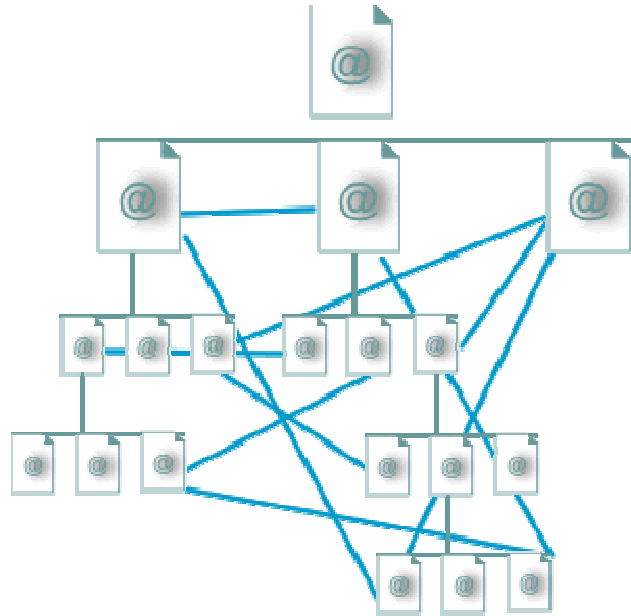
- **Parrilla:** Es una forma de asociar categorías standard, cada tema está directamente relacionado con otro.

Ilustración 5 LA WEB ERA



- **Estructura Jerárquica:** Es la manera más común de organizar información para sitios web, en donde se parte de una página de inicio que permite explorar y ahondar más en los temas, es la estructura más conocido por los cibernautas y de más fácil reconocimiento.

Ilustración 7 LA WEB ERA



Los elementos que constituyen la arquitectura de la información que nos permite obtener metas de organización y visibilidad de contenidos son:

- Objetivo del sitio
- Audiencia
- Contenidos del sitio
- Estructura del sitio
- Diseño visual

3.4.3. Posicionamiento Web

El posicionamiento web se refiere a colocar una cosa en un lugar óptimo. En el World Wide Web esto quiere decir que aparezca en las primeras posiciones en las páginas de motores de búsqueda. Luis Codina y Mari Carmen Marcos definen el posicionamiento web como “el conjunto de procedimientos y técnicas que tienen como finalidad dotar a un sitio o a una página web de la máxima visibilidad en internet”.¹¹

Posicionar la página web de la Corporación es darle más credibilidad en la telaraña mundial, que esté disponible para los internautas y ser consultada en el momento que se requiera y, que además, se localice en los primeros resultados en los buscadores como Google, Yahoo, Altavista, etc. Una de las estrategias de posicionamiento web es por medio de la utilización de palabras clave: CorpoAburrá Sur, es la palabra clave en los buscadores web. Otro método utilizado para posicionar es el PageRank definido por Google como “un enlace desde la página A a la página B como un voto para la página B por parte de la página A. PageRank determina entonces la importancia de una página por el número de votos que recibe. También considera la importancia de cada página que emite el voto, por lo que los votos de algunas páginas se consideran de mayor valor, dando así a la página enlazada mayor valor. Las páginas más importantes tienen un mayor PageRank y aparecen en la parte superior de los resultados de búsqueda”¹² una página con mayor PageRank tendrá los primeros lugares en los resultados de los buscadores que es el número de enlaces de otros sitios que referencian el sitio web y lo direccionan a nuestra página.

¹¹ CODINA Lluís, Marcos Mari Carmen. Posicionamiento web: conceptos y herramientas. [en línea] N°2, marzo 2005. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2005/marzo/1.pdf>, [citado el 25 de enero de 2012]

¹² GOOGLE COMPANY, Resumen de datos técnicos [en línea] <http://www.google.com/corporate/tech.html> [citado el 30 de enero de 2012]

3.4.4. Contenido web

La redacción en la web es indispensable para el éxito de una página web. La redacción en la web exige calidad: textos bien redactados, sin errores de ortografía o digitación y el elemento más importante que sean atractivos.

“La redacción de contenido web es, entonces, fundamental para toda empresa que quiera tener un sitio web de buena calidad, que proyecte una excelente imagen corporativa y que pueda posicionarse adecuadamente en los buscadores.”¹³

Algunas empresas solo prestan importancia al diseño web dejando a un lado el contenido que es igual de importante en la construcción de una página web, se deben tener en cuenta profesionales de la comunicación, especializados en redactar contenidos, organizarlos y distribuirlos.

3.5. CORPOABURRÁ SUR

CorpoAburrá Sur es la Corporación Empresarial del Sur del Valle de Aburrá que nace de la fusión de tres Corporaciones: Corposabaneta, Corpoestrella y CITA (Corporación Empresarial de Itagüí) y que gracias al acompañamiento de Proantioquia dan origen a CorpoAburrá Sur.

CorpoAburrá Sur agrupa empresas de Envigado, Sabaneta, Itagüí, Caldas y La Estrella, y apunta al desarrollo regional enfocada en tres líneas estratégicas: Desarrollo Territorial, Desarrollo Empresarial y Desarrollo Comunitario.

¹³ CONTENIDO WEB, Redacción de contenido web [en línea] <http://www.contenidoweb.info/> [citado el 06 de marzo de 2012]

Ilustración 8. Diseño



4. METODOLOGÍA

La mayoría de actividades nombradas a continuación sirvieron como insumo de alimentación para la generación de contenidos en la página web.

➤ **Consolidación bases de datos**

Se realizó una lista de los municipios que comprende el Área Metropolitana, se procedió a buscar el número telefónico de cada alcaldía para pedir los datos del alcalde o alcaldesa, los comunicadores y secretarios de educación.

Se buscaron y seleccionaron los medios impresos más representativos del Sur del Valle de Aburrá con el nombre los periodistas y directores de cada uno, correo electrónico, teléfonos y medios al que pertenecen con el fin de tener una base de datos de medios del sur.

También se hizo la consolidación de una base de datos de los comunicadores de las empresas asociadas a la Corporación y una de empresas potenciales para participar en la campaña de globos.

Teniendo una base de datos consolidada se procedió a hacer los vínculos en la página web de los aliados y entidades que se relacionan con la corporación.

➤ **Historial de la Corporación:**

1. Registro fotográfico de eventos importantes para CorpoAburrá Sur como la primera Cátedra CorpoAburrá Sur, eventos realizados en alianza con otras entidades, reuniones de comités y seguimiento del proyecto de caracterización y formulación del proyecto de La Tablaza.
2. Conformación de un archivo de medios. Seguimiento a medios de comunicación sobre las publicaciones hechas desde el nacimiento de la Corporación.
3. Recolección de productos comunicacionales en los que aparece CorpoAburrá Sur.

➤ **Relacionamiento**

La Cámara de Comercio del Aburrá Sur se unió en el 2011 con 5 instituciones para realizar el Foro Aburrá Sur pregunta a sus candidatos en los cinco municipios del Sur del Valle de Aburrá. Cada institución tenía una tarea específica, la Corporación era la encargada de tomar las fotos oficiales de los Foros, editarlas y enviarlas a cada una de las instituciones organizadoras: Cámara de Comercio del Aburrá Sur, Biblioteca Diego Echavarría Misas, Comfenalco Antioquia, Fundación Social y la Corporación Universitaria Lasallista.

➤ **Cambio de dominio**

Fue necesario realizar un cambio de dominio, estaba registrado el dominio www.CorpoAburráSur.com que por terminar en .com aparece como una empresa comercial. Al ser una corporación sin ánimo de lucro el dominio correcto sería www.CorpoAburráSur.org, la compra del dominio se hizo a través de GoDaddy.

➤ **Cambio de correos**

El cambio del dominio trajo consigo los cambios de correos electrónicos, el cual se realizó a través de Google Apps, un programa dirigido a empresas cuya funcionalidad permite crear y administrar cuentas. El proceso de crear los correos implica verificar la propiedad del dominio a través de Google Apps y los servidores MX del CPanel, esto tarda entre dos a tres días mientras Google realiza los cambios en los registros, identifica la propiedad del dominio y activa las cuentas creadas.

Para no perder los contactos que se tenían en los demás correos se utilizó Google Back Up, programa que permite llevar la información y los contactos que se tenían en de un correo a otro. Otra medida para evitar la pérdida de información fue programar que los correos que llegaran a las direcciones terminadas en .COM se reenvían al .ORG.

Las cuentas creadas fueron:

- direccion@corpoaburrasur.org
- administracion@corpoaburrasur.org
- comunicaciones@corpoaburrasur.org
- revisorafiscal@corpoaburrasur.org
- proyectos@corpoaburrasur.org
- contador@corpoaburrasur.org
- corpoaburrasur@corpoaburrasur.org (Cuenta administradora)

➤ **Boletín Institucional**

Primer boletín institucional, con una estructura en que lleva un editorial escrito por la Directora Ejecutiva, una frase célebre como encabezado y una foto del Sur del Valle de Aburrá, se desprenden tres secciones que corresponden a las tres líneas estratégicas de la Corporación: Desarrollo Territorial, Desarrollo Comunitario y Desarrollo Empresarial. Cada línea contiene las noticias de los avances que se van ejecutando en ellas. El boletín se hizo impreso y digital por ser el primer boletín de la Corporación, los demás se harán solo digital. Se puede descargar desde la página web de CorpoAburrá Sur.

➤ **Asesoría Imagen Corporativa**

La construcción de la imagen corporativa fue un trabajo hecho en equipo: la Directora Ejecutiva, la Auxiliar Administrativa y el Comunicador. Una responsabilidad de la que se desprendió la creación de la tarjeta personal de la directora, las facturas, las diapositivas, la carpeta y la hoja membrete con la empresa Prana Comunicaciones y la impresión de estos con CADENA S.A. Actividad que estuvo a cargo del comunicador.

➤ **Convocatoria Campaña Globos**

CorpoAburrá Sur lideró en el año 2011 la campaña de globos que pretende disminuir el riesgo de incendios causados por globos, como parte del apoyo desde CorpoAburrá Sur a la empresa de publicidad IRCOM que fueron quienes se contrataron para diseñar la estrategia de publicidad en el área metropolitana, se realizó la convocatoria por vía telefónica y correo electrónico a más de 100 empresas a una reunión que invita a participar en la campaña de globos, e igualmente se realizó otra convocatoria al cierre de la campaña con las empresas patrocinadoras, bomberos y grupos de rescate que se unieron a CorpoAburrá Sur en la campaña. Desde las redes sociales se fueron actualizando cada semana los informes sobre los avances de la campaña de globos.

➤ **Presencia de la Corporación en los Social Media**

Creación de una página corporativa en Facebook, Twitter, Flickr y Youtube. La importancia de los Social Media en una empresa en la retroalimentar a los públicos interesados en lo que hace la Corporación y mantener informadas a las empresas que la conforman. Las que mayor actividad reportaron fueron Facebook, seguida por la de Youtube. En Flickr está el registro fotográfico de los eventos que se han realizado desde la Corporación y twitter se creó aunque se recomendó su administración a la Directora Ejecutiva.

Ilustración 9 Redes sociales



➤ Apoyo a eventos

Fotografías, registro y logística de diferentes eventos de CorpoAburrá o en los que participa con las empresas aliadas. Reporte gráfico del evento de campaña de globos realizado en la sede administrativa del Éxito Envigado y San Diego. Cada uno de los eventos registrados fue material de apoyo para alimentar la página web de CorpoAburrá Sur.

➤ Guión Rueda de prensa

Redacción de las palabras de la Directora Ejecutiva para la rueda de prensa en Telemedellín con los canales regionales en donde habla de la campaña “Una Navidad alegre e inteligente” y el traspaso de la campaña No a los Globos que venía siendo liderada por el Grupo Éxito a CorpoAburrá Sur.

➤ Página Web

Creación de una página web para CorpoAburrá Sur de acuerdo a su imagen corporativa. Definición del público objetivo, arquitectura y diseño de la página, maquetación, mapa web del sitio y compra del hosting (alojamiento) web.

La página web fue creada en Dreamweaver aplicando HTML y CSS, para el diseño se utilizaron Photoshop, Illustrator y JavaScript.

Se propone la instalación de un gestor de contenidos como Joomla para que la persona que esté a cargo del área de comunicaciones pueda administrar la página con facilidad, no todos los comunicadores tienen conocimientos en estos temas porque no son diseñadores sino administradores de contenidos web.

➤ **Registro e Informes Fotográfico proyecto Negocios Inclusivos La Tablaza**

En la línea comunitaria CorpoAburrá Sur adelanta un proyecto de Negocios Inclusivos con los recuperadores de La Tablaza en la que se ha dado un relacionamiento que se ha ido fortaleciendo con el pasar de los meses. En cada encuentro se ha hecho registro fotográfico: visita a Corpoambiental y O-I Peldar, registro de los entes de autoridad en La Tablaza y la Navidad CorpoAburrá Sur. Parte del trabajo consistía en redactar y enviar informes a la Fundación Santa Isabel de Hungría e Indumar, empresas gestoras del proyecto.

➤ **Diseño**

Diseño, diagramación y envío de invitaciones para la Cátedra CorpoAburrá Sur que se dictó en los meses de diciembre y febrero, la primera fue sobre El Informe del PNUD en Colombia y la segunda de Negocios Inclusivos.

El logotipo de CorpoAburrá Sur son 5 montañas blancas sobre vino tinto que simbolizan los municipios del Sur de Valle de Aburrá, el vino tinto es un color de tierra por la firmeza y fuerza que representa la Corporación en el Sur.

➤ **Entrevistas**

Como parte del contenido de la web y la pertinencia en los proyectos y trabajos que realiza CorpoAburrá se realizó un guión de preguntas y se entrevistó al señor Mario Enrique Vargas Saenz, director de Eafit Social y Eafit Llanogrande, sobre los negocios inclusivos en Colombia y las buenas prácticas realizadas en otros países. Se entrevistó al señor Diego Sierra, Secretario de Agricultura, sobre los proyectos que se tienen desde el Ministerio de Agricultura para el Sur del Valle de Aburrá. Las entrevistas se pueden escuchar y descargar en la página web.

➤ **Contenido Web**

El mapa web se elaboró con una estructura básica en donde hay un home o página de inicio con una noticia de mayor relevancia y tres columnas en donde hay otras noticias importantes de la semana con enlaces que permiten profundizar más la noticia que sea del interés del usuario, adicionalmente están los iconos que enlazan a las redes sociales: Facebook, Twitter y Youtube y un cuadro con imágenes rotativas de las noticias que componen el home. En la parte superior se encunetra el logotipo de CorpoAburrá Sur y las secciones de Inicio, Quiénes Somos, Afiliados, Publicaciones y Contáctenos.

- **Quienes somos:** Contiene la misión y visión de CorpoAburrá Sur así como tres links externos de cada una de las líneas estratégicas y que tienen un brochure digital hechos en Winx. Un botón de los Aliados y otro de Relacionamiento con los logotipos de las empresas aliadas y con las que se relaciona la Corporación que envían a cada una de las páginas de las empresas.
- **Afiliados:** Lista completa de las 50 empresas afiliadas a la Corporación con los logotipos, cada logotipo lleva a la página de la empresa seleccionada.
- **Publicaciones:** Espacio dedicado a publicar el boletín institucional, artículos de interés para los asociados y aliados, los audios de las entrevistas, reportes fotográficos. Adicionalmente cada página tiene los logotipos de las demás Corporaciones que enlazan con ellas. Las fotogalerías están hechas en flash y de un modo dinámico que permita ser manipulado fácilmente. Cada entrevistado tiene dedicada una página en la que se hace una breve descripción de su vida profesional y se hace un resumen del tema a tratar, se incluye una fotografía del personaje y el audio se pone disponible para escuchar o descargar.
- **Contáctenos:** Un formulario que pide nombre, email y un cuadro de texto para cualquier inquietud que tenga el usuario referente a la Corporación. El correo llega directamente a comunicaciones@corpoaburrasur.org y en el lado derecho está la información de cómo ubicar la Corporación y un enlace a Google Maps.

La web fue aprobada por el Alberto Morales, gerente de Morales IRCOM y la Directora Ejecutiva de CorporaAburrá Sur. La página será administrada por la agencia de publicidad Morales IRCOM como pago por la cuota de afiliación a CorpoAburrá Sur, si es aprobado su ingreso a la Corporación.

5. PRIMERAS OBSERVACIONES

- No se disponen las herramientas mínimas para diseñar y administrar una página web.
- La conexión a internet presenta varios inconvenientes:
 - Por estar ubicados en el edificio administrativo del Grupo Éxito, el acceso a internet es restringido.
 - No se puede acceder a páginas como Facebook y Youtube.
 - No se puede alimentar la página web a través de programas FTP porque el puerto 21 permanece bloqueado por razones de seguridad y no ofrecen un puerto alternativo.
 - Existe una conexión a Wi-fi que conecta a una red llamada Hotspot, la red tiene la capacidad de navegación de 50k, se demora entre 15 y 20 minutos para cargar una página sencilla.
- Existe resistencia al cambio. Cuando se propone implementar herramientas digitales como Prezzi para utilizarlas en presentaciones o la implementación de redes sociales como medio para complementar la web hay una respuesta negativa por parte de la dirección.
- Las funciones como practicante son diversas y trascienden las funciones de un comunicador.
- No existe un Community Manager y tampoco cuenta con un administrador para la página web.

5.1. INICIANDO

- Al ser el primer comunicador en la Corporación y llegar a iniciar un departamento de comunicaciones desde cero fue un gran reto pero con el tiempo las funciones fueron cambiando y no hubo un rol definido, se cumplían con diferentes funciones pero se lograron consolidar varios documentos y trabajos propios de un comunicador.
- Los recursos utilizados para la creación de la página web fueron recursos puestos por el comunicador: Illustrator, Photoshop, Dreamweaver, JavaScript, y Joomla.

5.2. MATRIZ DOFA CORPOABURRÁ SUR

5.2.1. Debilidades

- No tener un rol definido para el comunicador.
- El nombre de la Corporación, CorpoAburrá Sur, no es un nombre que se posicione fácilmente en la mente de las personas, tienden a asociarlo con la Cámara de Comercio del Aburrá Sur, ProaburraNorte y CorpoUraba.
- No hay una conexión a internet que facilite el desarrollo de las actividades que requieren de su uso: búsqueda de información, uso de correos, administración de página web.
- La Corporación no tiene claro la necesidad de un comunicador en la organización.
- Tienden a confundir al comunicador con diseñador de páginas web o diseñador gráfico.
- Dos cambios en la dirección de la Corporación en menos de un año.
- Ausencia de una persona que administre la página web y realice el boletín digital.
- No ven pertinente la figura de un comunicador en la Corporación por el tiempo de funcionamiento que lleva.

5.2.2. Fortalezas

- Bases de datos organizadas.
- Interés de las empresas en los productos comunicacionales creados por la Corporación.
- 50 Empresas del Sur del Valle de Aburrá afiliadas con experiencia en todos los ámbitos del mercado.
- Una junta directiva con personas de alta trayectoria en el mundo empresarial y pertenecientes a grandes empresas del Sur con capacidad de dirigir la Corporación para tener un desempeño exitoso.

- Es una Corporación sin ánimo de lucro que trabaja por el desarrollo regional en el Sur del Valle de Aburrá, son aliados de los alcaldes del sur en su trabajo de gobernabilidad de los municipios.
- Trabaja en un proyecto de Negocios Inclusivos con recuperadores de La Tablaza, corregimiento del municipio de La Estrella, iniciativa que tiene como principal característica incluir un sector vulnerable de la sociedad para hacerlos empresarios.

5.2.3. Amenazas

- Es una Corporación nueva que aún no tiene la credibilidad suficiente en el Sur.
- Se confunde el nombre de Corporación con el de otras entidades.
- Desafiliación de las empresas por no estar interesadas en las actividades que realiza la Corporación o desconocimiento.
- Otras entidades que desarrollan proyectos similares a los de CorpoAburrá Sur.

5.2.4. Oportunidades

- Es la única Corporación Empresarial en el sur que trabaja por el desarrollo de la región.
- Gracias a las campañas cívicas, como la campaña de Globos, se puede dar a conocer e ir posicionando la Corporación en el Valle de Aburrá.
- Es una de las tres Corporaciones Empresariales que existen en el Valle de Aburrá.
- Trabajo interinstitucional con entidades aliadas.

6. RESULTADOS

Durante los seis meses de trabajo en CopoAburrá Sur se realizaron actividades que arrojaron los siguientes resultados:

- Frente a las bases de datos se consolidaron datos adicionales como los comunicadores de las empresas asociadas y se creó una nueva con periodistas y medios alternativos del Sur del Valle de Aburrá que sirvió de insumo para la construcción de la página en la sección de afiliados para mantener los logotipos de las empresas asociadas en la web.
- Frente a la falta de conocimiento del público y empresas asociadas de la Corporación se planteó una estrategia de social media, se crearon cuentas en Facebook, twitter, youtube y flicker para lograr un mínimo de reconocimiento en los motores de búsqueda de las páginas buscadoras como google y yahoo.
- Se creó una página web corporativa de acuerdo a la imagen y con pertinencia en los contenidos suministrados a en la web. La página tiene un link de afiliados con los logotipos de las empresas corporadas y al hacer click en cada uno remite a la página seleccionada. La página web fue aprobada por la Directora Ejecutiva y el gerente de Morales IRCOM Alberto Morales.
- La pertinencia de los contenidos de la página web fueron consultados previamente con la Directora Ejecutiva y mostró conformidad con las propuestas planteadas. La distribución del contenido se hizo según las necesidades de la Corporación que de momento su prioridad es el proyecto de Negocios Inclusivos y Desarrollo Social La Tablaza, la mayoría de contenidos propuestos en el home son acerca del proyecto.
- La web se diseñó con un enfoque empresarial en un lenguaje que fuera más coloquial pero conservando el aspecto formal que tiene la Corporación, se redactaron contenidos cortos para web y se alimentó la página con entrevistas, fotografías y artículos de interés para la Corporación y sus empresas.
- Se creó un folder con los productos comunicacionales en los que ha aparecido CopoAburrá Sur desde antes de la llegada del practicante, se hizo un rastreo de medios para identificar algunos artículos impresos y digitales que se habían escrito sobre el nacimiento de la Corporación y se llevaron al folder junto con los demás productos, como eventos en los que la Corporación ha sido organizadora y creados por la Corporación.

- Se puso una cartelera para la Corporación en donde se publican artículos relevantes relacionados y de interés para los colaboradores como las cuotas de afiliación de empresas según el rango al que pertenezcan.
- El cambio de dominio y correos electrónicos tuvo un impacto positivo en las empresas afiliadas y relacionadas con la Corporación, las críticas se redujeron considerablemente por el argumento de que era un entidad sin ánimo de lucro y no una empresa comercial –se pasó de corpoaburrasur.com.co a corpoaburrasur.org-
- La creación de un Back Up de la información que había en los computadores de la directora, auxiliar administrativa y practicante del primer año de vida de CorpoAburrá Sur hasta el 30 de Diciembre como medida de prevención.
- Hubo una respuesta positiva del boletín electrónico que se puede descargar de la página y se envía a las empresas y aliados de CorpoAburrá Sur con la finalidad de mantenerlos informados de lo que hace la Corporación en sus líneas de acción.

7. CONCLUSIONES

- Frente a primero objetivo planteado crear un sitio web para la Corporación Empresarial del Sur del Valle de Aburrá, se hizo evidente la falta de reconocimiento en el medio digital y la necesidad de hacerlo, las empresas asociadas exigen a la Corporación un medio digital en el que se puedan enterar de los acontecimientos y los trabajos realizados en cada línea estratégica.
- En cuanto al primer objetivo específico de implementar un sitio web de acuerdo a la imagen de la Corporación de fácil uso y acceso, se logró una página web de fácil acceso a todos los navegadores web y de acuerdo a la imagen de la corporación con los colores correspondientes. La estructura de la página y la pertinencia de los contenidos fueron aprobados por la Directora Ejecutiva y el gerente de IRCOM. Los insumos para la generación de algunos contenidos fueron los eventos, entrevistas y fotografías que se fueron dando en el transcurso del período de práctica.
- Con respecto al tercer objetivo específico, proponer la implementación redes sociales que conecten a los diferentes públicos con la Corporación, se concluye que la información debe ser actualizada de manera oportuna y se debe hacer partícipe al comunicador de los eventos e información relevante para las empresas asociadas.
- Frente al cuarto objetivo específico se logró propiciar el espacio en la web en el que las entidades y empresas con algún objetivo en común puedan tener acceso a la información que les sea necesaria para llegar a futuras alianzas y colaboraciones en mesas o proyectos que se implementen.

8. RECOMENDACIONES

- Frente a la administración de contenidos de la página web se recomienda un administrador como Joomla o Drupal para la generación de nuevos contenidos, una herramienta de fácil uso y un programa que es de licencia gratuita.
- Frente a la generación de contenidos para las redes sociales es importante alimentarlas constantemente para generar opinión, debate y tener un mayor impacto a las empresas asociadas y al público interesado.
- Es importante implementar un manual de identidad corporativa para la utilización de logotipos en medios digitales e impresos con el fin de tener un fácil reconocimiento y lograr un posicionamiento.
- Se recomienda la administración de Twitter a la Directora Ejecutiva para mantener actualizados a los twitteros que sigan las actividades de la Corporación sobre las reuniones y demás actos importantes que son importantes para la comunidad del Sur del Valle de Aburrá.

BIBLIOGRAFÍA

AQUILA, Destacados [en línea] http://www.aquila.cl/destacados_4.html [citado el 14 de marzo de 2012]

BURGOS Enrique, et al. Del 1.0 al 2.0: Claves para entender el nuevo marketing. [en línea] <http://www.comunicacion.edu.uy/sites/default/files/claves-del-nuevo-marketing.pdf> , [citado el 20 de marzo de 2012]

CODINA Lluís, Marcos Mari Carmen. Posicionamiento web: conceptos y herramientas. [en línea] N°2, marzo 2005. <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2005/marzo/1.pdf>, [citado el 25 de enero de 2012]

CONTENIDO WEB, Redacción de contenido web [en línea] <http://www.contenidoweb.info/> [citado el 06 de marzo de 2012]

CREATIVECOMMONS, Cultura [en línea] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/deed.es> [citado el 29 de febrero de 2012]

ELEARNINGPAPERS , Entorno de aprendizaje de la Web 2.0: Concepto, aplicación y evaluación [en línea] <http://elearningpapers.eu/en/article/Web-2.0-Learning-Environment%3A-Concept%2C-Implementation%2C-Evaluation> [Citado el 06 consultado el 3 enero 2012]

EDUTECNO, Colombia Ley de TIC [en línea] <http://edutecno.org/2009/08/colombia-ley-de-tic-2009/> [Citado el 06 consultado el 3 enero 2012]

GALEANO, Cesar Ernesto. Modelos de Comunicación. Universidad de Costa Rica. Programa de Posgrado en Comunicación. Disponible en el catálogo en línea de la Oficina en línea del programa de Posgrado en Comunicación SEP-UCR.

GOOGLE COMPANY, Resumen de datos técnicos [en línea] <http://www.google.com/corporate/tech.html> [citado el 30 de enero de 2012]

HELLRIEGELL Don, Jackson Susan, Slocum Jr. John. Administración un enfoque basado en competencias. 10 ed San Juan. Thomson, 2001. Pág. 430

IRRADIA DISEÑO, Desarrollo Web [en línea] http://www.irradiadiseno.com/servicios_comunicacion.html. [citado el 23 de enero de 2012]

LA WEB ERA, ¿Cómo estructurar una página web? [en línea] <http://www.lawebera.es/manuales/primeros-pasos/como-empezar/estructurar-web.php>. [citado el 22 de enero de 2012]

PROANTIOQUIA. Fortalecimiento Institucional. [en línea] <http://www.proantioquia.org.co/fortalecimiento/%20corpoaburr-sur> [citado el 30 de enero de 2012]

TECNOQUO, ¿Qué es el CSS y para qué sirve? [en línea] <http://www.tecnoquo.com/ecss-y-los-estandares-web/> [citado el 01 de marzo de 2012]