

**Protocolo de Uso para el correcto funcionamiento de la plataforma de microblog para clientes contratantes de Herramientas de Vigilancia Estratégica de Negocios Realrisk**

**Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora Periodista**

**Lizeth María Restrepo Arboleda**

**Asesor**

**Diego Alonso Sánchez Sánchez**

**Especialista en Mercadeo**

**Corporación Universitaria Lasallista**

**Facultad de Ciencias Sociales y Educación**

**Comunicación y Periodismo**

**Caldas (Antioquia)**

**2014**

## Tabla de contenido

Introducción .....	9
Objetivos .....	10
Objetivo General .....	10
Objetivos Específicos .....	11
Justificaciones .....	12
Impacto Científico y Tecnológico .....	12
Impacto Social y Económico .....	13
Contexto .....	14
Red de Negocios S.AS .....	14
Medios de Comunicación .....	16
Los Protocolos de Uso .....	19
Los Microblogs .....	19
Marco Teórico .....	20
Sistemas de Flujo de Información .....	20
Metodología .....	25
Muestra .....	26
Cronograma .....	26
Análisis de Resultados .....	27
Temas de Interés .....	27
Ferías Financieras .....	27
Productos y Servicios .....	28
Competidores .....	29
Canales Electrónicos .....	29
Medios .....	29
De Interés .....	29
Usuarios .....	29

Beneficios Bancarios .....	30
Frecuencia de las publicaciones.....	30
Información .....	30
Usuarios .....	30
Conclusiones .....	32
Bibliografía .....	33
Apéndices .....	34

**Lista de ilustraciones**

Ilustración 1 Temas de interés .....	15
Ejes Metodológicos A.....	15
Ilustración 2 Sistemas formales e informales de información .....	24

## Lista de apéndices

Apéndice A. Protocolo de Uso para el correcto funcionamiento de la plataforma de microblog para clientes contratantes de Herramientas de Vigilancia Estratégica de Negocios Realrisk .....	34
Apéndice B Clasificación Publicaciones Plataforma.....	36

## **Resumen**

En el presente trabajo de grado encontrará la propuesta para el protocolo de uso que permite el correcto funcionamiento de la plataforma de microblog para clientes contratantes de herramientas de vigilancia estratégica de negocios RealRisk, espacio creado con el fin de proporcionar información y entablar relación con los clientes al interior de las organizaciones. Se pretende que esta plataforma genere una mayor interacción entre los usuarios, al igual que acciones de vigilancia concentradas en el crear una mejor relación con los clientes.

**Palabras Clave:** Microblog, Protocolo, Estrategia, Comunicación.

## **Abstract**

In the present degree work find the proposed protocol for use that allows the correct operation of the platform microblog for contracted customers of tools for strategic business surveillance RealRisk space created to provide information and engage with customers in this degree work within organizations. This platform is intended to generate greater interaction among users, as well as surveillance activities focused on creating a better relationship with customers.

**Key Words:** Microblog, Protocol, Strategy, Communication.

## Glosario

### **Microblog:**

“Los microblogs o tumbleblogs son servicios que permiten publicar entradas con pocos caracteres o información muy sencilla y simplificada, a modo de minipost y en menor tiempo y con menor esfuerzo que los post de blogs convencionales; de ahí su denominación”. (Sánchez, 2014)

### **Protocolo:**

La edición número 22 de la Real Academia de la Lengua Española lo define como “Regla ceremonial diplomática o palatina establecida por decreto o por costumbre”.

### **Estrategia:**

“La estrategia es un modelo coherente, unificador e integrador de decisiones que determina y revela el propósito de la organización en términos de objetivos a largo plazo, programas de acción, y prioridades en la asignación de recursos, tratando de lograr una ventaja sostenible a largo plazo y respondiendo adecuadamente a las oportunidades y amenazas surgidas en el medio externo de la empresa, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la organización”. (Colombia, 2014)

### **Comunicación:**

“Es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes. El acto de comunicar es un proceso complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que



sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información. Es más un hecho sociocultural que un proceso mecánico”. (En línea, 2014)

## **Introducción**

La comunicación para que sea eficaz debe ser clara y periódica, aún más cuando se quiere lograr atender las necesidades puntuales de los clientes vinculados a nuestra organización. Por esta razón por la cual es necesario crear espacios con el objetivo de propiciar una mejor interacción entre los usuarios.

Gracias a que son una herramienta social de fácil aplicación, los microblogs se han convertido en una forma de comunicación que las empresas emplean de manera constante. La empresa Red de Negocios, bajo el producto RealRisk, se ha destacado por utilizar los microblogs como herramienta de vigilancia estratégica para gestionar conocimiento, proporcionar información y entablar relación con los clientes al interior de las organizaciones.

A lo largo de este proyecto, se diseñaron normas que permiten al cliente manejar de forma adecuada la plataforma de microblog, creada para clientes contratantes de RealRisk.

Con respecto a la metodología, en el trabajo se utiliza la recolección y posterior selección de datos que permiten tener una perspectiva amplia de los temas que se publican con mayor frecuencia tanto por los usuarios de la plataforma, como por la empresa.

## **Objetivos del Trabajo de Práctica**

En tiempos de crecimiento y evolución constante, las formas de comunicarnos con nuestros públicos internos y externos también han cambiado. Por ello, las organizaciones se han visto en la necesidad de ajustarse y aprovechar las oportunidades que la tecnología ofrece, implementando diversas plataformas y herramientas que brinda la web.

Red de Negocios es una empresa que cuenta con una plataforma de microblogs para clientes, a través de la cual se comparte información con los usuarios, confluyen temas de interés y se genera una interacción. En la actualidad esta plataforma no posee un protocolo de uso con unas normas establecidas que permitan que el cliente maneje adecuadamente la misma.

Durante el tiempo en el cual se realice la práctica empresarial, se aplicaran diversas acciones que permitan el implementar de forma paulatina protocolos de uso que ayuden a incrementar el flujo de información y por ende una mejor interacción entre los usuarios.

### **Objetivo General**

Estandarizar políticas y protocolos de uso relacionadas con el funcionamiento de los microblogs de contacto con los clientes.

### **Objetivos Específicos**

Ajustar los microblogs a los requerimientos de la organización con el fin de aumentar la eficiencia y el flujo de información con los usuarios.

Identificar las principales falencias que presenta la plataforma de twitter: tipo de información que se presenta y frecuencia de las publicaciones.

Identificar los temas de mayor interés para los usuarios de la plataforma y generar una alerta sobre ellos, mediante la clasificación de las publicaciones realizadas.

## **Justificaciones**

### **Impacto Científico y Tecnológico**

Los microblogs se han convertido en herramientas sociales online cada vez con mayor auge y crecimiento. Es por esto que diversas empresas y organizaciones implementan este sistema como un medio a través del cual generan una mayor comunicación con sus clientes empleados, dada sus facilidad de uso y la simpleza que ofrecen las plataformas.

La empresa Red de Negocios, bajo el producto RealRisk, se ha destacado por utilizar los microblogs como herramienta de vigilancia estratégica para gestionar conocimiento, proporcionar información y entablar relación con los clientes al interior de las organizaciones.

En ese sentido, se ha concentrado en desarrollar acciones de vigilancia, inteligencia y prospectiva de negocios, para realizar un seguimiento completo del entorno, propiciando un mejor ambiente de negocios y facilitando la toma de decisiones.

A partir de los conocimientos aprendidos en materias como Teoría de la Comunicación I y II, Comunicación Digital, Comunicación Organizacional y Observatorio social, se puede lograr el objetivo de desarrollar un protocolo de uso para ser implementado en la plataforma de microblogs de la empresa RealRisk, logrando así un escenario idóneo para poner en práctica la teoría mediante la socialización de las diferentes orientaciones, producto de las pautas previamente establecidas por la empresa para el manejo de la herramienta.

En conclusión, el alcance de este trabajo de grado es lograr definir unas pautas claras que generen no solo interacción, sino también cercanía con los usuarios de la plataforma regulando los contenidos que se publican en la misma.

## **Impacto Social y Económico**

Red de Negocios es una empresa que tiene empleados debidamente capacitados para hacer las labores de análisis que requiere cada uno de los proyectos emprendidos, de ahí que se encuentre en constante crecimiento.

Es fundamental no desconocer que Red de Negocios atiende las necesidades de los diversos clientes mediante acciones que permitan tener información clasificada, de excelencia y acorde a los desafíos que plantea el entorno.

Las interacciones con los diversos públicos corporativos en los diferentes contextos y escenarios, se han convertido en aspectos de suma importancia para la empresa debido a que éstas logran un impacto social representativo y de gran valor para el fortalecimiento de la razón de ser de la empresa, además de generar una relación que fortalece el acompañamiento en los diversos proyectos que se emprenden para los clientes.

En ese sentido, este proyecto le permitirá a la compañía hacer mucho más eficaces sus interacciones con los clientes, lo que constituye sin duda un valor agregado.

## Contexto

### Red de Negocios S.A.S

Red de Negocios S.A.S es una compañía colombiana, con 10 años de experiencia en la gestión de información y el conocimiento, como apoyo a la toma de decisiones empresariales, usando metodologías de riesgos estratégicos.

Red de Negocios desarrolla acciones de vigilancia, inteligencia y prospectiva bajo la marca RealRisk, con la que es reconocida en el ámbito empresarial. Actualmente su infraestructura está al servicio de compañías de múltiples sectores y alcances.

Red de Negocios emplea diversas metodologías para enfocar los estudios relacionados con los temas de interés particular de los clientes, tales como:

#### Ilustración 1 Temas de interés



Estos cuatro enfoques de trabajo potencializan la labor de análisis que se realiza en Red de Negocios, dado que guían múltiples procesos de decisión en todas las áreas de los clientes, proporcionan un enfoque que permita enfrentar de manera adecuada y oportuna los múltiples riesgos que plantean los escenarios de competencia y configuran horizontes de largo plazo; todo soportado en una infraestructura tecnológica y humana.

**Inteligencia Competitiva:**

Permite desarrollar acciones de inteligencia para promover conocimiento estructurado a los clientes sobre temas de su interés. Los informes realizados ofrecen la posibilidad de guiar múltiples procesos de decisión en todas las áreas de las compañías.

**Vigilancia Estratégica:**

Brinda la posibilidad de vigilar sistemáticamente el entorno para que los clientes encuentren mejores oportunidades de desarrollo de sus negocios y enfrenten de manera oportuna y adecuada los múltiples riesgos que plantean los escenarios de competencia.

**Prospectiva de Negocio:**

Aporta insumos metodológicos para la visualización y definición de escenarios de futuro. Apoyar a los clientes para que puedan reactivar ciclos de negocio y configurar horizontes de largo plazo, disminuyendo el riesgo de sus apuestas estratégicas.

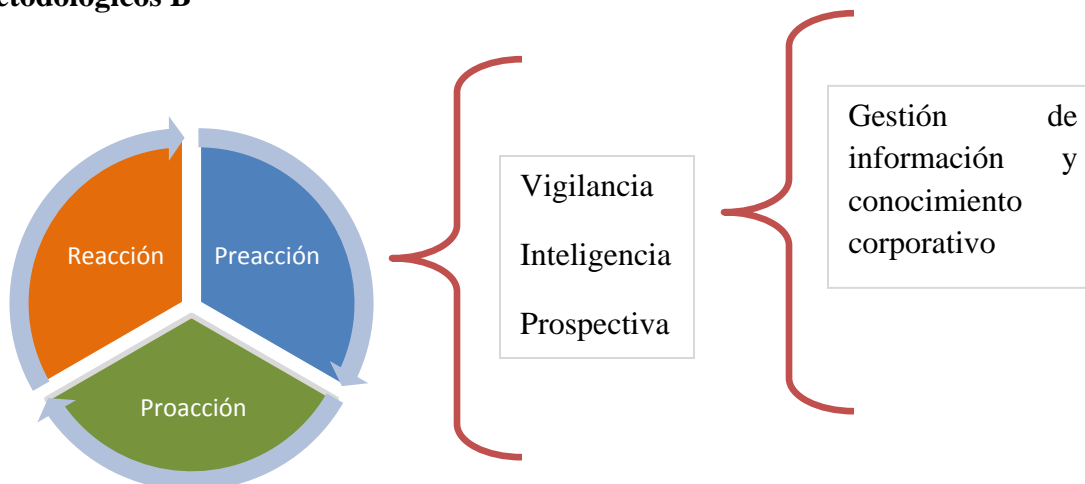
**IM & KM:**

El poner a disposición de los clientes toda la infraestructura tecnológica y humana para gestionar la información del entorno e incorporarla como conocimiento compartido en la organización a partir de esquemas de computación en la nube.



La metodología de intervención se centra en tres ejes como los son la reacción, preacción y proacción que completan los estados de decisión empresarial.

### Ejes Metodológicos B



### Medios de Comunicación

Hoy en día, Red de Negocios S.A.S tiene a su alcance diferentes medios de comunicación internos y externos, que poseen grandes fortalezas, debido a su constancia y a la importancia que le otorgan los clientes al momento de tomar decisiones. Sin embargo, la plataforma de microblogs que emplean los clientes presenta diversas falencias que no permiten el fortalecimiento de los canales de interacción que permiten tener un mayor contacto con los clientes.

#### Medios de Comunicación Interna

##### Correo electrónico:

A través del correo electrónico se hace el envío y recepción de información de forma constante.

**RealRisk 1.0:**

Sistema mediante el cual se genera una alerta de las publicaciones realizadas. Le indica al empleado el momento en el cual se publicó algún tipo de nota en los diversos blogs de los clientes. Además, permite tener un histórico de las publicaciones y así facilitar su búsqueda.

**Comité semanal RealRisk:**

Cada semana, empleados se reúnen para mantenerse al tanto de cada una de las actividades realizadas. Es un espacio en el cual se comparten ideas para estar en un constante aprendizaje sobre el desarrollo de los clientes y la evolución de los mercados.

**Medios de Comunicación Externos****Reportes de Prensa:**

Medio utilizado para transmitir hechos económicos más relevantes para nuestros clientes, los cuales son publicados y enviados de forma diaria a un grupo específico de clientes.

**Boletines de Vigilancia:**

Reúne una serie de notas seleccionadas de acuerdo a su relevancia para el segmento en el cual está enfocado cada uno de nuestros clientes.

**Sitio web:**

Este sitio web contiene toda la información de la empresa, al cual los diferentes públicos pueden ingresar para conocer más acerca de la empresa.

**Reportes de Publicación:**

En donde se recopila las notas previamente publicadas en otros medios como los blogs corporativos, para que nuestros clientes puedan tener un archivo de las publicaciones de forma semanal, quincenal o mensual.

**Registros Invima:**

Mediante el cual se profundización sobre nuevos productos o servicios que puedan representar una amenaza hacia el mercado del cliente.

**Infografías:**

Representaciones visuales con información y descripción adicional enfocados en un tema específico requerido por el cliente y adecuado a sus necesidades.

**Productos de Vigilancia:**

Productos diseñados que se ajustan a las necesidades de las compañías para que puedan tener siempre disponible información ordenada, procesada y estructurada del entorno como lo son: RealProm, Monitoreo Web 2.0, Inteligencia Comercial, Monitoreo de Clientes.

**Plataformas de Almacenamiento de Información:**

La vinculación de información y conocimiento a las compañías requiere método y herramientas. RealRisk promueve ambos a los clientes, ajustándose a las nuevas tendencias de accesos de información mediante lectores de flujos de información y aplicaciones en la nube.

## **Los Protocolos de Uso**

La función principal que cumplen los protocolos de uso es lograr que la comunicación entre los usuarios se efectúe adecuadamente, mediante normas que definen lo que se puede o no realizar en una red o ámbito dado. De esta forma tanto la compañía como los usuarios sabrán que acciones tomar ante una situación dada.

La creciente potencialidad de la red ha permitido la aparición de herramientas web que se han convertido en instrumentos funcionales con interfaces sencillas para que las organizaciones la empleen como medio de comunicación, tanto interna como externa. Es por esta razón que se ha vuelto indispensable el establecer protocolos de uso que aseguren una confiabilidad en la transmisión del mensaje que se quiere comunicar.

En el ámbito empresarial, tener protocolos de uso se hace cada vez más importante, debido a que centran la comunicación entre los usuarios hacia un mensaje específico, se evita transmitir información errónea y brinda seguridad al quien usa determinada plataforma.

La información que contienen los protocolos de uso describe normas específicas para aprender los conceptos básicos que rigen un sitio web, en este caso la plataforma de microblog para clientes contratantes RealRisk.

### **Los Microblogs**

Debemos comprender que los procesos de información han cambiado su perspectiva, al dejar de ser bidireccionales y convertirse en formas nuevas de comunicar que emergen y fluyen entre las sociedades, y que se nutren de la participación de cada individuo. Cada día son más las personas que acuden a microblogs para recibir y compartir información de forma simple e

inmediata, basándose en el sentido de integración que brinda el hacer parte de una red en donde todos pueden expresar de forma clara sus opiniones.

Las características principales que brinda un microblog son brevedad, actualización periódica de información, facilidad de acceso, plataformas simples que se pueden enfocar hacia temáticas específicas dependiendo del tipo de público al cual se quiera llegar, de ahí la importancia que han adquirido para las organizaciones.

En la actualidad, sin importar si son pequeñas o grandes, las organizaciones han ido implementado una webs corporativas con el fin de proporcionar información sobre aspectos vinculados con la compañía, sus diferentes públicos y sus productos, por lo que los microblogs se han ido integrando a la comunicación para potencializar la utilidad que las páginas web han adquirido.

Las opciones que proporciona cada sitio varían de acuerdo a las necesidades de la compañía y el modo interacción que se quiere establecer con los usuarios, creando así objetivos más directos a través de una herramienta productiva.

### **Características y uso de los microblogs**

Dentro de las características y usos más relevantes de los microblogs para las organizaciones podemos encontrar que los usuarios pueden agrupar mensajes sobre un mismo tema, notificar eventos o mensajes, incluso los microblogs son considerados fuentes confiables de información que generalmente contienen hechos de suma relevancia para el foco del mercado de cada compañía.

## Marco Teórico

Las empresas se preocupan cada vez más por saber cómo la tecnología ha cambiado la forma de comunicar, pero sin dimensionar el papel que la comunicación cumple en el posicionamiento de una marca o empresa y de la utilidad dentro un entorno laboral.

La tecnología a través del tiempo se ha transformado en parte fundamental del desarrollo de la sociedad, su importancia va ligada a su evolución y a los diversos usos que se le otorga. Para las organizaciones, implementarla es normalmente un proceso paulatino, sin embargo, los microblogs en las empresas han adquirido cierto auge porque fomentan la participación de los empleados, permiten una comunicación directa de forma no tradicional y generan sentido de comunidad.

“El microblog es una forma de comunicación o un sistema de publicación en Internet que consiste en el envío de mensajes cortos de texto- con una longitud máxima de 140 caracteres- a través de herramientas creadas específicamente para esta función. Su finalidad es la de explicar qué se está haciendo en un momento determinado, compartir información con otros usuarios u ofrecer otras páginas web” (Román, 2009)

El libro “*Manual de uso del blog en la empresa, Cómo prosperar en la sociedad de la conversación*”, de Alberto Ortiz de Zárate Tercero, explica por qué las herramientas digitales como los microblogs se han convertido en herramientas de comunicación que con un adecuado manejo, pueden llegar a ser efectivas y aportar de manera significativa a los sistemas de información que emplean las organizaciones. Gracias a los aportes que otorga el libro a este proyecto, se podrán trazar parámetros que guíen la implementación de los protocolos de uso en la plataforma de microblog para clientes de Red de Negocios. (Tercero, 2008)

El auge de los microblogs se debe en concreto a que, en un par de líneas, se otorga información precisa sobre un determinado tema teniendo la posibilidad de generar enlaces que amplíen la información, proporcionar imágenes y videos. Los microblogs cuentan con el potencial para convertirse en un medio de comunicación que promueva el trabajo colaborativo en las organizaciones, debido a que el usuario registra lo que sucede en su entorno transformando la experiencia de comunicar a otros.

En Red de Negocios se cuenta con una plataforma para clientes que permite generar información con un número mayor de caracteres (240), en relación otras plataformas web como twitter (140), que potencializa su funciones ya que permite abarcar mucha más información.

### **Sistemas de Flujo de Información**

Los autores Laudon y Laudon (2004) definen los sistemas de información como "un conjunto de componentes que recolectan (o recuperan), procesan, almacenan y distribuyen información para apoyar la toma de decisiones y el control de una organización. Además de apoyar la toma de decisiones, la coordinación y el control, los sistemas de información también pueden ayudar a los gerentes y trabajadores a analizar problemas, a visualizar asuntos complejos y crear productos nuevos. (Fernández, 2006)

Existen varios tipos de S.I, entre ellos se encuentran los sistemas formales y los sistemas informales de información. "Los sistemas formales de información son aquellos que se apoyan en definiciones fijas y aceptadas de datos y procedimientos y que operan en conformidad con reglas predefinidas, mientras que los sistemas informales de información se basan en reglas de comportamiento no establecidas". (Fernández, 2006)

## Ilustración 2 Sistemas formales e informales de información

	Basados en Ordenadores	Manuales
Formales	Un CRM	Informes-formularios en papel escritos a mano
Informales	El correo electrónico	Conversaciones en la cafetería entre empleados

**Fuente:** Desarrollo de sistemas de información: Una metodología basada en el modelado

Actualmente, los sistemas de información en las organizaciones son de suma importancia debido a que han cambiado de forma significativa la manera en la que estas operan, maximizando la utilidad de la información y de los datos que se producen, tanto entre los públicos internos como los externos, logrando convertir la información en el recurso más apreciado para cualquier negocio.

Además, existen diversas clasificaciones que pueden enfocarse de acuerdo a las perspectivas de la organización para reportar el máximo beneficio que otorga este sistema, como por ejemplo acelerar los procesos, permitiendo un acceso mayor a la información y promover el análisis.

De acuerdo a la administración que se le realice, estos sistemas pueden llegar a fortalecer las relaciones de la empresa con el empleado o entre el empleado y sus compañeros de oficina, mejorando en igual medida el clima organizacional.

Los componentes que integran un sistema de información deben fomentar la interacción de los participantes, atendiendo a las necesidades del entorno en el que se genera la información evitando desviar el propósito principal de la organización, el utilizar la tecnología para promover una mejor comunicación.



Lo anterior con el fin de comunicar conocimiento y de estrechar la brecha entre la información de utilidad para la compañía y el individuo, logrando reconocer las necesidades de ambos al disponer de enfoques diversos para el procesamiento y transmisión de un sistema de información en particular.

En el libro *“Análisis y Desarrollo de Sistemas de Información”*, de Domingo Antonio Morales, se definen los objetivos que un sistema de información debe cumplir y a los cuales le apunta la plataforma de microblog de RealRisk, entre estos se encuentran el “facilitar la toma de decisiones, en base a la reducción del tiempo necesario para adquirir información”. (Morales, 2013).

Las tendencias tecnológicas son la herramienta clave para realizar el proceso de recolección y procesamiento de la información que permite alimentar los sistemas de información, de ahí la necesidad de determinar cuáles son las condiciones de uso de cualquier plataforma, en el caso de la plataforma de microblogs para clientes contratantes de la empresa RealRisk definir unos protocolos de uso que faciliten el acceso al microblog y que determinen con claridad los contenidos permitidos en cada una de las publicaciones realizadas por los usuarios.

## **Metodología**

Red de Negocios es una empresa comprometida con sus clientes que proporciona el servicio de inteligencia de negocio mediante el análisis detallado de información, se caracteriza por tener un recurso humano calificado que se ha desempeñado por 10 años en el mercado.

Debido a la necesidad que se tiene de implementar protocolos de uso para la plataforma de microblog de los clientes es que se emprende este proyecto, cuya finalidad es introducir de forma paulatina soluciones eficientes para mejorar el flujo adecuado de las publicaciones.

Para lograrlo, se ejecutará una serie de acciones que incluyen la clasificación de las publicaciones de acuerdo a categorías previamente creadas, ejercicio que se realizará de una manera constante de modo tal que a través de esta clasificación se puedan identificar los temas de mayor interés para los usuarios. Lo anterior, con el fin de lograr definir el conocimiento que tienen los usuarios con respecto a la plataforma de microblogs.

Finalmente, y de acuerdo a los ajustes anteriores, lo que se quiere alcanzar con la recopilación es definir cuáles van a ser las políticas o protocolos de uso que van a regir la plataforma.

## Muestra

La recopilación estará enfocada específicamente en las publicaciones que realizan los usuarios de la plataforma de microblog diseñada para los temas relacionados con bancos y el entorno económico.

La recopilación se realizarán de forma constante, teniendo en cuenta que la plataforma permite la visualización de la fecha de publicación, el usuario y si la información que proporcionó el individuo se encuentra visible en la plataforma.

## Cronograma

Actividad	Fecha
Construcción general protocolo básico.	Lunes 14 de Octubre
Correcciones realizadas a la propuesta	Martes 22 de Octubre
Recopilación publicaciones.	Jueves 7 de Noviembre
Clasificación de los resultados.	Martes 3 de Diciembre
Propuesta manual de uso de acuerdo a resultados.	Jueves 12 de Diciembre

## **Análisis de Resultados**

El desarrollo constante de las tecnologías de la información ha llevado a que las compañías modifiquen la forma de comunicarse con los públicos, tanto internos como externos, logrando configurar canales alternativos de difusión que proporcionan ventajas competitivas en el mercado.

Internet le ofrece a las compañías la capacidad de interactuar de forma directa con sus usuarios, conocer sus opiniones y satisfacer sus necesidades al proveer información de interés en el sector.

Es en este sentido, que la empresa Red de Negocios bajo el producto RealRisk ha desarrollado la plataforma de microblog para clientes contratantes de herramientas de vigilancia estratégica de negocios, medio a través del cual se realiza seguimiento a temas de interés.

Durante el desarrollo de este proyecto, se hizo el seguimiento a las publicaciones realizadas en la plataforma bancaria, ya que ésta permite obtener la información y visualizar la cantidad de usuarios.

### **Temas de Interés**

Las publicaciones realizadas, se clasificaron en 8 temas considerados de interés para los usuarios de la plataforma:

#### **Ferias Financieras:**

Información basada en los eventos de promoción enfocados a los clientes y las oportunidades comerciales que se evidencian en el mercado.

**Productos y Servicios:**

Agrupar toda la información correspondiente al portafolio de productos y servicios de las entidades financieras, igualmente contiene información de nuevos productos.

**Competidores:**

Esta clasificación está centrada en información relacionada con el comportamiento de las diferentes entidades bancarias.

**Canales Electrónicos:**

Información relacionada con los medios que brindan las entidades financieras para facilitar las operaciones realizadas por los usuarios (sistemas electrónicos, red de pagos móviles, App para teléfonos inteligentes, software, entre otros).

**Medios:**

Publicaciones realizadas por las entidades financieras en los medios de comunicaciones (avisos, estudios, promociones).

**De Interés:**

Noticias económicas y de relevancia que los diferentes usuarios registran en la plataforma.

**Usuarios:**

Reúne las opiniones, comentarios, sugerencias planteadas por los clientes.

**Beneficios Bancarios:**

Oportunidades y promociones que ofrecen los bancos a sus clientes.

**Frecuencia de las Publicaciones:**

Las publicaciones se realizan de forma periódica permitiendo una constante retroalimentación al público objetivo actual.

Es importante publicar de forma diaria un texto corto para incentivar las visitas a la plataforma y mantener a los usuarios informados de los acontecimientos más relevantes de la compañía.

**Información:**

Contenido variado que se adapta a las necesidades del cliente, se incluyen etiquetas/hashtags generalmente promovidos por los usuarios administradores de la aplicación para marcar palabras clave dentro de las publicaciones, se incorporan con frecuencia links para ampliar la información, las fotografías y otro tipo de documentos adjuntos no son usados de manera regular.

**Usuarios:**

La información es generada por los usuarios administradores y los clientes de la plataforma bancaria, siendo los administradores quienes publican con mayor frecuencia entre 3 y 5 publicaciones por día, lo que otorga visibilidad ante el cliente.

Se ha detectado que los usuarios desconocen las condiciones para publicar contenidos en la plataforma, por lo cual se ha restringido contenido con el objetivo de clasificar la información relevante y de utilidad para el cliente.

Para el cumplimiento de los objetivos se cuenta con la creación del manual de protocolo con él se pretende lograr que los encargados de la plataforma virtual estandaricen los procesos que se llevan a cabo por este medio, eliminando las subjetividades, y juicios morales y/o éticos que comprometieran la seriedad de las publicaciones.

Por lo anterior se han definido una serie de políticas de uso que permitirán al usuario de la plataforma conocer de forma clara el contenido que se le proporciona; igualmente se fomenta el uso responsable de la misma.

## Conclusiones

La existencia de parámetros que encaminen tanto al cliente como a la compañía hacia un solo propósito son de vital importancia, el éxito o finalidad de un protocolo de uso corresponde a su adecuada aplicación y de la claridad que se tenga al momento de implementarlo.

Para las compañías, actualmente es sumamente importante el manejo adecuado de la información a través de medios virtuales, para no generar confusiones y tener una mejor interacción con el público objetivo permitiendo conocer sus reacciones ante diversas situaciones.

Por lo anterior, los sistemas de flujo de información son un componente clave para definir políticas en torno al enfoque que se desea aplicar a los temas de interés para las organizaciones. El valor real que se le conceda a la información hace de ésta un recurso corporativo que facilita la toma de decisiones. Con el fin de generar una mayor interacción con el cliente es que se han definido las políticas de uso para la plataforma de microblog, estas van acompañadas de una gestión adecuada de la información.

Las nuevas tecnologías se han convertido en canales de comunicación efectivos que nos brindan la posibilidad de transmitir un mensaje claro, haciendo énfasis en el proceso de transformación constante que viven las compañías.

Podemos concluir que si se quiere tener un flujo constante de información en las plataformas de interacción que se tiene para el cliente, se debe procurar ofrecer enlaces útiles, claros y atractivos para los clientes que desconocen la función principal de la herramienta proporcionada.



## Bibliografía

- Colombia, U. N. (2014). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de [http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2008551/lecciones/cap1-4-2.htm#pie\\_1](http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2008551/lecciones/cap1-4-2.htm#pie_1)
- De Rada, D. V. (2013). *Manual de trabajo de campo en la encuesta*. España: Centro de Investigaciones Sociológicas. Obtenido de Google Books: [http://books.google.com.co/books?id=LY5eZ56ISogC&printsec=frontcover&dq=la+encuesta&hl=es&sa=X&ei=a\\_NhUoS1L5PC9QSDv4D4Dw&ved=0CDIQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.co/books?id=LY5eZ56ISogC&printsec=frontcover&dq=la+encuesta&hl=es&sa=X&ei=a_NhUoS1L5PC9QSDv4D4Dw&ved=0CDIQ6AEwAQ#v=onepage&q&f=false)
- En línea, p. (2014). *EcuRed*. Obtenido de <http://www.ecured.cu/index.php/Comunicaci%C3%B3n>
- Fernández, A. V. (2006). Una definición general de los sistemas de información. En V. Fernández Alarcón, *Desarrollo de sistemas de información: Una metodología basada en el modelado* (pág. 12). Barcelona: Edicions UPC.
- Martín Alvira, F. (2013). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. España: Centro de Investigaciones Sociológicas. Obtenido de Google Books: <http://books.google.com.co/books?id=Gbz5JO-IoDEC&printsec=frontcover&dq=La+encuesta:+una+perspectiva+general+metodol%C3%B3gica&hl=es&sa=X&ei=grLhUsD1DYHksATtyoGoBg&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false>
- Morales, D. A. (2013). *Análisis Y Desarrollo de Sistemas de Información*. Obtenido de Google Books: <http://books.google.com.co/books?id=rsgOAQAIAAJ&printsec=frontcover&dq=Desarrollo+de+Sistemas+de+Informaci%C3%B3n:+Una+metodolog%C3%ADa+basada+en+el+modelado.&hl=es&sa=X&ei=8cZpUuzLEorq8gSi64DoAQ&ved=0CDkQ6AEwAg#v=onepage&q&f=false>
- Román, R. (2009). *Nuevo Marketing*. España: OUC.
- Sánchez, M. (2014). *Microblogging: qué son y para qué sirven*. Obtenido de CreaTicInnova: <http://creatic.innova.unia.es/redes-sociales/microblogging>
- Tercero, Z. D. (2008). *Manual de uso del blog en la empresa*. España: Edicions Cantalaia.

## **Apéndices**

### **Apéndice A. Protocolo de Uso para el correcto funcionamiento de la plataforma de microblog para clientes contratantes de Herramientas de Vigilancia Estratégica de Negocios Realrisk**

#### **Condiciones básicas de la plataforma de microblog para clientes contratantes de herramientas de vigilancia estratégica de negocios RealRisk.**

El presente documento contiene las Políticas de Uso y Condiciones de Servicio que permiten el acceso y uso de la plataforma bancaria, así como el acceso a la información (texto, gráficos, fotos u otro material). El acceso y uso de los servicios queda condicionado a la aceptación y cumplimiento de estas condiciones. Al acceder o usar los servicios, el usuario se compromete a la aplicación de las siguientes Políticas y Condiciones Básicas.

#### **Restricciones en el Contenido**

- Todo contenido (información, texto, gráficos, fotos u otro material publicado) que se considere oportuno por la empresa de compartir o publicar, podrá ser visto por los usuarios del microblog.
- El usuario podrá adjuntar a la información publicada documentos, enlaces a páginas web o fuentes de terceros, siempre y cuando estos se relacionen con temas de interés para la organización.
- El usuario no podrá publicar ni enviar información con propósitos perjudiciales o abusivos para otros usuarios de la plataforma.

**Privacidad**

- Las contraseñas y nombre de usuarios otorgados para la plataforma se emplearan para uso exclusivamente durante actividades laborales, con la finalidad de que solo los empleados accedan y publiquen información.

**Condiciones Generales de la Plataforma**

- El objetivo principal de la plataforma es proporcionar un servicio que le permita al usuario compartir y recibir contenidos de interés para la organización y sus empleados, así como compartir contenido y generar una interacción entre los clientes contratantes de la plataforma y la empresa RealRisk.

- El servicio es un servicio que tiene por finalidad brindar al usuario todo tipo de información relacionada con el mercado bancario, incluyendo entre otras cosas, links con notas adicionales, artículos relacionados. La utilización de los servicios de esta plataforma sólo puede hacerse como usuario de la misma.

- El servicio de microblog le brinda al usuario la posibilidad de escribir y leer mensajes que no superen los 240 caracteres.

- La plataforma cuenta con un acceso simple que le permite a los usuarios proporcionar contenido oportuno, además se puede ingresar mediante el link presente en los boletines semanales para el cliente bancario.

### Apéndice B Clasificación Publicaciones Plataforma

Usuario	Mensaje	Fecha	Visible
MANUELA ARANGO PELAEZ	#Sufi: La Gran Feria Renault Crédito, solo por los días 6,7 y 8 de septiembre los mejores planes financieros 50/50 sin intereses y tasas desde el 0% de interes en Nuevo Twingo,Fluence,Duster,Megane III y koleos	09/09/2013 07:45	si
Juan Esteban Montoya	"Gran Feria Colpatría Hipotecaria y del Automovil", Colpatría ofreció durante el mes de agosto, tasas del 9.5% E.A.equivalente a 0.76% M.V. para #creditohipotecario y #creditovehiculo.	27/08/2013 09:07	si
Inteligencia Competitiva	El marcador #feriasfinancieras nos va a permitir hacerle seguimiento a esta estrategia de mercado. Bienvenidos nuevos aportes.	06/05/2013 04:10	si
Luisa Fernanda Cañas Gomez	Davivienda se encuentra realizando ferias de la vivienda por las diferentes salas de venta, para explicarle a los clientes de los diferentes proyectos el beneficio en la cobertura de la tasa de interés.	26/04/2013 07:59	si
oscar galan	Colpatría maneja desde hace dos años ferias de vehiculo e hipotecario, otorgando tasas del 0.89 par compra de vivienda usada o nueva y compra de vehiculo. Adicional no pagan costos de avaluo ni estudio de titulos.	27/04/2013 10:24	si