

11 ANEXOS

Anexo 1: Formato de entrevista

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE LENGUAS MODERNAS
ENTREVISTA

FECHA: _____ ENCUESTADO: _____

ONG/ Organismo _____

1. ¿Cuál fue la intención por la que se decidió implementar Facebook dentro de la ONG/ Organismo internacional?

2. ¿Qué tan importante considera usted la comunicación a través de las redes sociales?

3. ¿Qué ventajas trae la implementación de Facebook a la ONG/ Organismo internacional?

4. ¿Considera usted que esta herramienta de comunicación trae desventajas para la ONG/ Organismo internacional?

5. ¿Cuál considera usted que sería un uso adecuado para esta red social?

6. ¿Cree usted que el uso de Facebook ayuda a mejorar el reconocimiento de la ONG/ Organismo internacional?

7. ¿Considera usted que desde que se implementó Facebook en la ONG/ Organismo internacional, se ha mejorado la comunicación interna y externa?

8. Siendo esta una ONG/ Organismo internacional ¿Qué tan necesario es el uso de diferentes idiomas en de la red social?

9. OBSERVACIONES: (Algo que quiera agregar)

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 2: Entrevista a experto en comunicaciones de la Delegación de la Unión Europea en Colombia

A continuación se mostrarán las respuestas dadas por el señor José Manuel Rincón, responsable de información y prensa de la Delegación de la UE en Colombia.

1. Hubo dos razones principales por las que se decidió desarrollar una estrategia de comunicación en las redes sociales (Facebook) y fueron:

- Directiva de Bruselas (sede de la UE), ya que muchas de sus políticas institucionales dependen de allá.
- Todos los que trabajamos prensa e información dentro de la Delegación fueron conscientes de la importancia de las redes sociales en la comunicación empresarial; pero sobre todo, tras la primavera árabe que tuvo mucha implicación en el público joven.

A partir del 2012 se comenzaron a realizar dentro de la Delegación las propuestas de implementación de Facebook y luego de Twitter, junto con sus objetivos respectivos.

2. Considero que es muy importante, porque los tiempos han cambiado mucho y la forma de publicación y dar información que se desarrollaba antes no es la misma de la actualidad. Anteriormente era todo escrito, pero en la actualidad todo es virtual.

El público joven es ahora más inmediato, de mensajes cortos; y es por eso, que las redes sociales, entre ellas Facebook y Twitter, han logrado entrar en el target de los jóvenes y en el mundo de los medios de comunicación.

A Facebook lo considero como un canal de comunicación y para darle un buen uso se deben conocer sus ventajas y manejo. Esta herramienta es

aplicada más para un público joven, y no solo sirve para informar sino que ayuda a convocar personas, manejar masas; mientras que Twitter es más periodístico y trabaja como con headlines. Es decir, son perfiles diferentes de manejar información.

3. Yo creo que una de las ventajas es cautivar público joven, pero para esto es necesario trabajar con puntos cruciales desde la formación de la persona o la educación que permita acercarse más a ellos, trabajando sobre los objetivos y las orientaciones institucionales.

Otra ventaja importante es la inmediatez y la posibilidad de atraer al público con estrategias visuales.

4. Una red social puede traer desventajas cuando no es usada de una forma adecuada como un canal de comunicación, cuando no se ha trabajado sobre una estrategia, objetivos definidos y sin contenido definido.

Si no hay una buena administración y una hoja de ruta, las redes sociales no se logra una comunicación efectiva. No creo que haya desventajas a menos que haya un error dentro de la institución.

5. Principalmente comenzar a captar cada vez más amigos, tener un enfoque masivo. Después comenzar a usar estrategias visuales. se requiere también de mensajes cortos y claros; otras estrategias de marketing, que ayuden al reconocimiento de la red social, llevar a cabo ejercicios interactivos con el público, entre otros.

6. Si ayuda a mejorar la imagen nacional e internacional. No es la única estrategia que aporta para el posicionamiento de imagen, pero si colabora en ello.

7. No lo sé. Tal vez ha mejorado porque hay gente que participa internamente, pero otros son más críticos; unos están más involucrados que

otros. Sin embargo, todavía somos muy apáticos a la idea de las nuevas tecnologías. Pero todo se logra poco a poco.

8. Es necesario mirar el mundo en su dimensión, por esto, considero que el uso de las lenguas es importante. Se debe tener una proyección amplia de cobertura, y tener en cuenta que en el exterior hay gente que tiene aprecio por Colombia y se interesa por nuestras acciones y temas. De igual forma es útil tener una visión más amplia de lo que se hace, querer acceder a otras personas o a otro público que no maneja español.

9. Para mejorar la comunicación interna en Facebook, creo que es necesario hacer seguimiento a la gente, impulsarlos a explorar, a hacer propuestas, a comentar, opinar.

Y en términos externos, es clave manejar temas más de audiencia (ambiente, turismo, tecnología, entre otros). Es decir, buscar las prioridades del público y comenzar a usarlas.

Otras preguntas:

10. Con respecto a lo que hablaba sobre los periódicos y su menor cantidad de lectores por causa de las redes sociales, hay un autor llamado Manuel Castells, quien habla sobre el poder de la comunicación en la sociedad red y menciona que las tecnologías están sustituyendo este tipo de medios de comunicación. ¿Cómo considera el hecho de perder el hábito de tomar un periódico o un libro para leer?

No se sabe si mal o bien, pero tengo la intuición de que ni el libro ni el periódico desaparecerán. Creo que son costumbres muy diferentes, por ejemplo: las personas que no salen a ningún lado, pueden leer un libro; pero los que viajan ahora usan tablet.

En la antigüedad la gente oía radio y luego la complementaba con los periódicos, pero, hoy en día las noticias ya se les puede tener en la web. Todo eso va ligado a costumbres y sistemas educativos.

11. Me causa mucha curiosidad lo que dice de cautivar al público joven porque efectivamente las redes sociales hacen que ellos se interesen más. Pero, ¿Cómo atraer un público joven en temas políticos, sociales que son tan ajenos a ellos?

No sé porque la juventud ha cambiado mucho y ahora son apáticos a todo; se aburren muy fácil, nada los tiene contentos y lo quieren todo de inmediato. Sin embargo, digo que se debe identificar que les gusta, hacer un diagnóstico y analizar sus hábitos de consumo, para conocer lo que quieren.

Anexo 3: Entrevista a experta en comunicaciones de Oxfam Colombia

A continuación se presentan las respuestas de la entrevista dada por Damaris Castillo, coordinadora de comunicaciones de Oxfam en Colombia.

1. Hay dos motivos por el que se implementa Facebook en Oxfam. La primera es la intención de fidelizar un público nuevo, sobre todo a través de campañas que sensibilicen a las personas y que generen opinión pública. La segunda es para para actualizar al público sobre temas relacionados Oxfam; ya que esta herramienta usa mensajes más claves, imágenes directas y es más inmediato, sin mencionar que su capacidad para motivar y desarrollar promociones agresivas.

2. Es muy importante. Si se saben manejar pueden tener gran influencia e la sociedad. De hecho, creo que las redes sociales están a un nivel igual o mayor comparado con los medios de comunicación tradicionales. Estas se han convertido en un competidor directo de los medios tradicionales, quienes han tenido que colgarse a ellas para manejar información. Anteriormente se decían que eran medios tecnológicos o medios alternativos, pero yo creo que ya son medios oficiales.

3. Como ventajas está el posicionamiento de marca, conocimiento de programas, posibilidad de recaudar fondos y generar mayores aliados estratégicos.

4. Habrían desventajas si no se sabe manejar bien la red social, ya que se puede desvirtuar la información, se pueden generar riesgos de marca dependiendo de la acción que se desarrolle. Es por esto, que se debe ser muy prudentes con el manejo de la información.

5. Debe haber una ruta de acción y de coordinación clara donde haya una persona que conozca la organización y las redes sociales, su manejo; y sobre todo que tenga la capacidad para trabajar en ellas; pues una cosa es

trabajarlas y otra dinamizarlas. Entonces, si no hay ruta de acción y una frecuencia de trabajo, se pueden perder los beneficios ofrecidos por la redes.

6. Yo creo que sí. Pero, hay otras redes sociales que pueden posicionar más la marca. Facebook es una herramienta dentro de las redes sociales que contribuye al reconocimiento, mas no es la única herramienta. Se debe trabajar con varias redes sociales, porque no se puede hacer una estrategia web solo para una, se debe manejar algo más integral.

7. En términos internos no se ha generado ninguna cultura comunicacional a través de las redes sociales. En términos externos es lo contrario, pero esto se logra a través de ciertas campañas estratégicas.

8. El uso de los idiomas es muy necesario. Cuando alguien trabaja dentro de una ONG Internacional no se debe focalizar solamente en el país donde está, sino que se debe aprender a coordinar y a tener la visión desde otros países para poder aplicarlo en el propio, y con un manejo de idiomas se facilitan mucho las circunstancias.

9. Se debe generar una cultura interna que mejore la relación entre la gente y las nuevas tecnologías; de igual forma, sugeriría un proceso de dinamización en el que todos los países estén incluidos; y finalmente, manejar la información de todos los países en tiempo real.

Otras preguntas:

10. Tengo entendido que Oxfam Colombia no cuenta con Facebook ¿Es verdad?

Sí. Las redes sociales se manejan desde las sedes, Oxfam Gran Bretaña se maneja desde Oxford y Oxfam internacional agrupa todas las instituciones Oxfam del resto del mundo.

En esta ONG hay un centro, y lo que se hace es seguir un conducto regular, para toda la información que se desee publicar. El conducto es Sección país – sección regional – sección global.

Tenemos que ceñirnos bajo parámetros y leyes para poder publicar información y así potencializar las redes sociales.

Anexo 4: Formato de encuesta

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE LENGUAS MODERNAS
ENCUESTA

Respetado encuestado: La información que se recogerá con este instrumento tiene como finalidad profundizar el conocimiento de las redes sociales en los procesos de interacción de la organización con sus públicos.

Encuesta					
De acuerdo a su experiencia responda las afirmaciones teniendo en cuenta que es: 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo					
	1	2	3	4	5
El Facebook es usado en la ONG/ Organismo internacional como un instrumento de comunicación interno					
El Facebook es usado como herramienta de comunicación que ayuda a generar mayor reconocimiento a nivel nacional e internacional					
El Facebook establece mejores relaciones comunicacionales entre la ONG/ Organismo internacional y público en general					
Es importante manejar diferentes idiomas en Facebook para lograr una comunicación más global					
Facebook colabora en la consecución de nuevos vínculos nacionales e internacionales a la ONG/ Organismo internacional					
Las herramientas que brinda Facebook y el correcto uso de estas, crea mayor interés en los usuarios					
Facebook contribuye a fortalecer la identidad e imagen corporativa de la ONG.					
El uso del Facebook aún no logra una comunicación más competitiva para la comunicación efectiva interna y externa					
¿Qué sugiere para que Facebook se use dentro de la ONG/ Organismo internacional de una forma más efectiva?					

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Catalina Navas Charry

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 1022368645

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

Facebook como canal de comunicación corporativo para Organiz-
mos y ONG internacionales acreditados en Colombia

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Catalina Navas Chamy</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>Catalina Navas Chamy</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1022368645</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Humanidades</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Lenguas Modernas</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: 13/07/2013