



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL  
PIRHUA

# EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS EMPRESAS: CASO FANPAGE DE DARDO COMUNICACIONES DE MARKETING

Yuriko Juárez-Sanabria

Piura, febrero de 2018

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

Departamento de Comunicación

Juárez, Y. (2018). *El uso de las redes sociales en las empresas: Caso Fanpage de Dardo Comunicaciones de Marketing* (Trabajo de Suficiencia Profesional de licenciatura en Comunicación). Universidad de Piura. Facultad de Comunicación. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](https://repositorio.institucional.pirhua.edu.pe/)

**UNIVERSIDAD DE PIURA**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**



**EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS  
EMPRESAS: CASO FANPAGE DE DARDO  
COMUNICACIONES DE MARKETING**

**Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de  
Licenciado en Comunicación**

**YURIKO NOEMÍ JUÁREZ SANABRIA**

**Piura, febrero de 2018**



## ÍNDICE

1.	Introducción .....	5
2.	Antecedentes, historia y contexto de la organización .....	7
2.1.	Organigrama de la empresa.....	8
3.	Antecedentes y problemática en el campo de la comunicación .....	9
4.	Estrategia de Comunicación.....	13
5.	Plan de acción y/o ejecución .....	15
6.	Evaluación de la toma de decisiones.....	21
7.	Conclusiones .....	25
8.	Bibliografía .....	27
9.	Anexos.....	29
10.	Apéndice: Informe de desempeño profesional.....	37
10.1.	Presentación .....	37
10.2.	Desarrollo Profesional.....	38
10.3.	Reflexiones Finales .....	40
10.4.	Certificación.....	41



## INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías han ido desarrollándose a lo largo de los años, y es ahora cuando las empresas deben invertir en el uso de estas herramientas para que su marca y sus trabajos sean conocidos a gran escala. Es ahora que podemos hablar sobre la comunicación horizontal en la cual las organizaciones y los públicos se igualan en su capacidad de intervenir y recibir respuestas.

Es aquí donde nace el prosumidor, quien participa en la producción del consumo de contenidos con autonomía y espíritu colaborativo. El prosumidor es el stakeholders de las corporaciones y protagonista activo de la comunicación online.

Dardo Comunicaciones de Marketing es una empresa que en la actualidad puede ser encontrada a través de su página web, asimismo cuenta con una página de Facebook, la cual está abandonada, no hay ningún encargado que tenga la tarea de hacer circular contenido novedoso para que pueda así amplificar su alcance y sea conocido por el público objetivo.

Asimismo, todos los trabajos que realiza la empresa como realización de eventos, publicidad, etc no son comunicados, dejando pasar esta gran oportunidad de hacer más conocida la marca.

En este trabajo se darán algunas soluciones para este gran problema, ya que la empresa cuenta con muchos años de experiencia en su sector; sin embargo se podrá notar a lo largo de este documento que no solo basta realizar buenos trabajos, sino también saber comunicarlos para que así los posibles clientes conozcan más sobre el trabajo de Dardo Comunicaciones de Marketing.





## 2. ANTECEDENTES, HISTORIA Y CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

Dardo Comunicaciones de Marketing fue fundada en Piura en el año 1993 por el licenciado Marcos Israel Abad Obando junto a Carlos Farfán y Luis More, todos egresados de la Universidad de Piura. Cuando inició la empresa recibió el nombre de Dardo Comunicación Corporativa, luego en el año 1997 Luis More se retiró de la empresa. Ya en el año 2000 Carlos Farfán dio un paso al costado dejando al mando de la organización al Lic. Marcos Abad Obando, quien se encarga hasta el día de hoy de la empresa.

Dardo Comunicaciones de Marketing es una empresa con 24 años en la región Piura. Los trabajos que realiza son los siguientes:

- Monitoreo de medios.- Las empresas que contratan este servicio requieren un clipping de prensa (periódico, radio y televisión) para que conozcan las apariciones en medios regionales de su marca. Asimismo, se envían noticias de interés relacionadas a su negocio. Este trabajo es enviado en un “Reporte Diario” a las 9:00 a.m.
- Paneles publicitarios.- La empresa cuenta con paneles publicitarios: panel Led, paneles metálicos y muros en las carreteras que son contratados por las empresas para publicidad visual.
- Campañas publicitarias y lanzamiento de productos.- Se realizan todo tipo de campañas para las empresas que quieran hacer un evento o lanzar un nuevo producto al mercado.
- Asesoría en Campañas Políticas.- Se asesora a los candidatos sobre las acciones a tomar en cuanto a comunicación y publicidad.
- Eventos Corporativos.- La empresa realiza eventos para las diferentes marcas, en la cual se encarga de toda la logística y publicidad para que el cliente quede satisfecho.

Entre los principales clientes con los ha trabajado la empresa se encuentran: Savia Perú, Miski Mayo (Vale), Río Blanco Copper, Graña y Montero Petrolera, Petroperú, Endesa (Generadora Eléctrica), Olympic Perú, Claro, Mibanco, Innova Schools, Agua Cielo, Colegio de Notarios de Piura y Tumbes, entre otros quienes pueden dar fe del profesionalismo de la empresa.

La misión de Dardo Comunicaciones de Marketing es convertirse en un referente de consultoría estratégica de Piura, una empresa que ayude a las compañías a encontrar soluciones innovadoras para generar, en su entorno, notoriedad y competitividad. Su visión es ser reconocidos como una de las mejores consultoras de comunicación estratégica en materia de servicios de consultoría, asesoría y marketing de la ciudad de Piura.

## 2.1. Organigrama de la empresa:

A continuación se mostrará la organización de la empresa y los trabajos que realiza cada trabajador.



- Asistente de Gerencia y analista de medios.- En esta área se realiza el monitoreo de medios tanto escritos como radiales de la región Piura. Asimismo, se encarga de la redacción de notas de prensa para los eventos que se cubren y de manejar los documentos de gerencia.
- Asistente de cuentas.- La asistente de cuentas busca posibles clientes y realiza visitas a las empresas para las que se trabaja. Esta labor la hace en conjunto con el gerente general.
- Analista de sistemas y diseñador web.- Esta área se encarga del desarrollo de aplicaciones y del manejo de los software con los que cuenta la empresa para realizar los trabajos. Además, diseña la publicidad y maneja la página web de la compañía.
- Asistente de cuentas junior.- Solo se encarga de buscar nuevos clientes en lo relacionado a paneles publicitarios.

Cabe resaltar que se carece de organigrama en la empresa; sin embargo se ha querido mostrar en la medida de lo posible lo que realiza cada trabajador.

### **3. ANTECEDENTES Y PROBLEMÁTICA EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN**

Dardo Comunicaciones de Marketing es una empresa que cuenta con más 20 años en la región Piura. Actualmente es reconocida por su excelente trabajo con grandes empresas entre los que se destaca la realización de eventos, notas de prensa, afiches, etc.

En esta oportunidad resaltaremos el principal problema que hemos observado dentro de la empresa: la página de facebook no tiene la debida importancia que debería tener en estos tiempos donde las redes sociales han tomado mayor relevancia, perdiendo así una oportunidad valiosa con los diferentes stakeholders.

Actualmente Dardo Comunicaciones de Marketing cuenta con un fanpage en Facebook, sin embargo no se le ha dado mucha relevancia, ya que no cuenta con un Community Manager que esté encargado exclusivamente del manejo del contenido de la página, es así que los mismos empleados en sus horas libres dentro del horario laboral lo administran, o es encargado a los practicantes que llegan siempre a inicios de año para que circulen contenido; sin embargo ellos al no tener muchos datos de la empresa no cuentan con la capacidad de saber qué es lo que se debe publicar para generar los debidos impactos entre los seguidores.

Otro error, es que el gerente no toma como prioridad delegar a una persona el manejo del fanpage de Dardo Comunicaciones de Marketing, ya que se le asigna esporádicamente a algunos trabajadores o practicantes; sin embargo, el gerente no se toma el tiempo de revisar lo que es publicado, dejando un gran vacío entre la orden impuesta y la realización de la misma.

Es en ese aspecto, tomando en cuenta el impacto de las redes sociales al momento de dar a conocer la empresa, que surge la necesidad de implementar un plan de trabajo para el fanpage, el cual pueda ser manejado por el Community Manager.

Asimismo, se puede indicar que la principal publicidad de la empresa es el boca a boca, ya que la mayoría de contactos llegan a Dardo Comunicaciones de Marketing mediante recomendaciones o por la búsqueda directa que hace el gerente enviando correos o haciendo llamadas telefónicas con los posibles clientes. Es aquí donde se envía material de la empresa para que el receptor pueda conocer el trabajo que se realiza.

Si suponemos que la persona que recibió el correo quisiera conocer más de la empresa estaría limitada a realizar una llamada directa al jefe o buscar en la página de internet de la empresa, la cual brinda información básica y simple, más no muestra todos los trabajos realizados por la misma.

Es aquí donde la mayoría de posibles clientes pueden buscar a Dardo Comunicaciones de Marketing en la red social más cercana, la cual sería Facebook, y lo primero que notarían es que existen más de dos cuentas creadas: **el fanpage Dardo Comunicaciones de Marketing, fanpage Dardo Comunicaciones de Marketing EIRL y un perfil con el nombre de Dardo Cm.** (Ver anexo 1).

A continuación describiremos cada uno:

**Perfil Dardo Cm.-** Este perfil fue el primero en ser creado en el año 2010 como una necesidad de que la empresa sea parte de las nuevas tecnologías. Lo primero que se puede apreciar es que el nombre con que se promociona la empresa no es el correcto. Si realizamos la búsqueda en Facebook de Dardo Comunicaciones de Marketing, el perfil que aparece es “Dardo Cm”, el cual tiene poca relación con el nombre real de la empresa, lo cual causaría inquietud en la persona que realiza la búsqueda.

Asimismo, desde esa época lo único que se puede notar son publicaciones compartidas de diarios como El Comercio, Gestión o artículos de otras consultoras. Es aquí que se puede notar el afán de solo rellenar el perfil con contenido, sin tomar en cuenta la calidad ni la creatividad. Zarella y Zarella (2011) afirman: “No copie y pegue contenido desde su sitio web o desde el correo electrónico. Cada publicación debe ser específica para su página de Facebook. Que sea breve y concreta. Añada elementos para hacerla atractiva y que quede claro qué acción quiere que realicen los usuarios”. (p.30)

Además, se puede apreciar que no hay una continuidad de publicaciones, ya que se realizan aproximadamente cada mes o pueden llegar hasta más tiempo sin publicar, ni hay contenido creado por la misma empresa. Asimismo, los contactos que tiene este perfil son los mismos amigos y compañeros del gerente, llegando a tal punto de poner saludos de cumpleaños personales en el perfil.

Actualmente, se puede decir que este perfil solo es utilizado para enviar mensajes privados a algunas empresas pidiendo información para poder así enviar material de la empresa. Sin embargo, esta acción puede ser mal vista ya que el perfil puede ser considerado como poco profesional y un grito desesperado de poder conseguir nuevos clientes.

Finalizando, se ve la poca preocupación de tener el perfil actualizado, y el pobre contenido que es compartido. Es aquí que podemos decir que si una persona entra a este perfil, sin ser un contacto agregado de la empresa, solo verá saludos de cumpleaños y unos pocos artículos, dejando en el pensamiento del cliente o posible cliente que la empresa no es seria, que está totalmente desactualizada, que no tiene trabajos realizados en ningún campo en el que se promociona, y lo que es peor, no llega a saber qué es Dardo Comunicaciones de Marketing ni a qué se dedica. (Ver anexo 2)

**Fanpage Dardo Comunicaciones de Marketing.-** Esta página de seguidores fue creada por uno de los practicantes, con el objetivo de dejar de lado el perfil, ya que este se usa más para personas naturales y no para empresas. Sin embargo; este trabajo no tiene continuidad, ya que se comparte contenido casi una vez al mes, llegando a obtener mínimas interacciones e impactos entre los más de 300 seguidores. Es así que su alcance es mínimo. (Ver anexo 3)

**Fanpage Dardo Comunicaciones de Marketing EIRL.-** Esta es otra fanpage la cual cuenta con 28 seguidores y ninguna publicación. Esta página al parecer habría sido creada por algún practicante, pero hasta el momento ni el mismo gerente ni los trabajadores saben quién la creó.

El problema en general está en que no se le ha dado relevancia ni continuidad al perfil de facebook ni al fanpage. ¿Y esto a qué se debe? En boca de los mismos trabajadores, se puede concluir que nadie los monitorea, por lo tanto se les hace más fácil compartir solo artículos en el poco tiempo que tienen libre.

Todo este gran problema de tener dos cuentas en facebook se debe al mismo gerente general de Dardo Comunicaciones de Marketing, quien no se ha detenido a realizar las siguientes preguntas según Zarella y Zarella (2011): “¿qué quiere hacer en Facebook” ¿está intentando llamar la atención de aquellas personas a las que les gusta su marca y ya la utilizan? ¿atraer a nuevos miembros de la página que ya utilizan sus servicios pero que no saben que está en Facebook?”. (p.129)

Por ello, solo ordena lo poco que sabe sobre estas herramientas, o acepta cualquier sugerencia de los practicantes que como millennials saben cómo se maneja esta herramienta, sin tener en cuenta lo que quiere obtener posicionando a Dardo Comunicaciones de Marketing dentro de las redes sociales.

Es así que se ve el desinterés y poca prioridad del gerente de utilizar las nuevas tecnologías, ya que el trabajo que realiza la empresa es bueno; sin embargo no llega a ser conocido más que por unos pocos. El buen trabajo realizado ayuda a tener más contratos, pero se pierden oportunidades de trabajos si solo se consiguen por recomendaciones de otras personas. De igual manera, la competencia puede tener más innovación en redes sociales y ser un duro competidor frente a Dardo Comunicaciones de Marketing.



#### **4. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN**

El objetivo planteado en este trabajo es diseñar una estrategia de comunicación en redes sociales que responda a la pregunta: ¿qué queremos que hagan los usuarios con nuestra acción de comunicación? (Nicolás y Grandío, 2012). Por lo tanto, el principal objetivo que plantearemos es que el fanpage de Dardo Comunicaciones de Marketing cobre vida ante los usuarios para que la empresa sea reconocida por más personas, obtenga así más seguidores y sea conocido el trabajo que se realiza.

Desde este punto de vista, podemos decir que si Dardo Comunicaciones de Marketing quiere que sus seguidores aumenten, sea escuchada, dialogue, entretenga, que su contenido sea compartido, etc; debe aportar y gestionar contenido de interés y que sea novedoso para todos los usuarios (stakeholders), y no solo compartir por compartir.

Por ello, se debe contratar a un Community Manager responsable, quien estará encargado del total manejo de la fanpage y del contenido novedoso que necesita la empresa, así como su continuidad.

Con estas medidas se podrá decir que el fanpage de Dardo Comunicaciones de Marketing obtendrá reputación, que es “el prestigio consolidado que una marca logra entre sus stakeholders mediante las acciones que lleva a cabo” (Nicolás y Grandío, 2012, p.39) y popularidad que es la cantidad de personas interesadas por la marca; que es con lo que actualmente no cuenta. Asimismo, nos enfocaremos en tratar de lograr el mayor alcance posible con las publicaciones.

El público objetivo al que nos vamos a dirigir con nuestro fanpage es directamente a los empresarios de la región Piura que estén interesados en monitorear, implementar o mejorar sus relaciones públicas, invertir en publicidad o realizar eventos corporativos, etc. Quienes actualmente son contactados directamente por el gerente general de la empresa.

A través de la fanpage de la empresa, el Community Manager se encargará de la difusión del contenido y servicios que brinda Dardo Comunicaciones de Marketing, respaldándose en la publicidad continua contratada directamente de Facebook.





## **5. PLAN DE ACCIÓN Y/O EJECUCIÓN**

Con los problemas ya expuestos sabemos lo que no está funcionando en las redes sociales de la empresa y por lo tanto podremos proponer las posibles soluciones que formarán parte de nuestra estrategia de comunicación.

### **A. Eliminar cuentas**

El primer punto que debemos solucionar es dar de baja a otras cuentas que existen con el mismo nombre, ya que como se ha señalado anteriormente existe un perfil de Facebook y dos fan page: Dardo Comunicaciones de Marketing y Dardo Comunicaciones de Marketing EIRL. Esta última debe ser anulada, ya que podría crear confusión entre las personas que realicen la búsqueda de la empresa.

En caso no se pueda eliminar la cuenta, se sugiere que el fanpage Dardo Comunicaciones de Marketing agregue la palabra “Oficial”, para que los usuarios se den cuenta que es la página verificada y manejada por la empresa.

Con respecto al perfil Dardo Comunicaciones de Marketing, es desde aquí donde se maneja el fanpage oficial de la empresa, por lo cual lo que se debe hacer es cambiar de nombre para que así no existan dos cuentas ligadas a la empresa y solo se maneje el fanpage.

### **B. Definir los servicios que se realizan**

En este punto, agregaremos el botón “Servicios” en la parte de información de la página, para que así podamos dar a conocer los trabajos de la empresa. Los servicios serán los siguientes:

- Monitoreo de medios.- Se colocará un collage de diversos periódicos. En el cual se detallará breve y puntualmente el trabajo que se realiza.
- Paneles publicitarios.- La imagen en esta sección hará referencia al panel más importante que posee la empresa, el cual es un panel Led; y se detallará en la descripción las bondades y beneficios de un panel publicitario en zonas estratégicas.
- Campañas publicitarias.- Se presentará una definición del trabajo que realiza la organización para la presentación, lanzamiento, posicionamiento, etc; de un producto o marca.

- Lanzamiento de marcas y productos.- Se expondrán las estrategias de Dardo Comunicaciones de Marketing para presentar un producto o marca dentro de la segmentación que se requiera.
- Conferencias de prensa.- Se informará sobre la gestión la organización, dirección y control para conferencias en los medios elegidos.
- Identidad política.- Asesoría en imagen y comunicación social para políticos.
- Asesoría en Campañas Políticas.- Se describirá el proceso a tomar en lanzamientos de campañas políticas para cada determinada región y coyuntura.

### **C. Rol del Community Manager**

Como se ha dicho anteriormente, el principal problema que se ha detectado en el fanpage es que nadie lo maneja. Por ello, se sugiere contratar a un *Community Manager* para que sea el único responsable de la marca en esta red social. Su función será el de crear y analizar el contenido del fanpage con el objetivo de establecer una comunicación honesta, transparente y abierta entre los usuarios y la marca.

Asimismo, se encargará de promocionar el contenido compartido, analizará las estadísticas y el resultado de las estrategias realizadas para comprobar si se cumplen los objetivos definidos o será necesario mejorar para obtener un buen posicionamiento de marca.

Uno de los roles que tendrá el community manager será el de publicar, diariamente y a primera hora, las noticias más importantes por los medios de la región, generando así interacción con los seguidores del fanpage, en algunas publicaciones añadir texto tal como ¿qué opina al respecto de esta noticia? ¿qué piensas sobre esto? Generando así mayor participación del usuario. Como beneficio inmediato de la participación, el fanpage aparecerá entre las sugerencias más resaltantes. “Ya que cuanto más participación haya en la página más alto aparecerá en las búsquedas de Facebook y más prominente será en una búsqueda sugerida”.(Zarella y Zarella, 2011, p.140)

Además, deberá estar atento a las notas de prensa que realizará la empresa encargadas por los clientes y enviadas a los medios de comunicación escritos, para que así puedan ser publicadas en el fanpage e informar que la empresa ha sido la

que gestionó su publicación. En la información podría colocar: Nota de prensa publicada en medio gracias a Dardo Comunicaciones de Marketing.

Respecto a la publicidad de paneles, puede buscar artículos relacionados al tema mostrando las ventajas de este tipo de publicidad. Además, puede leer dichos artículos y no compartirlos sino crear memes dando consejos o memes informativos y descriptivos para que las personas sepan el beneficio de invertir en esta publicidad.

Asimismo, se encargará de publicar cada nuevo trabajo realizado con respecto a los paneles; por ejemplo, publicar la ubicación de los últimos paneles pintados con los respectivos logos de las marcas agradeciendo al cliente por la confianza y señalando “¿tú que esperas? Tenemos más ubicaciones disponibles para ti”. Así podemos lograr que los usuarios sepan con cuales clientes trabajamos, los cuales son de grandes marcas como: mibanco, Claro, Universidad César Vallejo, etc. Además, se mantendría la interacción que queremos mantener con los usuarios al motivarlos a que comenten o le den “me gusta” a las publicaciones.

Por otro lado, el Community Manager hará publicaciones referentes a los trabajos que realiza la empresa, como memes o consejos de por qué Dardo Comunicaciones de Marketing realiza un buen trabajo. Además, se encargaría de crear la publicidad de la misma y que sea compartida en Facebook, promocionando así todos los servicios que ofrece la empresa.

Del mismo modo, se encargará de publicar los trabajos que ha venido realizando la empresa años atrás ya sea colgando las fotos o realizando un video corporativo mostrando a detalle todo el trabajo que se realiza.

Finalmente, se encargará de seleccionar las publicaciones más relevantes del día para la publicidad pagada de Facebook, la cual se hará diariamente.

#### **D. Buscar información de los trabajos ya realizados de los servicios.-**

Dardo Comunicaciones de Marketing tiene más de 20 años trabajando en la región Piura. Es así que cuenta con varios trabajos realizados como eventos corporativos, campañas publicitarias, de salud, etc. Para grandes empresas como Savia Perú, Río Blanco Copper, entre otras. Los cuales se encuentran todas registradas en CD que están almacenados en los archivos de la empresa.

Lo que se debe hacer con este material es crear álbumes de fotos e historias con la descripción de cada evento realizado. En las descripciones se deben usar palabras claves como el nombre del evento, lugar y la empresa que lo realizó; y cada foto debe ser descrita para que los usuarios creen más vínculos con los eventos realizados. El Community Manager deberá tomar el debido criterio para elegir las mejores fotos del evento y no excederse en la cantidad, ya que no todos llegan a visualizar todas las fotos si se sobrepasan y son repetitivas.

Otra opción es editar videos con las fotos escogidas para que haya variedad de contenido y sea más dinámico. Los videos no pasarán de los 60 segundos, ya que las personas no suelen quedarse más tiempo observando un video en Facebook. La música escogida debe ser dinámica, se recomienda que sea contemporánea, para que llame la atención de los usuarios y las imágenes deben ser las mejores para que transmitan el trabajo que se realiza.

Asimismo, en la descripción del video solo se pondrá el nombre del evento, lugar y la empresa que lo realizó, como también se hará en los álbumes de fotos. Dentro del video se pondrá información que irá a la par con las imágenes y la música. Se ha tomado esta medida ya que en la actualidad las personas ya no se dedican a leer más de tres líneas lo que se encuentra en la descripción; por lo tanto un video es una buena opción ya que se detallaría datos concisos y generan mayor impacto entre los seguidores.

Finalmente, se debe dar prioridad el informar sobre los eventos actuales para continuar luego con los pasados, logrando así mostrar cuántos trabajos realizó la empresa en los más de 20 años de creación.

#### **E. Inversión: presupuesto para publicidad pagada en Facebook y Community Manager**

Todo este trabajo de contenido nos puede ayudar a que la página esté actualizada y se mantenga en la sección de últimas noticias; sin embargo, hay una opción en Facebook que permite que el fanpage tenga un mayor alcance y logre ser vista por más personas.

Actualmente Dardo Comunicaciones de Marketing no cuenta con presupuesto destinado para publicidad digital. Sin embargo, el presente plan de acción recomienda un presupuesto mensual de S/ 150.00. Destinando S/ 4.00 para presupuesto diario de publicidad continua dando un alcance estimado de entre 1160 a 3070 personas al día (datos proporcionados por Facebook), y S/ 30.00 para promoción de publicaciones.

Dicho presupuesto generaría mensualmente que la fanpage de Dardo Comunicaciones de Marketing tenga un alcance de 63,450 personas en promedio.

En cuanto a la inversión del Community Manager, su salario sería de S/800.00 mensuales. Siendo éste, el encargado de la interacción entre la fanpage y los usuarios además de crear el contenido interactivo (memes, infografías, etc.), la elección del contenido a publicar y de responder las dudas de los usuarios.

Dicho trabajo será monitoreado por el gerente general de la empresa a través de reportes diarios de interacción con los usuarios (consultas, preguntas, etc.) y un consolidado mensual reportando la actividad de la fanpage.

#### **F. Definir nuestro público objetivo**

La fanpage de Dardo Comunicaciones de Marketing será dirigida principalmente a los empresarios de la región Piura, ya que las publicaciones realizadas serán informativas para que así el público objetivo conozca los trabajos que realiza la empresa y las ventajas que pueden obtener al contratar los servicios.

Los empresarios, al estar al día en cuanto al manejo de las redes sociales, encontrarán rápidamente el fanpage de la empresa visualizando las fotos, videos, etc. De los trabajos y servicios con los que cuenta Dardo Comunicaciones de Marketing.

Finalmente, todo trabajo publicado debe ser monitoreado y conocido por el gerente general, para que sepa así lo que está siendo publicado, y no desconozca así el trabajo que se realiza.

#### **G. Actualización de página Web**

Conviene indicar que la página web de Dardo Comunicaciones estará ligada a la fanpage de la empresa, para que los usuarios puedan tener acceso directo a ella, por lo que se recomienda mejorarla y tenerla actualizada. Asimismo, en la página web se deberá agregar el botón de Facebook que envíe directamente al fanpage.



## 6. EVALUACIÓN DE LA TOMA DE DECISIONES

Esta estrategia de comunicación en redes sociales se ha propuesto ya que, como se ha dicho al inicio, las nuevas tecnologías ahora son necesarias y pueden ser un canal importante de comunicación entre la empresa y los clientes. La clave de esta estrategia en Facebook es mantener el fanpage en la sección de últimas noticias, para que así los usuarios la vean, agreguen su propio contenido o lo compartan, logrando así que sus propios amigos también lo conozcan ampliando de esta manera el alcance de la página.

“Un contenido optimizado mejora su clasificación, tanto en los resultados orgánicos de los motores de búsqueda como en los resultados de búsqueda interna en Facebook, lo que permite a la gente buscar términos relacionados para encontrarle”. (Zarella y Zarella, 2011, pg.141)

Se ha decidido crear contenido valioso ya que esto ayudará a que los usuarios interactúen y creen más vínculo con la empresa. Nuestra estrategia de contenido planteada nos ayudará a redefinir nuestros objetivos y a gestionar la frecuencia de entradas de los usuarios. Recordemos que al compartir nuestro contenido con frecuencia hará que más personas puedan verlo en la sección de “Últimas Noticias”.

El contenido que se ha elegido para compartir en el fanpage tiene un patrón y temas comunes a la empresa como se ha especificado en la estrategia en sí. Se utiliza un mismo patrón para organizar e iniciar el proceso de creación de contenido, a la vez que condiciona a los miembros de la página para que la visiten aumentando así la probabilidad de que el contenido sea compartido. (Zarella y Zarella, 2011). Las personas al ver temas comunes sabrán qué es lo que la empresa hace, cómo trabaja y será conocida logrando así conseguir más trabajos. Esto se logrará mostrando los trabajos ya realizados y los que están por hacerse, mostrando así el proceso de estos y valorando las mediciones tomadas en base a los “me gusta”.

Todo lo que se quiere lograr con esto es aumentar las interacciones dentro del fanpage de Dardo Comunicaciones de Marketing, porque no cuenta solo el compartir contenido valioso sin que hayan reacciones de los usuarios a este. Esto reflejaría un mal trabajo de la página, por ello se están utilizando palabras claves y preguntas directas al usuario para que de esta manera haga su participación en las publicaciones que se realizarán.

El público objetivo se ha elegido tomando en cuenta las necesidades de Dardo Comunicaciones de Marketing en su afán de dar a conocer los servicios y bondades que ofrece como cartera de brindar soluciones a empresas. Es así que

nuestro público objetivo se ha centrado en empresarios que buscan y se desarrollan dentro de las áreas y necesidades que pueda satisfacer la empresa.

Los empresarios conocerán los servicios que ofrece Dardo Comunicaciones de Marketing, obteniendo así un paquete de opciones en soluciones a las distintas situaciones y necesidades que requieran sus proyectos actuales y futuros.

Asimismo, se señaló que se debería definir los servicios que realiza la empresa, ya que actualmente no se cuenta con esta sección en información, esto sería como una guía de los servicios que realiza la empresa, lo cual será implementado con todos los trabajos que se colgarán en el fanpage. Además, se cerraría el perfil de Dardo Comunicaciones y la fanpage Dardo Comunicaciones de Marketing EIRL, puesto que esto generaría confusión entre los usuarios y empañaría nuestro trabajo.

Por otro lado, se ha indicado el presupuesto mensual de publicidad, esto será de manera provisional ya que la fanpage está iniciando y lo que se quiere lograr es que el contenido tenga mayor exposición para nuestro público objetivo, una vez que la página se maneje por sí sola, por así decirlo, se dejará de lado la publicidad pagada.

Este trabajo será medido por las estadísticas proporcionadas por Facebook como son alcance, interacciones y clics. A continuación se detallan cada una:

- Alcance.- Son todas las personas que se ha logrado llegar con la publicación y se dividen entre orgánicas que son las personas que llegan a ver la publicación de manera natural y pagadas que son las alcanzadas a ver las publicaciones por las promociones de la publicación.
- Las Interacciones.- suman las reacciones, comentarios y veces en las que se ha compartido la publicación. Esta herramienta es importante a la hora de medir el impacto con los usuarios.
- Clics.- es la interacción entre el usuario y el fanpage para visualizar links proporcionados por la publicación, visualizaciones de fotos y clics de otro tipo que pueden ser rellenando encuestas o entregar información solicitada.

Con todos estos puntos señalados a corto plazo veremos cómo los usuarios interactuarán poco a poco con las publicaciones de la empresa, logrando así mayor alcance que a largo plazo será referencia para conseguir futuros trabajos y que la empresa sea conocida por más personas, dejando un poco de lado la publicidad de boca a boca para darle paso a la información obtenida mediante los trabajos colgados en el fanpage.



Todo este trabajo de estrategia ayudará en cuanto a la visión de la empresa, la cual busca ser reconocida como una de las mejores consultoras de comunicación estratégica en materia de servicios de consultoría, asesoría y marketing de la ciudad de Piura. Asimismo en su misión puesto que el objetivo es convertirse en una referente de consultoría estratégica en Piura, una empresa que ayude a las compañías a encontrar soluciones innovadoras para generar, en su entorno, notoriedad y competitividad; y esto se logrará gracias a toda la información que se colgará en el fanpage.



## 7. CONCLUSIONES

Primera.- En la actualidad se ve la clara importancia de hacer uso de las nuevas tecnologías ya que “Son un medio de expresión y comunicación para crear y dar difusión a los contenidos digitales propios o cuya autoría pertenece a otros usuarios”.(Nicolás y Grandío, 2012, p.23). En este trabajo, el manejo del fanpage cobra importancia priorizando la continúa publicación de contenido novedoso, el cual hará que aumenten el impacto entre los usuarios y tengan conocimiento de los trabajos que realiza la empresa.

Segunda.- Es importante la coordinación y un adecuado plan de trabajo del Community Manager, quien creará y compartirá el contenido novedoso para mantener la relevancia y el interés entre los seguidores y el fanpage. Además, será el encargado de administrar, de la mejor manera, el presupuesto asignado mensualmente en publicidad.

Tercera.- El fanpage correctamente administrado por el Community Manager hará que la influencia de contenido aumente, es decir, se conseguirá que nuestros usuarios se muestren activos y se involucren en la difusión de nuestro contenido, que sus acciones no solo se limiten a leer la información que difundimos, sino a ser partícipe activamente en la transmisión y propagación de las publicaciones.

Cuarta.- Finalmente, lo que publicamos en el fanpage será una oportunidad para dar a conocer los trabajos que realiza la empresa a nuestro público objetivo (empresarios de la región), generando un posicionamiento dentro de la mente de los usuarios y posibles clientes. Asimismo, este trabajo muestra la importancia de estar al día en cuanto a las nuevas tecnologías.



## 8. BIBLIOGRAFÍA

Nicolás Ojeda M. A. y Grandío Pérez M. (2012). *Estrategias de Comunicación en redes sociales*. Barcelona, España: Gedisa.

Zarella D. y Zarella A. (2011). *Marketing en Facebook*. Madrid, España: Anaya Multimedia.

Gómez Medina C. (2013). *Facebook: La Nueva Red de Comunicación en las Empresas*. Recuperado de <https://goo.gl/KR4uLJ>

Ostrosky M. (2012). *Hágase rico en un Clic. La Guía Imprescindible para ganar dinero en Internet*. Recuperado de <https://goo.gl/pTCsVv>

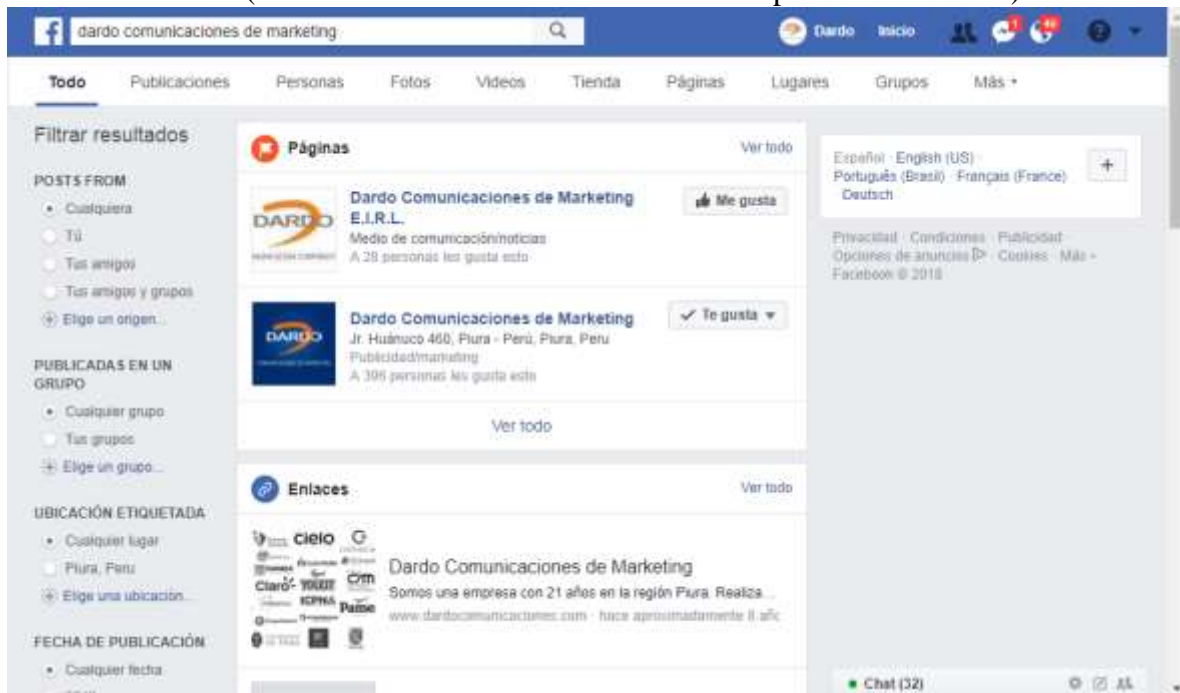
Mari Ortega M.J. (2012) *Redes Sociales en las PYMES*. Recuperado de <https://goo.gl/pBk8iH>

Beltrán López G. (2012). *Geolocalización y Redes Sociales. Un mundo social, local y móvil*. Recuperado de <https://goo.gl/HpNNUD>



## 9. ANEXOS

### Anexo 1 (Resultados al buscar el nombre de la empresa en Facebook)



### Anexo 2 (Perfil Dardo Cm)



f Dardo Cm

Dardo Cm Biografía Reciente

Trabaja en Dardo Comunicaciones de Marketing E.I.R.L.  
 Estudió Comunicación en Universidad de Piura  
 Estudió en Universidad de Piura  
 Agregar páginas que administras

Agregar fotos destacadas

Aquarius Salazar Rodriguez compartió su publicación — con Jesus Salazar Hernandez y 45 personas más.  
 31 de diciembre de 2017 a las 23:24



Aquarius Salazar Rodriguez  
 31 de diciembre de 2017 a las 23:23

Les deseo lo mejor a toda mi familia y amigos gracias todo y q Dios les bendiga a todos

Me gusta Comentar

Aquarius Salazar Rodriguez y 6 personas más

Chat (31)

Apresia funda curso fotos que se estudian

f Dardo Cm

Dardo Cm Biografía Reciente

Amigos · 326

Eddy Ruiz Soria · 1 publicación nueva  
 Eddy Araya Jorge · 11  
 Carlos Fandi  
 Wanda Casagrande · 4 publicaciones nuevas  
 Un Milen De Rosa Helguero  
 Cecilia Brophy Verjara · 2 publicaciones nuevas  
 Brenda Vilena · 1 publicación nueva  
 Mariana Ramirez Merino  
 Tracy Avarado

Mira lo que tienes en común con tus amigos. Ver

Me gusta · Responder · 1 sim

Almendra Lezameta Alinga Feliz año primaasa  
 Me gusta · Responder · 1 sim

Escribe un comentario...

Sergio Palacios Celi · Dardo Cm  
 23 de septiembre de 2017

Feliz aniversario. Un fuerte abrazo!!!!

Me gusta Comentar Compartir

Escribe un comentario...

Margot Viviana Naqui · Dardo Cm  
 23 de septiembre de 2017

Feliz cumpleaños

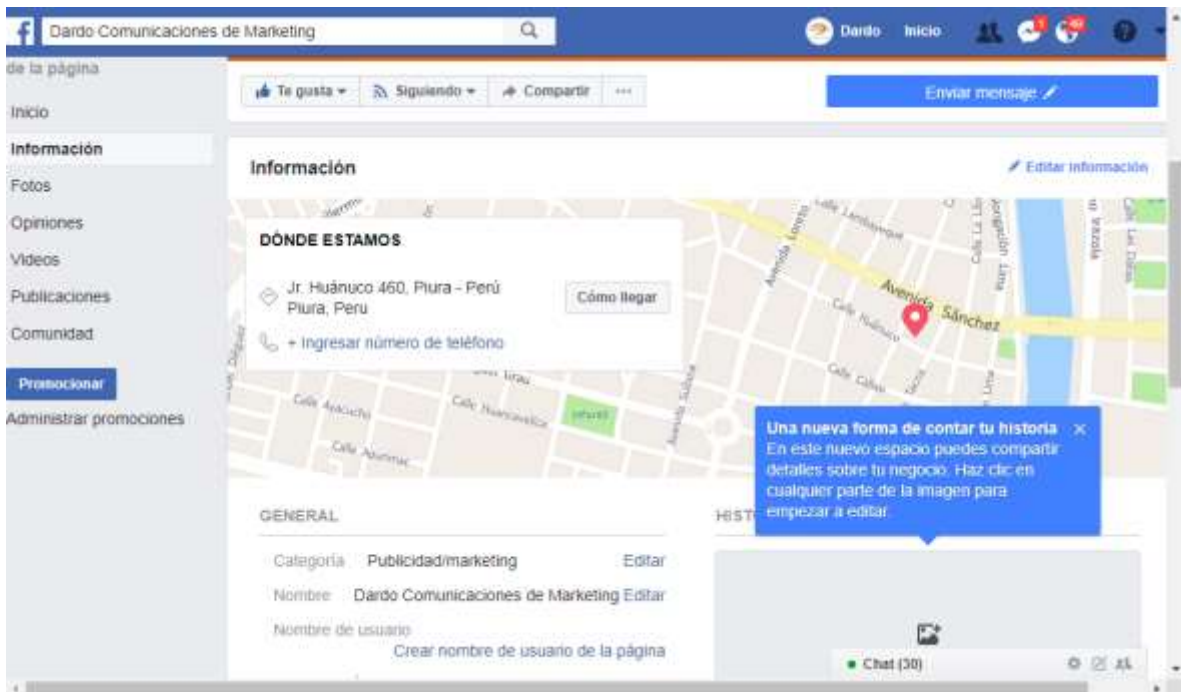
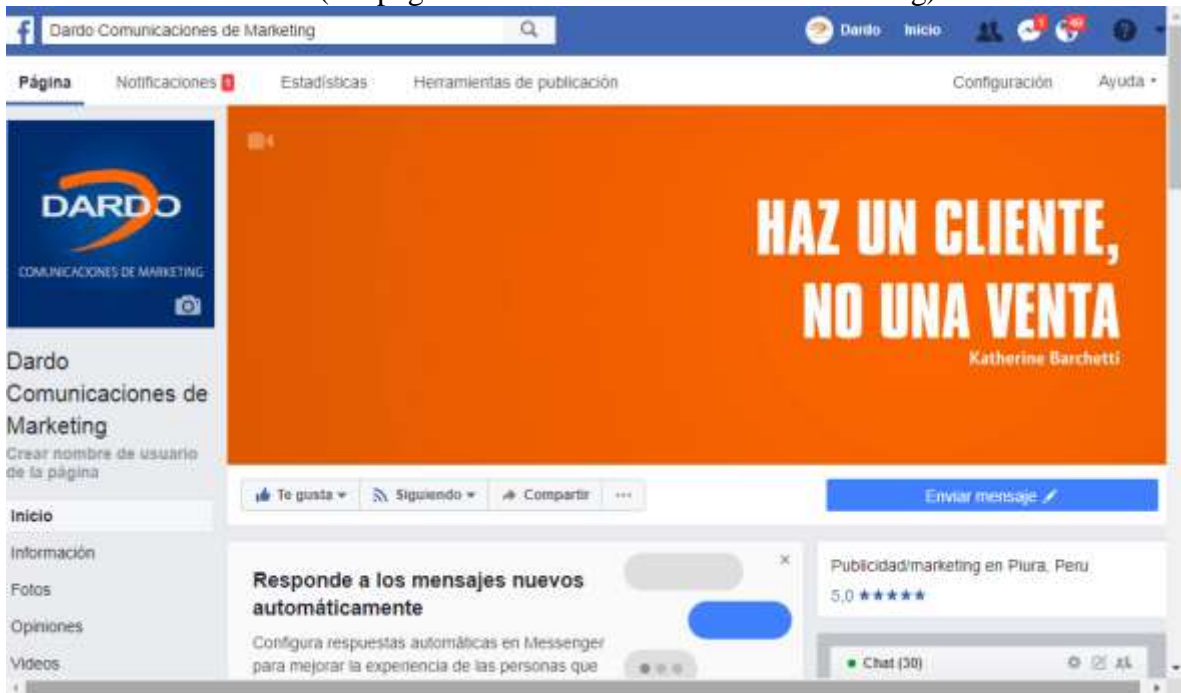
Ver original · Calificar esta traducción

Me gusta Comentar Compartir

Chat (32)



### Anexo 3 (Fanpage Dardo Comunicaciones de Marketing)



f Dardo Comunicaciones de Marketing

Dardo Inicio

Ayudar a la gente a encontrar tu negocio | Crear un evento | Escribir una nota | Crear una encuesta

**Esta semana**

Alcance de la publicación: 0 | Clics en el sitio web: 0 | Enviar mensaje: 0

Haz crecer tu negocio con una promoción continua  
Facebook promocionará tu negocio de forma automática entre las personas adecuadas para que obtengas los mejores resultados. Llega hasta a 2.499 personas en tu comunidad local cada día por \$1.4

Empezar

Ver todo

**Fotos**

Ver noticias de páginas  
Publicaciones de páginas que indicaste que te gustan en nombre de tu página

A 396 personas les gusta esto y 394 personas lo siguen  
Mariella Aguirre Alzamora y 29 amigos más

**Comunidad** Ver todo  
Rolando Roger Rivera Gomez y 29 amigos más indicaron que les gusta esto o registraron una visita  
Invitar a amigos  
A 396 personas les gusta esto  
394 personas siguen esto

**Información** Ver todo  
Mapa de ubicación  
Chat (29)

f Dardo Comunicaciones de Marketing

Dardo Inicio

**Publicaciones**

Dardo Comunicaciones de Marketing compartió el álbum de Mercado Negro Publicidad & Marketing - Perú  
Publicado por Wendy Cavagnari el 7 de octubre de 2017

Todo lo que necesitas saber sobre marketing y publicidad

**EDICIÓN N° 59**  
TODO SOBRE PUBLICIDAD, MARKETING, CAMPAÑAS, CREATIVIDAD Y MEDIOS EN EL PERÚ

AD news  
Co-Creación Estratégica

Noticias Piura 3.0  
Municipalidad de Pozuzo

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch

Privacidad · Condiciones · Publicidad · Opciones de anuncios · Cookies · Más · Facebook © 2018

Chat (29)

f Dardo Comunicaciones de Marketing

Dardo Inicio

**Dardo Comunicaciones de Marketing**  
 Publicado por Wendy Cavagnaro · 18 de julio de 2017

Si quieres aumentar los ingresos de tu negocio, no dejes de leer esta nota.



**Conoce los trucos digitales que permitirán aumentar los ingresos de tu negocio\***

\*FOTOGALERÍA. \* Son las mejores técnicas de profesionales para impulsar tu presencia online en todos los ámbos: en redes, en posicionamiento SEO, en...  
 GESTION PE

21 personas personas alcanzadas Promocionar publicación

Chat (31)

f Dardo Comunicaciones de Marketing

Dardo Inicio

**Dardo Comunicaciones de Marketing**  
 14 de julio de 2017

Conoce cuál debería ser el rol de la Comunicación en situaciones de emergencia



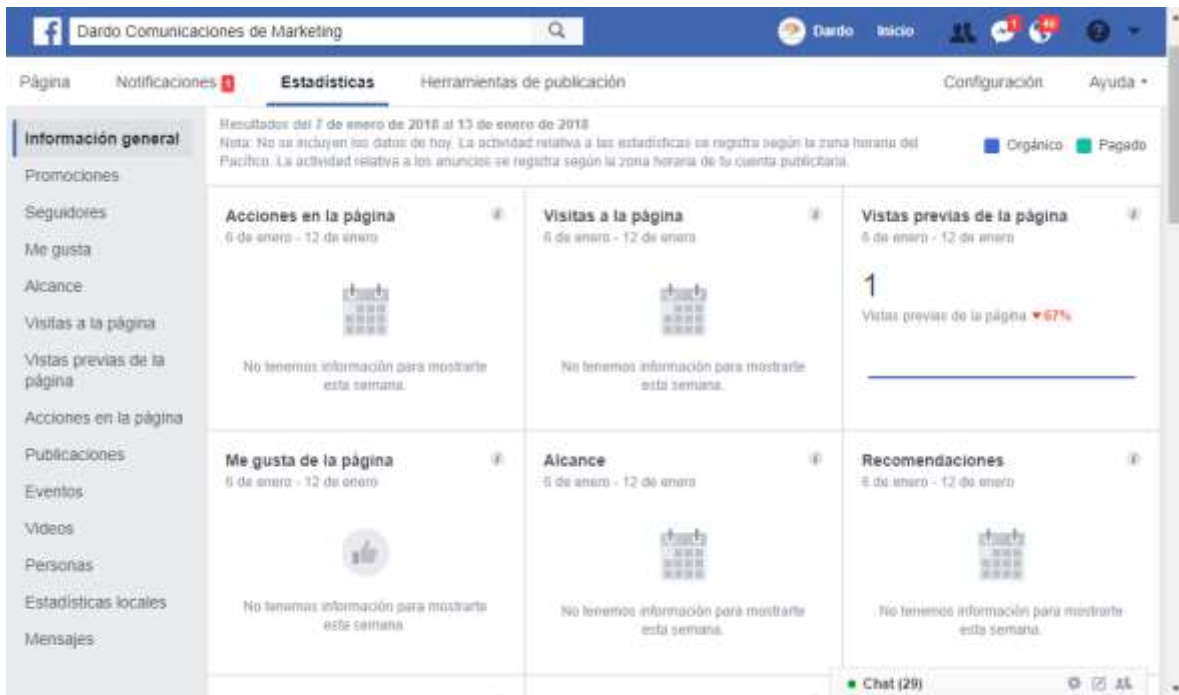
**El rol de la Comunicación en situaciones de emergencia**

Nuestra región ha vivido recientemente una crisis originada por un fenómeno climatológico, que sacó a relucir nuestras debilidades en infraestructura mínima para soportar estos embates de la natura...

COMARCIBS.WORDPRESS.COM

11 personas personas alcanzadas Promocionar publicación

Chat (30)



Facebook Page: Dardo Comunicaciones de Marketing

Estadísticas: Tus 5 publicaciones más recientes

Legend: ■ Alcance orgánico/pagado ■ Clics en publicaciones ■ Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Fecha	Publicación	Tipo	Segmentación	Alcance	Participación	Promocionar
07/10/2017 0:09	Todo lo que necesitas saber	Video	🌐	273	1 0	<a href="#">Promocionar publicación</a>
19/07/2017 10:30	Si quieres aumentar los	Video	🌐	21	0 0	<a href="#">Promocionar publicación</a>
14/07/2017 10:45	Conoce cual debería ser el rol	Video	🌐	10	0 0	<a href="#">Promocionar publicación</a>
12/07/2017 10:33	Una entrevista súper interesante	Video	🌐	17	1 0	<a href="#">Promocionar publicación</a>
10/07/2017 14:25	Conoce al consumidor	Video	🌐	32	0 0	<a href="#">Promocionar publicación</a>

Ver todas las publicaciones

Páginas en observación

Chat (29)

Facebook interface showing the 'Estadísticas' (Statistics) section for 'Dardo Comunicaciones de Marketing'. The page is in Spanish.

**Estadísticas**

**Páginas en observación**  
 Compara el rendimiento de tu página y tus publicaciones con el de otras páginas similares de Facebook.

Las páginas en observación te ayudan a comparar el rendimiento de tu página y tus publicaciones con el de otras páginas similares de Facebook. **Agrega páginas para empezar.**

**Agregar páginas** Reacciones, comentarios y veces que se compartió

Página	Total de Me gusta	Esta semana	Publicaciones de	Interacción de esta semana
1  <b>Dardo Comunicaciones ...</b>	396	0%	0	0

**Sugerencias de páginas en observación**

 <b>Sonidia - Productora Mu...</b> La Productora Multimedia Digital ...	1,1K		<b>Observar página</b>
 <b>Casa Blanca - Los Órga...</b> Casablanca es una comedia y ac...	182		<b>Observar página</b>
 <b>BoundMark Consultoría ...</b>	120		<b>Chat (30)</b>



## **10. APÉNDICE: INFORME DE DESEMPEÑO PROFESIONAL**

### **10.1. Presentación**

Mi nombre es Yuriko Noemí Juárez Sanabria, tengo 29 años y vivo en el AA.HH. Túpac Amaru H-4 lote 11.

Soy bachiller de comunicación en la Universidad de Piura. Soy una persona creativa, me gusta la publicidad, el marketing y estudiar al público. Mi objetivo es trabajar en una buena empresa para poder ganar experiencia y conocimientos; así mismo, poner en práctica mis conocimientos obtenidos en mis años de estudios, para ello estoy disponible si es que se necesita viajar fuera de Piura.

Me gustan los retos y tengo buen carisma con las personas que me rodean y con quienes trabajo, además de rendir eficientemente bajo presión. En los últimos ciclos de mi carrera tuve un buen desempeño académico, y por ello se me otorgó un cuarto de beca de estudios. Todas las acciones que realizo están basadas en los valores de honestidad, mejoramiento continuo, respeto, confianza y justicia.

#### **Formación:**

De 6 a 17 años (1994- 2005): Institución Educativa Particular “San Gabriel” de Piura.

#### **Cursos- Seminarios y Capacitación:**

Fecha: Mayo 20- 22 del 2010: Participación en Jornadas de Comunicación: Los compromisos olvidados del periodismo.

Setiembre 2011: Participación en la Cátedra Brasil: Historia y cultura de Brasil.

#### **Prácticas pre-profesionales:**

Dardo Comunicaciones de Marketing: Abril – Mayo 2013

#### **Prácticas Profesionales:**

Dardo Comunicaciones de Marketing: Agosto 2013 – Marzo 2014

#### **Experiencia Laboral:**

Dardo Comunicaciones de Marketing: Abril 2014- Julio 2017

Empresa especializa en labores de comunicación corporativa, relaciones públicas, gestión con medios de comunicación en la Región Piura. Asimismo, se desarrolla trabajos de gestión de comunicación de crisis, monitoreo de medios (monitoring), mapeo y relaciones con stakeholders, loyalty con medios de comunicación, publicity, marketing, creatividad estratégica, identidad corporativa, lanzamiento de productos y servicios, publicidad externa, señalética y eventos corporativos.

**Otros Conocimientos:**

Idiomas: Inglés- Nivel Intermedio

Computación: Programas Word, excell y Powerd Point.

Intereses: Me gusta mucho trabajar en equipo y estar al día sobre las nuevas tecnologías de la comunicación. Además de lograr todas las tareas que se me asignan.

**Referencias:**

- Doctor Ronnie Moscol Mogollón.  
Profesor de la Facultad de Comunicación.  
Teléfonos: 969933915
- Lic. Marcos Abad.  
Gerente General de Dardo Comunicaciones  
Teléfonos: 969697793

**10.2. Desarrollo Profesional**

La empresa para la cual trabajé es Dardo Comunicaciones de Marketing. Desde el día que llegué se me asignó hacer el informe de monitoreo de medios para la empresa Savia Perú. El informe debía mandarse a las 9 de la mañana. Para ello, debía revisar todos los diarios locales, entre ellos: La Hora, Correo, El Tiempo, La República, Perú 21, y El Comercio; y seleccionar las noticias que podrían interesar a la empresa. Después de la selección, las noticias debían escanearse y, además, se debían linkear y enviarlas vía correo electrónico al Área de Comunicación de Savia Perú. Luego de un tiempo se ganaron los contratos para realizar el mismo trabajo para las empresas Miski Mayo, Llorente & Cuenca, Río Blanco Copper y Petroperú.

Para realizar el monitoreo de medios, debía revisar periódico por periódico para seleccionar las noticias de interés, para ello, ya se contaba con un formato dividido por secciones como: Político social, envío especial, conflicto social, interés para la compañía, ambiental, ecológico, policial, etc. Las noticias más importantes se enviaban primero. Luego, hacía el informe con el formato ya



establecido por Savia Perú; que consta de escanear las noticias y redactar el primer párrafo de la misma.

Además, cada fin de mes debía realizar una evaluación de las noticias enviadas, lo que se llama **Reporte Mensual**. La evaluación constaba en hacer un cuadro en Excel y contabilizar las noticias positivas, negativas y neutras que habían sido publicadas en los medios de comunicación.

Otra función que desempeñé fue ir a los diferentes eventos sociales que realizaba la empresa Savia Perú. Así viajaba a Talara, Sechura, Lobitos, etc. En los eventos me encargaba de tomar algunas fotografías, recoger declaraciones de autoridades presentes y de los beneficiados con las actividades para así poder realizar un informe que luego se convertía en nota de prensa que era enviado a la encargada de Savia Perú. Estas notas eran remitidas con el logo de la empresa y eran enviadas por mi persona vía correo electrónico a los redactores de los diarios Correo, El Tiempo y La Hora para que sean publicadas al día siguiente. Además, se enviaba a todas las radios de Talara y Sechura para que sean emitidas en los noticieros radiales.

Para la empresa Miski Mayo solo nos encargábamos de hacer que sus notas de prensa sean publicadas en los medios locales.

Cuando había eventos que podían ser de interés para las empresas con las que trabajábamos, iba a tomar apuntes y también se realizaba un informe para que así la empresa pueda saber toda la información.

Con el tema de las radios, se me enviaban los audios que hablaban directamente de Savia Perú, Miski Mayo o Petroperú vía correo electrónico para que los pueda escuchar y hacer un pequeño informe que era enviado al medio día y a las 5 de la tarde.

Lo primero que aprendí cuando empecé en Dardo Comunicaciones de Marketing EIRL, fue el monitoreo de medios, saber qué noticias eran de interés para Savia Perú, Llorente & Cuenca, Miski Mayo, Río Blanco y Petroperú. Asimismo, aprendí a trabajar en equipo, pues éramos tres personas las que nos apoyábamos para que no se nos pase ninguna nota de los periódicos y de las radios.

También obtuve más experiencia en hacer las entrevistas en los eventos a los que asistía y poco a poco fui mejorando al realizar las notas de prensa e

informes que se nos encargaban. Esto ayudó en mi redacción, además fui perdiendo el miedo de interactuar con otras personas.

Por otro lado, aprendí a ponerme en contacto con los periodistas de los medios de comunicación regionales para que puedan publicar las notas que enviábamos, desarrollando así mi empatía con ellos.

### **10.3. Reflexiones Finales**

El haber trabajado en la empresa Dardo Comunicaciones de Marketing me sirvió para desarrollarme tanto personalmente como profesionalmente. Mis compañeros de trabajo y mi jefe siempre me ayudaron a superarme en algunas dificultades que tenía al no contar con experiencia previa en trabajos. Es así que ahora he aprendido varias funciones, como por ejemplo la realización de los monitoreos de medios. Además, puse en práctica lo que había aprendido en mi carrera universitaria como es la realización de notas de prensa, perdiendo la vergüenza y timidez con la que contaba al inicio de mi trabajo.

Asimismo, mi redacción fue mejorando con la práctica gracias a los eventos a los que iba para luego redactar las notas de prensa que serían enviadas a los medios de comunicación, logrando así ya tener más facilidad al momento de escribir.

Al tener ya más conocimiento en estas áreas de comunicación podría desempeñarme sin ninguna dificultad en estas áreas en cualquier empresa. Asimismo, me di cuenta que aprendo rápido las funciones que se me indican y trabajo muy bien a presión. Además, el trabajo en equipo se me da fácilmente tanto como líder como un colaborador más.

Todo esto me ha llevado a ser una buena profesional de comunicación y a poder contar con más conocimientos en diferentes áreas que a lo largo de mi vida serán de gran ayuda.

## 10.4. Certificación



"AÑO DEL BUEN SERVICIO AL CIUDADANO"

### CERTIFICADO DE TRABAJO

Certificamos que la Srta. Yuriko Juárez Sanabria realizó su trabajo en la empresa durante el periodo de abril 2014 a julio 2017, en el área de Marketing y Comunicación en la ciudad de Piura, en la que se desempeñó con HONRADEZ, PUNTUALIDAD E INTERÉS.

Se expide el presente documento, para los fines que la interesada crea conveniente.

Piura, 17 de agosto de 2017

DARDO COMUNICACIONES S.A.  
-----  
*Marcos Abad Obando*  
GERENTE

Lic. Marcos Abad Obando  
Dardo Comunicaciones de Marketing