**“Estrategia de comunicación de Alpina S.A., a través del uso de la Red Social Twitter”**

**Trabajo de Grado**

**María Victoria Caviedes Reinaguerra**

 **Álvaro Hadif Gámez García**

**Director: Ricardo Llano**

**Monografía**

**Facultad de Comunicación**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

**Universidad de La Sabana**

**Bogotá, 2012**

**Resumen**

El siguiente trabajo tiene como objetivo corroborar la estrategia de comunicación que utiliza la empresa Alpina S.A., a través de la Red Social Twitter, según sus tweets, partiendo de la clasificación que se hará de los mensajes que publica la organización en dicha Red Social. Se tomaron muestras en un lapso de tres meses, las cuales se ordenaron en una herramienta de medición hecha exclusivamente para clasificar los tipos de mensajes emitidos por la compañía, y así determinar si efectivamente la empresa cumple con su propia estrategia.

**Abstract**

The following investigation have been done to corroborate the communication strategy used by the company Alpina SA, through the social network Twitter, according to their tweets, based on the classification of the messages published by the organization in this social network. The samples were taken in the followings months: October, November and December, which are arranged in a measurement tool made ​​exclusively for classifying types of messages by the company, to determine whether the company complies with its own strategy.

**Palabras Clave:**

Red Social, mensajes, twitter, medición, estrategia, comunicación.