

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
	<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>
	DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(62)

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	LINA MARCELA HERRERA CHÁVEZ
FACULTAD	FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	HEVER AUGUSTO PÁEZ QUINTANA
TÍTULO DE LA TESIS	DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK QUE POSICIONE LA IMAGEN DEL PERIODICO ADN DE BUCARAMANGA

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

LA PROPUESTA A DESARROLLAR ES UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA RED SOCIAL DE FACEBOOK, DEL IMPRESO ADN Y NACIÓ CON EL OBJETIVO DE POSICIONAR LA IMAGEN DE ESTE MEDIO DE COMUNICACIÓN EN LA WEB, PARA DARLE UN SELLO PERSONAL EN EL MUNDO VIRTUAL Y FOMENTAR LA FIDELIDAD DE LOS LECTORES EN ESTA RED. INICIALMENTE, COMO METODOLOGÍA SE DEFINIÓ LLEVAR DE UNA MANERA DINÁMICA LAS SECCIONES DEL PERIÓDICO A LOS ESTADOS DEL FACEBOOK DE ADN.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 62	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 5	CD-ROM: 2
-------------	---------	------------------	-----------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



**DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA RED SOCIAL
FACEBOOK QUE POSICIONE LA IMAGEN DEL PERIODICO ADN DE
BUCARAMANGA**

LINA MARCELA HERRERA CHÁVEZ

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

**DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA RED SOCIAL
FACEBOOK QUE POSICIONE LA IMAGEN DEL PERIODICO ADN DE
BUCARAMANGA**

LINA MARCELA HERRERA CHÁVEZ

Informe final como modalidad pasantía para optar el título de Comunicador Social

**Director
HEVER AUGUSTO PÁEZ QUINTANA
Comunicador Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	11
<u>1. DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK QUE POSICIONE LA IMAGEN DEL PERIODICO ADN DE BUCARAMANGA</u>	12
<u>1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</u>	12
1.1.1 Misión	13
1.1.2 Visión	13
1.1.3 Objetivos de la empresa	13
<u>1.2 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL</u>	14
1.2.1 Descripción de la dependencia o cargo asignado	14
<u>1.3 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA EMPRESA</u>	15
1.3.1 Planteamiento del Problema	16
<u>1.4 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	16
1.4.1 Objetivo General	16
1.4.2 Objetivos Específicos	16
<u>1.5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</u>	19
<u>2 ENFOQUES REFERENCIALES</u>	20
2.1 <u>ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	20
2.2 <u>ENFOQUE LEGAL</u>	22
<u>3 INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	25
3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	25
<u>4 DIAGNÓSTICO FINAL</u>	33
<u>5 CONCLUSIONES</u>	34
<u>6 RECOMENDACIONES</u>	35
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	36
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	37
<u>ANEXOS</u>	38

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Acciones y recursos a utilizar en la estrategia 1	17
Tabla 2. Acciones y recursos a utilizar en la estrategia 2	17
Tabla 3. Acciones y recursos a utilizar en la estrategia 3	18
Tabla 4. Incremento de seguidores	27
Tabla 5. Alcance	28
Tabla 6. Participación de los ‘Me Gusta’	29
Tabla 7. Participación de los comentarios	30

LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafica 1. Incremento de seguidores	27
Grafica 2. Alcance	28
Grafica 3. Participación de los ‘Me Gusta’	30
Grafica 4. Participación de los comentarios	31
Grafica 5. Participación de publicaciones compartidas	31

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Portadas de ADN	39
Anexo 2. Caricaturas de la seccion #Xprésate	40
Anexo 3. Estadísticas generales del alcance de las publicaciones y participación de los usuarios	41
Anexo 4. Acciones Planteadas en la estrategia comunicativa	42
Anexo 5. Alcance de los tipos de publicaciones	47
Anexo 6. Personas a las que les gusta la página	48
Anexo 7. Alcance de las Publicaciones	51
Anexo 8. Número de seguidores de la página	54
Anexo 9. Participación en comentarios promedio	56
Anexo 10. Participación en publicaciones compartidas	57
Anexo 11. Participación en “me gusta”	58
Anexo 12. Opinión de los lectores	59
Anexo 13. Presentación de Resultados (CD)	61
Anexo 14. Video Socialización (CD)	62

RESUMEN

La propuesta de desarrollar una estrategia comunicativa en la red social de Facebook, del impreso ADN, nace con el objetivo de posicionar la imagen de este medio de comunicación en la web, para darle un sello personal en el mundo virtual y fomentar la fidelidad de los lectores en esta red.

Inicialmente, como metodología, se definió llevar de una manera dinámica las secciones del periódico a los estados del Facebook de ADN; en ese sentido, se desarrolló la estrategia por medio de un hashtag que identificara a la sección; estos eran: #ImperdibleADN (Cultura), #DeporteADN y #Fichaje (Deportes), #Notadeldía #LomásPolémico (Locales), #MundoADN (Internacional), #ADNColombia (Nacional), #UndatoADN (Información organizacional de la empresa), #LentedeADN (galerías fotográficas) y #VidaADN (sección La Vida); esas actividades se realizaban colgando links de las notas o en su defecto el lead de la nota que salía en el impreso con la fotografía, con el fin de informar de manera concisa y rápida a nuestros usuarios.

Con estas secciones lo que se buscaba era atraer al público lector de prensa digital y fomentar la lectura de nuestro diario en este target específicamente, pero a su vez, mantener informados a aquellos seguidores que por razones varias no obtuvieron durante el día el medio impreso.

Las demás actividades que se plantearon, y hacen parte de la estrategia, tiene que ver con la participación directa de nuestros seguidores, en este caso, opiniones y concursos que efectuábamos con el hastag #Xprésate y #ADNInvita.

Aunque el propósito del trabajo era colgar a la plataforma temas diferentes y variados, el requisito principal de esta propuesta estaba ligado con la actualización constante de los estados o muros del Facebook, pues el gran problema de esta red era que no se actualizaba ni se alimentaba sistemáticamente.

Con videos de los invitados que llegaban a ADN también refrescábamos el Facebook, este periódico se diferencia por su frescura y porque va dirigido a un público joven por lo que esa característica se ha destacado en la red social.

Se puede concluir que la estrategia comunicativa funcionó y tuvo buena recepción por parte del público, pues en tan solo dos meses y 23 días de ejecución, los seguidores ascendieron de manera significativa, teniendo en cuenta que el Facebook de ADN se creó el 3 de octubre de 2013 con cero seguidores y que al inicio de la ejecución de esta estrategia (1 de agosto de 2014) el Facebook contaba con 1.092 seguidores que aumentaron (a fecha de entrega de este informe 23 de octubre) a 1.735. Es decir, en cerca de tres meses, obtuvimos una ganancia de 643 seguidores; si se compara con los 12 meses de existencia de esta red y el número de seguidores que tenía, la estrategia comunicativa en 12 meses triplicaría lo que se logró en un año sin la estrategia.

INTRODUCCIÓN

La presente pasantía, desde su inicio, planteó posicionar al medio impreso ADN Bucaramanga en la red social Facebook para que consolidara a sus usuarios directos y fieles seguidores, en ese sentido, se trabajó fuerte la actualización constante del sitio web.

En primer lugar, se realizó un diagnóstico del comportamiento de los seguidores del Facebook, su interacción, las veces en que era actualizada la página y los contenidos que suministraba en la misma. Con la observación de esas variables, se identificó que se necesitaba mover la red sistemáticamente, subir contenidos diferentes, pero además interactuar con los usuarios.

Durante el tiempo de ejecución de la pasantía, se empezó a interactuar con los usuarios, tanto en el fan page, como en la bandeja de entrada o 'inbox', a través de las actividades que comprendía la estrategia comunicativa, entre las que se encontraba, la #caricaturadeldía #Xprésate, #LentedeADN, #ADNInvita y videos, o a través de mensajes internos.

La plataforma de ADN se actualizaba todos los días en horas de la mañana y al medio día, primordialmente, con contenidos de las diferentes secciones que maneja este medio de comunicación, asimismo con videos y galerías. Los horarios en los que se trabajaba la estrategia fueron escogidos por el tiempo que la pasante tenía disponible para realizar las actividades.

El Facebook de ADN se ha subido los eventos que hay en el día, la información más leída a nivel nacional, el horóscopo del día, datos sobre el diario ADN y concursos que hacemos para invitar a los seguidores del periódico.

1. DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA RED SOCIAL FACEBOOK QUE POSICIONE LA IMAGEN DEL PERIODICO ADN DE BUCARAMANGA

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

EL TIEMPO CASA EDITORIAL se ha consolidado como el grupo de medios más influyente de Colombia y en el principal proveedor de contenido.

Desde su fundación, el 30 de enero de 1911, EL TIEMPO es un medio de comunicación escrito (periódico) de referencia alrededor del cual surgen las revistas de circulación gratuita: Motor, Elenco, Carrusel, Bocas y Huella Social; la marca líder en información económica y de negocios, Portafolio; el diario gratuito ADN, las publicaciones regionales SIE7E DÍAS, el diario popular MÍO y las revistas sobre estilo de vida Aló, DON JUAN y ABC del Bebé.

Contamos con una completa plataforma de contenido que provee de información a nuestros portales especializados en educación con guía académica; en ocio con Vive.in; en fútbol con futbolred.com; en vehículos con motor.com.co y de mujeres con alomujeres.com. Además, ELTIEMPO.COM, y su versión para nuevas plataformas, es el portal noticioso líder en Colombia y el sitio web más visitado con cerca de 90 millones de páginas vistas al mes y más de 8 millones de usuarios únicos al mes.

También ofrecemos servicios transaccionales para el sector inmobiliario con Metro-cuadrado; de automóviles con Carro ya; ofertas de consumo con ¡Qué Buena Compra! Y contamos con la más completa oferta y demanda laboral con el empleo: todo esto gracias a la plataforma de EL TIEMPO CLASIFICADOS, la mayor y más completa vitrina multimedia de Colombia.

Hacen parte de nuestra oferta de contenido las revistas sobre estilo de vida como Aló, DONJUAN y ABC del Bebé, cada una con su respectiva versión en Internet. En televisión hacemos presencia con el canal local Citytv, y por suscripción, con ET Canal EL TIEMPO.

En 1995 fue inventado el primer diario gratuito. Ahora son muchos los que se entregan por todo el mundo a una audiencia creciente de ciudadanos jóvenes y estratos medios.

El medio impreso ADN fue lanzado en Colombia el 15 de septiembre de 2008, es el diario de mayor circulación en Colombia, con 300.000 ejemplares diarios.

ADN es el diario gratuito de La Casa Editorial El Tiempo, este diario es conocido en Colombia porque el producto es muy visual, gratuito y con alta credibilidad, además se caracteriza por ser un periódico líder, moderno y cercano a la gente, fácil de leer y su contenido afín al grueso de la población: jóvenes y estratos medios. Este cuenta con un canal de distribución propio y capacitación permanente, se distribuyen más de 325.000 ejemplares diarios.

Se encuentra en ciudades como Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y Bucaramanga.

1.1.1 Misión. Somos un equipo de personas con diversas profesiones, intereses y estilos que trabajan en conjunto para cumplir con nuestra misión corporativa, crecer profesionalmente, entregar valor a nuestros clientes, progresar con nuestros proveedores, respetar los marcos regulatorios y aportar bienestar a la comunidad.

1.1.2 Visión. Ser el proveedor de contenido más creíble, relevante y preferido de Colombia.

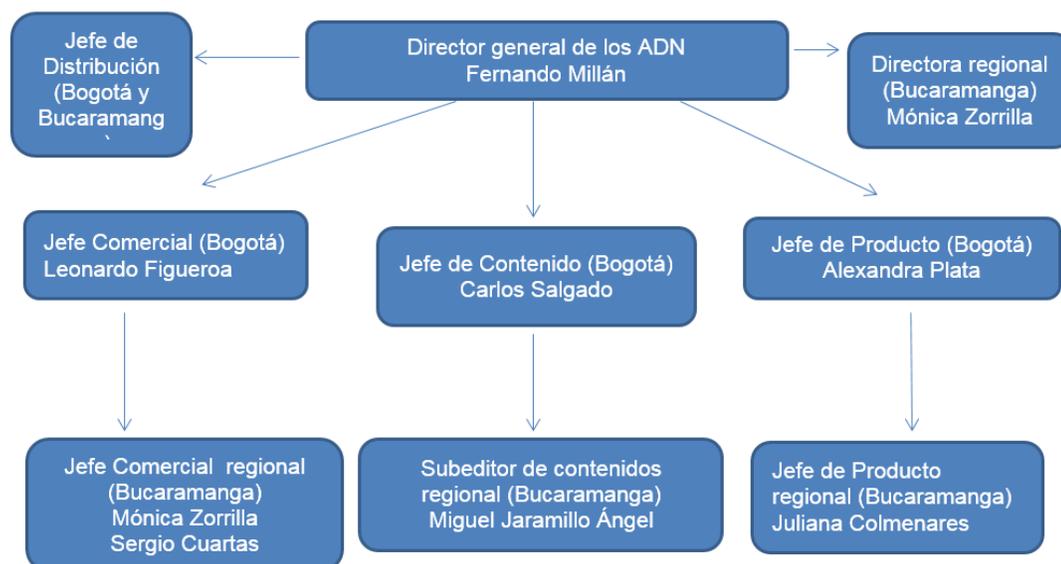
1.1.3 Objetivos de la empresa. Desde la creación de El TIEMPO, el 30 de enero de 1911, la credibilidad ha sido la esencia de nuestro negocio y la hemos construido y cuidado de manera permanente.

A lo largo de los siguientes años, la pasión por el oficio del periodismo y el compromiso de todas las áreas por asegurar la generación y distribución de contenido de alta calidad los 365 días al año y las 24 horas al día, nos fueron perfilando como la empresa líder entre los lectores. El profesionalismo demostrado por cada una de las personas, se selló en una palabra: la integridad.

Con la llegada de nuevas maneras de informar, la innovación se consolidó en nuestra empresa y de su mano llegaron nuevos negocios como las Revistas, la Televisión y los Productos Digitales, donde nuestros logros han sido evidentes. Hoy somos reconocidos como una empresa multimedia gracias a que hemos sabido innovar en nuestro sector.

1.2 DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional del diario gratuito ADN está conformada por:



1.2.1. Descripción de la dependencia o cargo asignado. Desarrolla funciones logísticas y operativas que el director y subeditor le encargue en cada una de las etapas de preproducción, producción y postproducción de las notas periodísticas.

Debe proponer ante el subeditor del diario temas de información local que incluyan a fuentes como la Alcaldía Municipal, Servicio Social, Transporte y Movilidad, entre otros, estos deben ser fríos o calientes. Además hacer uso de los géneros periodísticos como noticia, reportaje, crónicas y ser creativo al proponer el diseño de sus páginas. Desarrolla funciones de coordinación, preparación y otros trabajos complementarios como reemplazar a los periodistas que se ausenten o incapaciten, todo ello siguiendo las directrices del director y subeditor.

Realizar la labor investigativa y de recopilación de información, así como contactar las fuentes necesarias para desarrollar el contenido de las notas periodísticas que postule o se le asignen.

Desarrolla la labor completa de reportería en los lugares y ante las personas que sea necesario para producir la redacción de los contenidos.

Debe tener en cuenta siempre las normas pertinentes de ortografía, la normatividad relacionada con cualquier situación de vulneración de derechos de autor, derechos a la intimidad, derechos humanos y derecho a la intimidad de cualquier persona que participe en la redacción de los contenidos del cual es responsable.

1.3 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA EMPRESA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ DOFA	Cuenta con redes sociales. Ha utilizado herramientas de hipertexto como interacción y divulgación de información en sus redes sociales. Posee un número de seguidores que lo reconocen y son aceptables para empezar a trabajar las redes sociales. En Facebook cuenta con 1.314 personas que indicaron que les gusta la página.	Las redes sociales de ADN Bucaramanga son alimentadas con poca frecuencia, solo publican la portada en PDF del día y noticias deportivas. Hay poca participación entre el medio y sus seguidores.

Continuación Matriz Dofa

Es gratuito. Los temas que ADN Bucaramanga publica son de agenda propia algunos de ellos son culturales, de inclusión social, económicos, salud, etc.	Análisis de la identidad, con la que se ha caracterizado el diario ADN en las redes sociales.	Estableciendo estrategias que promuevan el posicionamiento del periódico impreso ADN en redes sociales.
AMENAZAS	FA (MAXI-MINI)	DA (MINI-MINI)
Los medios de comunicación impresos de Bucaramanga cuentan con sus portales web y redes sociales donde suministran información actualizada. ADN Bucaramanga no cuenta con un portal web y depende de las publicaciones que la página ADN Colombia le permite subir al aire (ese espacio es de solo dos noticias).	Estructurar los contenidos de las noticias, incluir dentro de la red social la información que sale en el impreso y la que por poco espacio no logra ser publicada, con el fin de atraer al público con temas de interés, fotografías, concursos, para lograr atraer al target y garantizar la estabilidad y fidelidad por parte de los usuarios.	Actualizando la red social, entregando información a tiempo y creando espacios de participación para los seguidores.

Fuente. Pasante

1.3.1 Planteamiento del Problema. Con el nacimiento de la web 2.0, cada día se hace indispensable que una organización se muestre innovadora y a la vanguardia en cuanto a la potencialización de las Social Medias o redes sociales como medio eficaz de posicionamiento de marca. Hoy día el quid del reconocimiento de una marca se hace a través, de la potenciación de los contenidos en la web; el mundo virtual ha obligado a pequeñas y medianas empresas a interactuar con su target por medio de estas, incluso a las grandes y reconocidas organizaciones (Formanchuk, Alejandro. Comunicación interna 2.0: un desafío cultural. 1ª ed. – Buenos Aires: Edición Formanchuk & Asociados, 2010).

ADN el diario gratuito de La Casa Editorial El TIEMPO es un periódico reconocido por la credibilidad que le brinda a sus lectores, por la frescura en la redacción de los contenidos, además por manejar temas de agenda propia y por su servicio gratuito para la sociedad. Este diario llegó a Bucaramanga recientemente, la acogida de los impresos ha sido significativa, pero las redes sociales de la misma no han impactado tanto como el impreso.

Generalmente, esta red es alimentada con la portada del periódico del día, las dos notas principales de la edición, algunos concursos para asistir a eventos y noticias de deportes. La dinámica corresponde a solo colgar en las redes los links donde se encuentran desarrolladas

esas noticias, además no incentivan la participación de los seguidores y tampoco interactúan con ellos, posee pocos usuarios y su presencia en la web ha sido como usuario y gestor de información, dejando a un lado la importancia de establecer estrategias comunicativas que permitan mejorar su posicionamiento online. Estas debilidades pueden causar la pérdida de los usuarios que ya posee, dar ventajas a la competencia para que atraiga a esas personas, se haga más difícil obtener un posicionamiento en la ciudad y pierda su reputación online, o lo que puede ser igual de grave, ser un medio de comunicación que no es capaz de comunicarse en un medio digital, en medio de este mundo virtual.

Por las razones planteadas es indispensable trabajar en el fortalecimiento de la red social de Facebook de ADN Bucaramanga, para estimular la participación del target, en estos medios de comunicación, aumentar el número de fieles seguidores y finalmente posicionar al diario en la web.

Con esta pasantía se pretende abrir puertas tanto a la difusión de ADN como a su posicionamiento dentro del medio competitivo, generando oportunidades de mejoramiento en el impacto en nuevos públicos potenciales, además de aumentar el valor corporativo.

1.4 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

1.4.1 Objetivo General. Desarrollar una estrategia comunicativa en la red social Facebook que posicione la imagen del periódico ADN Bucaramanga.

1.4.2 Objetivos Específicos. Realizar un diagnóstico de la imagen que tiene el periódico ADN en Facebook.

Determinar las actividades y acciones comunicativas que permitan posicionar la imagen del periódico ADN en Facebook.

Ejecutar las actividades y acciones comunicativas que permitan posicionar la imagen del periódico ADN en Facebook.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES A DESARROLLAR PARA CUMPLIR EL OBJETIVO GENERAL

“Desarrollar una estrategia comunicativa en la red social Facebook que posicione la imagen del periódico ADN Bucaramanga”.

Estrategia 1. Realizar un diagnóstico de la imagen del periódico ADN en Facebook (Ver anexo 3, 7, 8, 9, 10 y 11) .

Objetivo. Observar y evaluar la participación de los usuarios y la interacción que tiene el medio con estos.

Importancia. Arrojará los resultados que permitan identificar en qué está fallando quien se encarga de la red social.

Alcance. Dirigido a nuestros seguidores, pues es nuestro público objeto.

Tabla 1. Acciones y recursos a utilizar en la estrategia

		¿Cómo?	¿Para qué?
ACCIONES	Se analizará la participación e interacción de estos para así identificar las fallas y empezar a ejecutar las acciones comunicativas que permitan aumentar la participación de los seguidores.	Revisando los “me gusta”, comentarios, noticias compartidas por los seguidores del periódico y el alcance que tienen las publicaciones en los seguidores.	Para dar cumplimiento al objetivo planteado.
RECURSOS	Humanos	Pasante	
	Técnicos	Computador, internet.	

Fuente. Pasante

Estrategia 2. Crear espacios de participación en la Red Social Facebook (Ver anexo 2 y 4).

Objetivo. Determinar las actividades y acciones comunicativas que permitan posicionar la imagen del periódico ADN en Facebook.

Importancia. Es un medio que permite abarcar a una gran audiencia, esto permitirá que las personas interactúen con esta plataforma y además ayudara a obtener más seguidores.

Alcance. Dirigido a nuestros seguidores, pues es nuestro público objeto

Tabla 2. Acciones y recursos a utilizar en la estrategia 2

		¿Cómo?	¿Para qué?
ACCIONES	Interactuar con los usuarios, a través de los “hahstag” que identifican a una sección determinada del proyecto.	Alimentando con más frecuencia la página con las notas más importantes (de las secciones: Bucaramanga, Cultura & Ocio, Deportes, Vida y Colombia) publicadas en el día, tanto por la pasante como por los demás compañeros de trabajo. #Notadeldía y #LoMásPolémico , incluiremos las noticias más leídas de Bucaramanga. #Imperdible , describirá el evento más	Para dar cumplimiento al objetivo planteado.

Continuación Tabla 2

		<p>importante de la sección de cultura.</p> <p>#ElFichaje o #DeporteADN: se destacará al deportista más sonado de la semana y la noticia deportiva más relevante.</p> <p>#EnelLentedeADN: Representa las galerías suministradas por el reportero gráfico de ADN.</p> <p>#Exprésate: Para esta actividad se publicará la caricatura del día así como temas de opinión.</p> <p>#ADNInvita: Representa las entradas a los eventos.</p> <p>#UndatoADN: contiene información de la empresa.</p>	
RECURSOS	Humanos	Pasante – compañeros de trabajo	
	Técnicos	Computador, internet.	

Fuente. Pasante

Estrategia 3. Exponer los resultados de las acciones comunicativas desarrolladas en Facebook al equipo de trabajo de ADN Bucaramanga (Ver anexo video CD).

Objetivo. Ejecutar las actividades y acciones comunicativas que permitan posicionar la imagen del periódico ADN en Facebook.

Importancia. Demostrar a través de los resultados el funcionamiento de la estrategia comunicativa que se planteó.

Alcance. Dirigido al equipo de trabajo.

Tabla 3. Acciones y recursos a utilizar en la estrategia 3

		¿Cómo?	¿Para qué?
ACCIONES	Seguimiento final, evaluación y socialización de resultados.	Recopilando las estadísticas del aumento de usuarios en comparación del estado anterior a la ejecución de la estrategia, exponiendo ante los periodistas el informe de los resultados a través de una presentación.	Para dar cumplimiento al objetivo general.
RECURSOS	Humanos	Pasante	
	Técnicos	Computador, internet, sala de juntas, Tv	

Fuente. Pasante

1.5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tiempo / Actividades	2013															
	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observar y evaluar la participación de los usuarios y la interacción que tiene el medio con estos.	■	■	■													
Análisis de los resultados e identificación de las fallas.				■												
Alimentar con más frecuencia la página con las notas más importantes (de las secciones: Bucaramanga, Cultura & Ocio, Deportes, Vida y Colombia) publicadas en el día, tanto por la pasante como por los demás compañeros de trabajo.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Interactuar con los usuarios: Concursos de entradas a eventos.			■		■		■		■		■		■		■	
UndatoADN				■	■			■	■	■		■	■			
Seguimiento final y evaluación de resultados													■	■	■	■
Realizar informe detallado de la estrategia y presentar las acciones que se trabajaron.																■

2. ENFOQUES REFERENCIALES

2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

Identificar los conceptos básicos para esta investigación permite una visión más amplia para el desarrollo de la estrategia comunicativa que se realizará en la red social Facebook del medio de comunicación impreso ADN de Bucaramanga. Por medio de estos se analizará el contexto en el que se mueve la presente investigación.

Redes sociales. El punto de partida de esta investigación son las redes sociales, pues serán el medio para fortalecer la presencia del diario ADN.

“Una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros del mismo sistema”. (Boyd y Ellison, 2007).¹

Según Alejandro Formanchuk, Presidente de la Asociación Argentina de Comunicación Interna, las **Redes Sociales**: “no son una moda, llegaron para quedarse. Estas están logrando una transformación en las personas. Podemos observar que cada vez más se incrementan los usuarios y que estos quieren interactuar constantemente, compartir conocimientos. Las redes sociales están generando movimientos culturales dentro de la sociedad, por lo tanto el tema de redes cogerá con el tiempo más fuerzas para movilizar, pues tienen el poder de crear construcción colectiva”.²

Formanchuk también define a las Redes Sociales como un signo de multiplicación, es decir, “cuando los usuarios de las redes se juntan y comparten información, esta se multiplica de manera masiva y el potencial, de hacia donde se dirija dicha información, puede ser infinito”. Al contemplar la apreciación de este autor, se identifica que el uso de este medio de comunicación puede ser efectivo para el posicionamiento del periódico ADN pues si logramos que nuestros seguidores interactúen constantemente con nuestras redes, seguramente vamos a obtener como resultado que multipliquen y difundan los contenidos que les ofreceremos.

Otra definición de red para valorar es la que hace Julio Leonidas Aguirre en su documento ‘Introducción al Análisis de **Redes Sociales**’:³ “Al canalizar información y recursos en posiciones estructurales específicas, las redes ayudan a crear intereses e identidades compartidas y a promover normas y valores compartidos. Los analistas de redes buscan descubrir el conjunto de mecanismos teóricos a través de los cuales las relaciones sociales

¹ FLOREZ, Juan. Las redes sociales. Universidad de San Martín de Porres Director de la Unidad de Virtualización Académica

² Formanchuk, Alejandro. Comunicación interna 2.0: un desafío cultural. 1ª ed. – Buenos Aires : Edición Formanchuk & Asociados, 2010

³ LEONIDAS, Julio. Introducción al análisis de redes sociales. Documentos de trabajo CIEPP N°82. Diciembre 2011.

afectan a las entidades sociales, y a identificar las condiciones contingentes bajo las cuales éstos mecanismos operan en contextos empíricos particulares” (Knoke y Yang, 2008). Con la utilización de este medio podemos generar posicionamiento en la medida en que es un método eficaz para impactar al público y hacer que estos se identifiquen con nuestra imagen corporativa y nuestros valores lo cual es un valor agregado al objetivo de esta pasantía.

Posicionamiento de marca. Jorge González, autor de ‘Las siete dimensiones del branding: IV. El posicionamiento de marca’, da un aporte importante para esta propuesta y consiste en tener claro el significado de ‘*Brand positioning*’ o *Posicionamiento de marca* concepto que se tendrá en cuenta durante el proceso y desarrollo de la investigación.⁴

El autor afirma que: “El posicionamiento de marca se refiere al lugar que ocupa una marca y todas sus asociaciones, características, atributos, personalidad, imagen, en la mente de una persona de manera distintiva frente a sus competidores”. Argumentando que este se diferencia del posicionamiento de mercado, pues este, “se refiere a la posición competitiva de la compañía en términos de tamaño y cuota de mercado en un sector determinado”.

El objetivo es posicionar la marca de ADN, que ya cuenta con reconocimiento de su imagen corporativa, pero que aun así, se hace necesario posicionarla también en su medio virtual.

Facebook. El primero es uno de los portales más representativo y usado a nivel mundial donde se pueden tejer redes sociales, es el que más usuarios tienen, 1110 millones, con fecha de marzo 2013.

“Hacer que la web sea social’ en realidad significa ‘hacer de lo social algo tecnológico’. Lo social codificado como algo tecnológico hace que las actividades de la gente sean formales, manejables, y manipulables, permitiéndole a las plataformas hacer ingeniería social en las rutinas diarias de la gente. Sobre la base del conocimiento detallado e íntimo de los deseos y gustos de las personas, las plataformas desarrollan herramientas que crean y conducen necesidades específicas. Establecida esta base, el segundo paso es cuantificar aspectos importantes de nuestra vida, como el concepto de popularidad. Al convertir la popularidad en un número (cuántos "me gusta", cuántos amigos, cuántos seguidores, cuántas visitas...), la popularidad se convierte en un bien que puede comprarse y venderse”, esta es la posición que la autora del libro ‘The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media’, Johanna José van Dijck, tiene frente a *Facebook*.⁵

Comunicación digital. La comunicación abarcó el territorio digital, todo lo que nos rodea es comunicación, se hace con comunicación y ahora, todo también se trabaja con las

⁴GONZÁLEZ, Julio. Las 7 dimensiones del branding: IV el posicionamiento de marca. <<http://thinkandsell.com/blog/las-7-dimensiones-del-branding-iv-el-posicionamiento-de-marca/>>.

⁵ Van, Jose. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media’, Johanna José van Dijck

herramientas digitales. Estas unidas trascienden la comunicación a otras poblaciones permitiendo la conexión con los cibernautas en todo el mundo.

Los autores André Barbosa y Cosette Castro proponen que mediante la comunicación digital existe la integración de dos saberes, pensados para la graduación y para los diferentes niveles de post-graduación que contemplen las plataformas digitales, como necesidades de mercado tanto en terrenos de nuevos oficios y formación profesional, como en espacios de infraestructura para la ampliación de redes conexiones a Internet, acceso Telefónico para banda ancha, la producción de contenidos digitales interactivos o interperativos, que acepten diferentes patrones de TV digital, por ejemplo.⁶

2.2 ENFOQUE LEGAL

Los medios de comunicación tienen una gran responsabilidad a la hora de publicar sus contenidos, para ello deben cumplir con el derecho a la libre expresión y respetar otras leyes que amparan la integridad de las personas.

Con ese fin se hace indispensable saber qué normatividad rige a los medios en esta era digital, para que de manera profesional, esta investigación cumpla a cabalidad con la misión que se encomienda, posicional al medio de comunicación impreso ADN con veracidad y respetando a los lectores o público objeto.

Resolución 3066 de 2011. En este se establece el Régimen Integral de Protección de los Derechos de los Usuarios de los Servicios de Comunicaciones.⁷

Artículo 4° de la Ley 13 41 de 2009: “por medio de la cual se definieron los principios y conceptos sobre la Sociedad de la Información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se creó la Agencia Nacional del Espectro y se dictaron otras disposiciones”, en desarrollo de los principios de intervención contenidos en la Constitución Política, al Estado corresponde intervenir en el sector de las TIC para lograr, entre otros fines, proteger los derechos de los usuarios.

Ley 1273 de 2009. Se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado -denominado “de la protección de la información y de los datos”- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones.⁸

Artículo 269A: Acceso abusivo a un sistema informático. El que, sin autorización o por fuera de lo acordado, acceda en todo o en parte a un sistema informático protegido o no con una medida de seguridad, o se mantenga dentro del mismo en contra de la voluntad de quien tenga el legítimo derecho a excluirlo, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho

⁶ Disponible en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/37/22>

⁷ Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=42871>

⁸ Disponible en: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34492>

(48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

Artículo 269B: Obstaculización ilegítima de sistema informático o red de telecomunicación. El que, sin estar facultado para ello, impida u obstaculice el funcionamiento o el acceso normal a un sistema informático, a los datos informáticos allí contenidos, o a una red de telecomunicaciones, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1000 salarios mínimos legales mensuales vigentes, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con una pena mayor.

Artículo 269C: Interceptación de datos informáticos. El que, sin orden judicial previa intercepte datos informáticos en su origen, destino o en el interior de un sistema informático, o las emisiones electromagnéticas provenientes de un sistema informático que los transporte incurrirá en pena de prisión de treinta y seis (36) a setenta y dos (72) meses.

Artículo 269G: Suplantación de sitios web para capturar datos personales. El que con objeto ilícito y sin estar facultado para ello, diseñe, desarrolle, trafique, venda, ejecute, programe o envíe páginas electrónicas, enlaces o ventanas emergentes, incurrirá en pena de prisión de cuarenta y ocho (48) a noventa y seis (96) meses y en multa de 100 a 1.000 salarios mínimos legales mensuales vigentes, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con pena más grave.

En la misma sanción incurrirá el que modifique el sistema de resolución de nombres de dominio, de tal manera que haga entrar al usuario a una IP diferente en la creencia de que acceda a su banco o a otro sitio personal o de confianza, siempre que la conducta no constituya delito sancionado con pena más grave.

La pena señalada en los dos incisos anteriores se agravará de una tercera parte a la mitad, si para consumarlo el agente ha reclutado víctimas en la cadena del delito.

Artículo 269H: Circunstancias de agravación punitiva: Las penas imponibles de acuerdo con los artículos descritos en este título, se aumentarán de la mitad a las tres cuartas partes si la conducta se cometiere:

1. Sobre redes o sistemas informáticos o de comunicaciones estatales u oficiales o del sector financiero, nacionales o extranjeros.
2. Por servidor público en ejercicio de sus funciones.
3. Aprovechando la confianza depositada por el poseedor de la información o por quien tuviere un vínculo contractual con este.
4. Revelando o dando a conocer el contenido de la información en perjuicio de otro.

5. Obteniendo provecho para sí o para un tercero.
6. Con fines terroristas o generando riesgo para la seguridad o defensa nacional.
7. Utilizando como instrumento a un tercero de buena fe.
8. Si quien incurre en estas conductas es el responsable de la administración, manejo o control de dicha información, además se le impondrá hasta por tres años, la pena de inhabilitación para el ejercicio de profesión relacionada con sistemas de información procesada con equipos computacionales.

Ley 1480 de 2011. Esta ley tiene como objetivos proteger, promover y garantizar la efectividad y el libre ejercicio de los derechos de los consumidores, así como amparar el respeto a su dignidad y a sus intereses económicos, en especial, lo referente a:⁹

1. La protección de los consumidores frente a los riesgos para su salud y seguridad.
2. El acceso de los consumidores a una información adecuada, de acuerdo con los términos de esta ley, que les permita hacer elecciones bien fundadas. .
3. La educación del consumidor.
4. La libertad de constituir organizaciones de consumidores y la oportunidad para esas organizaciones de hacer oír sus opiniones en los procesos de adopción de decisiones que las afecten.
5. La protección especial a los niños, niñas y adolescentes, en su calidad de consumidores, de acuerdo con lo establecido en el Código de la Infancia y la Adolescencia.

⁹ Disponible en: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1480_2011.html

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Diagnóstico. Durante el inicio de esta pasantía se pudo realizar un diagnóstico inicial en el que se identificó que en primera instancia, la página solo contaba con 1.092 seguidores y no se actualizaba continuamente. Las publicaciones se basaban en subir la portada del periódico impreso y algunos enlaces de noticias.

Durante esta etapa de diagnóstico, se evidenció poca participación de los seguidores, además, no había organización entre los periodistas para manejar el tema de redes, si alguien deseaba ayudar lo hacía, de lo contrario las plataformas estaban muertas con información que ya no servía. Por lo general los periodistas subían notas con muy poca frecuencia. No había una persona que se dedicara solo al movimiento de redes.

Dado que como resultados del análisis de ambas páginas concluyó en que faltaba mover otros temas de interés, asimismo otras secciones del medio impreso como lo son cultura, vida, entre otras, y que además era necesario publicar contenidos con frecuencia, porque este último era otro problema, la pasantía se empezó a trabajar con las actividades planteadas en el segundo objetivo específico.

El objetivo se desarrolló con la publicación de la sección #Xprésate que se refiere al ‘hashtag’ utilizado para todos los temas que generen opinión. Día por medio se están publicando las caricaturas del impreso, allí le preguntamos a los lectores qué opinan del mensaje que lleva la caricatura.

La primera caricatura la colgamos en la red el 9 de septiembre con el siguiente mensaje: ¿Qué tal el mensaje de nuestra caricatura del día? #Exprésate #Opina. Obtuvo dos comentarios, ocho ‘Me gusta’ y la alcanzaron a ver 177 personas.

La caricatura del 11 de septiembre tuvo como mensaje: Y... ¿Ustedes si creen que chuzar es abuso social? #Bucaramanga #Exprésate #Opina. Esta obtuvo cinco ‘Me Gusta’, la alcanzaron a ver 145 personas, no tuvo comentarios y nadie la compartió. Aquí en vez de obtener un resultado más positivo, no recibió tanta acogida y participación.

En la caricatura 13 de septiembre, por ejemplo, se dificultó la participación de los usuarios porque el tema que abordó el caricaturista era de talla nacional y se debía contextualizar al lector para que opinara. El mensaje que llevaba este día la caricatura era: ¿Qué opinan del mensaje de la caricatura del día? #Exprésate. Lea sobre el carpintero que iba a ser extraditado a EE:UU en el siguiente enlace: <http://bit.ly/1qJubJX#Opina>. Para evitar explicar lo que el caricaturista quería decir colgamos el enlace de la nota, pero a la gente le aburre leer textos largos en una red social y esta noticia era una de ellas. En esta oportunidad 10 personas indicaron ‘Me Gusta’, una persona la compartió en su muro y 181 alcanzaron a verla. Aunque no tuvimos comentarios, aumentó el número de personas que la vio y por primera vez la compartieron. Este es un resumen. Desde el 9 de septiembre

estamos compartiéndola. El cambio que se ha presentado es que cada vez aumenta el número de personas que alcanzan a ver y leer el mensaje de la caricatura en Facebook, sin embargo, en el tiempo de ejecución de la estrategia lo que casi no se dio fue que la compartieran. Esta actividad tuvo acogida al principio, luego del mes no funcionó tanto.

Las otras actividades con los ‘hashtag’ #Notadeldía, #LoMásPolémico, #Imperdible #ElFichaje o #DeporteADN, #EnelLentedeADN, #UndatoADN y #ADNInvita han sido las que mejores resultados obtuvieron, en cuanto a participación, son las que más se comparten, más ‘Me Gusta’ tienen, el alcance de la publicación es muy alto, incluso la actualización constante de estas actividades han incrementado el número de seguidores de la página Diario gratuito ADN Bucaramanga (Ver anexo 1, 2 y 4).

Los concursos que promociona ADN Bucaramanga con el ‘hashtag’ #ADNInvita, sin duda nos ayudaron a movilizar a muchos usuarios y seguidores. Gracias a ellos también se ha logrado posicionar al medio. Los lectores estuvieron receptivos a todo lo que publicamos en esta actividad. Esta es la sección en la que más comentan y publican contenidos.

Los concursos son los contenidos que más comparten y los que más ‘Me gusta’ reciben por parte de los seguidores y usuarios. Hemos tenido concursos en los que comentan más de 40 personas. Lectores dispuestos a seguir la dinámica que imponíamos para obtener sus premios. El número máximo de las personas que se detienen a leer de qué se trata el concurso ha sido cerca de los 800 usuarios.

Para hacer participe a la sección cultural diariamente, en el fan page de Facebook, se publicaba el horóscopo con el ‘hashtag’ #Tuhoroscopodeldía. Aunque son muy pocos los que le dan me gusta, las estadísticas no señalan que mucha gente los lee. El primer día que se publicó seis personas indicaron ‘Me gusta’ y 207 personas lo leyeron. La segunda vez nos leyeron 227 personas, y siete personas indicaron ‘Me Gusta’ la que más alcance tuvo llegó a ser vista por 1049 personas. Esta actividad ha llamado mucho la atención del público, contrario a las caricaturas, que con el tiempo dejaron de gustar y el imperdible del día, un evento que no se podían perder. En esta actividad el promedio del alcance de la publicación era de 380 y 400.

#EnelLentedeADN fue una actividad que aunque no se hacía frecuentemente despertaba el interés de los seguidores esta, después de los videos fue la que más activó a los ‘followers’ pues el número de ‘Me Gusta’ iba de 12 hasta 21 y un poco más y se compartían hasta ocho o más veces. Llegaba a tener un alcance de 748 hasta 800 personas. Los videos por su parte causaron mayor impacto, el alcance promedio era de 460 y hasta los 2.179 usuarios. se generaban más de tres comentarios, 18 ‘Me Gusta’ y 4 compartidas.

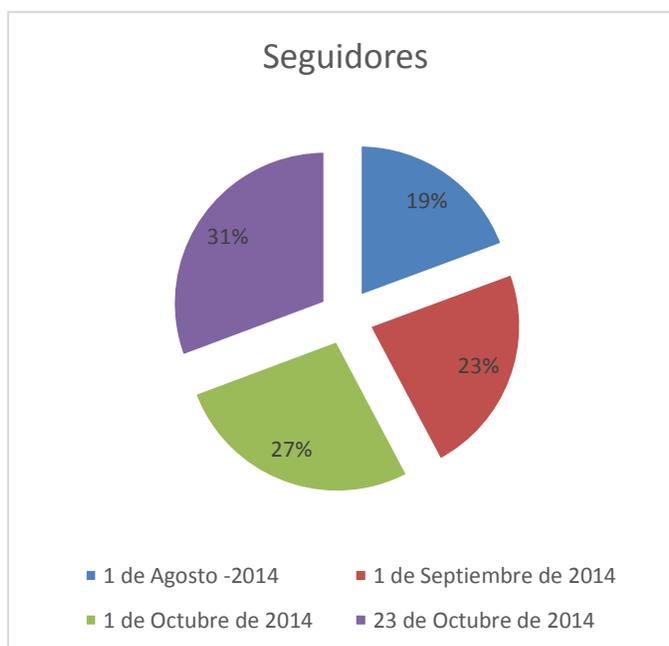
Otro aspecto que se conservó y que se publicaba diariamente es la portada del impreso, además colgábamos noticias de interés de secciones de los otros ADN del país que son de interés de nuestro target.

Tabla 4. Incremento de seguidores

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1 de agosto 2014	1092	19%
1 de septiembre 2014	1292	23%
1 de octubre 2014	1526	27%
23 de octubre 2014	1732	31%
Total	5642	100%

Fuente. Pasante

Grafica 1. Incremento de seguidores



Fuente. Pasante

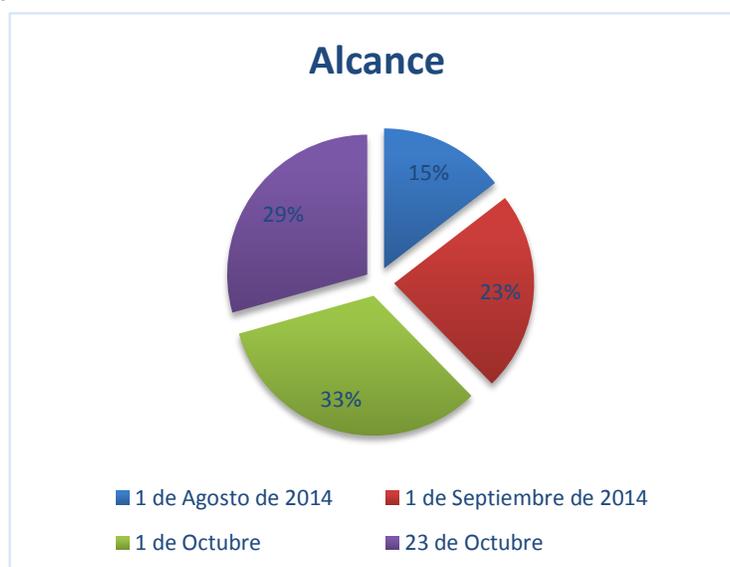
En la gráfica se observa que los usuarios han respondido muy bien a las actividades, pues en tan solo dos meses y 23 días de ejecución, estos ascendieron de manera significativa, teniendo en cuenta que el Facebook de ADN se creó el 3 de octubre de 2013 con cero seguidores y que al inicio de la ejecución de esta estrategia (1 de agosto de 2014) el Facebook contaba con 1.092 seguidores que aumentaron (a fecha de entrega de este informe 23 de octubre) a 1.732. Es decir, en cerca de tres meses, obtuvimos una ganancia de 640 seguidores; si se compara con los 12 meses de existencia de esta red y el número de seguidores que tenía, la estrategia comunicativa en 12 meses triplicaría lo que se logró en un año sin la estrategia (Ver anexo 8).

Tabla 5. Alcance

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
1 de agosto 2014	483	15%
1 de septiembre 2014	768	23%
1 de octubre 2014	1093	33%
23 de octubre 2014	975	29%
Total	3319	100%

Fuente. Pasante

Grafica 2. Alcance



Fuente. Pasante

Desde el 1 de agosto, fecha en que inicié la ejecución de la estrategia, al 1 de septiembre las publicaciones en el Facebook de ADN lograron llegar a 483 personas, ese fue el promedio en el que impactamos durante un mes de implementación de la propuesta.

Al mes siguiente, que fue del 1 de septiembre al 1 de octubre, ascendimos en seguidores ya no eran 483 sino 768 usuarios los que ingresaban a nuestro fan page y veían las publicaciones. Durante todo el mes logramos llegarle a un nuevo público, 285 personas nuevas empezaron a ver lo que se venía trabajando en el facebook de ADN.

Todo ello gracias a la estrategia diseñada, a los contenidos, que eran muy variados y diferentes, además que siempre se llevó en las publicaciones un mensaje a la población que ingresa nuestro Facebook, y que es de 18 a 24 años.

Para el mes de octubre, en el que ya se cumplían dos meses de ejecución del trabajo investigativo, las cifras fueron muy alentadoras. En el transcurso del 1 de septiembre al 1 de octubre el número de personas que abría la página y veía nuestras publicaciones creció a 1.093. Es decir, llegamos a un público nuevo conformado por 325 personas. Este es un gran avance si se compara con el alcance de las publicaciones del Facebook de ADN del año 2013 que permaneció con un promedio de alcance de 538 usuarios.

Como alternativa para verificar si efectivamente esto era resultado de la eficiencia de la estrategia, la pasante decidió dejar de actualizar con la misma efectividad, del 1 al 23 de octubre. Se dejó de publicar de manera periodica información en el Facebook, en esa semana no se subió en la plataforma la caricatura del día, los imperdibles de la sección de Cultura & Ocio, el horóscopo del día y las galerías de #LentedeADN. El resultado que arrojó fue el esperado, se redujo el alcance a 975 usuarios. Es en ese aspecto identificamos lo lógico, entre menos se mueven las redes, menos personas se interesan en nosotros y que los temas son muy indispensables para llamar la atención del público, además que esto indica que la gente ya se identifica con las temáticas planteadas con los hastag y que al no verlos en la página produce una ausencia del usuario.

En este tiempo se dejó de subir noticias de Bucaramanga y colgamos más noticias de interés general, como información nacional, salud, internacional y deportes. Aquí es donde nos damos cuáles son los temas que a los bumangueses les interesa y que se deben manejar en las publicaciones del Facebook de ADN.

Un dato adicional fue que al inicio de esta pasantía se evidenció a través de la observación del alcance de las publicaciones que solo colgaban la portada del impreso del día siguiente y que esas publicaciones no generaban tanta participación por parte de la comunidad.

Cuando se habla de alcance hace referencia al número de personas que vieron y le dieron clic a la publicación (Ver anexo 7).

Tabla 6. Participación de los ‘Me Gusta’

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
2013	30	30%
2014	70	70%
Total	100	100%

Fuente. Pasante

Grafica 3. Participación de los ‘Me Gusta’



Fuente. Pasante

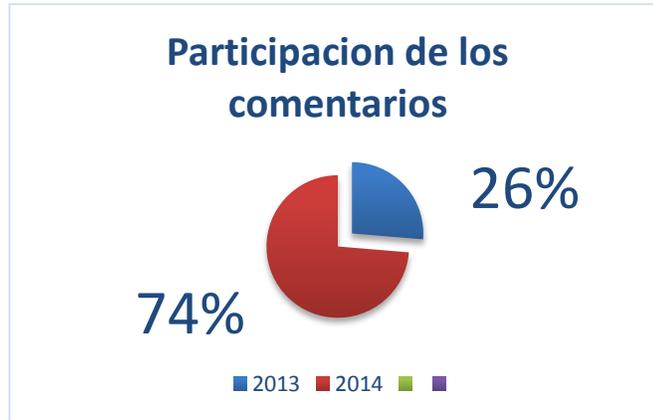
Se evidenció que en el periodo en el que no se había ejecutada la estrategia correspondiente, del 3 de Octubre de 2013 al 1 de Agosto del 2014, la participación de los usuarios en los ‘Me Gusta’ era muy baja(30%). El promedio de ‘Me Gusta’ era de 20, mientras que para la fecha en la que se empezó a ejecutar la estrategia, 1 de Agosto 2014 al 23 de octubre de 2014 el número promedio de participantes ascendió a los 32 “me gusta” (70%)(Ver anexo 11).

Tabla 7. Participación de los comentarios

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
2013	5	26%
2014	14	74%
Total	19	100%

Fuente. Pasante

Grafica 4. Participación de los comentarios



Fuente. Pasante

En participación se aumentó considerablemente, pues de octubre de 2013 a julio de 2014 el promedio de comentarios que las personas hicieron fue de 0 a 5, mientras que del 1 de agosto al 1 de octubre de 2014 fue de 4 a 14 comentarios promedio (Ver anexo 9).

Tabla 7. Participación de publicaciones compartidas

Ítem	Frecuencia	Porcentaje
2013	7	41%
2014	10	59%
Total	17	100%

Fuente. Pasante

Grafica 5. Participación de publicaciones compartidas



Fuente. Pasante

La estadística arrojó que las publicaciones compartidas no trascendieron tanto en ninguno de los dos años, pues el cambio fue regular en ambos periodos (Ver anexo 10).

Cuando se observa el alcance de las veces en que los usuarios comparten una publicación, y vemos que en seis meses, como es el caso que estoy exponiendo, son pocos los usuarios que indican compartirla se puede analizar que: o se está fallando en los contenidos que suministra el medio de comunicación o no se ha trabajado una estrategia para aumentar el número de personas a las cuales se les pueda llevar nuestra información.

El promedio de veces en el que se compartió una publicación fue, de enero a mayo de 2014, 10 compartidos; y de mayo a julio de siete veces compartido.

Estas estadísticas fueron el punto de partida para definir que efectivamente se estaba fallando en contenidos; en falta de atención a la red, porque además de lo mencionado anteriormente, no se actualizaba constantemente el Facebook, y en la ausencia de una estrategia comunicativa o una mirada más organizacional a la página.

Teniendo en cuenta el diagnóstico, producto de la actividad para cumplir con el primer objetivo específico, se desarrollaron unas actividades precisas para fortalecer esos aspectos en los que se estaba fallando, actualización de la red, contenidos pobres y falencias en la búsqueda de aumento del número de usuarios.

El resultado de la implementación de los hashtag con sus respectivas secciones, el uso de videos, la publicación de galerías de eventos que cubrían en el periódico, el horóscopo del día y la actualización de la página de Facebook arrojaron grandes resultados, uno de ellos fue el aumento considerable de seguidores, que se dispararon de manera rápida, y otro la participación de los usuarios en estas publicaciones.

Así las cosas, para presentar los resultados de las actividades planteadas se tuvo en cuenta estadísticas comparativas del alcance de las publicaciones, la participación de los ciudadanos con 'Me Gusta', comentarios y compartidos entre el tiempo en que no se había implementado la estrategia y en el periodo en el que se empezó a ejecutar.

Con las anteriores estadísticas se comprueba el cambio que ha tenido esta red social, en la medida en que aumentaron los seguidores y los alcances de las publicaciones.

También es claro destacar que se puede lograr más en menos tiempo, siempre que haya una persona delegada solo para esta función, pues el tema de redes aunque parezca sencillo requiere de supervisión y de movimiento oportuno y constante para que se puedan obtener resultados a corto plazo.

Sin duda alguna, el Facebook de ADN necesitaba más dinamismo y atención los resultados de estas estadísticas muestran lo abandonado que estaba esta red y lo necesitados que se encontraban los mismos usuarios de contar con un medio impreso como ADN en la web.

4. DIAGNÓSTICO FINAL

El equipo de trabajo del Diario gratuito ADN quedó con una base para lograr más posicionamiento del periódico en la red social de Facebook, asimismo ya quedó con un número considerable de seguidores con el que puede llegar a fortalecer de manera eficaz el alcance de las publicaciones y la participación de los seguidores.

Asimismo, los periodistas de este medio de comunicación impreso conocen cuáles es la dinámica de los 'hashtags' utilizados, lo que quiere decir que ya se manejará una unidad institucional que los va a seguir caracterizando.

Como profesional de las comunicaciones la pasante tiene claro que expuso ante los compañeros de trabajo la importancia de manejar el facebook más allá del hecho de subir fotografías. El concepto que se pretendía dejar en cada uno de los actores que participó y colaboró fue el de un medio eficaz para promover e impulsar nuestra empresa, como un negocio informativo.

Un aporte que incentivado por la pasante en el periódico fue la dinámica de subir siempre las noticias, de actualizarlas, sin esperar a que los otros lo hagan. Se puede promover de mil maneras la red social de Facebook y eso ya lo tienen los periodistas muy claro.

El aporte de la pasante en este aspecto fue el de redactar, actualizar y trabajar de manera ética. Durante las pasantías siempre se enfatizó en el respeto a los compañeros y a los usuarios.

5. CONCLUSIONES

Las actividades que se establecieron en el plan de trabajo fueron acogidas en un 90 por ciento por los lectores del diario, las que más ejercían impacto positivo al público fueron, en el siguiente orden, los videos, los estados, las fotos y los enlaces. En este orden de ideas el rendimiento de los distintos tipos de publicación basados en el alcance promedio y la interacción se destacaron así: el alcance promedio de las publicaciones de videos fue de 768 usuarios, el promedio de participación en estos fue de 253; en los estados, el alcance promedio fue de 388, el promedio de participación fue de 76 personas; en las publicaciones de fotos el alcance promedio fue de 375 seguidores, y el promedio de participación fue de 97, en cuanto a los enlaces que subía en la página, el alcance promedio fue de 338 seguidores, por su parte, el promedio de participación en este fue de 11 interesados.

También se concluyó que para subir las noticias a la página del Facebook de ADN se debe tener en cuenta el horario en el que más ingresan los usuarios en esta red, de 12:00 m, que registró en esta última semana a una titular con (652 personas), hasta las 9:00 p. m. se conectan para (723 personas).

Una de las conclusiones que dejó la propuesta fue la de promover más el alcance, a través del rendimiento de los tipos de publicaciones.

También se identificó que a los usuarios no les gustan los textos largos en los estados de Facebook, en lugar de un artículo, es bueno resumir al máximo el contenido.

Se necesita actualizar contantemente la red para que de igual manera los periodistas no pierdan el ritmo de trabajo ni reduzcan el número de usuarios.

6. RECOMENDACIONES

Entre las recomendaciones que se deben considerar están, no dejar de actualizar la red social, periódicamente se debe alimentar este espacio.

Buscar alternativas de opinión para que las personas realicen más comentarios y participen activamente de las actividades que se desarrollan en la página.

Cuando se vaya a realizar concursos con #ADNInvita los periodistas deben aclarar sobre el tipo de público al que va dirigida para que no hayan malos entendidos.

Cuando los usuarios envíen mensajes al inbox es importante que los periodistas que quedan a cargo del Facebook respondan a sus anuncios, quejas o reclamos.

También hay que tener en cuenta que los temas que enlacen en los estados sean de interés del público que nos siguen.

Como última recomendación está que las personas que quedan encargadas del Facebook analicen periódicamente las estadísticas para que el trabajo que se haga no sea trivial y en cambio tengan la muestra de si se ha mejorado o se está desmejorando.

BIBLIOGRAFÍA

FORMANCHUK, Alejandro. Comunicación interna 2.0: un desafío cultural. 1ª ed. – Buenos Aires : Edición Formanchuk & Asociados, 2010.

FLOREZ CUETO, Juan. Las redes sociales. Universidad de San Martín de Porres
Director de la Unidad de Virtualización Académica Lima 012, Lima, Perú.

LEONIDAS AGUIRRE, Julio. Introducción al análisis de las redes sociales. Documentos de trabajo CIEPP. Documento N° 82. Diciembre 2011.

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

<https://www.facebook.com/diario.adn.bucaramanga?ref=hl>

https://twitter.com/ADN_Bucaramanga

<http://formanchuk.com.ar/todosignifica/redes-sociales-corporativas-3-preguntas-3-respuestas/>

<http://www.pensamientocomplejo.org/docs/files/J.%20Aguirre.%20Introducci%F3n%20al%20An%20E1lisis%20de%20Redes%20Sociales.pdf>

<http://thinkandsell.com/blog/las-7-dimensiones-del-branding-iv-el-posicionamiento-de-marca/>

http://manzanamecanica.org/2014/04/un_analisis_sociologicocultural_de_facebook_twitter_flickr_youtube_y_wikipedia.html

<http://www.usmp.edu.pe/publicaciones/boletin/fia/info69/sociales.pdf>

http://www.rfg84.com/twitter/El_ABC_de_Twitter.pdf

<http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/37/34>

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34492>

ANEXOS

Anexo 1. Portadas de ADN



Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Miguel Jaramillo Angel · 12 de septiembre

La primera página de mañana. Trabajamos para nuestros lectores. Esperamos sus comentarios.

Ya no me gusta · Comentar · Compartir · Compartida 1 vez

A Diario gratuito ADN Bucaramanga, Kathe Tique Correa, María Luisa Villalba, Xiomí D Sierra y 6 personas más les gusta esto.

Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Miguel Jaramillo Angel · 12 de agosto

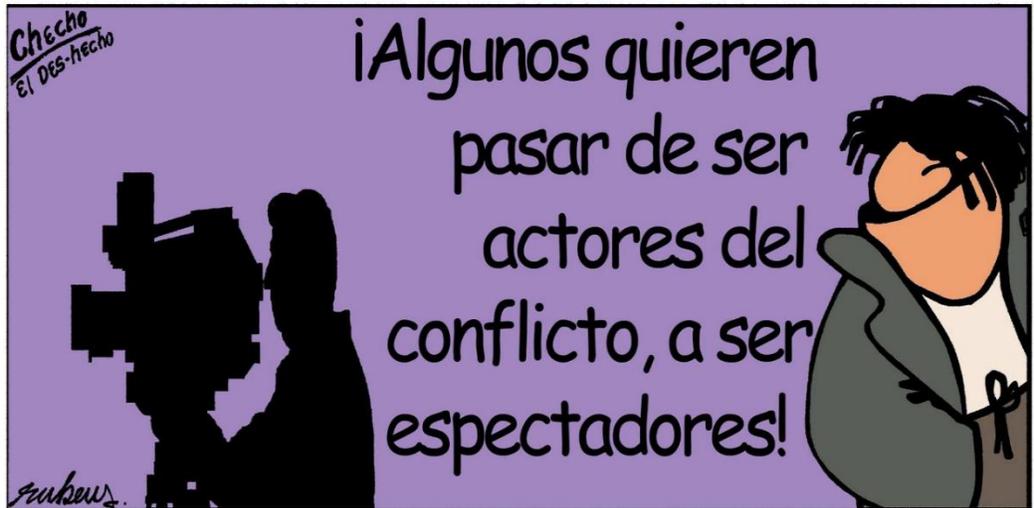
Compartimos con nuestros lectores la primera página de mañana, miércoles 13 de agosto. Búscalo a primera hora en las calles de la Ciudad Bonita.

Ya no me gusta · Comentar · Compartir · Compartida 3 veces

502 personas alcanzadas

Promocionar publicación

Anexo 2. Caricaturas de la seccion #Xprésate



Anexo 3. Estadísticas generales del alcance de las publicaciones y participación de los usuarios



Anexo 4. Acciones Planteadas en la estrategia comunicativa

Diario gratuito ADN Bucaramanga compartió un enlace.
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez (P) · Hace 4 horas

Instructor del Sena y aprendices crean yogures bajos en grasa para los diabéticos. Lea más en el siguiente enlace: <http://bit.ly/1DcxtL2>



Instructor del Sena crea yogures bajos en grasa para diabéticos - Colombia - ADN
diarioadn.oo

El Sena en Bucaramanga está produciendo alimentos lácteos reducidos en grasa y azúcares. Un yogur con porcentajes reducidos de grasa y azúcar.

Ya no me gusta · Comentar · Compartir · Compartida 2 veces

A Diario gratuito ADN Bucaramanga, Óscar Andrés Clarte Castro, Naye Parra Afanador y 2 personas más les gusta esto.

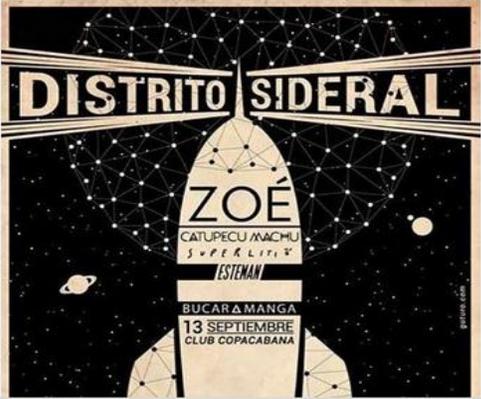
Escribe un comentario...

401 personas alcanzadas · Promocionar publicación

Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Jaime Flaker Gonzalez (P) · 11 de septiembre

ADN te invita a Distrito Sideral, espectáculo en el que se presentarán la banda Mexicana Zoé Oficial, SUPERLITIO, Catupecu Machu y Esteman.

Sortearemos las entradas entre las personas que suban una foto al fan page de ADN Bucaramanga en la que aparezcan con un CD, camiseta u otro accesorio de la banda Mexicana Zoé. Por este medio confirmaremos quienes fueron los ganadores.



Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez (P) · Hace 15 horas

Buen día lectores, ¿qué tal lo que dice Checho hoy?



Me gusta · Comentar · Compartir · Compartida 1 vez

A Kathe Tique Correa, Johan Ferner, Eliana Florez Corredor y 4 personas más les gusta esto.

Mejores comentarios -

Kathe Tique Correa Huy si ojala encontré rápido ese técnico
Me gusta · Responder · 1 · Hace 15 horas

Oscar Corredor ojaja!!! pero no creo, sin embargo gracias a caracol y ron que nos dan la esperanza de ser exitosos y millonarios por medio del narcotráfico y la prostitución (notece el sarcasmo).
Me gusta · Responder · Hace 15 horas

140 personas alcanzadas · Promocionar publicación



Comentar · Compartir · Compartida 2 veces

erly Viviana Mogollon Chavez, Eliana Florez Corredor, Meiores comentarios -
tel Higuera Lozano y 5 personas más les gusta esto.

Escribe un comentario...

Diario gratuito ADN Bucaramanga Gracias a las personas que participaron.
os pases serán entregados entre hoy y mañana.

Me gusta · Responder · 1 · Comentado por Jaime Flaker Gonzalez (P) · 11 de
septiembre a la(s) 16:50

oreniita Curtidor Avila Desde mi trabajo!!!



LORENA CURTIOR AVRA Desde mi trabajo!!!



Ya no me gusta · Responder · ↕ 2 · 11 de septiembre a la(s) 15:35

Diario gratuito ADN Bucaramanga respondió · 5 respuestas

Naye Parra Afanador #YoQuiero!! 😊 #Gracias #ADN 😊



Me gusta · Responder · ↕ 1 · 11 de septiembre a la(s) 16:28

Diario gratuito ADN Bucaramanga Reclame su pase doble en la oficina del Diario Gratuito ADN Bucaramanga, ubicada en la carrera 35A n.º 46 - 85

adn **Diario gratuito ADN Bucaramanga**
Publicada por Miguel Jaramillo Angel [?] · 9 de septiembre

#TigoMusic y #ADNBucaramanga te invitan al concierto de la gira de Juanes 'Loco de amor por Colombia'. Tenemos pases dobles para la Zona Azul Tigo en el estadio Alfonso López Pumarejo, esta noche a las 8:00 p.m. Los interesados deben escribir en este muro cómo les parece la experiencia que ofrece Tigo con su servicio de música #Deezer.



Me gusta · Comentar · Compartir Compartida 1 vez

👍 A Eliana Florez Corredor, Alexander Vasquez, Carlos Alvarez · Mejores comentarios y 5 personas más les gusta esto.

adn Escribe un comentario...

adn **Diario gratuito ADN Bucaramanga** Los pases se entregarán hasta que se agoten.
Me gusta · Responder · Comentado por Jaime Flaker Gonzalez [?] · 9 de septiembre a la(s) 16:34

Jaime A. Junior Super bueno
Me gusta · Responder · 9 de septiembre a la(s) 16:28

adn **Diario gratuito ADN Bucaramanga** respondió · 3 respuestas

🗨 Ver 18 comentarios más

ies

Andres Plata Es un muy buen servicio !!
Me gusta · Responder · 9 de septiembre a la(s) 16:53

adn **Diario gratuito ADN Bucaramanga** Reclame su pase doble en la oficina del Diario Gratuito ADN Bucaramanga, ubicada en la carrera 35A n.º 46 - 85
Me gusta · Comentado por Jaime Flaker Gonzalez [?] · 9 de septiembre a la(s) 16:54

Mónik Camargo Mantilla 'aun hay boletas
Me gusta · 9 de septiembre a la(s) 17:05

🗨 Ver más respuestas

adn Escribe una respuesta...

Diana Erica Alape Sanchez me encanta!!!...juanes, tigo y ADN
Me gusta · Responder · 9 de septiembre a la(s) 16:49

adn **Diario gratuito ADN Bucaramanga** Reclame su pase doble en la oficina del Diario Gratuito ADN Bucaramanga, ubicada en la carrera 35A n.º 46 - 85
Me gusta · Comentado por Jaime Flaker Gonzalez [?] · 9 de septiembre a la(s) 16:52

adn Escribe una respuesta...

Maritza Téllez buen servicio en todo momento
Me gusta · Responder · 9 de septiembre a la(s) 16:49

adn **Diario gratuito ADN Bucaramanga** Reclame su pase doble en la oficina del Diario Gratuito ADN Bucaramanga, ubicada en la carrera 35A n.º 46 - 85
Me gusta · Comentado por Jaime Flaker Gonzalez [?] · 9 de septiembre a la(s) 16:49

adn Escribe una respuesta...



adn **Diario gratuito ADN Bucaramanga** Reclame su pase doble en la oficina del Diario Gratuito ADN Bucaramanga, ubicada en la carrera 35A n.º 46 - 85

Me gusta · Comentar · Compartir

👍 A Kathe Tique Correa, Natalia Cruz, Comité Ambiental Altos Del Cacique Bucaramanga y 5 personas más les gusta esto.

adn Escribe un comentario...

Oscar Corredor Yo diría mejor, que es una necesidad existencialista.
Ya no me gusta · Responder · ↕ 1 · 9 de septiembre a la(s) 11:18

Comité Ambiental Altos Del Cacique Bucaramanga quiero ver a checho diariamente en el facebook...!
Me gusta · Responder · 9 de septiembre a la(s) 13:45

179 personas alcanzadas **Promocionar publicación**

adn Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Miguel Jaramillo Angel [?] · 25 de agosto

Ciudad Palabra vibró con la comparsa de ADN (50 fotos)

Ciudad Palabra, programa del Festival Abrapalabra, reunió durante tres días (del 22 al 24 de agosto) a artistas internacionales y nacionales que se presentaron en el parque Las Cigarras. Cinco espacios hicieron alusión a cada uno de los con... Ver más



adn Diario gratuito ADN Bucaramanga compartió un enlace.
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 19 de octubre

#DeporteADN Fredy Guarín marcó gol en el empate del Inter con el Napoli.
Lea más en el siguiente enlace: <http://bit.ly/1wqCRar>



Inter vs Napoli en Liga Italiana - Fútbol - ADN
diarioadn.co

El volante colombiano logró el primer gol para el equipo 'nerazzurri'. El Inter de Milán y el Nápoli firmaron la igualada (2-2) en terreno

Me gusta · Comentar · Compartir

90 personas alcanzadas

Promocionar publicación

adn Diario gratuito ADN Bucaramanga compartió un enlace.
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 15 de agosto

Si va a moteles exijales higiene.

Lea más en el siguiente enlace: <http://bit.ly/1pR7x0B>



Higiene en los moteles de Bucaramanga - Colombia - ADN
diarioadn.co

Establecimientos deben cumplir normas de gestión de residuos. Las personas que ven como alternativa para la práctica de sus relaciones sexuales el

Me gusta · Comentar · Compartir

2 Compartida 3 veces

1857 personas alcanzadas

Promocionar publicación

adn Diario gratuito ADN Bucaramanga compartió un enlace.
Publicada por Miguel Cantillo [?] · 22 de octubre · Editado

#LomásPolémico Conozca por qué protestan los conductores de bus público y los taxistas <http://goo.gl/HjUjnb>



Plantón de taxistas en Bucaramanga - Colombia - ADN
diarioadn.co

Transportadores pedirán al Gobierno que rutas no cubiertas por Metrolínea se replanteen. Desde las 8:00 a. m. de este martes, unos 600 dueño

Me gusta · Comentar · Compartir

A Deybor Jaimes, Luis Alberto Sierra Caicedo y 2 personas más les gusta esto.

abn Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 24 de octubre

#UndatoADN En Bucaramanga circulan 25.000 diarios de ADN de lunes a sábado. Además tenemos 20 puntos de distribución y 50 exhibidores.
#FelizcumpleañosADN



Ya no me gusta · Comentar · Compartir

A Diario gratuito ADN Bucaramanga, Adriana Ruiz, Temuer Sizas, Diana Caviedes y 8 personas más les gusta esto.

abn Diario gratuito ADN Bucaramanga compartió un enlace.
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 24 de octubre

#ADNColombia Alias 'Marquitos' deberá responder por 100 asesinatos. Lea más en el siguiente enlace: <http://bit.ly/1oBqFD2>



Alias Marquitos llega a Colombia - Colombia - ADN
diarioadn.co

El narcotraficante será traído a Colombia desde Brasil. Es clave en caso del cantante Jorge Oñate. De ser contrabandista y gatillero de la delincue

Me gusta · Comentar · Compartir

abn Diario gratuito ADN Bucaramanga compartió un enlace.
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 24 de octubre

Así serán los cuadrangulares para definir qué equipos irán a la A. Lea más en el siguiente enlace: <http://bit.ly/ZQfmLz> #DeporteADN



Así serán los cuadrangulares para definir qué equipos irán a la A - Fútbol - ADN
diarioadn.co

El sorteo de los dos cuadrangulares se llevará a cabo el 18 de diciembre. La Dimayor y los dirigentes de los ocho equipos 'tradicionales' de la categoría

Me gusta · Comentar · Compartir

A Eliana Florez Corredor le gusta esto.

abn Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 19 de octubre · Editado

ectores, el #LentedeADN capturó la ola de colores que desde las 8:00 a. n. inundó las calles de #Bucaramanga con la carrera organizada por #TheColorRunBucaramanga.
Porque ADN pasa en nuestra ciudad. (5 fotos)



Diario gratuito ADN Bucaramanga
 Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 22 de septiembre · Editado

#ENelentedeADN capturó las propuestas de los diferentes diseñadores que apostaron por el #Corazónde la Moda durante la Feria Bonita. Nuestra imagen también adornó el recinto.
 ADN pasa en la ciudad. (15 fotos)



Diario gratuito ADN Bucaramanga compartió un enlace.
 Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 20 de octubre

#ADNColombia Fiscalía declara como crímenes de lesa humanidad 34 ataques a la Unión Patriótica (UP). Lea más en el siguiente enlace:
<http://bit.ly/1OdX9rW>



Fiscalía declara como crímenes de lesa humanidad ataques a la UP - Colombia - ADN
 diarioadn.co

Todos estos crímenes fueron cometidos entre los años 1986 y 1996. La Fiscalía declaró este lunes crímenes de lesa humanidad y

Diario gratuito ADN Bucaramanga
 Publicada por Miguel Jaramillo Angel [?] · 23 de octubre · Editado

#ENelentedeADN Así celebramos con nuestros lectores el primer año de #ADNBucaramanga. Compartiendo juntos lo mejor de nuestra Ciudad. (8 fotos)



Diario gratuito ADN Bucaramanga
 Publicada por Jaime Flaker Gonzalez [?] · 21 de octubre · Editado

#ADNinvita a 'Vuelve y Juega'.

Lectores, tenemos 3 pases dobles para el stand up comedy del humorista Gato Akosta, en el Auditorio Pedro Gómez Valderrama (Imcut), el sábado 25 de octubre a las 7:30 p. m.

Los interesados deben invitar a 3 amigos a que nos sigan en Facebook y mencionarlos en esta publicación. Las 3 primeras personas que participen y cumplan con lo estipulado serán los ganadores.



adn Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 21 de octubre · Editado

#ADNinvita Lectores, tenemos 20 entradas dobles para el evento que organiza la #RedPaPaz el próximo jueves desde las 8.00 a. m. hasta las 8.00 p. m. en la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Este evento está dirigido para adultos, padres... Ver más



Ya no me gusta · Comentar · Compartir

A Diario gratuito ADN Bucaramanga, Luis Alexander Mendez García, Johan Ferrer, Eliana Florez Corredor y 6 personas más les gusta esto. Mejores comentarios

adn Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 18 de septiembre

ADN presenta #Tuhoróscopo del día:

Aries

22 de marzo al 20 de abril

Haga todo lo que tiene que hacer el día de hoy, no deje asuntos pendientes, sobre todo en el aspecto laboral.

Tauro

21 de abril a 21 de mayo

Tenga presente todo aquello que los demás han hecho por usted. En el amor, tenga paciencia.

... Ver más

Me gusta · Comentar · Compartir



1049 personas alcanzadas

Promocionar publicación

adn Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez [?] · 19 de octubre

Así se vive la carrera de The Color Run a esta hora del día. Jóvenes, niños y adultos con las caras teñidas, risas, buena música y la energía de ADN. Nuestro #LentedeADN los acerca a este evento.



Me gusta · Comentar · Compartir

A Félix Leonardo Quintero, Temuer Sizas, Luz Dary Gomez Salazar y 11 personas más les gusta esto. Mejores comentarios

Escribe un comentario...



Me gusta · Comentar · Compartir

A Félix Leonardo Quintero, Temuer Sizas, Luz Dary Gomez Salazar y 11 personas más les gusta esto. Mejores comentarios

Escribe un comentario...

Nancy Rico Calderón Falta de oficio, por qué será que todo lo que hacen los gringos se tiene que replicar?

Me gusta · Responder · 2 · 19 de octubre a la(s) 11:40

Julian Andres Motta Nancy, porque vamos perdiendo nuestra identidad por querer ser "del primer mundo" siendo nuestro mundo diferente, no nos tenemos que parecer a nadie, porque nosotros somos unicos e irrepitibles, deberiamos aprender eso.

Me gusta · Responder · 19 de octubre a la(s) 13:18

566 personas alcanzadas

Promocionar publicación

adn Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Miguel Jaramillo Angel (?) · 23 de septiembre · Editado

Desde este sábado los santandereanos y los colombianos podrán disfrutar el Acuaparque Nacional del Chicamocha.



Me gusta · Comentar · Compartir 18 3 Compartida 2 veces

2179 personas alcanzadas

Promocionar publicación

SANTIAGO CRUZ habla sobre su nuevo álbum 'Equilibrio'. Espere mañana la nota sobre este trabajo musical. #ADNMúsica



Me gusta · Comentar · Compartir Compartida 1 vez

A Félix Leonardo Quintero, Naye Parra Afanador, María Luisa Villalba y 3 personas más les gusta esto.

Escribe un comentario...

431 personas alcanzadas

Promocionar publicación

adn Diario gratuito ADN Bucaramanga
Publicada por Lina Marcela Herrera Chávez (?) · 22 de octubre · Editado

#UndatoADN ¿Por qué nuestro diario se llama ADN?
ADN significa la esencia informativa, lo que nos diferencia a todos. Así como cada persona tiene el ADN que los caracteriza, así, el diario tiene su código personal que lo identifica por ser informativo, urbano, fresco y diferente.
#Estamosdeaniversario



Ya no me gusta · Comentar · Compartir

A Diario gratuito ADN Bucaramanga, Yesid S Leal C, Cesar Mejores comentarios · Manuel Suarez, Camilo Andrés Moreno y 15 personas más les gusta esto.

Escribe un comentario...

Camilo Andrés Moreno Felicidades por ese gran trabajo
Me gusta · Responder · 23 de octubre a la(s) 13:30

Elizabeht Ortiz Narvaez Chao ySiga así se les quiere
Me gusta · Responder · 23 de octubre a la(s) 0:24

Elizabeht Ortiz Narvaez Si se les felicita por su buen periódico, pero sería bueno que estuviera en toda la ciudad y estaciones como Andres Sanin y nuevo latir la comunidad debe de estar informada
Me gusta · Responder · 23 de octubre a la(s) 0:23

Juan Carlos Castro Mogotocoro Bucaramanga una de las mejores cosas que me han pasado...conocer ADN.....!
Me gusta · Responder · 22 de octubre a la(s) 20:21

Escribe un comentario...

245 personas alcanzadas

Promocionar publicación

Anexo 5. Alcance de los tipos de publicaciones



Anexo 6. Personas a las que les gusta la página



Compartiendo juntos lo mejor de nuestra Bucaramanga

adn
PASA EN NUESTRA CIUDAD

Diario gratuito ADN Bucaramanga
Organización

+ Seguir ➔ Compartir ⋮

Biografía Información Fotos **Me gusta** Más ▾

Personas

248 Personas hablando de esto

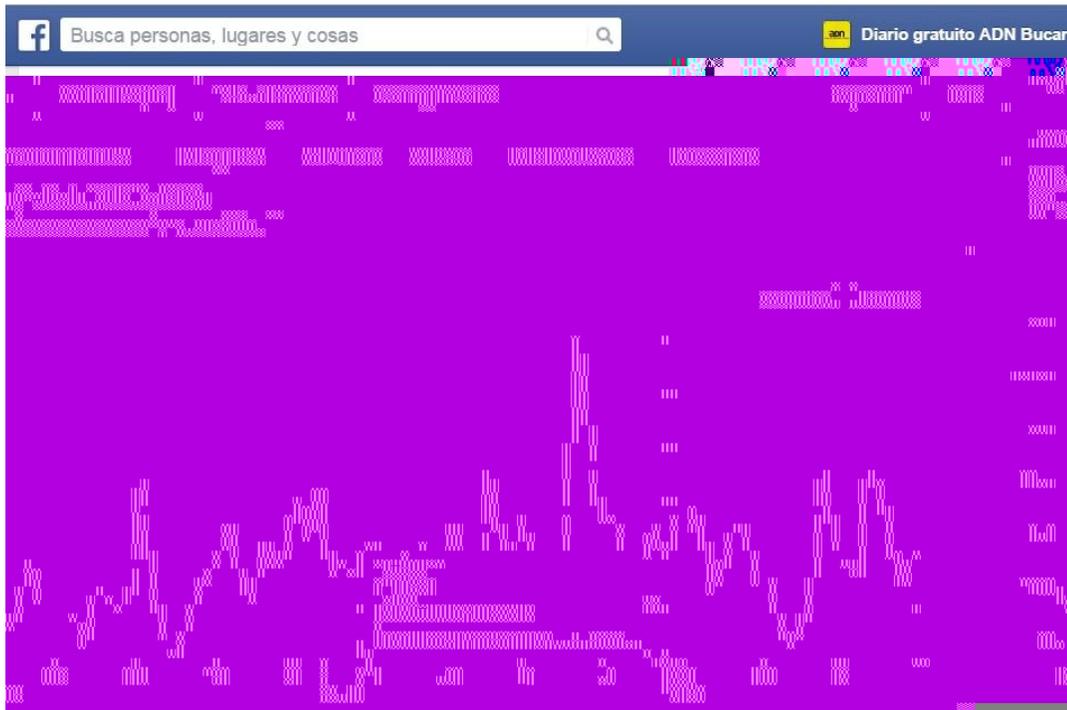
1,7K Total de Me gusta
▲2,7% desde la última semana

ESTADÍSTICAS DE LOS USUARIOS QUE MÁS INTERACTÚAN:

Ciudad Bucaramanga, Santander

Grupo de edad 18-24 años

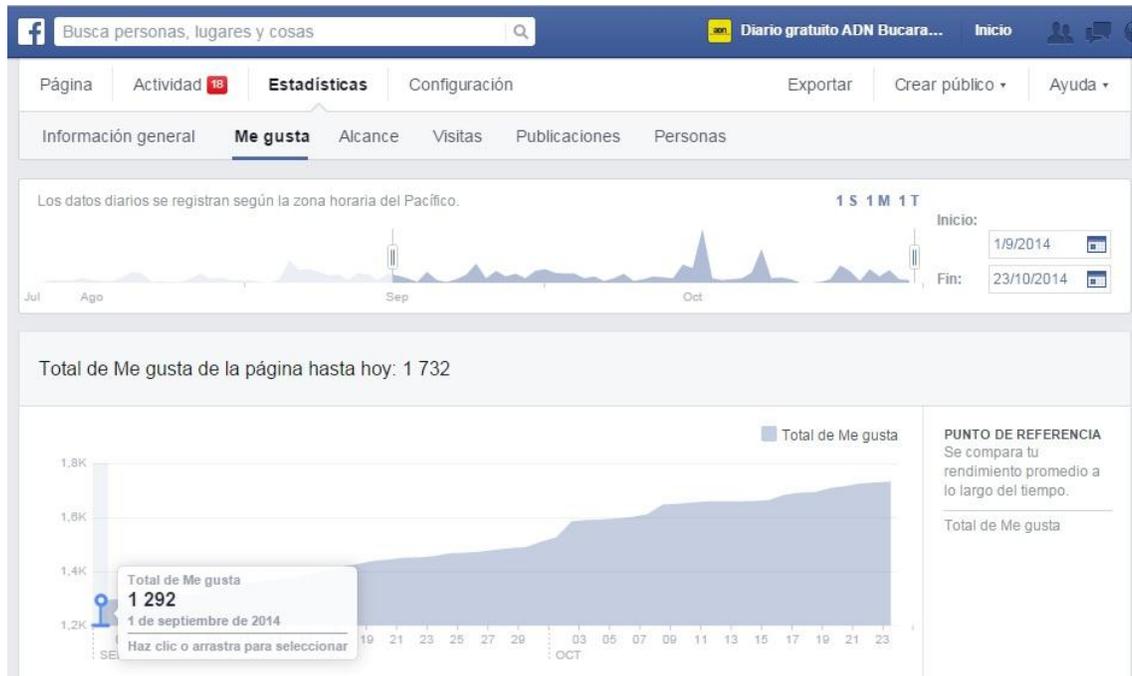
Anexo 7. Alcance de las Publicaciones (número de personas que veían las publicaciones)

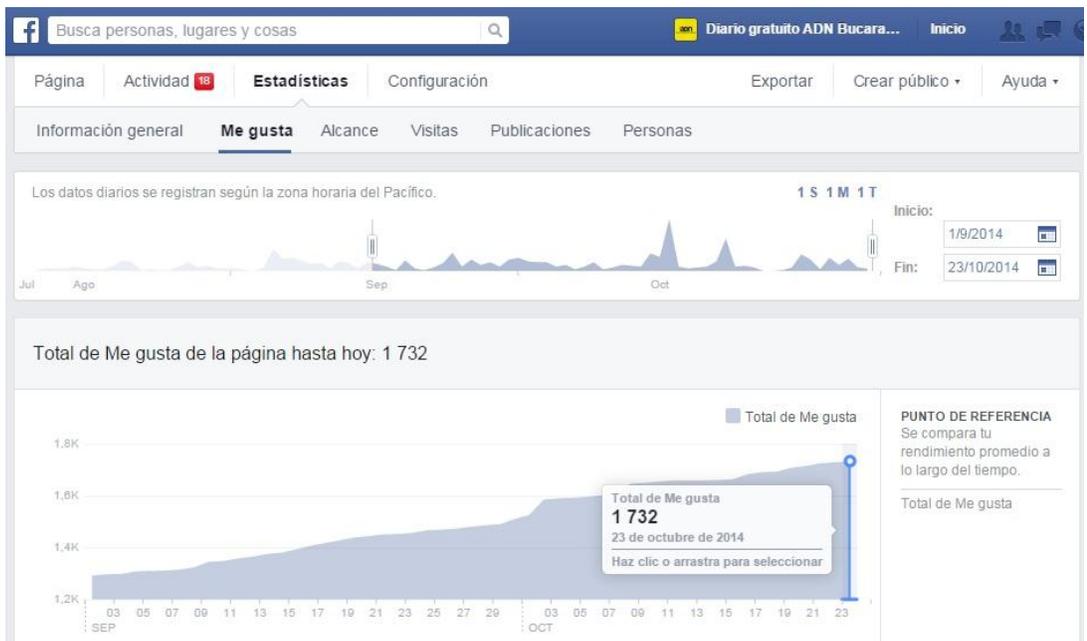






Anexo 8. Número de seguidores de la página.





Anexo 9. Participación en comentarios promedio.

2013



2014



Anexo 10. Participación en publicaciones compartidas 2013



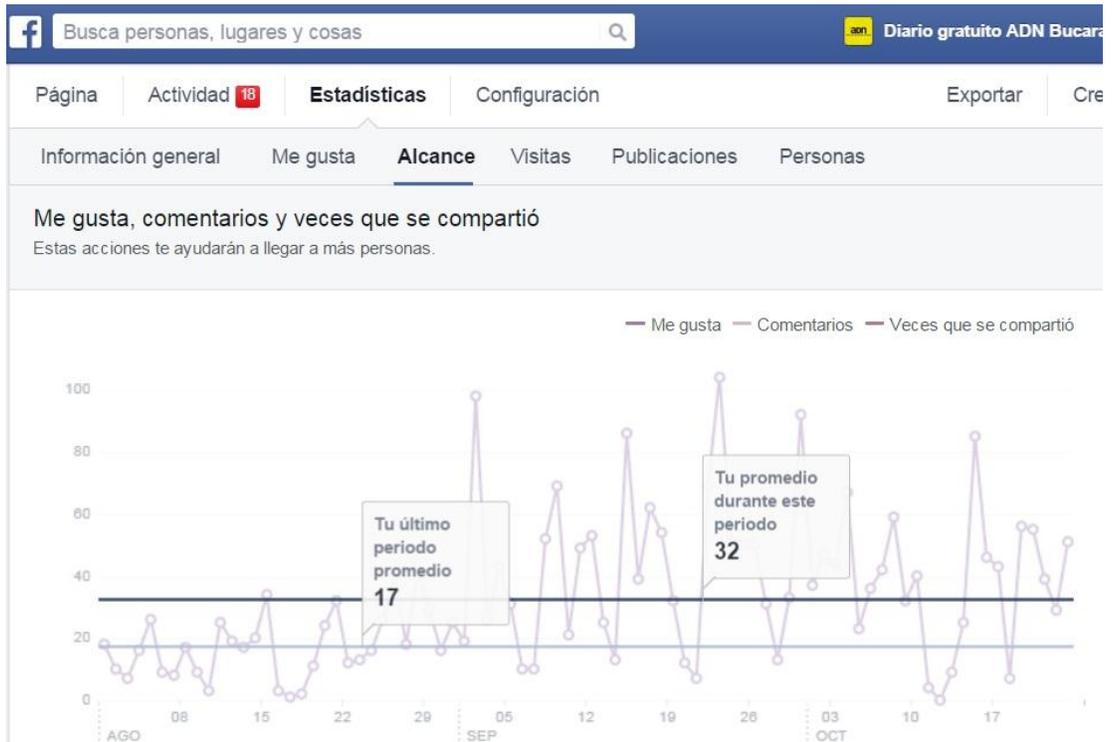
2014



2013



2014



Diario gratuito ADN Bucaramanga

Diario gratuito ADN Bucara... Inicio

Página Actividad 18 Estadísticas Configuración Crear púb

4,7 ★ 4,7 de 5 estrellas 34 opiniones

5 estrella 30
4 estrella 1
3 estrella 2
2 estrella
1 estrella 1

Otras opiniones

Jamassait Fuentes Quintero — 5★ Excelente diario, cada día me informo sobre lo que acontece y sucede en mi ciudad además me mantengo bien informado en noticias nacionales e internacionales. Y lo mejor... Es un periódico gratuito dónde todos tienen la oportunidad de leerlo y compartirlo con los demás.
Ya no me gusta · Comentar · hace aproximadamente una semana

A Diario gratuito ADN Bucaramanga y Jamassait Fuentes Quintero les gusta esto.

Escribe un comentario...

Isis Neom Hathor — 5★ Agradecimiento especial al DIARIO ADN y a sus Periodistas Alejandra Rojas y Mauricio Olaya. "El beneficio de las Terapias Alternativas es que ALIVIAN los problemas físicos, con técnicas que llegan al interior del ser." Nanezchda Olarte / Fisioterapeuta. (317 491 5169).
Ya no me gusta · Comentar · hace aproximadamente 8 meses

A Diario gratuito ADN Bucaramanga le gusta esto.

Escribe un comentario...

German Herera Rojas — 1★ Muy bueno ojala todos los diarios fueran así gratuitos, ya que la gente necesita estar bien informada. Buena esa sigan así

Diario gratuito ADN Bucara... Inicio

Configuración Crear púb

Liam Diaz D P — 5★ Gracias por la información cada mañana y por los detalles
Ya no me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 meses

A Diario gratuito ADN Bucaramanga le gusta esto.

Escribe un comentario...

Juan Victor Hugo — 5★ Es excelente me da las noticias más importantes de nuestro país y el mundo
Ya no me gusta · Comentar · hace aproximadamente 8 meses

A Diario gratuito ADN Bucaramanga le gusta esto.

Escribe un comentario...

Bibiana Sarmiento Ceron — 5★ Excelente diario y con una información contundente efectiva y veraz y lo que más me gusta es que es gratis...
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente una semana

Andrea Sierra Caicedo — 3★ Buenos días, excelente estar informado de todo lo que pasa en el mundo :)
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 semanas

Carlos Contreras — 3★ Ayer prometieron entrada dobles para cine y que paso.....

-  **Carlos Alberto Mejia Uribe** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 meses
-  **Alfredo Salgado Vargas** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 meses
-  **Temuer Sizas** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 meses
-  **Cristhiam Rodriguez Patiño** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 meses
-  **Jose Gregorio Ortiz** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 3 meses
-  **Carlos Andres Alvarez** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 3 meses
-  **Edinson Sanmiguel L** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 3 meses

-  **Mariana Jaramillo Angel** — 5★ Excelente diario
Ya no me gusta · Comentar · hace aproximadamente 11 meses
A Diario gratuito ADN Bucaramanga le gusta esto.
 Escribe un comentario...  
-  **Luis Eduardo Acero Pereira** — 5★ Gracias ADN
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 7 meses
-  **Luchito Gutierrez** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 semanas
-  **Luis F. Sanabria** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente un mes
-  **Carlos Alberto Mejia Uribe** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 meses
-  **Alfredo Salgado Vargas** — 5★
Me gusta · Comentar · hace aproximadamente 2 meses

Anexo 13. Presentación de Resultados (CD)

Anexo 14. Video Socialización (CD)