

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>1(51)</b>	

## RESUMEN - TESIS DE GRADO

<b>AUTORES</b>	<b>CIRO ALEJANDRO MENESES MENESES</b>
<b>FACULTAD</b>	<b>DE EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES</b>
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>
<b>DIRECTOR</b>	<b>NAHUN SÁNCHEZ CASTILLA</b>
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	<b>DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL PARA EL POSICIONAMIENTO DIGITAL DEL PERIÓDICO 15</b>
<b>RESUMEN</b> <b>(70 palabras aproximadamente)</b>	
<p>EL TRABAJO REALIZADO EN MODALIDAD DE PASANTÍA SE CUMPLIÓ EN EL PERIÓDICO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA, ‘PERIÓDICO 15’ MEDIO ESCRITO E IMPRESO QUE CUENTA CON GRAN POPULARIDAD EN LA REGIÓN DE SANTANDER PERO QUE NO TENÍA LA MISMA REPRESENTACIÓN EN INTERNET, RAZÓN POR LA CUAL SE NECESITABA UNA PLAN ESTRATÉGICO QUE PERMITIRÁ POSICIONAR AL PERIÓDICO COMO UN MEDIO COMUNICATIVO DE GRAN IMPORTANCIA MEDIANTE SU PÁGINA WEB Y ASÍ MISMO DARLE SOPORTE Y CONTENIDOS MULTIMEDIA EN REDES SOCIALES</p>	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>	
<b>PÁGINAS: 51</b>	<b>PLANOS:</b>
<b>ILUSTRACIONES: 9</b>	<b>CD-ROM: 1</b>



DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL PARA  
EL POSICIONAMIENTO DIGITAL DEL PERIÓDICO 15

AUTOR

CIRO ALEJANDRO MENESES MENESES

Trabajo de grado modalidad de Pasantías presentado como requisito para optar el título de  
Comunicador Social

Director

NAHUN SÁNCHEZ CASTILLA

Periodista

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTE Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Abril de 2017

## DEDICATORIA

*Para quien responde al sonido de dos consonantes y dos vocales, intercaladas entre ellas que me justifican:*

*Estas palabras enmarcadas por márgenes y reglas que nadie leerá son simplemente excusas para recordarte lo que realmente importa; la vida que nos dio el tiempo. Todas las experiencias que nunca serán reflejadas en un papel que solo sirve para llenar formatos de un sistema inoperante, aunque este es mi trabajo en contenido y procesos, es tuyo su finalidad... la superación de tus miedos, las horas de trabajo, los helados y las emociones al ver One Piece.  
¡No te rindas nunca!*

***Luffy: ¡Dilo! ¡Quiero oírlo de tu propia boca!***

***Robin: ¡Quiero vivir!***

## Índice

<b>Capítulo 1. Desarrollo de un plan estratégico comunicacional para el posicionamiento digital del periódico 15</b> .....	1
1.1 Descripción breve de la empresa.....	1
1.1.1 Misión .....	2
1.1.2 Visión.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa. ....	2
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional .....	3
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. ....	4
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	5
1.2.1 Planteamiento del problema .....	5
1.3 Objetivos de la pasantía .....	6
1.3.1 General.....	6
1.3.2 Específicos .....	6
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.....	6
<b>Capítulo 2. Enfoques referenciales</b> .....	7
2.1 Enfoque conceptual .....	7
2.2. Enfoque legal .....	9
<b>Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo</b> .....	11
3.1. Presentación de resultados .....	11
<b>Capítulo 4. Diagnóstico final</b> .....	19
<b>Capítulo 5. Conclusiones</b> .....	20
<b>Capítulo 6.Recomendaciones</b> .....	22
<b>Referencias</b> .....	23
<b>Apéndices</b> .....	25

## Lista de Tablas

Tabla 1. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	5
Tabla 2. Descripción de las actividades a desarrollar .....	6

## Lista de figuras

Figura 1. Estructura orgánica interna .....	3
Figura 2. Implementación de Hashtag #15web en Facebook y Twitter .....	12
Figura 3. Cambio de interfaz de la página de inicio de <a href="http://www.periodico15.com">www.periodico15.com</a> .....	13
Figura 4. Interfaz de editor de <a href="http://www.periodico15.com">www.periodico15.com</a> .....	13
Figura 5. Diseños de portadas para el periódico .....	14
Figura 6. Imágenes de vídeos creados para la página web del periódico.....	15
Figura 7. Páginas del documento para subir una nota a la página del periódico. (Documento completo apéndice D).....	16
Figura 8. Estadísticas de los temas analizados y clasificados .....	17
Figura 9. Estadísticas de entregas mensuales a <a href="http://www.periodico15.com">www.periodico15.com</a> .....	18

## Lista de Apéndices

Apéndice A. Plan estratégico para el posicionamiento de <a href="http://www.periodico15.com">www.periodico15.com</a> .....	26
Apéndice B. Estadísticas generales recopiladas y organizadas de Google Analytics. Fecha: 28 noviembre de 2016.....	27
Apéndice C. Estadísticas generales de las entradas a <a href="http://www.periodico15.com">www.periodico15.com</a> desde un smarphone o dispositivo móvil. Fecha: 28 noviembre de 2016 .....	27
Apéndice D. Manual para editar y publicar notas en <a href="http://www.periodico15.com">www.periodico15.com</a> .....	28
Apéndice E. Manual para subir la versión del periódico en formato PDF en <a href="http://www.periodico15.com">www.periodico15.com</a> .....	37

## **Resumen**

El trabajo realizado en modalidad de pasantía se cumplió en el periódico de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, 'Periódico 15' medio escrito e impreso que cuenta con gran popularidad en la región de Santander pero que no tenía la misma representación en internet, razón por la cual se necesitaba una plan estratégico que permitirá posicionar al periódico como un medio comunicativo de gran importancia mediante su página Web y así mismo darle soporte y contenidos multimedia en redes sociales

## Introducción

La Universidad Autónoma de Bucaramanga es un referente en Bucaramanga y Santander como una institución de calidad superior, en su facultad de comunicación social cuentan con varios medios (Unab Radio, Soy autónomo Tv y periódico 15) que cumplen dos funciones, una de ellas es ser laboratorios de aprendizaje para los estudiantes y la otra es la de ser medios de comunicación de distinción regional, por tal razón el periódico 15 necesitaba poder enfocar sus contenidos en internet, ya que en esta época tecnología es imprescindible estar conectado con todo el planeta mediante una página Web o un perfil de una red social, y es allí donde radica la importancia de usar las herramientas tecnológicas para compartir información que existen en internet para posicionar al periódico como un medio cambiante y globalizado que se adapte a las necesidades de un mundo en constante movimiento.

Es importante recordar que en años anteriores, el periódico contaba con una plataforma en la Web pero en un formato de Blog. A inicios de 2016 se compra un dominio propio para el periódico el cual es [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com) convirtiéndose en la primera página Web en este nuevo ciclo, así mismo, las redes sociales administradas anteriormente sin ningún tipo de control o planeación pasaron a ser administradas por el jefe del periódico y el practicante del periódico para el semestre en curso que correspondió los meses de febrero a junio.

## **Capítulo 1. Desarrollo de un plan estratégico comunicacional para el posicionamiento digital del periódico 15**

### **1.1 Descripción breve de la empresa**

La Universidad Autónoma de Bucaramanga es una institución de carácter privado dedicada al servicio de la Educación Superior, tiene como propósito ayudar al crecimiento del ser humano basado en principios democráticos y liberales que guían su acción así mismo como a sus fundadores.

La universidad Autónoma de Bucaramanga posee una gran producción investigativa y gran variedad de actividades sociales que la convierten una institución de gran importancia para la sociedad.

La UNAB es la primera universidad de carácter privado del oriente colombiano en lograr la Acreditación Institucional de Alta Calidad, lo que sin duda la consolida como una institución universitaria de excelente calidad académica.

En 1992, el docente Guillermo León Aguilar Roldan y los estudiantes de Prensa y Taller de Periodismo Impreso iniciaron lo que hoy es el Periódico 15, que inicialmente fue un espacio para la formación como laboratorio para los estudiantes de periodismo, actualmente, es un medio periodístico de relevancia en Bucaramanga y su región, convirtiéndose en un pilar fundamental para la UNAB como referente en el periodismo y la comunicación social como carrera de gran acogimiento. (Periódico 15, 2016)

**1.1.1 Misión.** Formamos integralmente personas respetuosos de sí mismas y de los demás, con mentalidad global y emprendedora, capaces de ejercer autonomía en el análisis y solución de las necesidades de la sociedad, apoyados en investigación y procesos innovadores y comprometidos éticamente con el desarrollo sostenible. (Periódico 15, 2016)

**1.1.2 Visión.** En el 2018 seguiremos siendo la primera Universidad privada del nororiente Colombiano. La UNAB acreditada institucionalmente, será reconocida por mantener estándares de calidad y pertinencia nacional e internacional en todos los niveles y modalidades de su oferta educativa, innovación en sus procesos académicos, calidad de los productos de investigación, aseguramiento del conocimiento e impacto en las dinámicas del entorno regional y nacional.

Serán sus características distintivas, la formación integral con mentalidad global y emprendedora de estudiantes, la calidad de sus profesores, las competencias de sus colaboradores, los egresados vinculados a actividades productivas y en estrecha relación con la Institución, la articulación de la investigación con la docencia y la extensión, la incorporación de las TIC, la sostenibilidad financiera y el sentido de responsabilidad social. (Periódico 15, 2016)

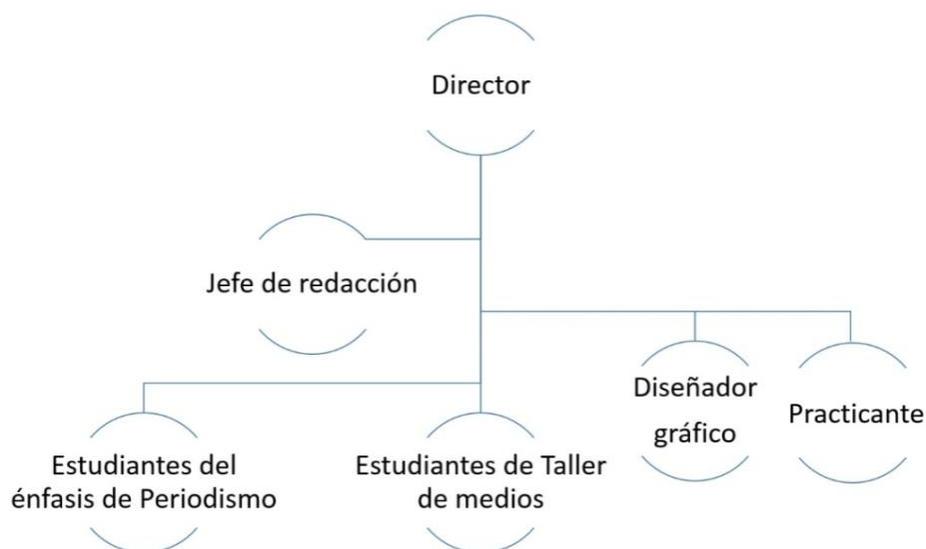
**1.1.3 Objetivos de la empresa.** Brindar un espacio de práctica a los estudiantes de Periodismo del programa de Comunicación Social de la UNAB, para el desarrollo de las competencias adquiridas durante el desarrollo de su formación.

Abrir un espacio para que el estudiante comprenda las dinámicas que demanda la profesión de Comunicador Social y Periodista en diversos contextos.

Fortalecer la redacción periodística (escrita y digital) para la producción de textos informativos, a partir de los distintos géneros periodísticos (noticia, reportaje, crónica, investigación e informes especiales).

Dar a conocer el compromiso que tiene la UNAB no solo en la formación de Comunicadores Sociales, sino la proyección social de la misma en la región y en el país. (Periódico 15, 2016)

**1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.** La estructura organizacional de 15 está definida en un sistema integral entre docentes y estudiantes, estableciendo parámetros para la creación de contenidos mediante un sistema de sesiones y consejos de redacción para preparar y posteriormente publicar el periódico quincenalmente.



**Figura 1. Estructura orgánica interna**

Fuente: Autor del trabajo, Xiomara Montañez, Directora Periódico 15, 2016

**1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.** El periódico 15 es el espacio que actualmente tienen los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Bucaramanga para hacer sus prácticas en periodismo escrito; En 1992 el docente Guillermo León Aguilar Roldán, junto con los estudiantes de los cursos Prensa (tercer semestre) y Taller de Periodismo Escrito (sexto semestre) comenzó a elaborar el periódico Zeta, que se producía con recursos de los integrantes del equipo de redacción y se publicaba semestralmente como fruto del trabajo de clase.

En 13 años, 15 ha publicado 307 ediciones (hasta diciembre de 2015) en las cuales han participado aproximadamente 450 estudiantes y ha obtenido 24 premios y reconocimientos, consolidándolo como espacio de práctica de periodismo en el programa de Comunicación Social de la Universidad Autónoma de Bucaramanga, 15 tiene una frecuencia quincenal, el montaje y las respectivas correcciones se realizan los miércoles de cada mes. (Periódico 15, 2016)

#### Equipo de trabajo

- Un (1) Director
- Un (1) Diseñador gráfico para el periódico impreso
- Un (1) Periodista bajo la modalidad de Pasantía
- Un (1) Jefe de redacción.

## 1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

**Tabla 1. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>Factores internos</b>	<b>F1</b> Años de reconocimiento institucional y regional en el medio.	<b>D1</b> Cada semestre hay cambio de integrantes en el periódico.
	<b>F2</b> Excelente orden y cronograma de trabajo	<b>D2</b> No existe un Community Manager delegado.
<b>Factores externos</b>	<b>F3</b> Personal competente	<b>D3</b> No hay gran disponibilidad de cámaras y grabadoras periodísticas
	<b>F4</b> Premios y galardones periodístico	
<b>OPORTUNIDADES</b>	Crear y publicar galerías de fotografías, videos y temas relacionados con la cultura del entretenimiento y los deportes. ( <b>F1 F2 F3 - O1</b> )	Administrar redes sociales del periódico diariamente con parámetros establecidos ( <b>D2-O1</b> )
<b>O1</b> Consolidar la página web como un medio digital de gran alcance		Apoyarse en los nuevos integrantes para poder crear fotografías, videos y grabaciones de audio que permitan darle mayor contenido a la página web ( <b>D2 D3 - O1 O2</b> )
<b>O2</b> Crear y mostrar más contenidos mediante la multimedia que permite la Web.		
<b>AMENAZAS</b>	Estipular formatos y lineamientos que permitan crear y publicar ordenadamente contenidos en la página web ( <b>F1 F3- A1</b> )	Mantener las redes sociales con contenidos constantes y enfocados a los temas con mayor interés en internet para poder llegar a un grupo mayor de personas en redes sociales ( <b>D2-A1</b> )
<b>A1</b> La competencia ya tiene página Web y un respectivo reconocimiento en redes sociales.		

Fuente. Pasante del proyecto

**1.2.1 Planteamiento del problema.** El periódico 15 tiene un gran posicionamiento como medio de comunicación impreso en Bucaramanga pero no cuenta con el mismo reconocimiento en la Web y redes sociales, razón por la que el número de lectores se limita a la cantidad de ejemplares que se distribuyen únicamente en esta ciudad, y contextualizando la era tecnológica en la que hoy está sumergida nuestra sociedad es imprescindible poder enlazar el contenido y alcance periodístico que posee 15 en su medio impreso y poder adaptarlo a un medio digital, que

aunque actualmente existe un dominio Web destinado para ese propósito, este no posee las características necesarias para convertirse en un potenciador que mejore el alcance a todas las personas del planeta que pueden ingresar a la Web.

### 1.3 Objetivos de la pasantía

**1.3.1 General.** Desarrollo de un plan estratégico de comunicación para el posicionamiento digital del periódico 15.

**1.3.2 Específicos.** Determinar las necesidades informativas y de ejecución de la plataforma digital del periódico 15.

Diseñar estrategias de posicionamiento digital de la página Web [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com)

Estipular mecanismos, formatos y medios necesarios para la consolidación del periódico 15 como medio de comunicación digital.

### 1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

**Tabla 2. Descripción de las actividades a desarrollar**

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Obj. Específicos
Desarrollo de un plan estratégico de comunicación para el posicionamiento digital del	Determinar las necesidades informativas y de ejecución de la plataforma digital del	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Especificar con la directora del periódico las necesidades que presenta la página Web <a href="http://www.periodico15.com">www.periodico15.com</a></li> <li>- Establecer los medios y las formas en las que se realizarán actividades y se compartirá</li> </ul>

Tabla 2. Continuación  
periódico 15.

<p>Periódico 15.</p> <p>Diseñar estrategias de posicionamiento digital</p>	<p>información del periódico en la Web.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mejorar la interfaz de la página Web usando las herramientas ofrecidas por Wordpress.</li> <li>- Administrar redes sociales y página Web diariamente, incluyendo tres publicaciones los fines de semana.</li> <li>- Proponer a la directora del periódico diseños para las portadas de las ediciones futuras del periódico así como contenidos de apoyo.</li> <li>- Crear videos e imágenes para promocionar y apoyar las publicaciones digitales del periódico 15.</li> </ul>
<p>Estipular los mecanismos, formatos, y medios necesarios para la consolidación del periódico 15 como medio de comunicación digital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear un documento que recopile punto por punto cuales deben ser los parámetros a seguir para poder subir una nota a la página de 15.</li> <li>- Establecer con la directora cuales son los mejores medios externos para la divulgación de artículos de la página Web en internet.</li> <li>- Clasificar las secciones del periódico para conocer cuáles son las más leídas y determinar cambios o mejoras en las menos leídas.</li> <li>- A fin de mes, compilar estadísticas de entradas a <a href="http://www.periodico15.com">www.periodico15.com</a> para mantener un control de gustos y variables de los lectores.</li> </ul>

Fuente. Pasante del proyecto

## Capítulo 2. Enfoques referenciales

### 2.1 Enfoque conceptual

**Plan estratégico.** Conjunto de análisis, decisiones y acciones que una organización lleva a cabo para crear y mantener ventajas comparativas sostenibles a lo largo del tiempo. (Ministerio de educación de España, 2007)

**Posicionamiento.** Es las posibilidades de modificar la percepción que los clientes tienen respecto a un producto, alterando la forma en cómo percibe los atributos del producto de forma que se ajusten al objetivo previsto. (Conde Pérez Ernesto Manuel , 2009)

**Prensa escrita.** Conjunto de publicaciones impresas que se diferencian en función de su periodicidad, que puede ser diaria (en cuyo caso suele llamarse diario), semanal (semanario), quincenal (quincenario), mensual (mensuario), o anual (anuario); o simplemente periódico.(Mendoza David, s.f.)

**Periódico.** Publicación de periodicidad constante (de ahí su nombre), generalmente Diaria, con el propósito fundamental de informar objetivamente a la ciudadanía de los acontecimientos más importantes sucedidos recientemente. (Bligoo, s.f.)

**Periodismo digital.** Especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos. (Salaverria Ramon., 2001)

**Página Web.** Documento o información electrónica capaz de contener texto, sonido, vídeo, programas, enlaces, imágenes, y muchas otras cosas, adaptada para la llamada World Wide Web (WWW) y que puede ser accedida mediante un navegador. Esta información se encuentra generalmente en formato HTML o XHTML. (Danny Florez., 2015)

**Redes sociales.** Estructura social compuesta por un conjunto de actores (tales como individuos u organizaciones) que están relacionados de acuerdo a algún criterio (relación profesional, amistad, parentesco, etc.). Normalmente se representan simbolizando los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión representable en una red social es una relación diádica o lazo interpersonal. (Sutori, s.f.)

## 2.2. Enfoque legal

**Constitución política de Colombia. Artículo 20 de 1991.** Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (Constitucion Colombia., 1991)

**Constitución política de Colombia. Artículo 61 de 1991** El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley. (Constitucion Colombia., 1991)

**Ley 23 ‘sobre derechos de autor’ artículo 1 de 1982.** Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. También protege esta ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de fonogramas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor. (El Congreso de Colombia., 1982)

**Ley 23 ‘sobre derechos de autor’ artículo 2 de 1982.** Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas, literarias y artísticas las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación, tales como: los libros, folletos y otros escritos (...)  
(El Congreso de Colombia., 1982)

**Registro SNIES – 54067.** Acreditación internacional otorgada por Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo - CLAEP De 12/10/12 - Por 6 años, Acreditación de Alta Calidad - Resolución 16725 por 4 años. (Mineducacion, 2016)

**Resolución 16725 del 20 de diciembre de 2012.** Por la cual se otorgó la alta calidad y excelencia académica del programa de Comunicación Social de la UNAB, destacadas y ratificadas por el Ministerio de Educación Nacional, al conceder la reacreditación por 4 años mediante la decisión de la cartera de Educación coincide con el otorgamiento de la reacreditación internacional por 6 años entregada recientemente en Sao Paulo, Brasil, por el Consejo Latinoamericano de Acreditación de la Educación en Periodismo, filial de la Sociedad Interamericana de Prensa, SIP. (Unab, 2013)

**Resolución 16725- PEI de 2012.** (Proyecto Educativo Institucional) sujeto a la evaluación y renovación permanente que se refiere la resolución ministerial a las actualizaciones permanentes del currículo a partir de consultas realizadas con actores del medio, el trabajo destacado del Observatorio Regional de Medios-ORMIC y la labor periodística de medios de

práctica como el Periódico 15, la Revista Nova, el Programa de T.V. Soy Autónomo y la Emisora Virtual UNAB Radio. (Unab, 2013)

### **Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo**

#### **3.1. Presentación de resultados**

**Especificar con la directora del periódico las necesidades que presenta la página Web [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com).** Se determinó mediante una reunión que la página necesitaba tener en su interfaz los artículos del periódico impreso en su respectiva forma digital, también se decidió crear contenidos diferentes a los periodísticos ya que al ser una página Web desde la cual se comparten notas en las redes sociales del periódico, era importante poder publicar temas sobre música, deporte, cine y tecnología para llegar a más público y poder crear un mayor tráfico en la página.

**Establecer los medios y las formas en las que se realizarán actividades y se compartirá información del periódico.** Se determinó usar Facebook y Twitter para compartir y publicar los contenidos de la página Web en este semestre en el cual la directora necesitaba el uso de la nueva página Web, así mismo se decidió crear un Hashtag para mantener en una sola línea temporal cada nota o contenido publicada en dichas redes sociales, el Hashtag es #15Web.



**Figura 2. Implementación de Hashtag #15web en Facebook y Twitter**

Fuente: Facebook y Twitter del Períodico 15.

**Mejorar la interfaz de la página Web usando las herramientas ofrecidas por Wordpress.** Se realizaron varias modificaciones al interfaz de inicio de la página, actualmente la página principal tiene más categorías visibles y opciones para visualizar videos directamente en el inicio, además se crearon enlaces directos a las secciones menos frecuentadas para que alternaran las notas populares de la portada y así poder dejar la opción al lector de poder ver en una misma página dos tipos de temas y así poder tener un equilibrio informativo al momento de entrar a la página.



Figura 3. Cambio de interfaz de la página de inicio de www.periodico15.com

Fuente: www.periodico15.com

Administrar redes sociales y página Web diariamente, incluyendo tres publicaciones los fines de semana. Ser redactor y administrador de la página Web usando la sesión de la directora del periódico 15, también administrar la cuenta de Facebook como 'Administrador' y en twitter manejando la cuenta y la clave de la cuenta @periódico15.

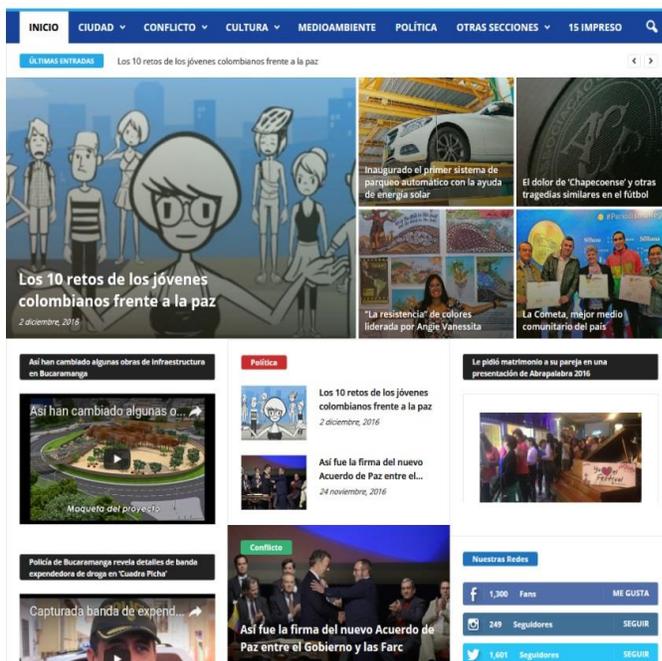


Figura 4. Interfaz de editor de www.periodico15.com

Fuente: www.periodico15.com

**Proponer a la directora del periódico diseños para las portadas de las ediciones futuras del periódico así como contenidos de apoyo. Se realizaron las portadas del periódico impreso en sus ediciones 321,322 y 323, además se le ayudo a los estudiantes pertenecientes al periódico con ideas y fotografías para sus portadas (cuando les era necesario realizar una).**



**Figura 5. Diseños de portadas para el periódico**  
 Fuente: Portadas del periódico impreso ediciones: 321- 322 – 323

**Crear videos e imágenes para promocionar y apoyar las publicaciones digitales del Periódico 15.** Se crearon varias imágenes de apoyo para las publicaciones relacionadas a temas universitarios o eventos deportivos y culturales, también se crearon diseños que ayudaron a promocionar la página Web del periódico.



**Figura 6. Imágenes de vídeos creados para la página web del periódico**  
Fuente: Facebook, Twitter y página web del Periódico 15.

**Crear un documento que recopile punto por punto cuales deben ser los parámetros a seguir para poder subir una nota a la página de 15.** Se creó un manual ilustrado con los respectivos pasos para la digitalización y Posterior publicación en la plataforma Wordpress la cual es la encargada de editar y crear contenidos para luego publicarse en la página Web.

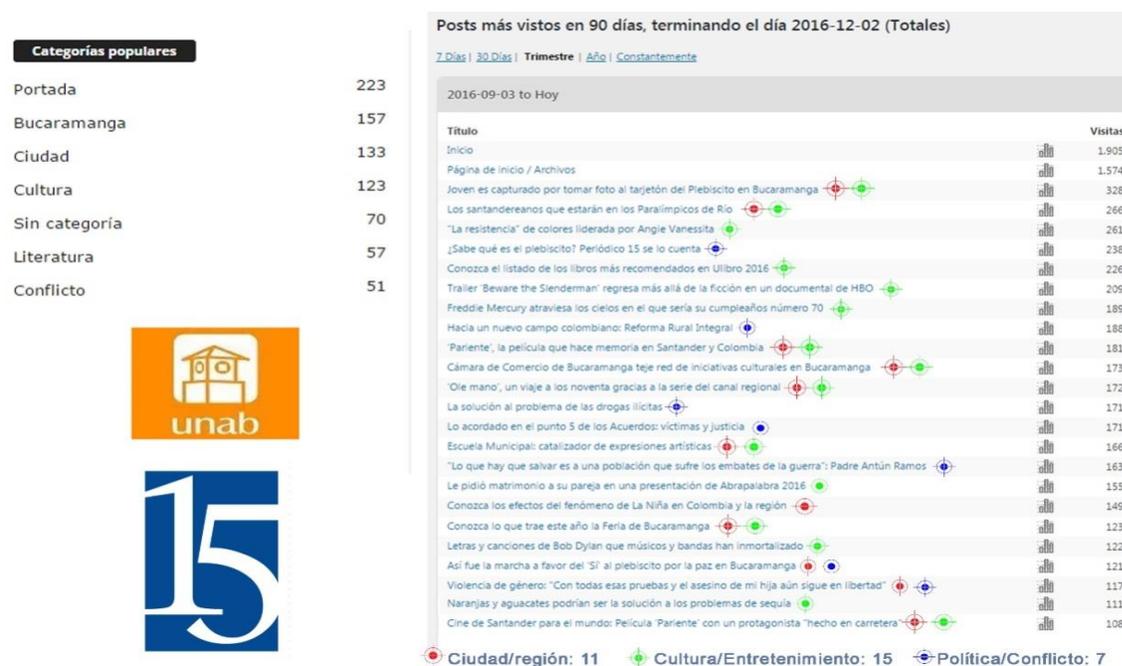


**Figura 7. Páginas del documento para subir una nota a la página del periódico. (Documento completo apéndice D)**

Fuente: Documento creado por el autor del trabajo.

**Establecer con la directora cuales son los mejores medios externos para la divulgación de artículos de la página Web en internet.** En una reunión con la directora, se determinó que cuando se realizarán eventos dentro o fuera de la Unab todos los miembros del periódico deberían ayudar a repartir e invitar a entrar a [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com)

**Clasificar las secciones del periódico para conocer cuáles son las más leídas y determinar cambios o mejoras en las menos leídas.** Se realizó una clasificación en la página Web por categorías, además se calificaron los temas por el número de entradas registradas por Wordpress, concluyendo que los temas relacionados con la ciudad, la cultura o entretenimiento son los más leídos y los temas políticos y de conflicto los menos frecuentados, por tal razón se decidió potencializar los temas de entrenamiento (música, cine, deportes) pero al mismo tiempo seguir compartiendo los temas menos leídos en la página Web ya que en la edición impresa son los más buscados.



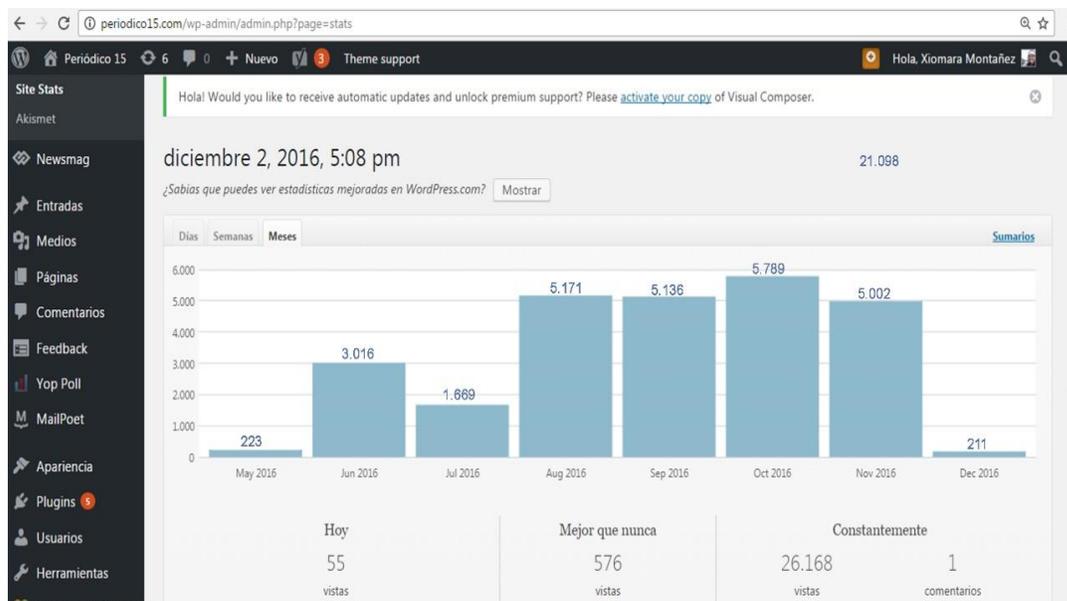
**Figura 8. Estadísticas de los temas analizados y clasificados**

Fuente: Estadísticas y recopilación de entradas por sección de Wordpress

**A fin de mes, compilar estadísticas de entradas a [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com) para mantener un control de gustos y variables de los lectores.** Al pasar los meses, se analizaron al fin de mes las entradas más frecuentadas, desde agosto a noviembre el alcance a la página Web fue aumentando gradualmente en entradas, tanto en Google Analytics como en la plataforma de Wordpress, se entendió que los temas relacionados al entretenimiento, la cultura y el deporte tenían mejor rendimiento por lo tanto se siguió publicando notas relacionadas con esos temas.

Se determinó que al publicar los temas anteriormente mencionados se lograba mantener un promedio de 2.744 entradas por mes, así mismo se podía crear un enlace o rebote a otras notas en la página Web. Se puede resaltar que desde el inicio de la estrategia de publicaciones de temas distintos al del periódico impreso, las entradas subieron exponencialmente en comparación a los

meses anteriores, y al finalizar la pasantía, las entradas se mantuvieron en un nivel similar al del inicio.



**Figura 9. Estadísticas de entregas mensuales a www.periodico15.com**

Fuente: Estadísticas de entradas por mes en Wordpress

## Capítulo 4. Diagnóstico final

La página Web cambió totalmente su rendimiento al que presentaba inicialmente incorporando nuevos contenidos y menús más dinámicos en la página de inicio. Actualmente cuenta con un gran número de entradas de diferentes contenidos, tanto periodísticos como de entretenimiento que se integraron a las publicaciones semanales de la página, también existe una nueva sección destinada a los contenidos que tengan fotografías, música, videos y animaciones, los cuales anteriormente no se direccionaban como un mismo elemento que permitiera al lector encontrarlos más fácilmente. #15Web es el Hashtag creado para redes sociales, característica que permite a cualquier usuario poder encontrar con mayor facilidad algún tema o contenido publicado por el periódico en redes sociales, especialmente en Facebook.

El constante movimiento de contenidos multimedia y publicaciones del periódico quedarán establecidas con el documento (apéndice D) que permitirá a los nuevos estudiantes del próximo semestre poder editar y publicar sus notas periodísticas o culturales en la página Web, además se dejó instrucciones en el manual (apéndice E) para la publicación de la versión impresa en formato PDF que permite al lector poder leer toda la edición impresa en un formato web desde un computador o celular con acceso a internet.

## Capítulo 5. Conclusiones

El objetivo principal de la pasantía se logró posicionar la página Web mediante el plan estratégico llevado a cabo. (apéndice A) [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com) pasó de ser una página Web prácticamente desconocida a consolidarse durante los cuatro meses de trabajo en un sitio Web con 11.424 sesiones activas, 8.811 usuarios que equivalen a un mayor número de personas representadas en los 8.000 ejemplares impresos del periódico que son repartidos cada quince días. Cada mes desde agosto a noviembre registraron un aumento considerable al compararse con los meses anteriores a estos, la red social Facebook se convirtió en el gancho para el posicionamiento de la página Web, durante agosto, las entradas directas a la página por medio de Facebook fueron de 1.223 (58%), un número mucho mayor a las 802(38%) entradas directas a [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com), en septiembre ya existían más entradas directas a la página pero no disminuyeron las de Facebook, razón por la cual esta red social se transformó en base para llegar a nuevos usuarios y mantener a los ya alcanzados, así mismo la incorporación de temas diferentes a los publicados por el periódico impreso se convirtieron en las entradas con mayores vistas en el compilado total de publicaciones del periódico, en los 4 meses evaluados se pudo concluir que los temas relacionados a la cultura, región, entretenimiento y deportes fueron los que lograron un mayor número de lectores que consecuentemente permitió consolidar a la página como un medio de visitas semanales frecuentes.

Las fotografías, videos y demás temas relacionados con el diseño de imágenes es muy importante para mantener la página activa, por tal razón la creación y la publicación de contenidos con esas características deben ser frecuentes.

La utilización de software de diseño como Adobe Photoshop, Adobe Illustrator y Corel Draw fue de gran ayuda para el trabajo, la experiencia y los trabajos diarios permitían consolidar un método de trabajo, que con el paso de los meses se fue transformando en un objetivo cumplido, ya que lo que se me pidió en la entrevista para poder entrar al Periódico 15 fue posicionar su página con una gran cantidad de lectores y el resultado final fue mayor al esperado, así como lo fue para la directora, razón por la cual me siento bien al poder realizar mi trabajo de forma eficaz y productiva, llevándome a ser un profesional más competente.

(Apéndice B, estadísticas generales).

## Capítulo 6. Recomendaciones

Usar Facebook como la red social primaria para publicar y compartir los contenidos de [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com), además de la publicación diaria de por lo menos tres notas, también crear notas relacionadas con el cine, música, cultura, deportes y tecnología, estos deben tener imágenes o videos para tener un mayor alcance en lectores.

La gran cantidad de nuevos lectores alcanzados en la página Web son en su mayoría personas que ingresan desde un Smartphone o sistema operativo móvil, resaltando que en los 4 meses evaluados fueron 8.811 usuarios, de esos 5.278 entraron a la página desde un celular o Tablet, por tal razón la recomendación está centrada en dos puntos, el primero es la creación de una aplicación para el sistema operativo Android, el cual representa el 72.59 % de las sesiones, así mismo es de gran importancia la adecuación de los contenidos para poder ser vistos y leídos en un dispositivo móvil recordando que son más limitados al momento de cargar y visualizar una página completa diseñada para un computador de escritorio o laptop. (Apéndice B, imagen 2, estadísticas generales de entradas a la página por Smartphone o dispositivos móviles). (Apéndice B y C, estadísticas dispositivos móviles).

## Referencias

Bligoo. (s.f.). *Periodico*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <http://welcometojungle.bligoo.com.co/que-es-un-periodico#.WP-1W9LhDIU>

Conde Pérez Ernesto Manuel . (junio de 2009). *El Posicionamiento y la diferenciación*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <http://ernestoconde.blogspot.com.co/2009/06/el-positoionamiento-y-la-diferenciacion.html>

Constitucion Colombia. (1991). *Artículo 20*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-20>

Danny Florez. (25 de agosto de 2015). *Una página web, página electrónica o cyber*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <https://prezi.com/xwx2gbhy5au0/una-pagina-web-pagina-electronica-o-cyber-pagina1-2-es-un/>

El Congreso de Colombia. (1982). *Ley 23 del 28/1/82*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/co/co012es.pdf>

Mendoza David. (s.f.). *Prensa escrita*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <https://sites.google.com/site/trabajoculturaycomunicacion/definiciones-de-prensa-escrita>

Mineducacion. (6 de febrero de 2016). *Sistema Nacional de Información de la Educación Superior*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-156293.html>

Ministerio de educación de España. (2007). *Media radio*. Recuperado el 8 de octubre de 2016, de [http://recursos.cnice.mec.es/media/accesible/radio\\_acc/bloque5/pag8.html](http://recursos.cnice.mec.es/media/accesible/radio_acc/bloque5/pag8.html)

Periódico 15. (2016). *www.periodico15.com*. Recuperado el 15 de Julio de 2016, de <http://periodico15.com/index.php/quienes-somos/>

Salaverria Ramon. (2001). *Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. Estudios sobre el mensaje periodístico*. Edita Universidad Complutense.

Sutori. (s.f.). *Red social*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <https://www.sutori.com/item/878402>

Unab. (19 de enero de 2013). *MEN RATIFICA ALTA CALIDAD A COMUNICACION SOCIAL UNAB*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <http://wserver.unab.edu.co/portal/page/portal/UNAB/Actualidad-UNAB/Desarrollo?codigonoticia=58&envia=FCAR>

Unab. (19 de enero de 2013). *Programas con Acreditación Internacional*. Recuperado el 5 de abril de 2017, de <http://wserver.unab.edu.co/portal/page/portal/UNAB/presentacion-institucional/gestion-de-la-calidad/acreditacion-de-programas>

# Apéndices

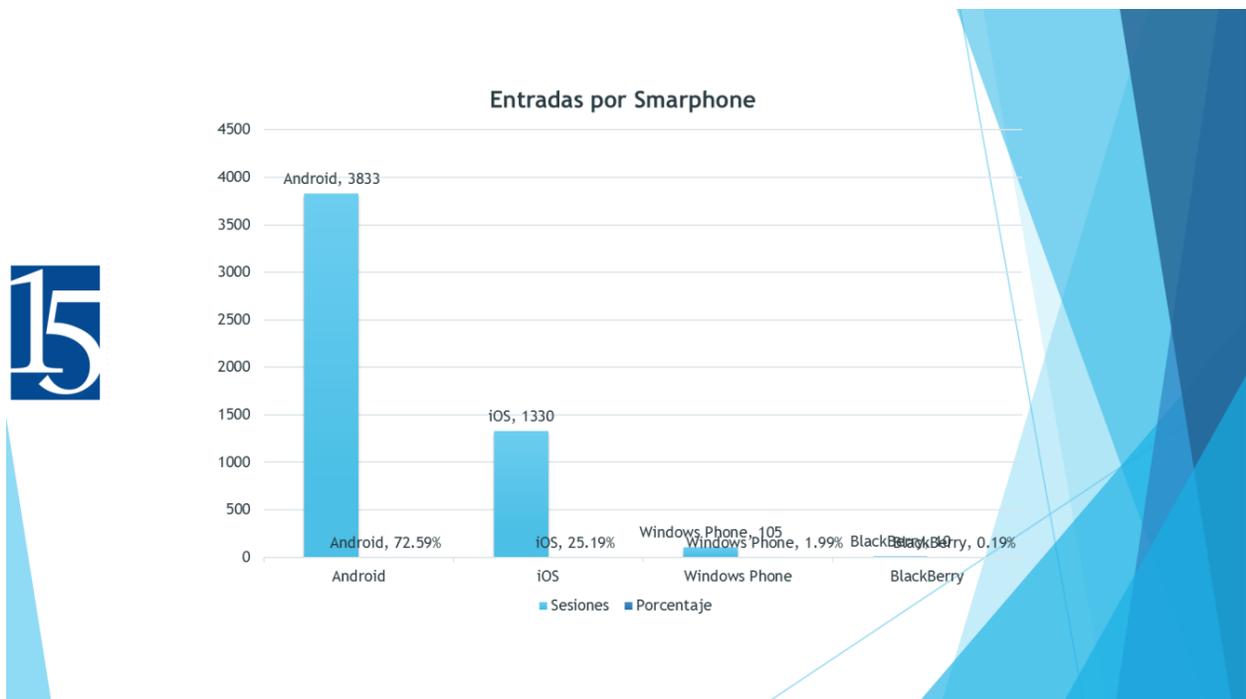
## Apéndice A. Plan estratégico para el posicionamiento de www.periodico15.com



**Apéndice B. Estadísticas generales recopiladas y organizadas de Google Analytics. Fecha: 28 noviembre de 2016**



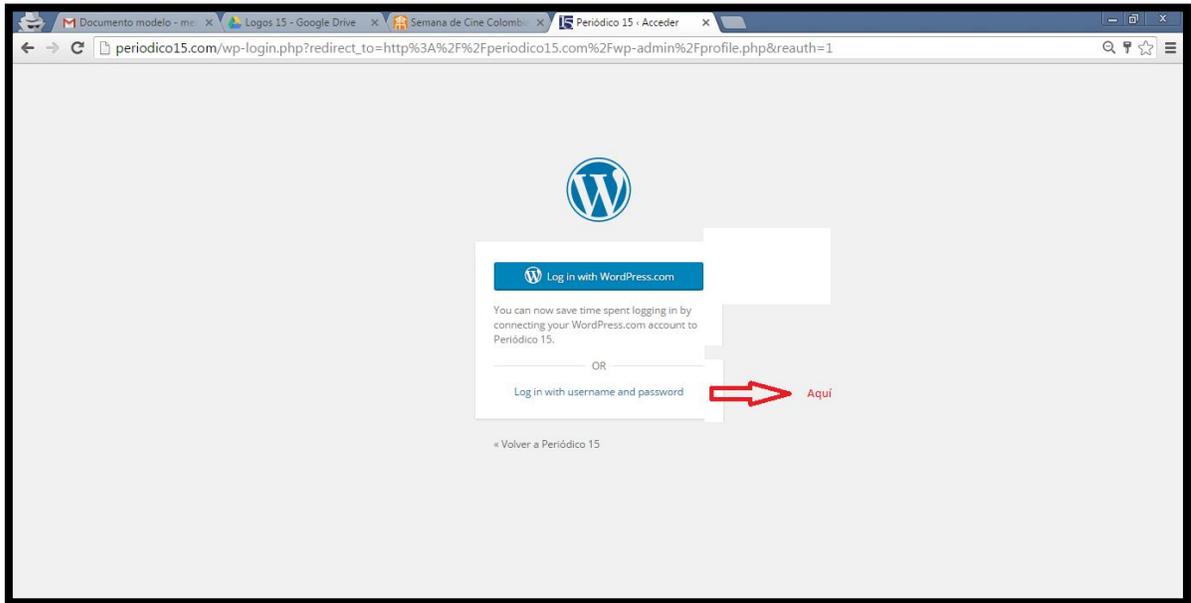
**Apéndice C. Estadísticas generales de las entradas a www.periodico15.com desde un smarphone o dispositivo móvil. Fecha: 28 noviembre de 2016**



## Apéndice D. Manual para editar y publicar notas en [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com)

Los pasos a seguir son los siguientes:

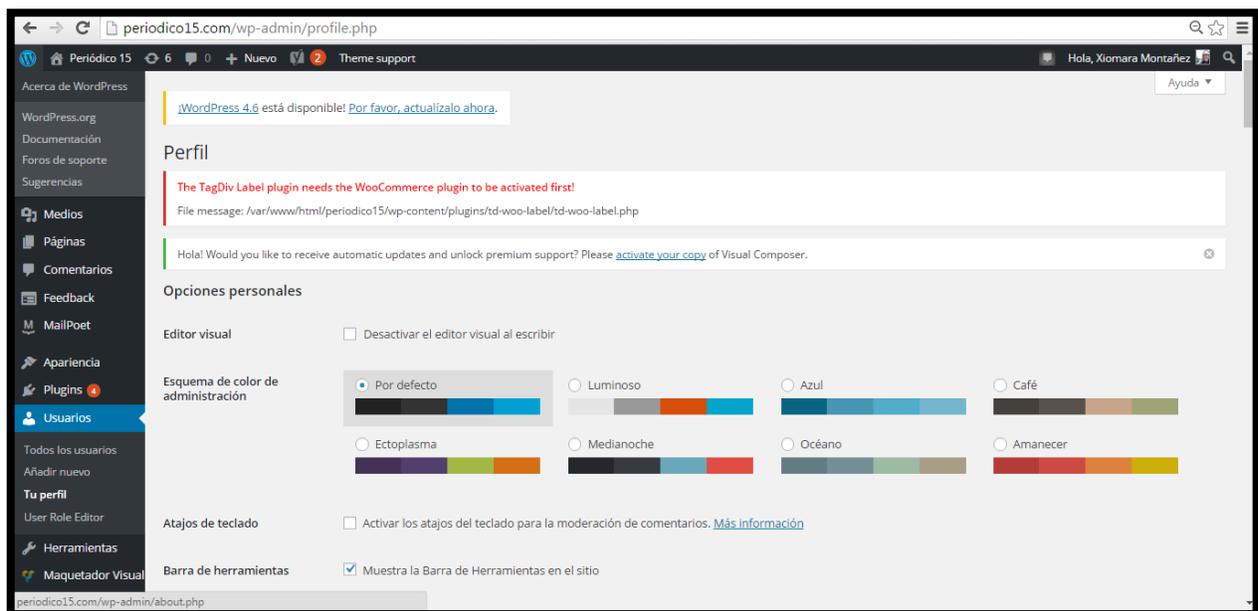
1. Ingresar a:  
<http://periodico15.com/wp-admin/profile.php>



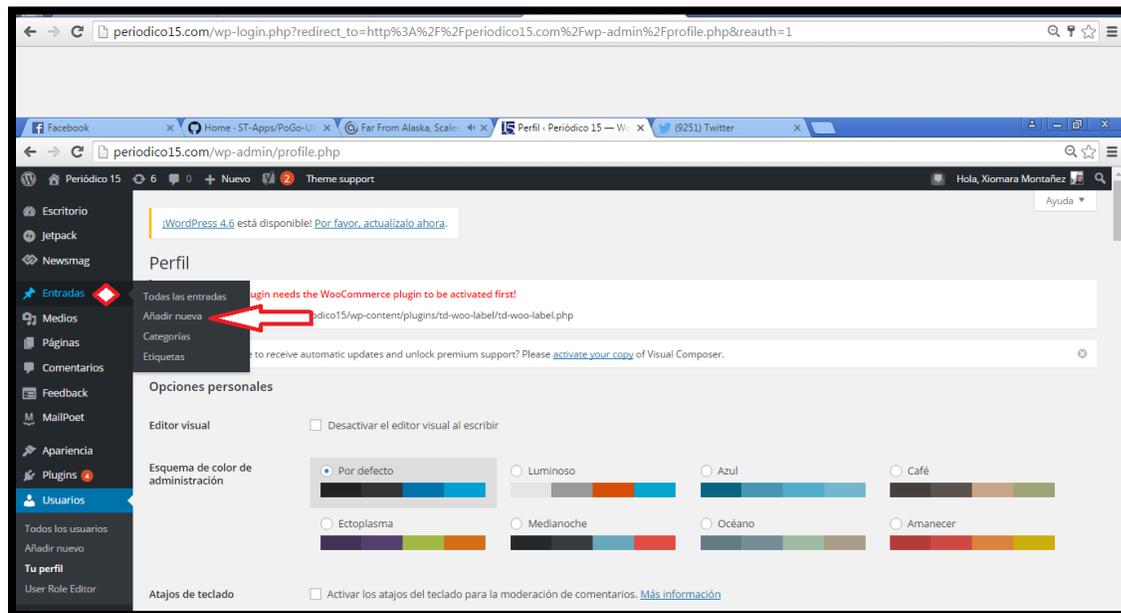
Usuario: `xmontanez`

Clave `XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX` (Modificado por privacidad)

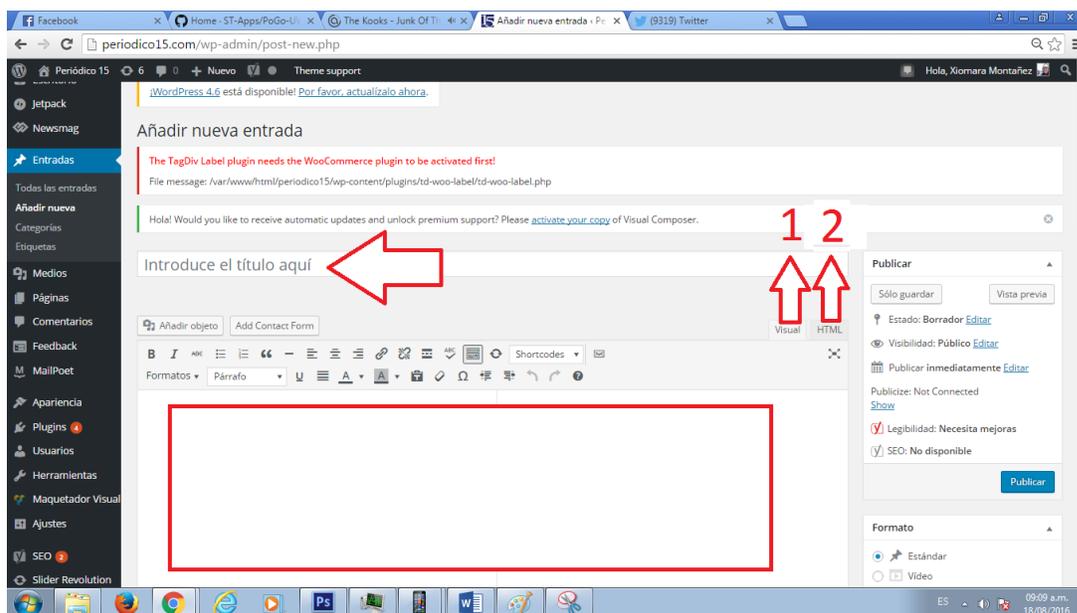
2. Al ingresar debe aparecer el menú de entrada:



3. Para subir una nota, se debe seleccionar la opción 'Entradas' y posteriormente la opción 'Añadir nueva'.



4. Debe aparecer de la siguiente forma el interfaz de la página, allí deben titular y copiar el contenido en el cuadro blanco (Rojo y blanco para explicar)



1. Visual: al estar activa en esa opción, permite usar herramientas de edición y es la forma en que se verá realmente el texto en la página Web.

-2. HTML: Se recomienda usar para pegar enlaces o documentos virtuales, así como para ver espacios entre líneas que algunas veces quedan mal puestos en la publicación final y así poder corregirlo más fácilmente.

The screenshot shows the WordPress editor interface. The main content area is in 'HTML' view, displaying the following text:
 

```

  Addict Rock
  Addict Alternative
  Addict Lounge
  Addict Rock
  Addict Star
  Addict by La Détente GénéraleChoose your station
  Robert Plant - Rainbow
  Rainbow
  By Robert Plant
  on Addict Rock
  
```

 A red box highlights the 'HTML' tab in the editor's top right and the 'Vista previa' button in the right-hand sidebar. The sidebar also shows the 'Publicar' section with buttons for 'Sólo guardar', 'Vista previa', 'Estado: Borrador', 'Visibilidad: Público', and 'Publicar inmediatamente'. Below that, there are options for 'Formato' (Estándar, Video) and 'Categorías'.

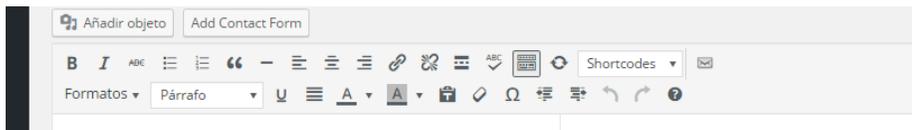
Así se vería la publicación en 'Vista previa'

The screenshot shows the website's preview view. The page layout includes:
 

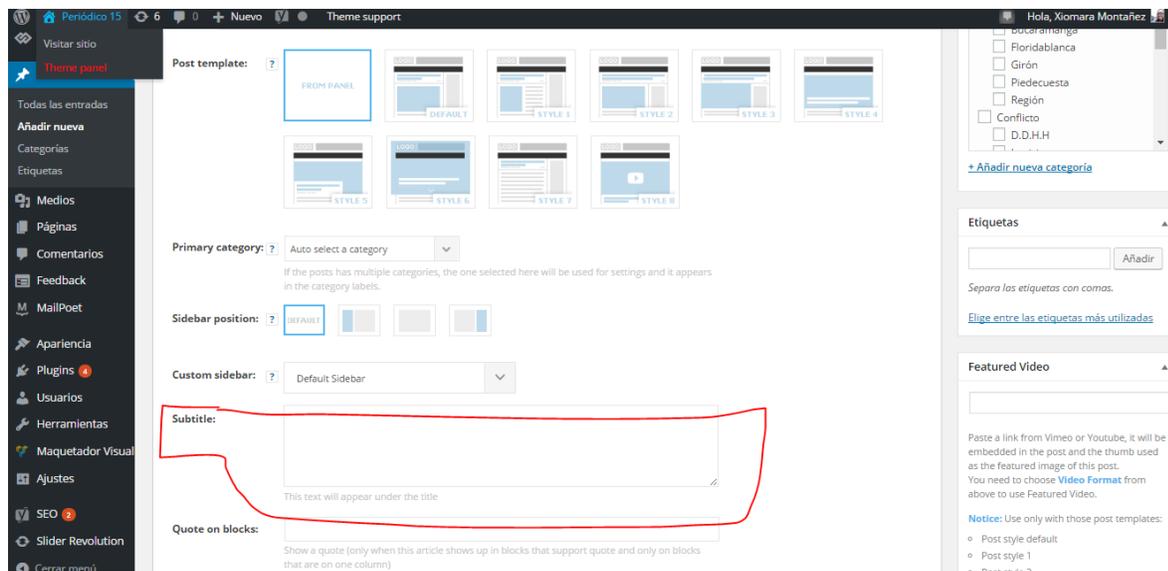
- Header: 'Periódico 15' logo and 'La ciudad vive' slogan.
- Navigation menu: INICIO, CIUDAD, CONFLICTO, CULTURA, MEDIO AMBIENTE, POLÍTICA, SECCIONES, EDICIÓN IMPRESA.
- Main content area: The article text from the previous screenshot, including 'Addict Rock', 'Addict Alternative', 'Addict Lounge', 'Addict Rock', 'Addict Star', 'Addict by La Détente GénéraleChoose your station', 'Robert Plant - Rainbow', 'Rainbow', and 'By Robert Plant on Addict Rock'.
- Sidebar: 'Redes Sociales' section with statistics for Facebook (1,142 Fans), Instagram (206 Seguidores), RSS (1,321 Seguidores), and Twitter (1,383 Seguidores).
- Footer: 'Universidad Autónoma de Bucaramanga' logo and 'SOY autónomo.tv' logo.

 The page is dated 'JUEVES, AGOSTO 18, 2016' and the author is 'XIOMARA MONTAÑEZ'.

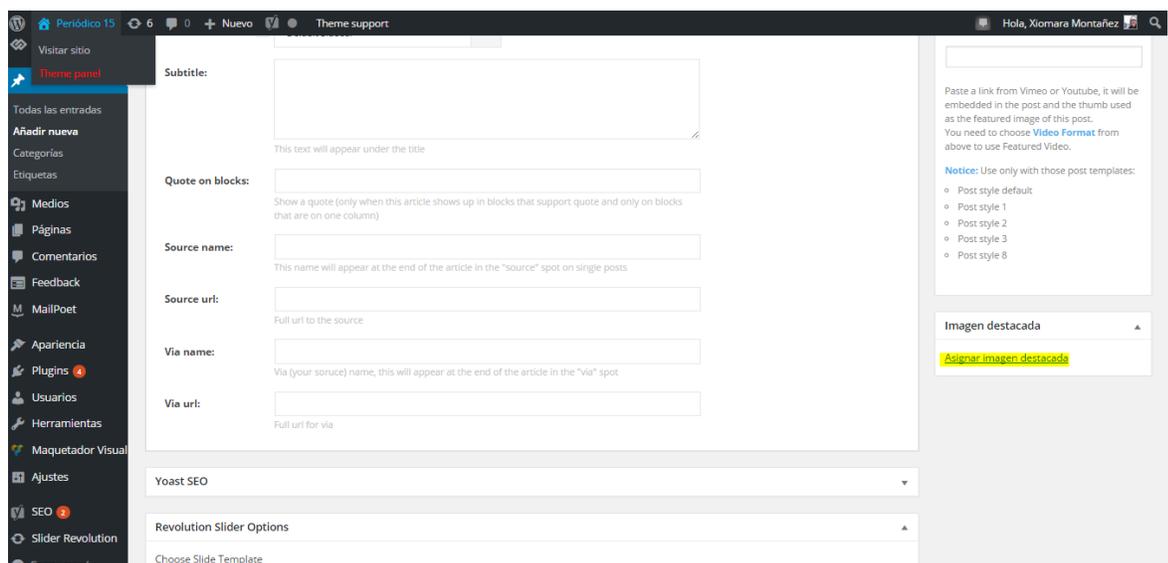
El formato de la letra y el tamaño está predefinido, las negrillas se deben colocar manualmente seleccionando la palabra y dando clic a la letra **B**.



4. Para agregar la “Entradilla” deben ingresar el texto en la siguiente entrada (Bajar un poco la página) ‘Subtitle’



5. Para agregar la imagen de portada seleccionar ‘Agregar imagen destacada’ ubicada en la parte derecha y debajo de la página.



Una vez abierto el cuadro de selección, se puede elegir una imagen de la biblioteca o subir una desde otra ubicación en ‘Subir archivos’:

The image displays two screenshots of a web interface for selecting a featured image. The top screenshot shows a grid of images from a multimedia library, with a search bar and filters. The bottom screenshot shows a 'Subir archivos' (Upload files) option, a drag-and-drop area, and a 'Selecciona archivos' (Select files) button. A file size limit of 200 MB is indicated.

**Imagen destacada** ✕

**Subir archivos** Biblioteca multimedia

Imágenes ▾ Todas las fechas ▾

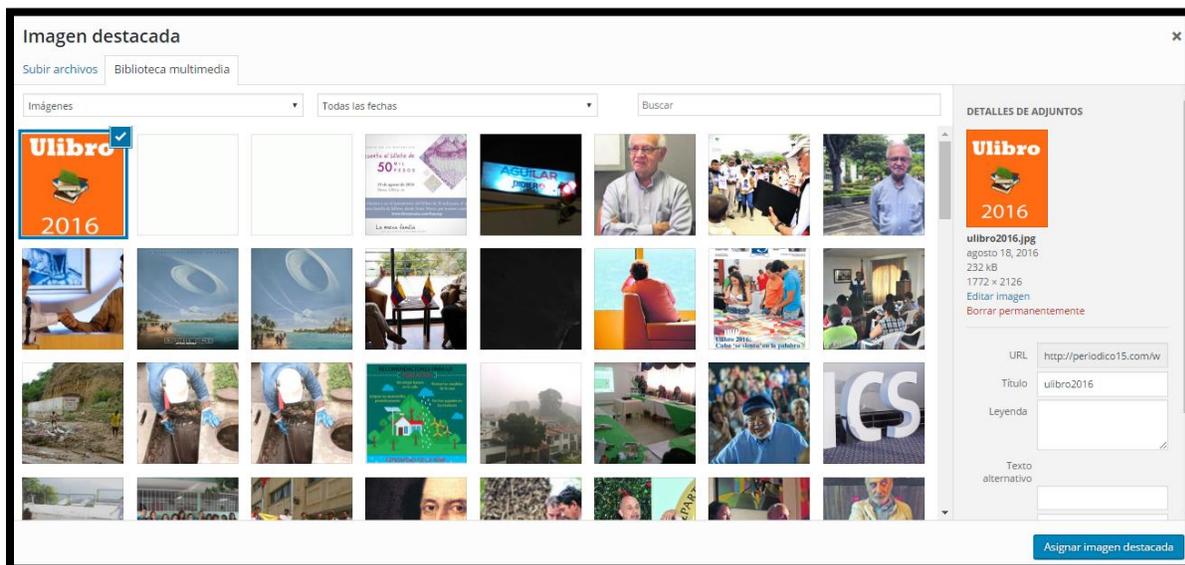
**Imagen destacada** ✕

**Subir archivos** Biblioteca multimedia

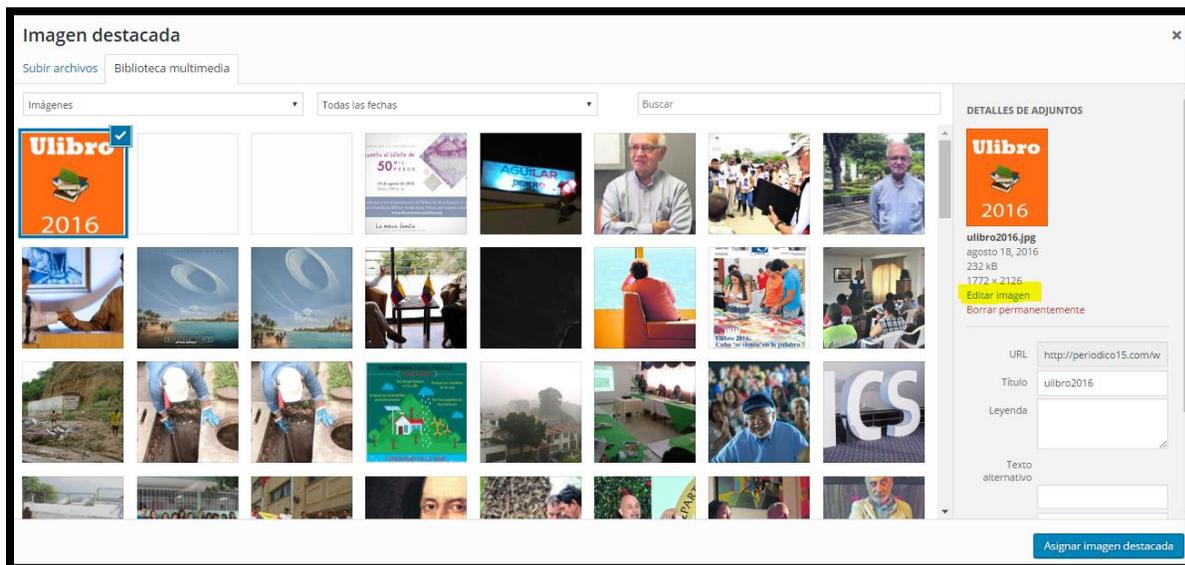
Arrastra archivos a cualquier lugar para subirlos

Tamaño máximo de archivo: 200 MB.

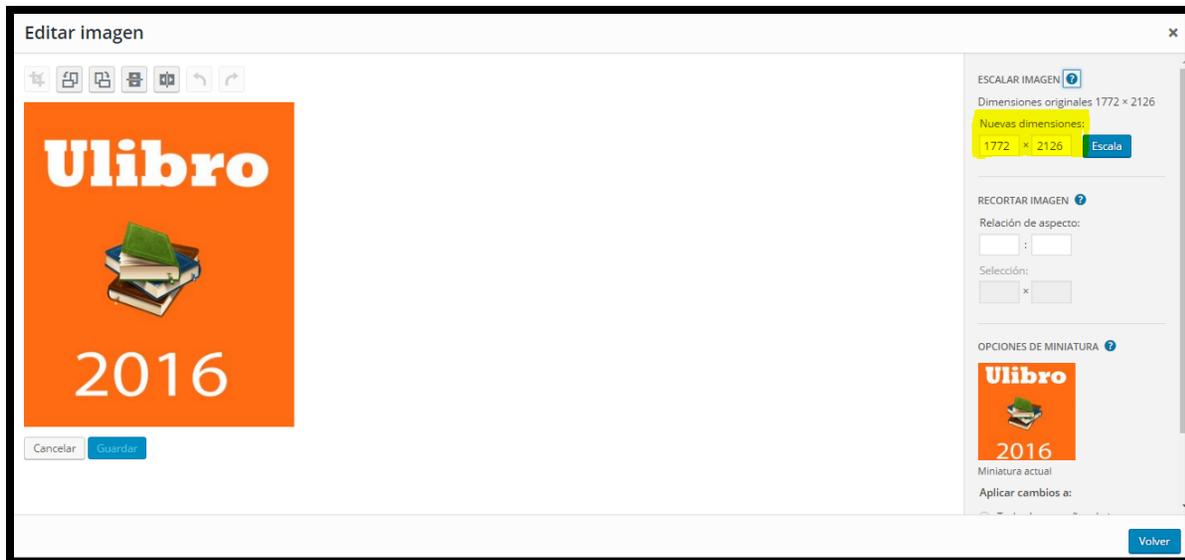
Luego de subir, debe aparecer de la siguiente forma:



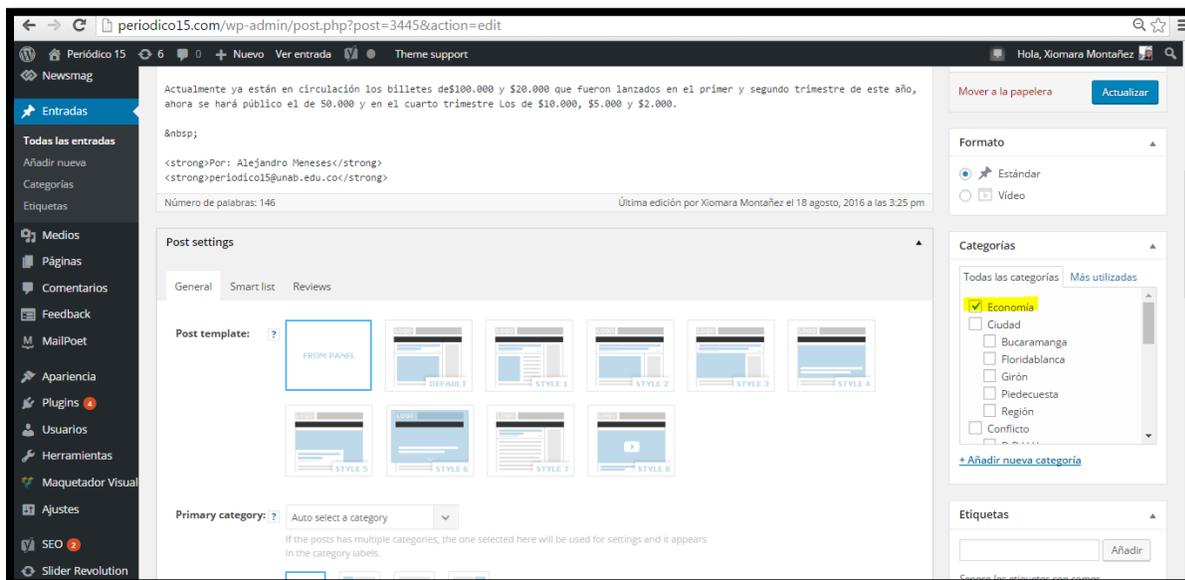
Se debe editar el tamaño de la imagen en 'Editar imagen'



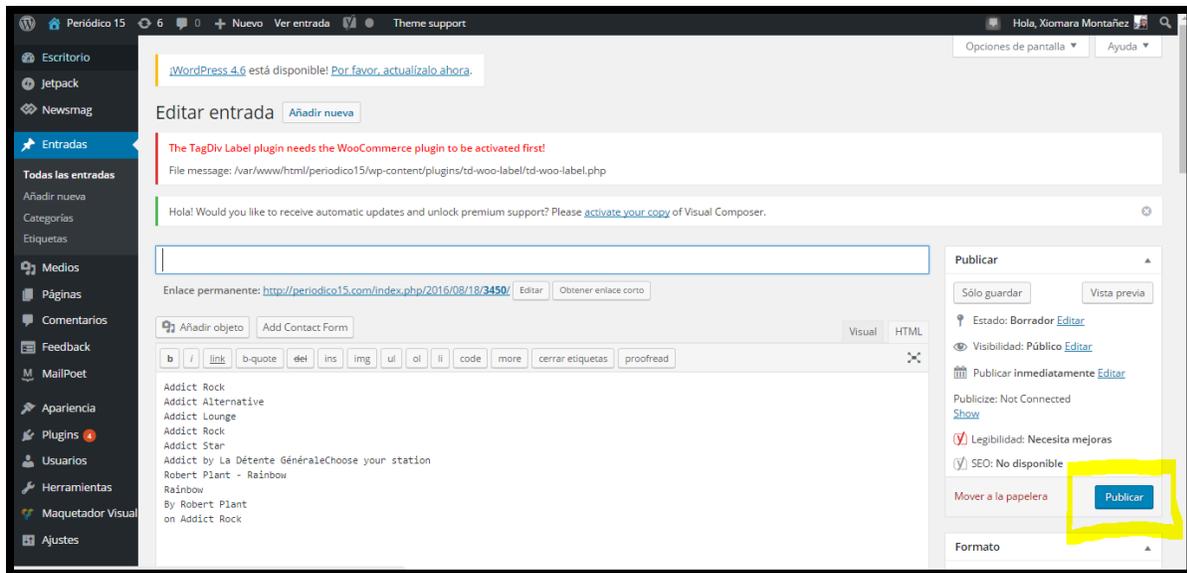
Se recomienda cambiar el tamaño de la imagen, en la parte subrayada se debe colocar en el primer espacio el número 600, automáticamente las dimensiones de la imagen se acoplan a ese tamaño, luego dar clic a 'Escala' y posteriormente en 'Volver' para guardar los cambios.



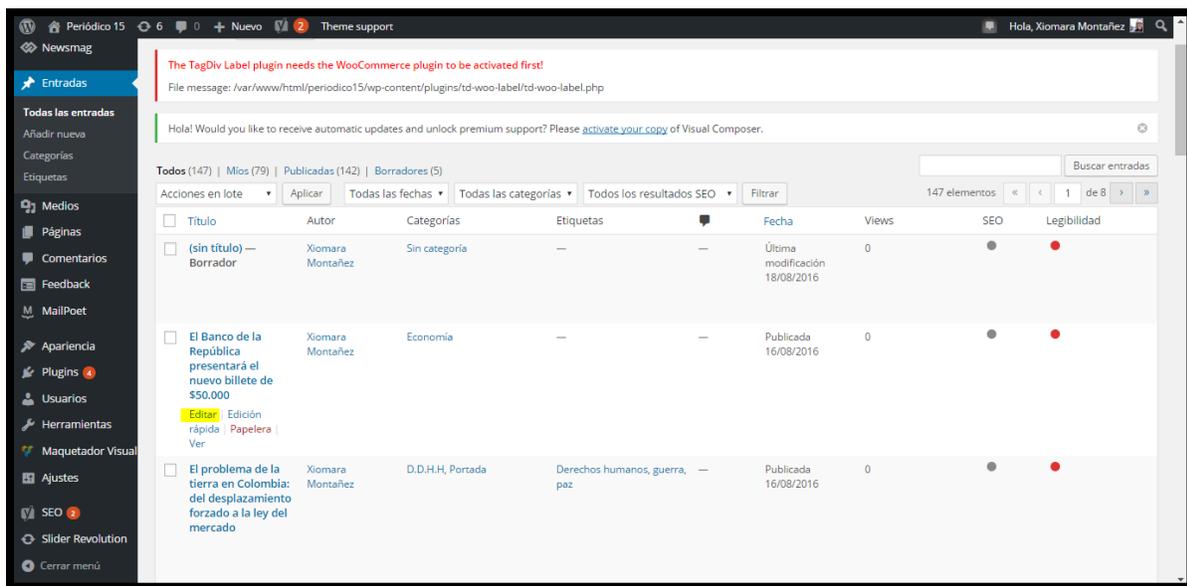
6. Para elegir la categoría a la que pertenece la nota seleccionar en el siguiente recuadro la sección a la que corresponde.



7. Luego de realizar todas las acciones anteriores, el documento se puede guardar en la opción 'Solo guardar' o hacerlo visible en la página con la opción 'Publicar' y la noticia aparecerá en [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com)



Se puede revisar como se ve y si es necesario realizar algún cambio o modificación ingresar en **TODAS LAS ENTRADAS** y luego en **EDITAR**



Se hace los respectivos cambios y se actualiza.

The screenshot shows the WordPress admin interface for editing a post. The top navigation bar includes the site name 'Periódico 15', a search icon, and a user profile 'Hola, Xiomara Montañez'. A notification banner at the top left states 'WordPress 4.6 está disponible! Por favor, actualízalo ahora.' The main content area is titled 'Editar entrada' and contains a red error message: 'The TagDiv Label plugin needs the WooCommerce plugin to be activated first!'. Below this is a message from Visual Composer: 'Hola! Would you like to receive automatic updates and unlock premium support? Please activate your copy of Visual Composer.' The post title is 'El Banco de la República presentará el nuevo billete de \$50.000'. The post content includes a paragraph about the new \$50,000 bill honoring Gabriel García Márquez, a paragraph about the launch event on August 19th, and a paragraph about the new family of banknotes. The right sidebar shows the 'Publicar' section with options for 'Estado: Publicada', 'Visibilidad: Público', and 'Revisiones: 3'. A yellow box highlights the 'Actualizar' button at the bottom of the sidebar.

WordPress 4.6 está disponible! Por favor, actualízalo ahora.

Hola, Xiomara Montañez

Opciones de pantalla Ayuda

Escritorio Jetpack Newsmag Entradas

Todas las entradas Añadir nueva Categorías Etiquetas Medios Páginas Comentarios Feedback MailPoet Apariencia Plugins 4 Usuarios Herramientas Maquetador Visual Ajustes

Editar entrada Añadir nueva

The TagDiv Label plugin needs the WooCommerce plugin to be activated first!

File message: /var/www/html/periodico15/wp-content/plugins/td-woo-label/td-woo-label.php

Hola! Would you like to receive automatic updates and unlock premium support? Please [activate your copy](#) of Visual Composer.

El Banco de la República presentará el nuevo billete de \$50.000

Enlace permanente: <http://periodico15.com/index.php/2016/08/16/banco-la-republi...e-billete-50-000/> Editar Obtener enlace corto

Añadir objeto Add Contact Form Visual HTML

**b** / **link** **b-quote** **del** **ins** **img** **ul** **ol** **li** **code** **more** cerrar etiquetas proofread

El nuevo billete de \$50 000, rinde homenaje al nobel de literatura, Gabriel García Márquez, quien está plasmado en el anverso de dicho billete, y en el reverso dando cumplimiento a la Ley 1741 de 2014 se podrá ver una imagen de la Ciudad Perdida, núcleo de la cultura Tayrona en la Sierra Nevada de Santa Marta.

El lanzamiento se realizará el 19 de agosto a las 2:00 p.m en la ciudad de Santa Marta, pero cualquier persona podrá seguir el lanzamiento vía streaming ingresando al siguiente enlace: [www.livestream.com/banrep](http://www.livestream.com/banrep)

En este año, el Banco de la República ha puesto y pondrá en circulación una nueva familia de billetes compuesta por seis denominaciones: \$2.000, \$5.000, \$10.000, \$20.000, \$50.000 y \$100.000.

Actualmente ya están en circulación los billetes de \$100.000 y \$20.000 que fueron lanzados en el primer y segundo trimestre de este año, ahora se hará público el de \$50.000 y en el cuarto trimestre Los de \$10.000, \$5.000 y \$2.000.

Publicar

Vista previa de los cambios

Estado: Publicada [Editar](#)

Visibilidad: Público [Editar](#)

Revisiones: 3 [Explora](#)

Publicada el: 16 Ago de 2016 @ 20:06 [Editar](#)

Publicize: Not Connected [Show](#)

Legibilidad: Necesita mejoras

SEO: No disponible

Mover a la papelera [Actualizar](#)

**Apéndice E. Manual para subir la versión del periódico en formato PDF  
en [www.periodico15.com](http://www.periodico15.com)**



**Publicar la edición digitalizada  
del periódico en [www.periodico.com](http://www.periodico.com)**



https://drive.google.com/drive/folders/0B-EGR6seLLZTXXfMxXg1b0RibWM

15\_326\_Prensa.pdf

Abrir con

Compartir

Destacar

Cambiar nombre...

Detalles

Abrir en una ventana nueva

Informar de uso inadecuado

Conflicto Armado 8 y 9

Periodico 15 hace un recorrido histórico por cuatro periodos que han marcado los diálogos de paz entre el Gobierno y el Eln. Además, muestra la conformación del nuevo equipo negociador y la agenda de seis puntos que se esperan negociar.

15

La ciudad vive

Cultura 12 y 13

Entrevista con Fabio Mejía Clavijo, compositor e integrante de la agrupación local Kusalambó, nominada al Grammy Latino 2016 junto a otros artistas nacionales como Fonseca, Martín Elías y José Gaviria.

Una producción de Iván Gaona y Diana Pérez  
**'Pariente', la película que hace memoria en Santander y Colombia**

Página 1 de 16

