

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE  
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**Trabajo de graduación presentado por:**

**Marylin Corina Colop Tay**

**201041222**

**Previo a optar al título de:**

**Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**MAZATENANGO, SUCHITEPÉQUEZ, NOVIEMBRE 2018**

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE  
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
TRABAJO DE GRADUACIÓN**



**Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco, Quetzaltenango, Quetzaltenango.**

**Por:**

**MARYLIN CORINA COLOP TAY**

**mc.periodismo.9@gmail.com**

**201041222**

**Revisor:**

**Licenciado Juan Pablo Ángeles Lam**

**Previo a optar el título de:**

**LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**MAZATENANGO, SUCHITEPÉQUEZ, NOVIEMBRE 2018**

**AUTORIDADES UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DE SUROCCIDENTE**

**Ing. Murphy Olimpo Paiz Recinos**

**Rector**

**Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo**

**Secretario General**

**MIEMBROS DEL CONSEJO DIRECTIVO DEL CENTRO UNIVERSITARIO DE  
SUROCCIDENTE**

**Dr. Guillermo Vinicio Tello Cano**

**Director**

**REPRESENTANTES DE PROFESORES**

**MSc. José Norberto Thomas Villatoro**

**Secretario**

**Dra. Mirna Nineth Hernández Palma**

**Vocal**

**REPRESENTANTE GRADUADO DEL CUNSUROC**

**Lic. Ángel Estuardo López Mejía**

**Vocal**

**REPRESENTANTES ESTUDIANTILES**

**TPA. Angélica Magaly Domínguez Curiel**

**Vocal**

**PEM y TAE. Rony Roderico Alonzo Solís**

**Vocal**

## **Coordinación Académica**

MSc. Bernardino Alfonso Hernández Escobar  
Coordinador Académico

MSc. Álvaro Estuardo Gutiérrez Gamboa  
Coordinador Carrera Licenciatura en Administración de Empresas

Lic. Edin Anibal Ortiz Lara  
Coordinador Carrera de Licenciatura en Trabajo Social

Lic. Mauricio Cajas Loarca  
Coordinador de las Carreras de Pedagogía

MSc. Edgar Roberto del Cid Chacón  
Coordinador Carrera Ingeniería en Alimentos

Ing. Agr. Edgar Guillermo Ruiz Recinos  
Coordinador Carrera Ingeniería Agronomía Tropical

MSc. Karen Rebeca Pérez Cifuentes  
Coordinadora Carrera Ingeniería en Gestión Ambiental Local

Lic. Sergio Rodrigo Almengor Posadas  
Coordinador Carrera de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales  
Abogacía y Notariado

Lic. José Felipe Martínez Domínguez  
Coordinador de Área

## **CARRERAS PLAN FIN DE SEMANA**

MSc. Tania Elvira Marroquín Vásquez  
Coordinadora de las carreras de Pedagogía

Lic. Heinrich Herman León  
Coordinador Carrera Periodista Profesional y  
Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

## DEDICATORIA

### **A Dios**

*Que me ilumina con la luz de su conocimiento, me ha dado la oportunidad de llegar a donde estoy, ha tomado mi mano ante cada obstáculo y me ha permitido servirle.*

### **A mi madre**

*Marina Consuelo Tay Chojolán, por su incondicional apoyo e impulso para el cumplimiento de mis metas, el principal pilar de mi vida y quien me ha enseñado a buscar la excelencia, a ser fuerte y no desmayar frente a los obstáculos con que la vida nos desafía día a día.*

### **A mis hermanos**

*Marlon y William, quienes han sido testigos y apoyo incondicional en el desarrollo de mi carrera.*

### **A la comunidad Bahá'í**

*Por su apoyo y guía durante el desarrollo de mi carrera y de mi vida.*

*“El conocimiento equivale a alas para la vida del hombre y a una escalera para su ascenso. Su adquisición incumbe a todos”.*

*Bahá'u'lláh*

## **AGRADECIMIENTOS**

### **A Dios**

*Por darme la oportunidad de vivir un sueño y hacerlo una realidad, por sus confirmaciones en el camino para alcanzar esta meta.*

### **A mi madre y a mis hermanos**

*Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, por ser mi fuente de inspiración y motivación por alcanzar la excelencia.*

### **A la USAC y al CUNSUROC**

*Por abrir sus puertas a los guatemaltecos para profesionalizarse y por permitirme el privilegio de ser egresada de tan prestigiosa universidad.*

### **A Lic. Heinrich Herman León**

*Por su guía como coordinador de la carrera durante el proceso de graduación.*

### **Al Lic. Juan Pablo Ángeles**

*Por su asesoría, guía y paciencia durante en el desarrollo de este proyecto.*

### **A los docentes,**

*Por compartirme sus conocimientos y por creer en mi capacidad.*

### **A mis amigas**

*Josellinne Gómez y Yancy Gramajo, por los años juntas, las alegrías, los apuros, las tristezas y los triunfos que vivimos juntas.*

### **Al MSc. César Pérez**

*Por su apoyo durante el proceso del Ejercicio Profesional Supervisado realizado en tan prestigioso medio de comunicación, el periódico El Quetzalteco.*

## Índice General

Introducción .....	5
1. Diagnóstico .....	7
1.1. Objetivos .....	7
1.1.1. Objetivo general .....	7
1.1.2. Objetivos específicos .....	7
1.2. Metodología.....	7
2. Informe.....	14
2.1. Objetivos .....	14
2.1.1. General .....	14
2.1.2. Específicos .....	15
2.3. Informe de las estrategias comunicacionales más relevantes.....	16
2.3.1. Definición del problema .....	18
2.3.2. Justificación.....	19
2.3.3 Objetivos específicos .....	21
2.3.4 Materiales y métodos .....	21
2.3.5 Presentación y discusión de resultados .....	24
3. Conclusiones .....	27
4. Recomendaciones .....	28
5. Referencias.....	29
Anexos .....	30
Anexo A_ Organigrama de la unidad de práctica .....	31
Anexo B_ Esquema entrevista a profundidad .....	32
Anexo C_ Modelo de encuestas .....	33
Anexo D_ Análisis estadístico .....	35
Anexo E_ Cronograma de creación y ejecución de estrategia.....	43
Anexo F_ Fotografías.....	45
Anexo G_ Modelo de planificación Redes Sociales .....	49
Anexo H_ Modelo de planificación, página Web .....	51
Anexo I_ Modelo post para redes sociales.....	52

Anexo J_Perfil en Facebook .....	53
Anexo K_Perfil en Twitter e identificación cuentas.....	54
Anexo L_Material audiovisual .....	55



## Índice de Gráficas

Gráfica 1.....	35
Gráfica 2.....	35
Gráfica 3.....	36
Gráfica 4.....	36
Gráfica 5.....	37
Gráfica 6.....	37
Gráfica 7.....	38
Gráfica 8.....	38
Gráfica 9.....	39
Gráfica 10.....	39
Gráfica 11.....	40
Gráfica 12.....	40
Gráfica 13.....	41
Gráfica 14.....	41
Gráfica 15.....	42
Gráfica 16.....	42

## Índice figuras

Figura 1 .....	31
Figura 2 .....	45
Figura 3 .....	45
Figura 4 .....	46
Figura 5 .....	46
Figura 6 .....	47
Figura 7 .....	48
Figura 8 .....	48
Figura 9 .....	52
Figura 10 .....	52
Figura 11 .....	53
Figura 12 .....	53
Figura 13 .....	54
Figura 14 .....	54
Figura 15 .....	55
Figura 16 .....	55
Figura 17 .....	56
Figura 18 .....	56
Figura 19 .....	57

## Introducción

Mediante este documento se presenta el trabajo de graduación realizado por Marylin Corina Colop Tay, previo a obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación. El contenido del documento se obtiene del trabajo realizado durante el Ejercicio Profesional Supervisado –EPS-, con una duración de 800 horas, en la unidad de práctica del periódico El Quetzalteco.

En la actualidad, el acceso a internet está formando un nuevo modelo de comunicación que involucra principalmente las redes sociales y las plataformas web, la audiencia ha pasado de ser un mero receptor de información a participar activamente en los medios de comunicación, obligando a los medios tradicionales como la prensa escrita a fortalecer estas plataformas para mantenerse a la vanguardia de las exigencias de sus lectores. Por esta razón, se hizo necesaria la intervención del –EPS- en el periódico El Quetzalteco, para la implementación de una estrategia de comunicación que tiene como eje transversal el fortalecimiento de dos plataformas digitales, es decir las redes sociales y la página web del periódico El Quetzalteco.

Luego de realizar el respectivo diagnóstico, se detectaron varios problemas, las redes sociales y la página web requieren de fortalecimiento en el tema de gestión y manejo, además no se presta atención al tema de interacción entre el medio de comunicación y sus usuarios en ambas plataformas digitales y el personal no se encuentra capacitado en este tema produciendo poco material destinado a ambas plataformas digitales.

Para conocer la problemática se utilizó como instrumento de recolección de información cualitativa: la entrevista a profundidad. También se tuvo acceso a documentación institucional para realizar consultas y conocer el contexto del periódico. Por otro lado, se utilizó el método descriptivo, deductivo y la observación participante para determinar aspectos de trabajo comunicacional, relacionado a las redes sociales y la página web. El segundo instrumento de recolección fue cuantitativo: La encuesta.

La estructura del trabajo inicia con los objetivos general y específicos, descripción de la unidad de práctica, un informe de la estrategia de comunicación y los productos con mayor impacto para la ejecución del proyecto. Se optimizaron todos los recursos del periódico para el alcance de los objetivos planteados.

Todos los procesos aquí descritos fueron fiscalizados por el Consejo y el director editorial del periódico El Quetzalteco, optimizando así los resultados de la epesista.

## **1. Diagnóstico**

Durante el proceso del Ejercicio Profesional Supervisado –EPS- se realizó un diagnóstico comunicacional para conocer el contexto del periódico El Quetzalteco. Se emplearon diferentes métodos de investigación con el propósito de detectar problemas e identificar estrategias que dieron solución a los problemas detectados.

### **1.1Objetivos**

#### **1.1.1. Objetivo general**

- Identificar los problemas comunicacionales del periódico El Quetzalteco.

#### **1.1.2. Objetivos específicos**

- Determinar deficiencias comunicacionales del periódico El Quetzalteco.
- Establecer estrategias para solucionar las problemáticas de comunicación detectadas.
- Proponer instrumentos de comunicación que contribuyan a mejorar las deficiencias halladas.

### **1.2. Metodología**

Para la realización de este proyecto, se utilizaron tres métodos: el descriptivo, deductivo y la observación participante.

El método descriptivo, es el que permite la recopilación y presentación ordenada de datos para dar una idea específica de una determinada situación. Fue empleado a fin de especificar y analizar los antecedentes y el contexto actual del manejo y gestión de

las redes sociales y la página web del periódico El Quetzalteco empleando como instrumentos la documentación institucional para la determinación del contexto histórico y las entrevistas a profundidad para prescribir el contexto actual y la apertura a una posible estrategia.

Por otro lado, el método deductivo es el que busca la organización de hechos conocidos para extraer conclusiones. Esto permitió utilizar la encuesta para obtener datos precisos sobre la opinión actual, exigencias y expectativas encaminadas a la gestión y manejo de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco. Para su ejecución se aplicó la siguiente fórmula la cual emplea un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

N: Es el tamaño de la población o universo.

k: El nivel de confianza, indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos: un 95,5 % de confianza, o bien una no confiabilidad del 4,5%.

e: El error muestral, la diferencia que puede haber entre el resultado que se obtiene preguntando a una muestra de la población y el que se obtendría si se pregunta al total de ella.

p: Proporción de ocurrencia.

n: Tamaño de la muestra.

Tras la ejecución de la encuesta se realizó el proceso de tabulación y análisis de datos partiendo de lo general a lo específico, para llevar a cabo la interpretación de la información recabada que permitió concluir en una perspectiva sustentada de la problemática ya predeterminada.

Por último se empleó la observación la cual consiste en observar a la vez que se participa en las actividades del grupo que se está investigando, esta fue aplicada

durante todo el proceso de elaboración del diagnóstico con la finalidad de conocer las necesidades y problemáticas, pero también las fortalezas y el potencial existente en torno al manejo y gestión de las redes sociales y página web y así determinar y analizar los aspectos positivos y negativos detectados que continuación se describen:

#### Aspectos positivos

- Existen cuentas del periódico El Quetzalteco en redes sociales y la plataforma de una página web.
- Hay anuencia por parte del recurso humano del periódico para la creación e implementación de proyectos innovadores de comunicación.
- Se cuenta con el reconocimiento de su público objetivo.
- Existe recurso humano profesional para el desarrollo de cualquier estrategia de comunicación.

#### Aspectos negativos:

- Las redes sociales y la página web del periódico El Quetzalteco no están fortalecidas en el tema de gestión y manejo de las mismas.
- No cuenta con personal específico para el manejo de las redes sociales y pagina web, obstaculizando la interacción con los usuarios.
- El recurso humano del periódico, no recibe capacitaciones de actualización enfocadas a las redes sociales y la página web.
- Falta inmediatez para el traslado de material e información destinada a ser publicada en las redes sociales y pagina web.
- Hace falta la realización de un monitoreo de las principales fuentes de información con presencia en las redes sociales o la web que podrían marcar la pauta de alguna noticia para las publicaciones impresas.

Para llevar a cabo el proceso de diagnóstico, se utilizaron como técnicas de recolección de información cualitativa: La documentación, que es el procesamiento de información que proporciona una sinopsis de datos. Y la entrevista, descrita como una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico. Ambas enmarcadas en

el método descriptivo para proporcionar una recopilación y presentación de los antecedentes y el contexto actual del manejo y gestión de las redes sociales y la página web del periódico El Quetzalteco.

Además se empleó como técnica de recolección de información cuantitativa la encuesta, que sirve para obtener información específica de una muestra de la población mediante el uso de cuestionarios estructurados, basada en el método deductivo para organizar y extraer datos precisos y sustentados sobre el manejo y la gestión de las redes sociales y la página web del periódico. A continuación se detallan:

### **Documentación**

Con el objetivo de conocer el contexto histórico y actual del periódico El Quetzalteco, se consultaron diferentes documentos: Guía Comercial de Prensa Libre, El Quetzalteco; Memoria de labores 2014; Página web del Periódico El Quetzalteco; Página web “La Opinión de César Pérez Méndez” y Archivos de ediciones de El Quetzalteco desde 1994 a 2015. Al realizar la investigación se pudo constatar que no existía una estrategia escrita de comunicación para las redes sociales y página web, únicamente se contaba con información histórica y corporativa del medio.

### **Entrevistas a profundidad**

Es una técnica de obtención de información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para contribuir en los diagnósticos. Con el propósito de conocer la opinión y expectativas acerca de la situación actual de las redes sociales y página web del periódico, se realizó una entrevista al director general, César Eliseo Pérez Méndez, que se detalla a continuación:

Se inició el cuestionamiento sobre por qué no se cuenta con una estrategia de comunicación para las redes sociales. Afirmó que: *“Nunca se había considerado porque es un tema que recientemente empieza a tomar auge y por ser un medio de comunicación tradicional aún no se tiene alta proyección en el mundo digital”*.



De igual forma, se cuestionó al profesional sobre por qué no existe una persona encargada del manejo de redes y página web. Refirió que: *“No se contaba con el presupuesto necesario para contratar al personal encargado para esa área”*.

Por otro lado, se cuestionó sobre la importancia del fortalecimiento de las redes sociales y página web, indicando que: *“Es importante la actualización de las plataformas virtuales para generar más interacción con los lectores y para mantenerse a la vanguardia de las nuevas formas de comunicación”*.

Para finalizar se consultó al profesional sobre la importancia de capacitar al equipo del área de redacción sobre las redes sociales y la página web y señaló: *“Durante mucho tiempo no se ha prestado mayor atención pues la premura de las ediciones absorbe tiempo, pero es necesario el desarrollo de capacitaciones”*.

También se realizaron entrevistas a los integrantes del Consejo Editorial Fred Rivera y Luis Hernández para establecer su opinión con respecto a la falta de una estrategia de comunicación para las redes sociales y página web.

Coincidieron en la falta de una persona o equipo designado al manejo de las redes sociales y página web *“Necesitamos una persona de tiempo completo para que los materiales puedan ser publicados a través de ambas plataformas de manera instantánea”*.

Añadieron que era importante capacitar al equipo de reporteros *“Para la elaboración de material, gráfico y de redacción, destinado a ser publicado en las redes sociales”*.

## **Encuesta**

Se realizaron 382 boletas de encuesta con el objetivo de analizar la opinión del público objetivo del periódico El Quetzalteco sobre sus redes sociales y página web. Se buscó conocer si están familiarizados con las redes sociales del medio. También se analizó la anuencia que existe de informarse a través de ambas plataformas digitales. Así mismo, se buscó determinar qué tipo de materiales periodísticos prefieren conocer a través de estos medios. Por otro lado, se evaluó la opinión del actual manejo y contenido de estas.

## **Población**

Las boletas de encuesta se concentraron en la ciudad de Quetzaltenango donde se encuentra la mayor parte de lectores de El Quetzalteco.

El universo a estudiar fue de 61, 200 lectores, correspondiente al número de personas que componen la audiencia de El Quetzalteco. Aplicando la fórmula se determinó el tamaño muestra, es decir 382. Se utilizó un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

## **Resultados**

Con base a la técnica de la encuesta se comprueba estadísticamente que se encuestó a 106 mujeres y a 276 hombres, que se ve representado con un porcentaje total del 28% para mujeres y un 72% para los hombres. El número total de los casos fue de 382. La mayoría de los encuestados posee estudios que van desde el nivel secundario hasta el universitario.

De forma sencilla, el 43% de los encuestados se encuentran en las edades de 26 a 35 años; de 15 a 25 abarcaron el 30%; el 15% de 36 a 45, y el 3% de 55 a 65 años de edad. Dato importante para el enfoque de cualquier propuesta de comunicación.

### **1. ¿Ha leído y conoce usted el periódico El Quetzalteco?**

A esta interrogante el 100% de la población objeto de estudio, afirmó conocer el periódico El Quetzalteco.

### **2. ¿Qué medio prefiere para informarse del acontecer regional?**

A esta interrogante el 38%, es decir 147 de los encuestados indicaron que prefieren las redes sociales; el 12% a través de una página web, el 14% por medio de la prensa escrita. Mientras que el 18% a través de la radio y el mismo porcentaje por televisión.

### **3. ¿Utiliza las redes sociales?**

El 100% de los encuestados aseguraron utilizar algún tipo de redes sociales.

**4. ¿Con qué frecuencia hace uso de las redes sociales?**

El 71% de la población encuestada accede a sus redes sociales a diario, el 26% lo hace semanalmente y el 3% 1 o 2 veces al mes.

**5. ¿Sabía que el periódico El Quetzalteco cuenta con una fanpage de Facebook?**

El 99% de los encuestados aseguró conocer la existencia de una fanpage del periódico El Quetzalteco.

**6. Si su respuesta a la pregunta anterior fue si ¿Qué opina del manejo y contenido de esta?**

Sobre el manejo de la fanpage del periódico El Quetzalteco el 71% de la población marcó regular, el 27% bueno, el 2% excelente, ninguno de los encuestados marcó la casilla mala.

**7. ¿En qué plataforma virtual prefiere leer el periódico El Quetzalteco?**

A esta interrogante el 63% indicó que prefiere leer el periódico El Quetzalteco a través de las redes sociales, el 21% por la página web y el 16% en ambas plataformas.

**8. ¿Con qué frecuencia ingresa a la página web del periódico El Quetzalteco?**

El 46% de los encuestados visitan la página web del periódico el Quetzalteco de dos a tres días a la semana, el 31% todos los días y el 23% los fines de semana.

**9. ¿En qué horarios visita la página web del periódico El Quetzalteco?**

Los horarios más visitados en la página web del periódico El Quetzalteco, según los encuestados de fueron de 18:00 a 22:00 horas con un 45%; de 14:00 a 17:00 horas con un 35% y de 8:00 a 12:00 horas con un 20%.

**10. ¿Qué sección prefiere leer?**

Las secciones de la página web del periódico de El Quetzalteco que más prefieren los encuestados son: Quetzaltenango con el 25%; 21% Lo Destacado; 15% Deportes; 10% Nosotras y 2% Economía.

### **11. ¿Cómo evaluaría la calidad de la información proporcionada por medio de la página web del periódico El Quetzalteco?**

La evaluación de los encuestados con respecto a la calidad de la información proporcionada a través de la página web del periódico El Quetzalteco fue regular en un 51%; 48% buena y 1% mala.

### **12. ¿Qué temas sugiere usted para que sean compartidos en la página web y redes sociales del periódico El Quetzalteco?**

Entre los temas sugeridos para generar contenido en las redes sociales y la página web: el 72% sugirió historias humanas, el 17% historias de las comunidades; el 7% temas culturales y el 4% otros temas.

### **13. ¿Qué cambios, sugiere usted, para mejorar la página web y redes sociales del periódico El Quetzalteco?**

Entre los cambios sugeridos para mejorar la página web y las redes sociales, el 70% de los encuestados sugirió la implementación de materiales de video; el 15% incluir contenido novedoso; el 11% mejorar rapidez de las publicaciones y otros.

## **2. Informe**

El informe presenta de forma breve y concisa las fases ejecutadas durante el Ejercicio Profesional Supervisado EPS, la planificación, ejecución del plan de intervención y logros obtenidos por la estrategia de comunicación, con el fin de solucionar los problemas detectados durante el diagnóstico.

### **2.1. Objetivos**

#### **2.1.1. General**

Reflejar por medio del trabajo de graduación, la funcionalidad del proyecto de graduación ejecutado en el periódico El Quetzalteco en base a la Estrategia de

comunicación para el fortalecimiento de redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco, Quetzaltenango, Quetzaltenango.

### **2.1.2. Específicos**

- Presentar la estrategia comunicacional establecida para el fortalecimiento de redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco, tras el desarrollo del diagnóstico.
- Mostrar los resultados y logros de la ejecución de la propuesta comunicacional establecida para el fortalecimiento de redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco.

### **Descripción general de la unidad de práctica**

#### **Institución**

**Nombre:** El Quetzalteco

**Tipo de institución:** Medio de comunicación escrito.

El Quetzalteco es un periódico regional en el suroccidente de Guatemala. Su labor de informar, orientar, educar y entretener se basa en su trayectoria de 34 años.

Es un periódico dirigido a un público joven y adulto de clase media baja a alta, con poder adquisitivo. El Quetzalteco se ubica en la avenida Las Américas 9-50, zona 3 de la ciudad de Quetzaltenango.

El medio tiene una audiencia de aproximadamente 61,200 lectores diarios en la región comprendida en Quetzaltenango, Huehuetenango, Totonicapán y suscripciones en la ciudad de Guatemala con circulación de lunes a sábado.

El periódico El Quetzalteco está formado por diferentes departamentos y dependencias que son: Director Editorial, Consejo Editorial, Departamento de Fotografía, Departamento de Corrección, Departamento de Diagramación, Equipo de Reporteros.

Su misión es fortalecer su liderazgo a través de informar, orientar e influir a sus lectores con veracidad, responsabilidad e integridad. Su visión es ser el periódico regional líder en Guatemala.

### **2.3. Informe de las estrategias comunicacionales más relevantes**

En la actualidad la mayoría de la población con acceso a internet es parte de una red social y consulta a diario diferentes portales web. Esta nueva forma de comunicación se ha convertido en una de las más importantes en que el mundo se comunica por lo que los medios tradicionales de comunicación han empezado a adherirse a ellos. Por tanto, se dio inicio a una estrategia de comunicación para el periódico El Quetzalteco, denominada: Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco, Quetzaltenango, Quetzaltenango. Los objetivos que persiguió la estrategia de comunicación fueron elaborados con base al diagnóstico ejecutado previamente.

El proceso inició con la presentación de los resultados del diagnóstico. Posterior a ello se presentó la estrategia de comunicación. El objetivo general de la estrategia fue el fortalecimiento de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco.

Se inició estableciendo una planificación de contenido que contemplaba la publicación de material informativo tanto en las redes sociales como en la página web. En ambos casos se estableció un cronograma de publicaciones tanto programadas, es decir con horarios definidos, como publicaciones a realizarse de manera inmediata dado el principio de inmediatez dentro de un medio de comunicación. Aunado a esta acción se creó un grupo de WhatsApp que facilitara el envío inmediato de fotos, videos e información que estuviera bajo la supervisión del Consejo Editorial, con el fin de mantener una misma línea de estilo en las publicaciones a realizar en las redes sociales y la página web.

Ante la dinámica de las plataformas digitales y la demanda de brindar un espacio de interacción con los usuarios de las redes sociales y la página web, se estableció un horario de respuesta de mensajes y comentarios enviados a ambas plataformas. La

información, denuncias y material noticioso enviado por los usuarios fue publicada en la programación de publicaciones.

En el marco del fortalecimiento de las redes sociales se crearon cuentas en la red social Twitter para cada periodista y editor, con el objetivo de tener mayor cercanía con sus seguidores y sus no seguidores pero si potenciales lectores. Cada uno de estos fue personalizado y debidamente identificado como parte del equipo de profesionales del periódico El Quetzalteco. Esto también permitiría el acercamiento de los periodistas con las fuentes de información y los personajes generadores de opinión, importantes en un medio de comunicación. Para el proceso de identificación se realizó una sesión fotográfica.

Dada la demanda de material novedoso y audiovisual de la audiencia del periódico El Quetzalteco, se creó una serie de audiovisuales, los cuales fueron acompañados de una publicación en las ediciones escritas que invitaban a los lectores a ingresar a la página web, entendiendo la necesidad de fortalecer esta plataforma. Los videos también formaron parte de las publicaciones programadas en las redes sociales.

El recurso humano del periódico El Quetzalteco tuvo la principal participación en el desarrollo de la estrategia por lo que con el fin de que el periódico contara con un personal actualizado en el tema del uso de las redes sociales y página web en el marco de un medio de comunicación escrito, se realizó una serie de capacitaciones sobre el uso de estas plataformas, también se actualizó sobre el tema de redacción periodística para plataformas digitales.

Se estableció la realización de un preciso monitoreo de las principales fuentes de información con presencia en las redes sociales ya que tener acceso a las redes sociales facilita el trabajo periodístico, al navegar por estas plataformas se pueden hallar datos, opiniones, fotos, informes, reportes, entre otros, que en muchos casos marcan la pauta de alguna noticia que posteriormente aparece en los medios impresos o en los audiovisuales.

### 2.3.1. Definición del problema

A continuación se presenta un listado de los problemas detectados durante la realización del diagnóstico en el periódico El Quetzalteco.

- **Hay debilidad en el manejo de las redes sociales y la página web**, pese a la relevancia de las redes sociales y la página web en un medio de comunicación y de acuerdo a los resultados de la observación participante y el método deductivo se determinó que no existe una planificación del contenido que establezca la publicación de material informativo en ambas plataformas, afectando la gestión y manejo de estas, cuya debilidad marca un retroceso en la visión del periódico El Quetzalteco de ser un periódico líder en la región y estanca el principio de inmediatez que exigen los lectores ante la coyuntura de los medios de comunicación.
- **No hay un proceso definido para el envío de información y material destinado a las redes sociales y página web**, a través de la observación participante, el método deductivo y el análisis de la encuesta, se determinó que ambas plataformas no tienen un proceso definido para la programación y publicación de material e información, lo que genera retraso en las publicaciones a realizarse en ambas plataformas y proyecta a los lectores y seguidores debilidad en la gestión de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco y por ende hace perder el valor de inmediatez del medio de comunicación.
- **Hace falta personal específico para el manejo de las redes sociales y página web**, mediante la observación participante y las entrevistas a profundidad se pudo constatar que no hay personal encargado para llevar a cabo el manejo de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco, esta problemática repercute en el retraso de las publicaciones a través de estas plataformas digitales y crea una barrera para tener interacción inmediata entre los lectores dejando en evidencia la debilidad en la gestión de ambas plataformas.



- **Se ha descuidado el proceso de interacción con los usuarios en las plataformas digitales**, a través de la observación participante y las entrevistas a profundidad se estableció que la información, material y opiniones enviadas por usuarios a través de estos medios no tienen ningún seguimiento por lo que disminuye el vínculo de los lectores de estas plataformas digitales con el medio de comunicación, remarcando la necesidad de fortalecer la gestión de la redes sociales y la página web del periódico El Quetzalteco.
- **Falta capacitación del recurso humano**, a través de la observación participante la documentación y las entrevistas a profundidad se estableció que no se cuenta con capacitaciones constantes para mejorar el desarrollo de la labor del recurso humano del periódico El Quetzalteco enfocada a las redes sociales y página web, lo que no permite fortalecer la gestión, manejo y creación de material para ambas plataformas ya que no hay personal específico para llevar a cabo esta labor y el recurso humano existente, principal actor en el fortalecimiento de estas plataformas, no cuenta con estas capacidades.
- **No se lleva a cabo el monitoreo de las principales fuentes de información con presencia en las redes sociales o la página web**, este material, utilizado de manera inmediata para ser publicado en ambas plataformas, de acuerdo a la observación participante, funciona como una herramienta para el fortalecimiento del contenido para las redes sociales y la página web del periódico El Quetzalteco, además podría marcar la pauta de alguna noticia que posteriormente puede ser utilizada para las publicaciones impresas.

### 2.3.2. Justificación

La evolución de la comunicación ha marcado un antes y un después tras la llegada de las plataformas web y las redes sociales. En la actualidad la mayoría de la población con acceso a internet es parte de una red social y consulta a diario diferentes portales

web, la única verdad indiscutible aquí, es que la llegada de estas plataformas digitales han y están cambiando la dinámica de la información por lo que los medios tradicionales de comunicación han empezado a adherirse. La Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco, Quetzaltenango, Quetzaltenango, mejorará los procesos, la proyección y promoción de las capacidades para la gestión de las mismas y el buen uso de ellas.

La planificación de contenido que contempla la publicación de material informativo tanto en las redes sociales como en la página web reforzará el principio de inmediatez demandado por la audiencia y de vital importancia dentro de un medio de comunicación. La creación de un grupo de WhatsApp facilitará este proceso además de mantener una misma línea de estilo en las publicaciones a realizar ya que estarán bajo la supervisión del Consejo Editorial. Aunado a ello se crea material audiovisual que responde a la demanda de los usuarios.

Por otro lado, estar en redes sociales y las plataformas web permitirá entablar una posible comunicación directa entre el medio de comunicación y los usuarios del mismo para generar un mayor nivel de confianza entre ambos, el establecimiento de un horario de respuesta de mensajes y comentarios enviados tanto a las redes sociales como a la página web ayudará a llegar cada vez a más y más personas.

Parte del fortalecimiento incluye la creación de cuentas en la red social Twitter que permitirá el acercamiento de los periodistas con las fuentes de información y los personajes generadores de opinión, quienes juegan un importante papel crucial en la generación de información para los medios de comunicación .

El recurso humano con esencial participación en el desarrollo de la estrategia será debidamente capacitado sobre el uso de estas plataformas, estas capacitaciones serán constantes pues la evolución agigantada de estas plataformas lo convierte en una necesidad. Estas permitirán al recurso humano y por ende al periódico El Quetzalteco, mantenerse a la vanguardia en la evolución de la comunicación.

Por otro lado, las plataformas digitales cuentan con herramientas que pueden ayudar al periodista a localizar, transmitir o confirmar información que en muchos casos marca

una pauta de alguna noticia para una publicación en el medio impreso que, por supuesto, deberá ser el resultado de un trabajo adecuadamente contrastado y valorado, de acuerdo con las circunstancias y el contexto. Por ello se estableció la realización de un preciso monitoreo de las principales fuentes de información con presencia en estas plataformas.

### **2.3.3 Objetivos específicos**

1. Establecer un proceso de planificación de contenido en las redes sociales y página web del periódico.
2. Potencializar la interacción con los usuarios y posibles lectores captados por medio de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco.
3. Ofrecer a usuarios material audiovisual en la página web y las redes sociales del periódico El Quetzalteco.
4. Generar recurso humano capacitado en la gestión de redes sociales y página web en el marco de un medio de comunicación escrito.
5. Aprovechar las redes sociales para hallar datos, opiniones, fotos, informes, reportes, entre otros, para marcar pautas de posibles notas periodísticas.

### **2.3.4 Materiales y métodos**

#### **Plataformas digitales**

- Red social Facebook, en donde se ejecutó la programación de publicaciones que fue parte de la estrategia. Se programó la publicación de información y material noticioso a cada hora, a partir de las 7:00 horas hasta las 21:00 horas. Aunado a esto se publicó la información instantánea que producía el equipo periodístico sin

restricción de horario. El proceso estuvo a cargo de la epesista bajo la supervisión del Consejo Editorial.

- Página web [www.elquetzalteco.com](http://www.elquetzalteco.com), en esta se ejecutó la programación de publicaciones que fueron parte de la estrategia. Se continuó con las secciones ya establecidas en la página, dando prioridad a: Quetzaltenango, Lo Destacado, Deportes y Nosotras. Se estableció la elaboración de una nota informativa diaria por cada periodista, destinadas a la página web, las cuales fueron publicadas según la prioridad, en horarios distribuidos en el transcurso del día. La programación de estas estuvo a cargo de la epesista bajo la supervisión del Consejo Editorial.
- Red social Twitter, se crearon cuentas institucionales debidamente identificadas para cada periodista, de acuerdo a la planificación cada uno debían llevar a cabo 8 publicaciones del acontecer noticioso, tras una breve revisión, estas fueron republicadas en la cuenta oficial en Twitter del periódico El Quetzalteco. Este proceso también permitió a los periodistas mantener el monitoreo de sus principales fuentes de información.
- Aplicación de mensajería WhatsApp, ante el fácil acceso a esta aplicación se creó un grupo de WhatsApp a donde el personal periodístico enviaba el material noticioso, audios, fotos y videos para ser publicados en las redes sociales o para la creación de notas web relevantes. El proceso estuvo a cargo de la epesista bajo la supervisión del Consejo Editorial

### **Material complementario**

- Formato de planificación, este se desarrolló para mantener un control y constancia en las publicaciones tanto en las redes sociales como en la página web. Se utilizó el programa Microsoft Excel, en un formato sencillo pero que permitiera mantener un proceso más ordenado en las publicaciones. Se utilizó un

solo formato para la publicación en las redes sociales de Facebook y Twitter y uno diferente para las publicaciones en la página web. Este fue elaborado por la epesista con el apoyo del Consejo Editorial, tomando en cuenta los resultados de la encuesta y las estadísticas que proporcionan estas plataformas digitales.

- Diapositivas, estas fueron elaboradas como material de apoyo para los talleres desarrollados para el fortalecimiento de la gestión y manejo de las redes sociales y página web, para el personal del periódico El Quetzalteco. Fueron elaboradas por los encargados de cada taller, con el apoyo de la epesista.

### **Material audio visual**

- Se elaboraron cinco videos para ser publicados en la página web y las cuentas en redes sociales, estos tuvieron una duración de tres a cuatro minutos, el contenido fue cargado en la cuenta de You Tube. Las primeras cinco historias que se desarrollaron durante la estadía de la pesista en la institución fueron:
  - Alternativa saludable, proyecto Pasos y Pedales en Xela.
  - Jóvenes orientan a adolescentes en Xecaracoj,
  - Camina por amor a su patria, “El Caminante” Oswaldo Ochoa.
  - Ayudan a necesitados, proyecto Fe y Café.
  - Víctimas de incendio.
- Diseño de post para redes sociales, la epesista con el apoyo de la sección de diagramación del periódico El Quetzalteco, elaboró una serie de post para acompañar las publicaciones informativas en las redes sociales. El Clima, Tipo de cambio, Tránsito, Sucesos, Ahora, Salud, Educación fueron los títulos de los post, basados en el estilo de diseño ya establecido con anterioridad en el periódico.
- Sesión fotográfica, en el marco de la creación de cuentas institucionales en la red social Twitter, se llevó a cabo una sesión fotográfica a los periodistas del

periódico El Quetzalteco, para que estas cuentas fueran fácilmente identificadas por los seguidores. Se llevó a cabo por la epesista.

## **Capacitaciones**

- Se llevaron a cabo 3 talleres, se contó con la participación del equipo de redacción del periódico, estos tuvieron una hora de duración, los horarios para su desarrollo fueron establecidos por el director editorial para evitar fueran interrumpidas sus responsabilidades laborales y a su vez las capacitaciones fueran aprovechadas, sin interrupciones. Los temas fueron:
  - Importancia de las redes sociales y las plataformas web en los medios de comunicación escritos.
  - Redacción periodista para redes sociales y paginas digitales.
  - Material gráfico, con cualidades específicas para plataformas digitales.

### **2.3.5 Presentación y discusión de resultados**

La ejecución de la estrategia de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales y página web del periódico alcanzó los objetivos planteados en el marco de esta.

Establecer un proceso de planificación de contenido en las redes sociales y página web, que consistió en la creación y ejecución de un esquema digital de planificación periódica y definida para la publicación de material noticioso a horas concretas en las fanpages de Facebook y Twitter y la página web de El Quetzalteco, marcó un antes y un después en las estadísticas que brindan estas plataformas digitales. Durante la ejecución de la estrategia, las visitas a la plataforma web aumentaron de 28,000 a 40,000 mil. Antes de la implementación de la estrategia el perfil en Facebook contaba con 50,000 seguidores y en la ejecución de la estrategia se alcanzaron 70,882 seguidores. La cuenta en la red social de Twitter contaba con 11,000 seguidores y se alcanzaron 14,600, estadísticas que reflejan el fortalecimiento en el manejo de las redes

sociales y página web del periódico proyectando la visión de ser un periódico líder en la región.

La publicación periódica, ordenada y apoyada por el equipo de periodistas en el desarrollo de material informativo tanto para las redes sociales como para la página web; la creación de cuentas personales bien identificadas en Twitter; la factibilidad del envío de información a través de la aplicación de WhatsApp activaron el principio de inmediatez que exigen los lectores ante la llegada de las redes sociales y las páginas web que obliga a los medios de comunicación, que buscan mantenerse a la vanguardia, a fortalecer estas plataformas digitales.

Por otra parte el cumplimiento de un horario establecido para la respuesta de mensajes y comentarios enviados a ambas plataformas digitales, potencializó el proceso de interacción con los usuarios de las redes sociales y la página web. La información, denuncias y material noticioso enviado por los usuarios fue publicada en las redes sociales y fueron ahondadas para publicaciones en la página web o en el periódico impreso y tal como lo reflejan las estadísticas de estas plataformas digitales descritas con anterioridad aumentó el vínculo con los lectores y motivó a nuevos usuarios a sumarse a estas plataformas digitales del periódico, fortaleciéndolas.

A través de los materiales audiovisuales elaborados por la epesista con el fin de ser publicados en estas plataformas digitales, basados en historias humanas y sucesos ocurridos durante la ejecución de la estrategia, se logró ofrecer a usuarios de las redes sociales y la página web del periódico El Quetzalteco material novedoso cuya demanda fue evidenciada durante el proceso diagnóstico. De acuerdo a las estadísticas que proveen estas plataformas, el material audiovisual obtuvo un alcance, es decir visitas e interacciones, de un total de 24,684 usuarios en Facebook y Twitter, y 17,834 en YouTube, fortaleciendo así el contenido elaborado para estas plataformas digitales.

Además se logró generar recurso humano capacitado en la gestión de redes sociales y página web en el marco de un medio de comunicación escrito. Con los talleres enmarcados en el uso y generación de contenido periodístico destinados a estas plataformas digitales se formó un equipo apto para fortalecer las redes sociales y

página web del periódico, sin obligatoriamente delegar a un equipo específico para el manejo de estas, logrando desempeñarse de manera profesional.

Finalmente se logró utilizar el monitoreo de redes sociales y páginas web de las principales fuentes de información periodística como una herramienta para la obtención de datos, opiniones, fotos, informes, reportes, entre otros que fortalecieron el contenido para las redes sociales y la página web del periódico El Quetzalteco y además marcaron la pauta de noticias que posteriormente fueron publicadas en la plataforma web y el periódico impreso.



### 3. Conclusiones

1. La planificación de contenido en las redes sociales y página web del periódico el Quetzalteco mejoró el proceso de gestión y manejo de las mismas logrando mantener a la vanguardia de nuevas formas de comunicación.
2. Se potencializó la interacción con los usuarios y posibles lectores captados por medio de las redes sociales y página web del periódico generando un mayor nivel de confianza entre el periódico y sus lectores.
3. Ofreció a usuarios de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco material audiovisual dando respuesta a la exigente demanda de los usuarios en estas plataformas digitales.
4. Generó recurso humano capacitado en la gestión de redes sociales y página web en el marco de un medio de comunicación escrito contribuyendo al fortalecimiento de estas plataformas digitales.
5. Aprovechó las redes sociales para hallar datos, opiniones, fotos, informes, reportes, entre otros, para marcar pautas de posibles notas periodísticas, facilitando el trabajo periodístico y ayudando a obtener información en tiempo récord.

#### 4. Recomendaciones

1. Es importante mantener una planificación de contenido en las redes sociales y página web del periódico el Quetzalteco para conservar una adecuada gestión y manejo de las mismas y estar a la vanguardia como medio de comunicación.
2. Mantener el nivel de interacción con los usuarios y posibles lectores captados por medio de las redes sociales y página web del periódico para establecer un nivel invariable de confianza entre el periódico y sus lectores.
3. Continuar con la generación de material audiovisual en la página web y las redes sociales e innovar el contenido de acuerdo a la demanda de los usuarios en estas plataformas digitales lo que mantendrá al público, cada vez más exigente, satisfecho con el contenido que ofrece el periódico El Quetzalteco.
4. Es necesario mantener la periodicidad en la capacitación al recurso humano en la gestión de redes sociales y página web para que se mantengan a la vanguardia del trascurso de estas plataformas digitales.
5. Custodiar un constante monitoreo de las redes sociales y páginas web facilitará el trabajo periodístico y ayudará a obtener información en menor tiempo, optimizando los recursos del periódico.

## 5. Referencias

1. Archivo periódico. (1990-2016). *El Quetzalteco*. Ediciones Impresas (01-2505). Quetzaltenango, GT.
2. *Ediciones*. (2013). *El Quetzalteco*. Recuperado el 1 de enero de 2015 de, [https://issuu.com/elquetzalteco/docs/elquetzalteco\\_2977](https://issuu.com/elquetzalteco/docs/elquetzalteco_2977)
3. Guía Comercial. (2013). Manual de Ventas Guatemala. *Prensa Libre*. (2da. Ed.) Quetzaltenango, GT.
4. Memoria de labores. (2014). Misión, visión, valores e historia periódico. *El Quetzalteco*. Quetzaltenango, GT.
5. Pérez, C. (2014). Historia del diario. *El Quetzalteco. La opinión*. Recuperado el 1 de enero de 2015 de, <http://www.cesarperezmmendez.com/?s=historia+el+quetzalteco&submit>
6. *Tipos de investigación y diseño de investigación*. (2010). Recuperado el 1 de enero de 2015 de, <http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizaciondevariables>.

  
Vo.Bo. Lcda. Ana Teresa de González  
Bibliotecaria CUNSUROC



## **Anexos**

## Anexo A\_Organigrama de la unidad de práctica

Figura 1



## Anexo B\_Esquema entrevista a profundidad

### Entrevista a profundidad

**Objetivo:** Conocer la opinión y expectativas acerca de la situación actual de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco.

**Dirigida a:** Cesar Eliseo Pérez Méndez, director editorial; Integrantes del Consejo Editorial Fred Rivera y Luis Hernández.

*Preguntas base:*

1. **¿Por qué no se cuenta con una estrategia de comunicación para las redes sociales del periódico El Quetzalteco?**
2. **¿Considera necesario el fortalecimiento de las redes sociales y página web?**
3. **¿Existe una persona encargada el manejo de redes y página web? Sí/ No ¿Por qué?**
4. **¿El personal del periódico cuenta con las habilidades y destrezas para desarrollar material dirigido a las redes sociales página Web?**
5. **Cree importante capacitar al equipo del área de redacción sobre las redes sociales y la página web**
6. **¿Qué se necesita para mejorar la gestión y manejo de las redes sociales?**

## Anexo C\_Modelo de encuestas



**Encuesta**  
**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**  
**CENTRO UNIVERSITARIO DE SUR OCCIDENTE –CUNSUROC–**  
**ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

A continuación se le presentan una serie de preguntas con la finalidad de establecer su conocimiento sobre las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco. Los resultados serán utilizados para una investigación académica. Se ruega responder objetivamente. Marque con una “x” o complete según corresponda.

Género:  Femenino  Masculino

Edad:  15-25  26-35  36-45  46-55  56-65

Nivel Educativo:  Primaria  Secundaria  Diversificado  Universitario

**1. ¿Ha leído y conoce usted el periódico El Quetzalteco?**

Sí  No

**2. ¿A través de qué medio se informa del acontecer regional?**

Radio

Prensa

Televisión

Páginas Web

Redes sociales

Otro: \_\_\_\_\_

**3. ¿Utiliza las redes sociales?**

SI  NO

**4. ¿Con qué frecuencia hace uso de las redes sociales?**

A diario  Semanalmente  A cada mes

**5. ¿Sabía que el periódico el Quetzalteco cuenta con una fan page de Facebook?**

SI  NO

**6. Si su respuesta a la pregunta anterior fue si ¿Qué opina del manejo y contenido de esta?**

Excelente  Bueno  Regular  Malo

**7. ¿En qué plataforma virtual prefiere leer el periódico El Quetzalteco?**

Redes Sociales  Página Web

**8. ¿Con qué frecuencia ingresa a la página web del periódico El Quetzalteco?**

dos a tres días a la semana  los fines de semana  todos los días

**9. ¿En qué horarios visita la página web del periódico El Quetzalteco?**

De 8 a 12 horas  De 14 a 17 horas  De 18 a 22 horas

**10. ¿Qué sección de la página web del periódico El Quetzalteco prefiere leer?**

Lo Destacado  Quetzaltenango  Economía  Nosotras  Deportes

**11. ¿Cómo evaluaría la calidad de la información proporcionada por medio de la página web del periódico El Quetzalteco?**

Buena  Regular  Mala

**12. ¿Qué temas son de su interés?**

Historias humanas  Historias Comunitarias  Cultura  Otros

**13. ¿Qué cambios, sugiere usted, para mejorar la página web del periódico El Quetzalteco?**

---

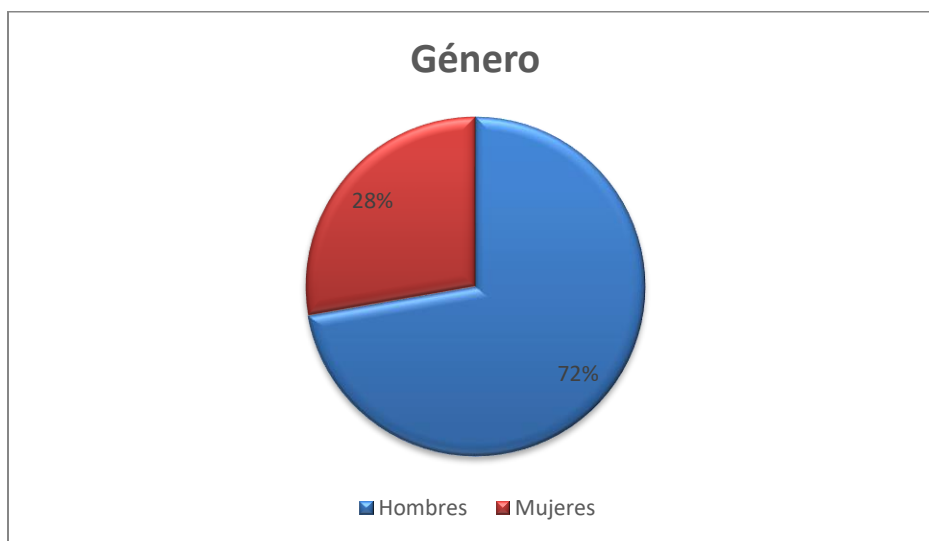
---

---



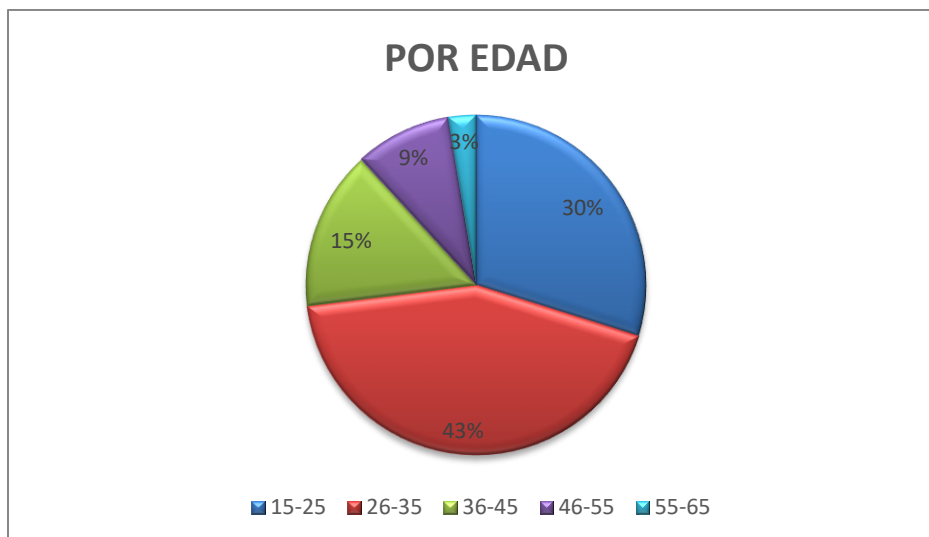
## Anexo D\_ Análisis estadístico

Gráfica 1



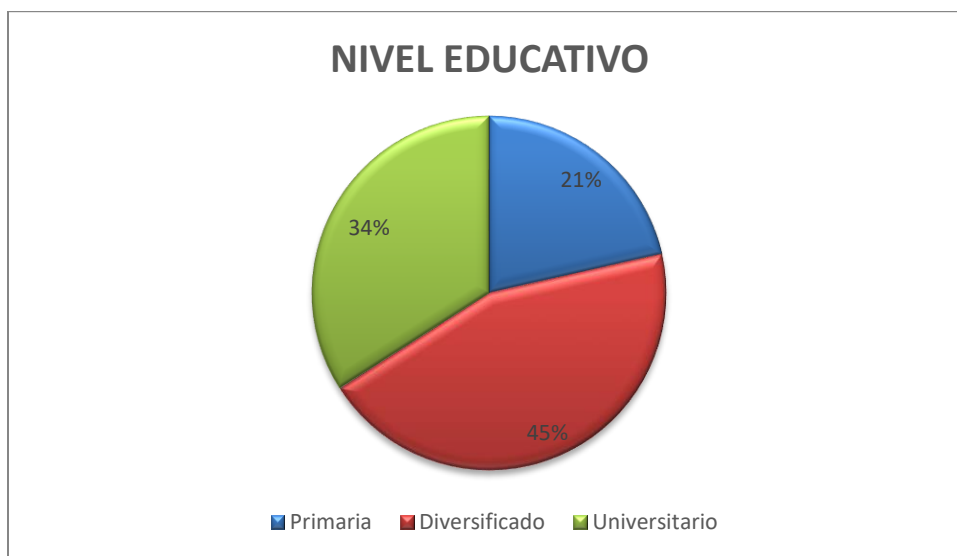
Con base a la técnica de la encuesta se comprueba estadísticamente que se encuestó a 106 mujeres y a 276 hombres, que se ve representado con un porcentaje total del 28% para mujeres y un 72% para los hombres. El número total de los casos fue de 382.

Gráfica 2



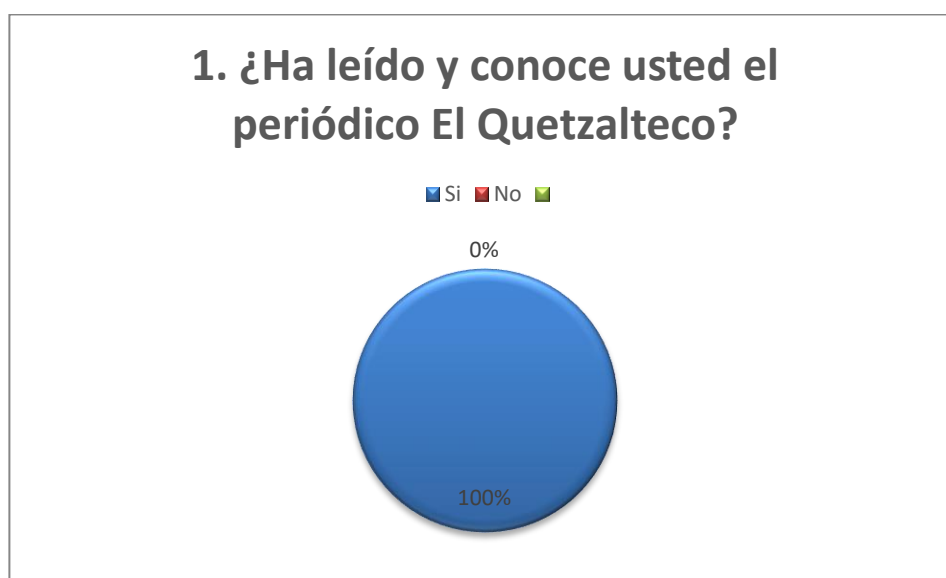
La mayoría de los encuestados posee estudios que van desde el nivel secundario hasta el universitario.

Gráfica 3



De forma sencilla, la mayoría de los encuestados se encuentran en las edades de 26 a 35 años, y le siguen los de 15 a 25.

Gráfica 4



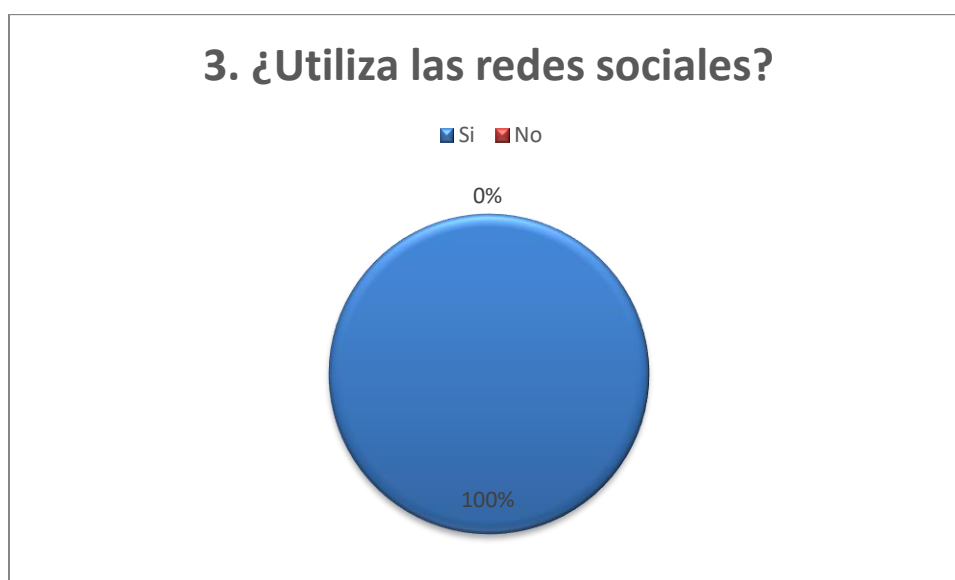
A esta interrogante el total de la población objeto de estudio, afirmó conocer el periódico El Quetzalteco.

Gráfica 5



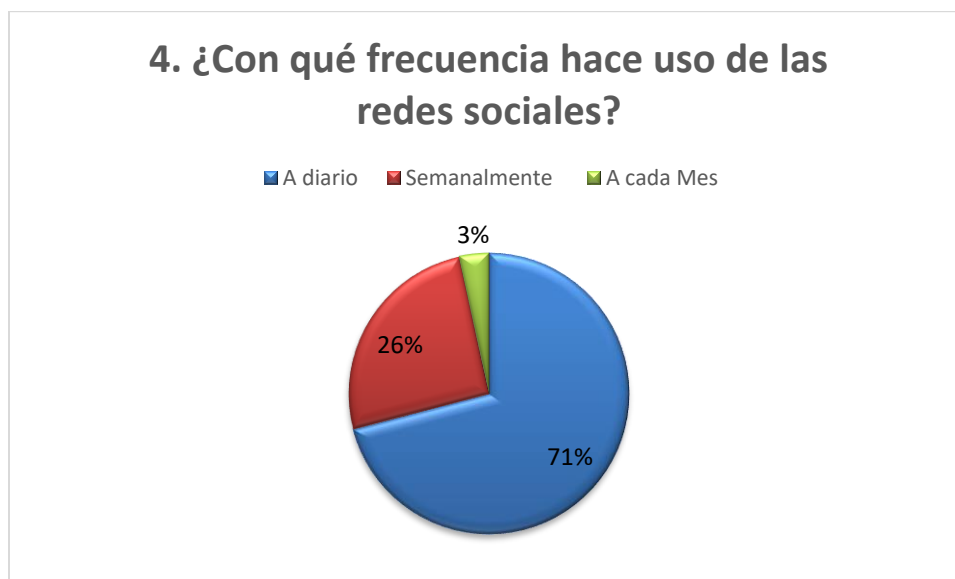
A esta interrogante, sobresalen los encuestados que indicaron que prefieren las redes sociales; mientras dos pequeños sectores indicaron que a través de la radio y por televisión.

Gráfica 6



El total de los encuestados aseguraron utilizar algún tipo de Redes Sociales.

Gráfica 7



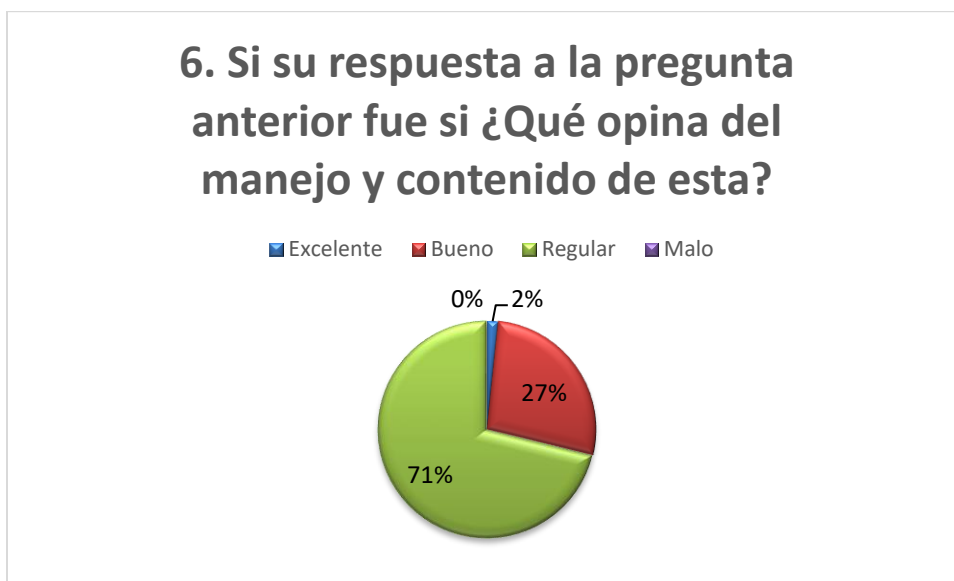
La mayoría de la población encuestada accede a sus redes sociales a Diario, mientras una cuarta parte lo hace semanalmente.

Gráfica 8



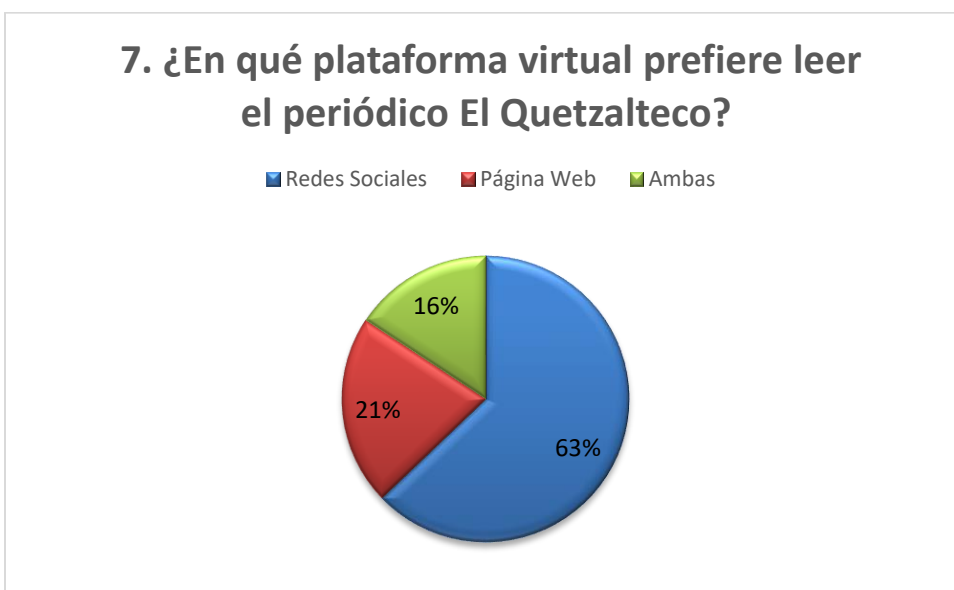
Puede decirse que el total de los encuestados aseguró conocer la existencia de una fanpage del periódico El Quetzalteco.

Gráfica 9



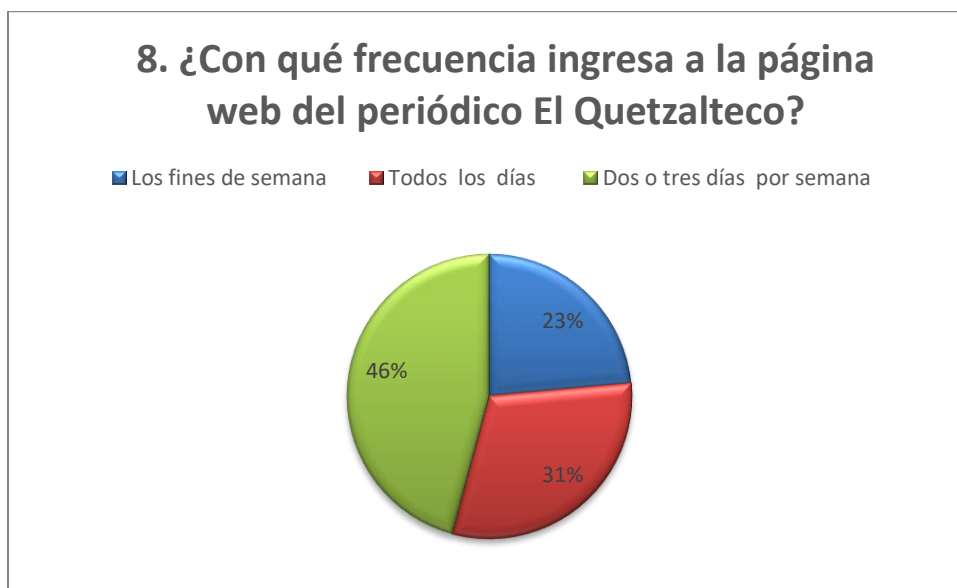
Sobre el manejo de la fanpage del periódico El Quetzalteco, la mayoría de la población marcó regular y un sector significativo bueno. Ninguno de los encuestados marcó la casilla mala.

Gráfica 10



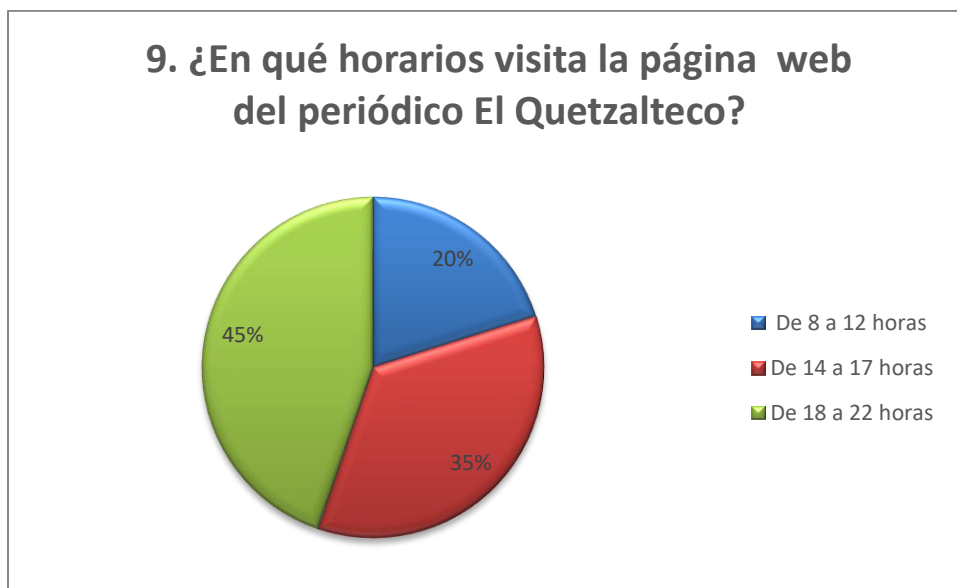
Predominan los que prefieren leer el periódico El Quetzalteco a través de las redes sociales, seguido de los que utilizan página web y el resto en ambas plataformas.

Gráfica 11



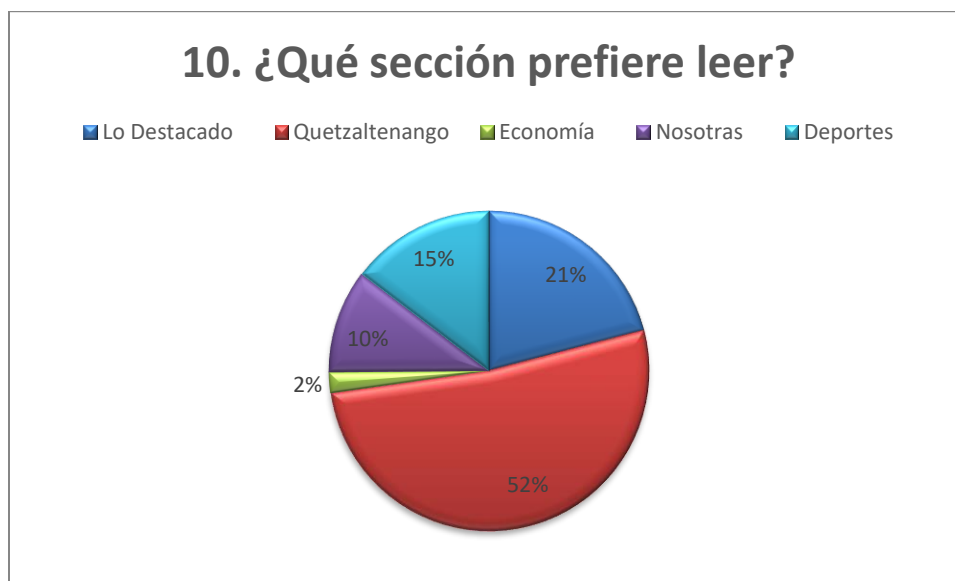
Casi la mitad de los encuestados visitan la página web del periódico El Quetzalteco de dos a tres días a la semana, en proporciones similares los que la visitan todos los días y fines de semana.

Gráfica 12



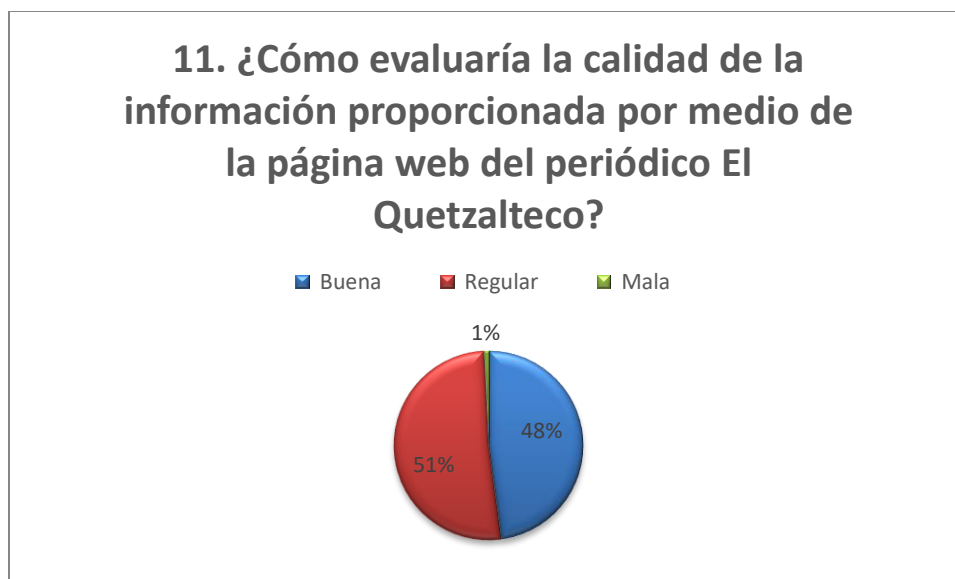
Los horarios más visitados, según los encuestados de fueron de 18:00 a 22:00 horas y de 14:00 a 17:00 horas.

Gráfica 13



Las secciones que más prefieren los encuestados son en su orden Quetzaltenango, Lo Destacado, Deportes, Nosotras y Economía.

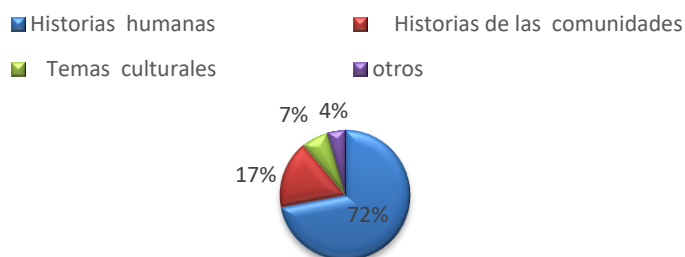
Gráfica 14



La evaluación de los encuestados con respecto a la calidad de la información proporcionada a través de la página web del periódico El Quetzalteco fue dividida tanto en regular como buena.

Gráfica 15

### 12. ¿Qué temas sugiere usted para que sean compartidos en la página web y redes sociales del periódico El Quetzalteco?



Entre los temas sugeridos para generar contenido en las redes sociales y la página web, la mayoría sugirió historias humanas y en menor proporción, historias de las comunidades y temas culturales.

Gráfica 16

### 13. ¿Qué cambios, sugiere usted, para mejorar la página web y redes sociales del periódico El Quetzalteco?



Predominan los encuestados que sugirieron la implementación de materiales de video.



## Anexo E\_Cronograma de creación y ejecución de estrategia

### Marzo

No.	Actividades	2 al 6	9 al 13	16 al 20	23 al 27
1	Ejecución diagnostico	X			
10	Ejecución diagnostico		X		
16	Ejecución diagnostico				
17	Ejecución diagnostico			X	
21	Ejecución diagnostico				X

### Abril

No.	Actividades	30 al 3	6 al 10	13 al 17	20 al 27
1	Formación de estrategia a desarrollar	X			
10	Formación de estrategia a desarrollar		X		
11	Formación de estrategia a desarrollar			X	
12	Revisión de estrategia				X

### Mayo

No.	Actividades	4 al 8	11 al 15	18 al 22	25 al 29

1	Presentación y aprobación de estrategias.	X			
2	Ejecución de estrategia		X		
3	Ejecución de estrategia			X	
4	Ejecución de estrategia				X

### Junio

No.	Actividades	3 al 10	12al 17	19 al 24	26 al 31
1	Ejecución de estrategia	X			
2	Ejecución de estrategia		X		
3	Ejecución de estrategia			X	
4.	Ejecución de estrategia				X

### Julio

No.	Actividades	3 al 10	12al 17	19 al 24	
1	Redacción resultados de la estrategia.	X			
2	Redacción resultados de la estrategia.		X		
3	Presentación resultados de la estrategia.			X	

## Anexo F\_Fotografías

### Figura 2

#### Entrevista a profundidad

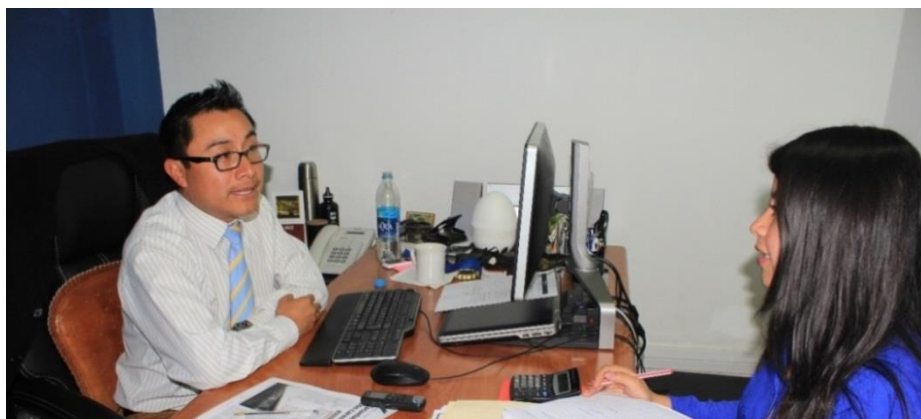


Foto colaboración: Shirlie Rodríguez

Entrevista a profundidad realizada por la epesista, el 9 de marzo de 2015, al director editorial del periódico El Quetzalteco César Pérez Méndez, en la etapa de diagnóstico.

### Figura 3

#### Documentación

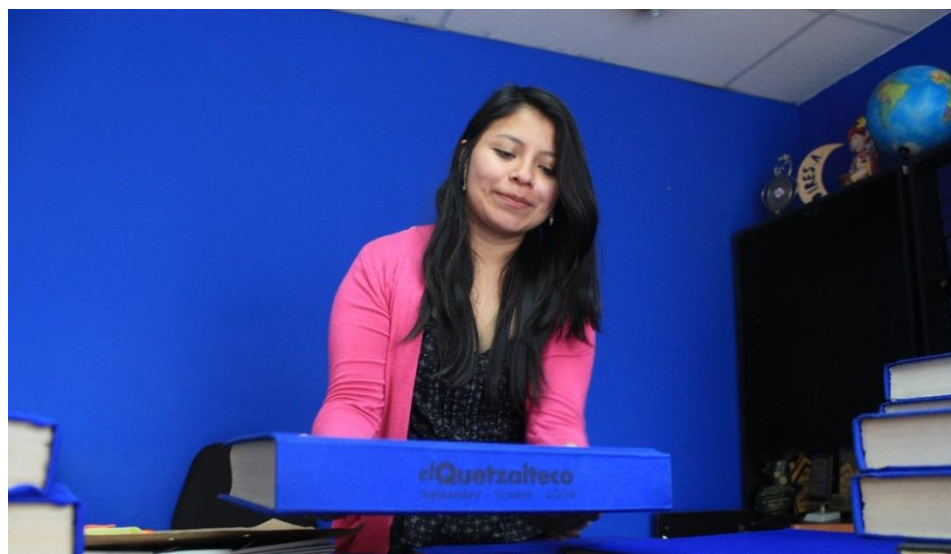


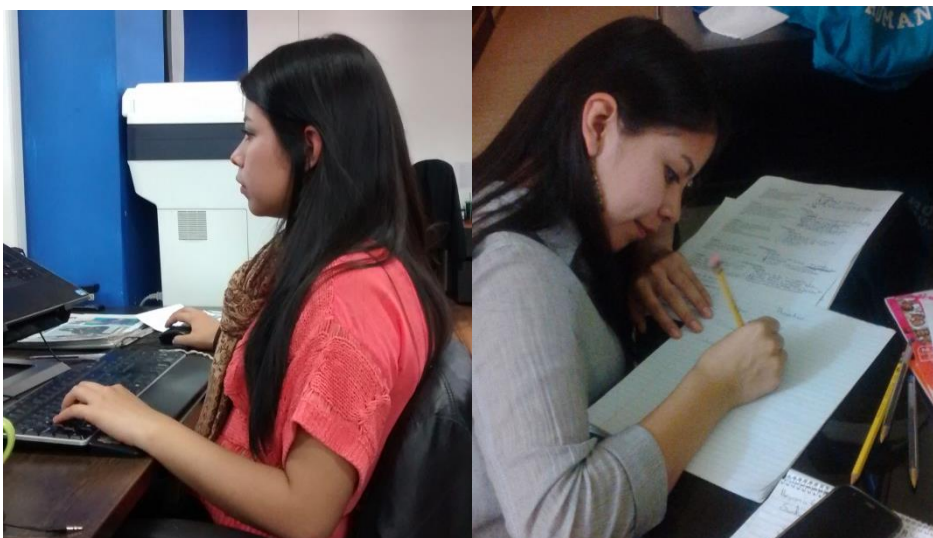
Foto colaboración: Shirlie Rodríguez

Proceso de documentación realizado por la epesista, del 2 al 6 de marzo de 2015, en los archivos de El Quetzalteco del año 1994 al 2015, durante etapa de diagnóstico.

**Figura 4****Presentación estrategia**

Foto colaboración: Shirlie Rodríguez

Presentación de la estrategia comunicacional a los integrantes del Consejo Editorial del periódico El Quetzalteco: Luis Hernández, José Racancoj, Fred Rivera, Erwin Racancoj, Ana Chaclán y Giovanni Calderón. Actividad desarrollada el 4 de mayo de 2015.

**Figura 5****Desarrollo estrategia**

Fotos colaboración: Shirlie Rodríguez

En proceso de creación del modelo de programación para las redes sociales y página web, inicialmente se elaboró un bosquejo el cual fue realizado digitalmente en el programa Microsoft Excel, el 11 y 12 de mayo de 2015.

**Figura 6****Supervisión desarrollo de estrategia**

Foto colaboración: Shirlie Rodríguez

El manejo y gestión de redes sociales y página web realizado por la epesista estuvo bajo la supervisión del Consejo Editorial, en la fotografía, el editor Luis Hernández. Actividad realizada el 18 de mayo de 2015.

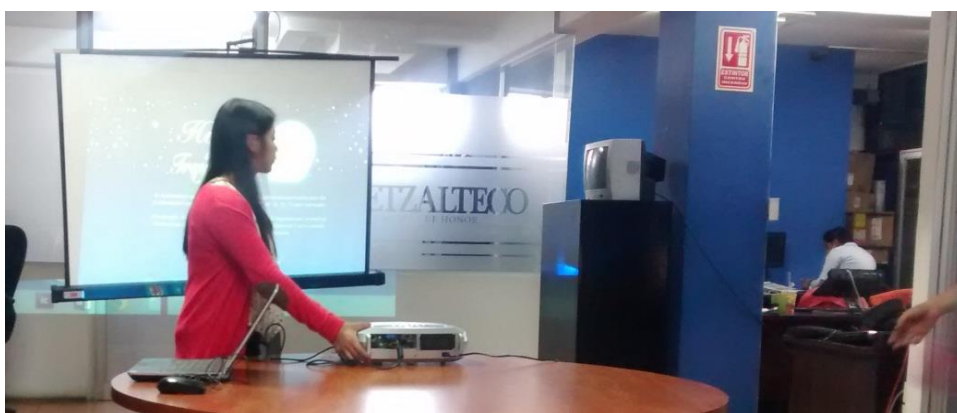
**Figura 7****Preparación talleres**

Foto colaboración: Shirlie Rodríguez

Preparación previa para el desarrollo de taller al personal del periódico El Quetzalteco se contó con diapositivas que fueron proyectadas en la sala de redacción. La actividad se desarrolló el 3 de junio de 2015.

Figura 7

## Desarrollo talleres



Foto colaboración: Marylin Colop

El editor Luis Hernández durante el desarrollo de taller realizado el 17 de junio de 2015, con el recurso humano del periódico El Quetzalteco.

Figura 8

## Taller práctico



Foto colaboración: Shirlie Rodríguez

Durante el desarrollo del taller para la creación de material periodístico para las redes sociales y página web en el que participó el personal del periódico El Quetzalteco. Fue realizado el 24 de junio de 2015.

### Anexo G\_Modelo de planificación Redes Sociales

<small>Red social</small> Día	Facebook		
Lunes	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:
Martes	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:
Miércoles	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:
Jueves	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:

Día Red social	Facebook		
Viernes	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:
Sábado	TEMA: HORA:	TEMA: HORA: (	TEMA: HORA:
Domingo	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:	TEMA: HORA:



## Anexo H\_Modelo de planificación, página Web

# WEB

## Periodico El Quetzalteco

Mes: 

Título del artículo	Encargado	Elementos	Fechas de publicación
(Debe tener la palabra clave principal)	(Nombre de periodista encargado de la publicación)	(¿se va a incluir infografía, video, fotos, etc?)	(esto lo escogemos según los mejores días y horas en cada red)

Anexo I\_Modelo post para redes sociales  
Figura 9



Figura 10



*Modelos de post para acompañar publicaciones inmediatas en las plataformas de las redes sociales del periódico El Quetzalteco.*

## Anexo J\_Perfil en Facebook Figura 11



Figura 12



*Antes y después de la implementación de la estrategia en la red social Facebook del periódico El Quetzaltec.*

## Anexo K\_Perfil en Twitter e identificación cuentas

Figura 13



Figura 14

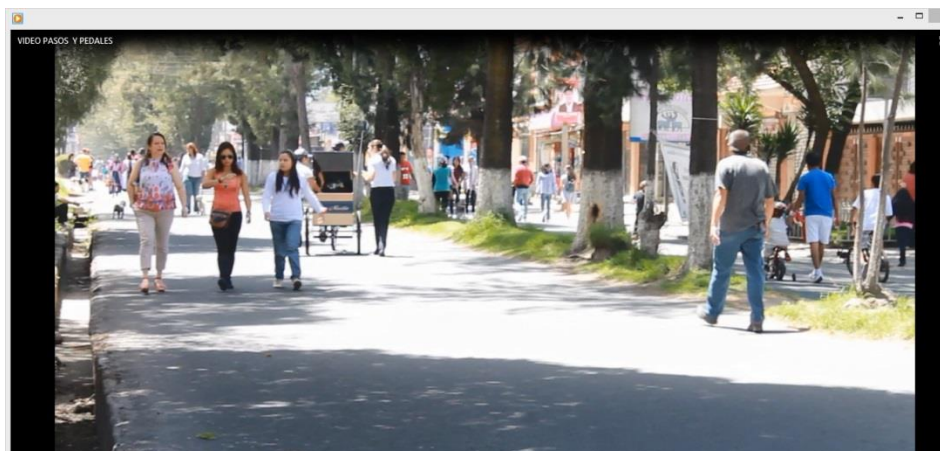


Perfil y fotografías para las cuentas en la red social Twitter del periódico El Quetzalteco.

## Anexo L\_Material audiovisual

### Figura 15

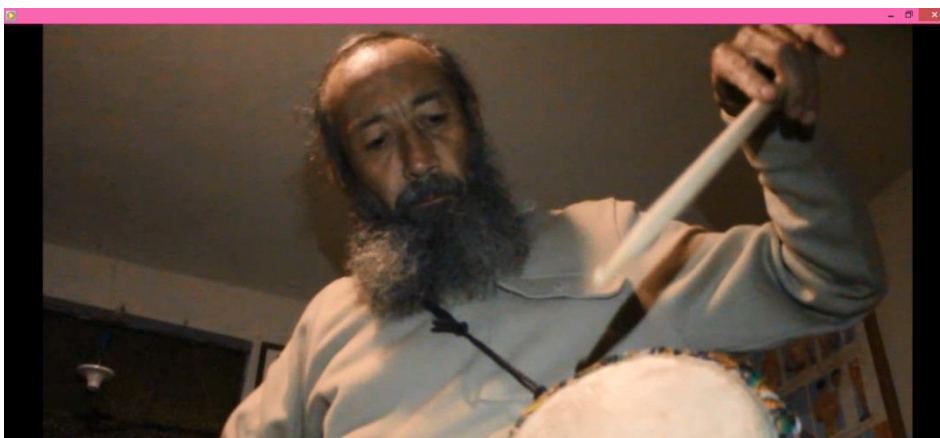
#### Video Alternativa saludable



Toma de video, Alternativa saludable, proyecto Pasos y Pedales en Xela. Realizada en la 4ª calle de la zona 3 de Quetzaltenango. Publicado el 3 de junio de 2015.

### Figura 16

#### Video El Caminante



Toma video titulado Camina por amor a su patria “El Caminante”, el protagonista es Oswaldo Ochoa, este video tuvo como localidad el periférico en la zona 7 de Quetzaltenango. Publicado el 10 de junio de 2015.

Figura 17

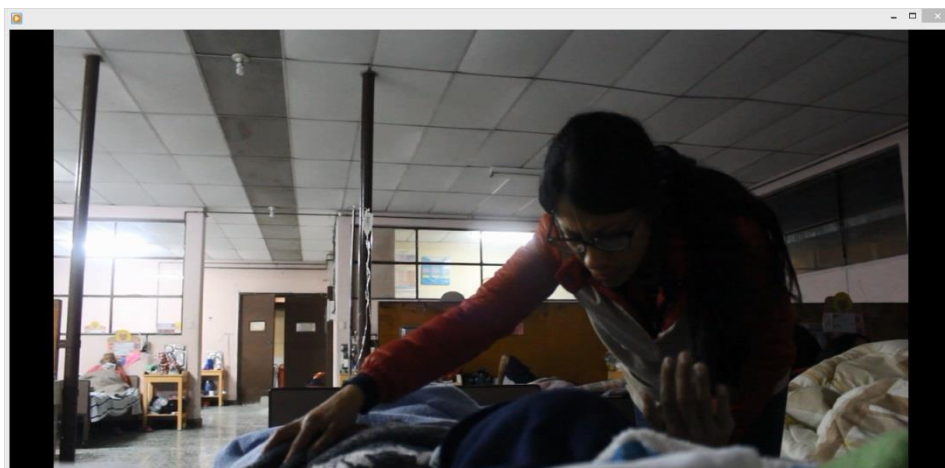
## Video Jóvenes orientan a adolescentes



Toma de video: Jóvenes orientan a adolescentes, proyecto comunidad Bahá'í. Este se llevó a cabo en el cantón Xecaracoj, en Quetzaltenango. En la fotografía Jennifer Acajabón, una de las entrevistadas. Elaborado el 21 de junio de 2015.

Figura 18

## Video Fe y café



Toma de video: Ayudan a necesitados, proyecto Fe y Café. Este tuvo como localidades el Hospital Regional de Occidente en la zona 8 de Quetzaltenango y el Hospital Rodolfo Robles en la zona 1. En la fotografía Silvia Lima, una de las entrevistadas. Realizado el 28 de junio de 2015.

Figura 19

## Video Víctimas de incendio



Toma video: Víctimas de incendio, en la toma Floridalma de Paz, una de las afectadas en el incendio del jueves 30 de julio 2015 en la zona 1 de Quetzaltenango.

Mazatenango 13 de agosto de 2016  
Ref. C. P. 14.2016  
Estudiantil

Estudiante:  
Marylin Corina Colop Tay  
carné: 201041222  
Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación  
-CUNSUROC-


Respetable Estudiante Epesista:

Para su conocimiento y efectos consiguientes le notifico que se le ha asignado como **REVISOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN, según TITULO I, CAPITULO I, DEFINICIONES, ARTÍCULO 4. Revisor de Trabajo de graduación.**, al docente: Lic. Juan Pablo Ángeles Lam de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación., según capítulo II de, requisitos académicos, administrativos y funciones del estudiante para realizar el trabajo de graduación, con base en artículo 11, funciones del estudiante. Para que se realice de conformidad al Normativo vigente.

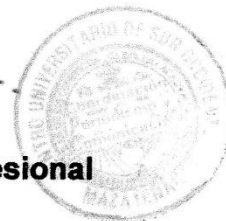
Sin tener nada más que agregar, me suscribo.

Atentamente.

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**



Msc. Paola Marisol Rabanales  
Coordinadora de las Carreras de Periodista Profesional  
y Ciencias de la Comunicación  
-CUNSUROC-





Mazatenango, 29 de septiembre de 2018.

Ph. D.  
Guillermo Vinicio Tello Cano  
Director  
Centro Universitario de Suroccidente  
-CUNSUROC-  
Mazatenango, Such  
Presente


Respetable Director:

Basado en el dictamen favorable del REVISOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN, titulado **“Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de las redes sociales y página web del periódico El Quetzalteco, Quetzaltenango, Quetzaltenango”**, elaborado por la estudiante Periodista Profesional **Marylin Corina Colop Tay**, carné **201041222**, de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del plan fin de semana del CUNSUROC.

De conformidad con lo establecido en el artículo 5, del **“Normativo Específico para la Ejecución del trabajo de Graduación, de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del Centro Universitario de Sur Occidente-CUNSUROC”**, se adjunta el trabajo de graduación completo, incluyendo una copia del dictamen respectivo, para su conocimiento, solicitándole el IMPRIMASE del mismo, para que pueda proseguir el trámite correspondiente para el Acto Público de Graduación, previo al obtener el título de Licenciada en Ciencias de la Comunicación.

Sin otro particular me suscribo de usted,

Atentamente,



Lic. Heinrich Herman León  
Coordinador de las Carreras de Periodista Profesional  
y Ciencias de la Comunicación  
-CUNSUROC-






UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUR OCCIDENTE  
MAZATENANGO, SUCHITEPEQUEZ  
DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO

**CUNSUROC/USAC-I-04-2018**

DIRECCIÓN DEL CENTRO UNIVERSITARIO DEL SUROCCIDENTE,  
Mazatenango, Suchitepéquez, doce de noviembre de dos mil diecisiete. \_\_\_\_\_

Encontrándose agregado al expediente el dictamen del Revisor de Carrera, SE AUTORIZA LA IMPRESIÓN DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN: "ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA REDES SOCIALES Y PÁGINA WEB DEL PERIÓDICO EL QUETZALTECO, QUETZALTENANGO, QUETZALTENANGO", de la estudiante: **Marylin corina Colop Tay**, carné No. **201041222 CUI: 2159 62206 0901** de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

**"ID Y ENSEÑAD A TODOS"**

  
**Dr. Guillermo Vinicio Tello Carr**  
Director



/gris