



Universidad Internacional de La Rioja  
Facultad de Empresa y Comunicación

Máster Universitario en Marketing Digital

# Plan de Marketing Digital para el medio digital Quindío Noticias en búsqueda de la modernización y las nuevas tendencias

Trabajo fin de estudio presentado por:	Valeria Machado Porras
Tipo de trabajo:	Individual
Director/a:	Karen Eliana Angarita Casas
Fecha:	6/octubre/2022

## Resumen

La innovación se ha convertido en un concepto importante dentro de los medios de comunicación que por años han conservado la forma tradicional de informar. El siguiente trabajo analiza desde diferentes matrices la situación interna y externa del medio de comunicación digital, Quindío Noticias. Asimismo, se expone un plan de marketing digital que tiene como fin modernizar las formas para informar a través de este medio. De esta manera se diseñaron tres estrategias acordes a los objetivos; el diseño de una nueva plataforma web moderna y ajustada a los principios del DCU (Diseño Centrado en el Usuario); por otro lado, la creación de una estrategia en redes sociales basada en la implementación de nuevos formatos, constancia en las publicaciones y orden; finalmente, la implementación de una nueva estrategia de publicidad y pauta basada en explotar las necesidades de cada empresa o entidad interesada en dar a conocer su oferta. De esta manera se pretende que el medio de comunicación cumpla sus objetivos gracias a la modernización del mismo.

**Palabras clave:** comunicación, información, medio digital, modernización, tendencias.

## Abstract

Innovation has become an important concept within the media that for years have preserved the traditional way of publishing news.

The following work analyzes from different matrices the internal and external situation of the digital media company, Quindío Noticias. Likewise, a digital marketing plan is exposed that aims to modernize the ways to inform through this platform.

In this way, three strategies were designed according to the objectives; the design of a new Moderna web platform and adjusted to the principles of the UCD (User-Centered Design); on the other hand, the creation of a social media strategy based on the implementation of new formats, consistency in publications and order; finally, the implementation of a new advertising strategy and guideline based on exploiting the needs of each company or entity interested in publicizing its offer.

In this way it is intended that the media meets its objectives thanks to the modernization of it

**Keywords:** communication, digital media, information, modernization, trends.

## Índice de contenidos

1. Introducción .....	7
1.1. Justificación .....	8
1.2. Objetivos .....	8
2. Análisis de la situación .....	9
2.1. Análisis de la situación interna .....	9
2.2. Análisis de la situación externa .....	14
2.3. Diagnóstico de la situación.....	24
3. Definición del público objetivo.....	27
3.1. Análisis de clientes actuales .....	27
3.2. Definición de clientes potenciales .....	31
4. Fijación de objetivos del Plan de Marketing .....	36
5. Planificación de estrategias y tácticas .....	37
5.1. Estrategias y tácticas.....	37
5.2. Presupuesto.....	45
5.3. Previsión de ventas .....	46
6. Monitorización y reporte .....	47
7. Conclusiones.....	49
8. Limitaciones y prospectiva .....	51
Referencias bibliográficas .....	52

## Índice de figuras

Figura 1. Modelo Canvas del medio digital Quindío Noticias .....	11
Figura 2. Página principal de Quindío Noticias.....	12
Figura 3. Visión general del dominio en Semrush .....	13
Figura 4. Página oficial de Facebook de Quindío Noticias .....	14
Figura 5. Cuenta oficial de Instagram de Quindío Noticias .....	14
Figura 6. Sitio web de La Crónica (banner principal) .....	14
Figura 8. Comparación de Quindío Noticias y La Crónica en Similarweb .....	18
Figura 9. Compromiso, Quindío Noticias y La Crónica en Similarweb.....	18
Figura 10. Visitas a lo largo del tiempo, La Crónica y Quindío Noticias.....	19
Figura 10. Canales de marketing, La Crónica y Quindío Noticias .....	19
Figura 11. Matriz DOFA .....	20
Figura 12. Metricool, demografía en Facebook (Género y edad) .....	23
Figura 13. Metricool, demografía en Facebook (locaciones) .....	24
Figura 14. Metricool, demografía en Instagram (Género y edad) .....	25
Figura 15. Metricool, demografía en Instagram (locaciones) .....	26
Figura 16. Audiencia en página web, cifras de SimilarWeb.....	26
Figura 17. Mapa de empatía, cliente potencial de Quindío Noticias .....	28
Figura 18. Buyer persona de Quindío Noticias .....	29
Figura 19. Customer journey map .....	30
Figura 20. Página principal del sitio web de Quindío Noticias <b>ANTES</b> .....	33
Figura 21. Página principal del sitio web de Quindío Noticias <b>DESPUÉS</b> .....	34
Figura 22. Velocidad en Page Speed Insights .....	35
Figura 23. Palabras claves Ubersuggest .....	35
Figura 24. Palabras más buscadas Answer the Public .....	36

Figura 25. Prototipo estrategia de publicidad ..... 46

## Índice de tablas

Tabla 1. Resumen de la estrategia del Plan de Marketing..... 39

Tabla 2. Presupuesto del Plan de Marketing..... 40

Tabla 3. Monitorización, KPI, canales ..... 43

## 1. Introducción

La información siempre ha estado presente y en la actualidad los medios de comunicación digitales continúan creciendo. Según la Asociación Colombiana de Medios de Información (AMI), durante el primer trimestre del año 2021 los lectores de los medios digitales crecieron en un 27%. Para ese momento ya eran 476 millones de usuarios únicos en el mundo que se informaban a través de plataformas digitales. (Romero et al, 2021)

Quindío Noticias es uno de los medios digitales pioneros del departamento del Quindío, Colombia. Si bien, durante más de 10 años su misión como medio ha sido informar a la comunidad a través de las redes sociales y su página web, es momento de avanzar con nuevas estrategias comunicativas y digitales que le permitan seguir posicionándose como el medio digital más importante del Quindío. A través de este Trabajo Final de Máster se implementarán diferentes soluciones y estrategias basadas en los conocimientos adquiridos en el máster de Marketing Digital. De manera general, se evidencian tres problemáticas en el funcionamiento del medio.

En primera instancia, es notoria la necesidad de crear una nueva experiencia de usuario en la página web que estará basada en elementos y recursos más interactivos y actualizados; así se buscará generar mayor receptividad por parte de los lectores a través de los principios de usabilidad y utilidad que se integrarán en la página web.

En segundo lugar, Quindío Noticias ha conservado líneas gráficas y diferentes formas de brindar la información que necesitan ser modernizadas y actualizadas a las necesidades actuales de sus seguidores, es decir, que estén enmarcadas a las nuevas tendencias de información. No hay una segmentación para las diferentes audiencias que se encuentran en las redes sociales de Facebook, Instagram y Twitter; por lo tanto, requiere una estrategia en la elaboración de los contenidos y la producción de la información en estas redes sociales. Es por esto que serán relevantes las estrategias a la hora de comunicar la información acorde a las necesidades del mundo digital actual (Zuccherino, 2021).

Finalmente, se ha evidenciado que, aunque este medio digital es el más grande en materia de audiencia, no consigue la pauta necesaria para su subsistencia. No hay una estrategia comercial clara en cuanto a ventas y publicidad. Es por esta razón que se pretenderá

posicionar más esta marca que, si bien cuenta con un gran potencial, no ha generado una dinámica comercial clara que genere resultados.

En conclusión, el interés principal será modernizar los elementos, en materia de redes sociales, página web y estrategia comercial, que fueron implementados en el año 2011 y que para este año busca una actualización estratégica que responda a esas necesidades.

### 1.1. Justificación

Este trabajo se realiza porque el mundo digital actual cada día es más cambiante y solicita modernización e innovación en contenidos, estrategias y formas de comunicar. Las buenas ideas están reinando, todos los días aparecen nuevas tendencias y es por esto que nace la necesidad de crear un plan de marketing digital que responda a todos estos requerimientos. Asimismo, será importante conservar un trabajo efectivo que permita la sostenibilidad del medio de comunicación, a través de una buena estrategia de pauta y publicidad digital. Otra razón por la que se realiza este trabajo final de máster es porque desde el año 2011 no se han hecho cambios ni actualizaciones a la página web oficial del portal de noticias. Es así como se requiere de manera urgente un cambio en la experiencia del usuario que cada vez solicita más y más facilidad y utilidad en su recorrido por las diferentes plataformas digitales.

### 1.2. Objetivos

- Diseñar un plan de marketing digital para el medio digital Quindío Noticias que pueda ser puesto en funcionamiento en los próximos 5 meses.

#### **Objetivos Específicos**

- Realizar un análisis de la situación interna y externa.
- Hacer un análisis de la competencia a través de estrategias de Benchmarking.
- Llevar a cabo un análisis de la audiencia de Quindío Noticias.



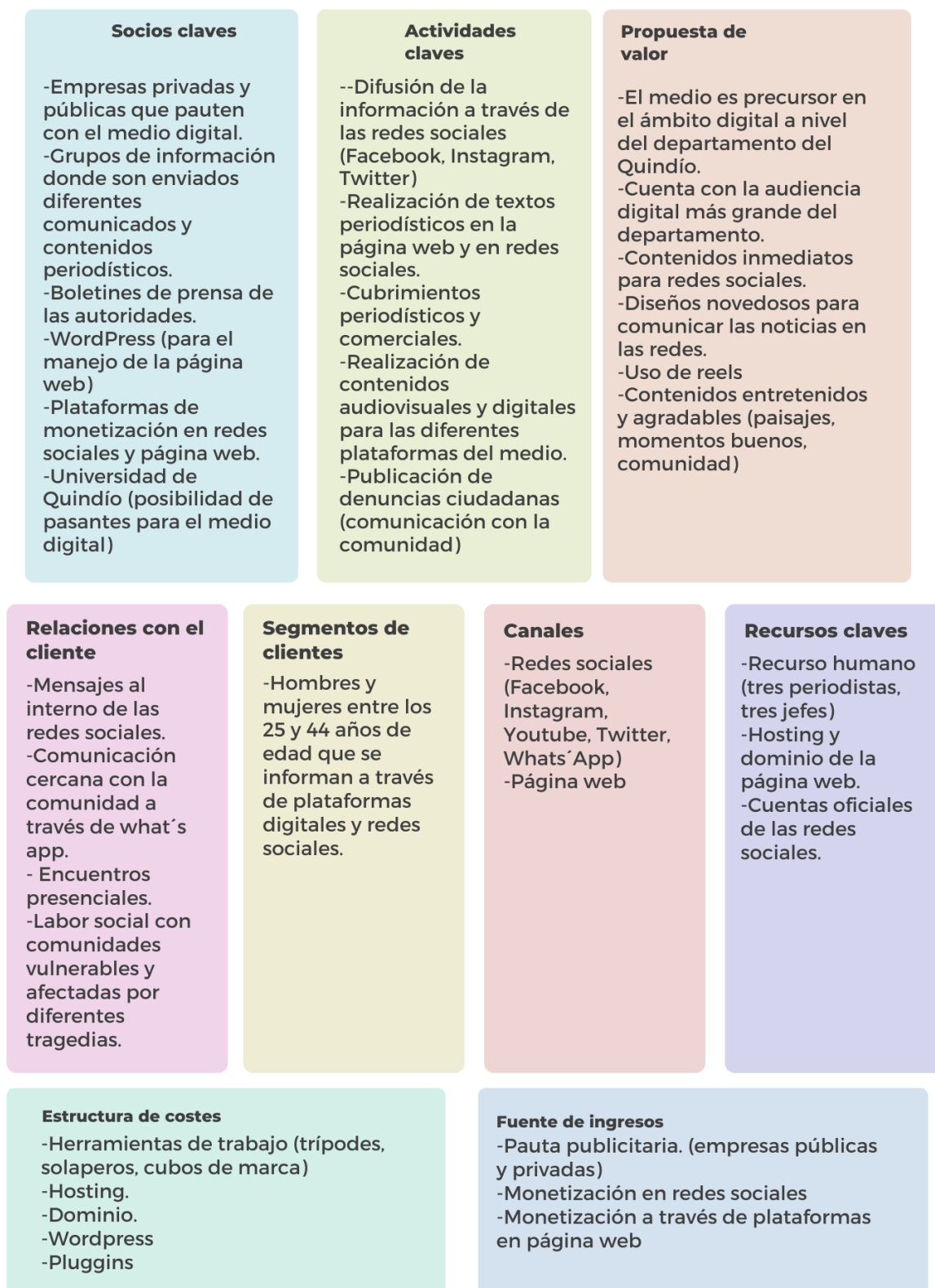
## 2. Análisis de la situación

Con el objetivo de obtener más información sobre el medio digital, Quindío Noticias, y su funcionamiento, se realizará un análisis de la situación tanto externa como interna. De esta manera, se pretende conocer todos esos factores que influyen en el funcionamiento del medio y también, las dificultades que hoy permiten crear la necesidad de desarrollar un plan de marketing.

### 2.1. Análisis de la situación interna

Para analizar el funcionamiento del medio digital, Quindío Noticias, se llevará a cabo la realización de un modelo de negocio, a través del modelo Canvas, un formato de análisis que brindará información sobre metodologías, actividades, canales, socios claves, propuesta de valor, entre otros factores que son elementales dentro de la labor del medio digital. En la figura 1 se podrán observar cada uno de estos apartados.

**Figura 1.** Modelo Canvas del medio digital Quindío Noticias



Fuente: Elaboración propia

## Lectura general del análisis Modelo Canvas

Dentro del ejercicio realizado, a través del modelo canvas, se puede deducir que el medio digital Quindío Noticias cuenta con un gran potencial por ser uno de los medios precursores en el ámbito digital. Sus funciones y actividades son amplias y permiten que su audiencia reciba contenidos variados en diferentes formatos y con una propuesta de valor. Es importante recalcar que hay pocos empleados para la magnitud de seguidores con los que cuenta este medio. Por otro lado, se puede evidenciar que los ingresos no son fijos, debido a que no hay una suscripción. Estos recursos llegan dependiendo de otros socios que desean, o no, realizar publicidad con el medio, evidenciando que no hay ingresos fijos y que el sustento del medio de comunicación puede llegar a ser inestable.

## Auditoría digital

Como ejercicio de análisis, de igual manera se realizará una auditoría digital que permita conocer el estado actual del medio en cuanto a audiencias, seguidores, tráfico, alcance, entre otros.

- **Página web:** alcance de 416.931 visitas a la página.

**Figura 2.** Página principal de Quindío Noticias.

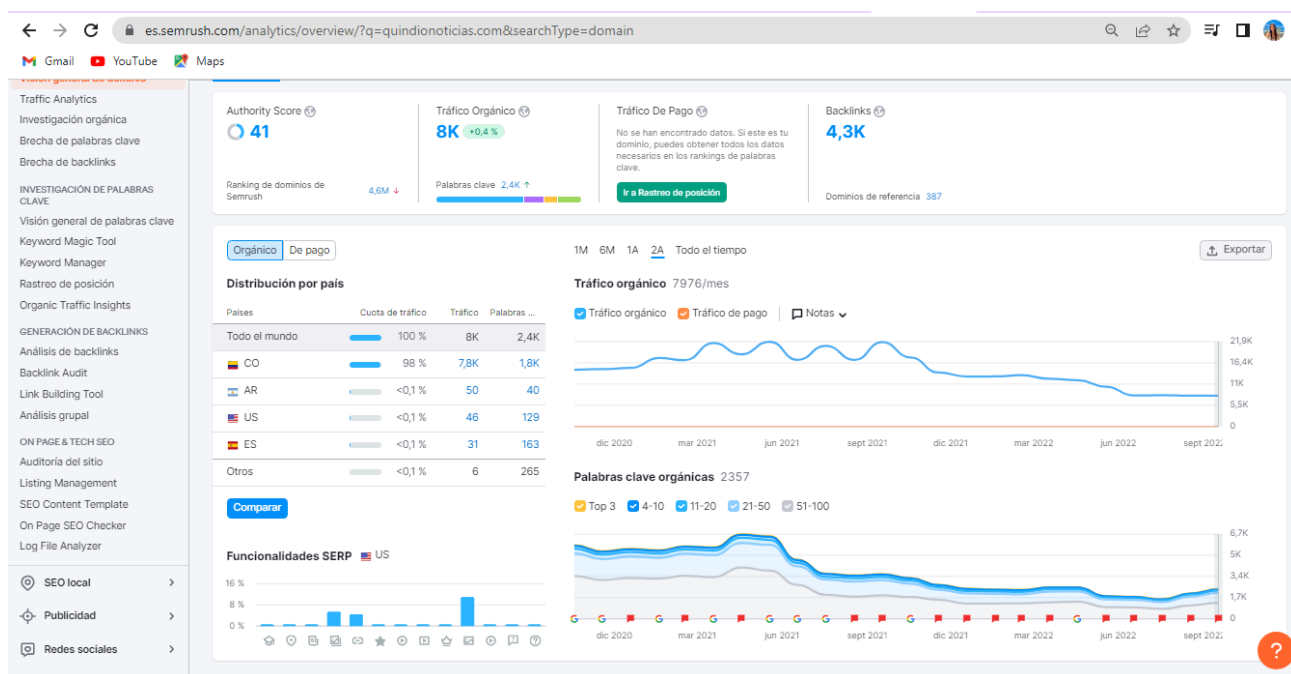


Fuente: www.quindionoticias.com, 2022.

### Lectura general:

El sitio web de Quindío Noticias cuenta con una página principal e incluye diferentes secciones que segmentan el tipo de noticias. A primera vista se evidencia una gran necesidad de crear una mejor experiencia para el usuario. De alguna manera, el medio digital cuenta con una interfaz antigua, es decir, requiere de una modernización que aplique los principios de utilidad y usabilidad para que, de esa manera, se convierta en una plataforma más agradable, interactiva y que motive a los usuarios a un llamado a la acción.

**Figura 3.** Visión general del dominio en Semrush



Fuente: Visión general del dominio, SemRush , 2022.

### Lectura general:

Según la herramienta Semrush, Quindío Noticias evidencia una disminución del tráfico orgánico en el último año, especialmente en los últimos meses. En comparación con el 2021, se registraba tráfico de hasta 21.900 usuarios, como se constata en junio del 2021. Sin embargo, en el último mes se habla de tan solo 7.976 usuarios. Frente a estos resultados se considera que las cifras de tráfico del medio digital non son revisadas constantemente puesto

que cada vez más se evidencia un descuido en el análisis y optimización de palabras claves dentro de la web.

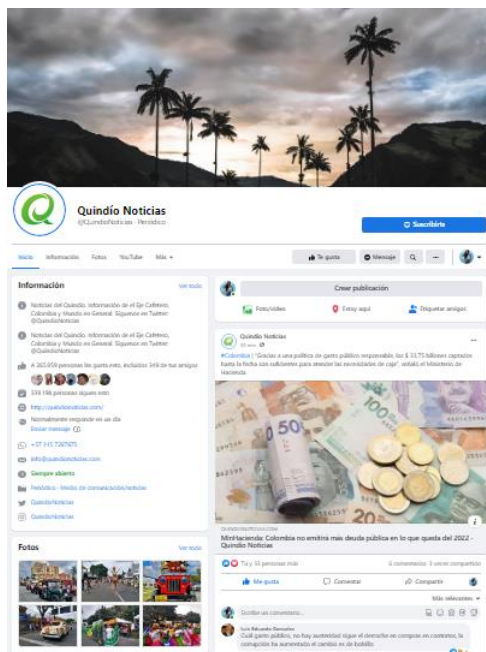
### Redes sociales:

Las redes sociales son las plataformas más importantes para el medio digital Quindío Noticias. Cuenta con la mayor audiencia de todas, tanto en Facebook como en Instagram. Dentro de los contenidos que se publican se encuentran los hechos noticiosos con enlace a la página web, videos y fotografías. Asimismo, se comparten historias con las noticias de cada día y reels.

Una de las grandes ventajas del medio es que intenta promover y compartir la cultura quindiana a través de sus contenidos.

- **Facebook:**

**Figura 4.** Página oficial de Facebook de Quindío Noticias.



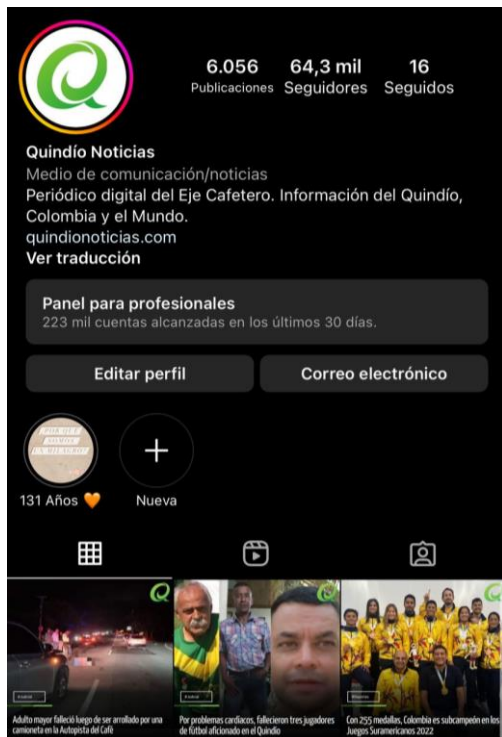
**Total de Me gusta: 265 mil**

**Total de seguidores: 339 mil**

Fuente: Facebook Quindío Noticias, 2022

- **Instagram:**

**Figura 5.** Cuenta oficial de Instagram de Quindío Noticias



**Seguidores: 66.371**

**Publicaciones: 6.069**

Fuente: Instagram Quindío Noticias, 2022

## 2.2. Análisis de la situación externa

Para analizar la situación externa del medio digital Quindío Noticias, será necesario realizar una observación del macroentorno y el microentorno. Para la primera parte (macroentorno) se utilizará un análisis de PESTEL con el objetivo de evaluar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que afectan o tienen influencia en el desarrollo de las diferentes actividades del medio de comunicación.

Para el microentorno se llevará a cabo un análisis a través de las 5 fuerzas de Porter. Esta evaluación permitirá revisar si el medio cuenta con un riesgo alto, medio o bajo con respecto al poder de los clientes, poder de negociación con proveedores, amenaza de nuevos competidores, amenaza de productos sustitutos y la rivalidad competitiva.

Finalmente se realizará benchmarking con el objetivo de analizar la competencia y los factores generales que afectan directa o indirectamente el posicionamiento de marca de Quindío Noticias

### **Análisis del macroentorno (PESTEL)**

#### **Factores políticos:**

En los últimos años y con más fuerza después de la pandemia, los medios de comunicación son los verdaderos promotores políticos en los diferentes ámbitos; es así como la comunicación digital valora la potencialidad de datos y los promueve como una oportunidad en el desarrollo de las sociedades, permitiendo entonces que se cumplan diferentes objetivos para un desarrollo sostenible gracias al aporte que estos hacen a los gobiernos y que permite el empoderamiento y la participación continua de los ciudadanos, quienes realmente son los factores de desarrollo y aquellos que le dan la relevancia no solo nacional sino también internacional (Pereira, Quintero y Montaña, 2021).

A nivel global, en las últimas décadas la comunicación digital ha sido fundamental en el desarrollo de las organizaciones modernas, pues esta ha permitido la diversificación y la innovación responsable que afectan directa o indirectamente los diferentes factores políticos. El impacto se refleja en la estructuración y elección del desempeño organizacional de los diferentes países; además el avance de la tecnología específicamente en la comunicación digital es la que mantiene vigente los diferentes modelos estructurales políticos y sus estrategias para el desarrollo de los mismos. (Fernández, 2021)

#### **Factores económicos:**

Los medios de comunicación independientes constantemente buscan iniciativas que les genere ingresos para su sostenimiento. Sin embargo, aunque la labor periodística es muy importante dentro de un territorio, no es valorada en su totalidad. En el Quindío se evidencian muchas dificultades a la hora de ejercer esta profesión. Los sueldos no son los más acertados y es difícil entrar a un puesto de trabajo, pues que la mayoría de medios son independientes y deben conseguir sus ingresos a través de la pauta publicitaria. Este es uno de los factores

que puede afectar al medio digital. Su economía depende de las circunstancias y el panorama a nivel territorial y de las posibilidades de publicitar. Es por esta razón que puede ser cambiante e inconsistente.

A nivel internacional, por ejemplo, se observa cómo en Brasil ser periodista requiere de un esfuerzo para ser percibido como parte de una comunidad y con un compromiso social que fortalece su profesión en la transformación contemporánea de la labor periodística pero que dista de lo que económicamente requiere tanto esfuerzo y dedicación (Capoano, Martini y Alenca, 2021), Venezuela no es ajena a esta situación, sumado a los problemas políticos de autocensura, precariedades técnicas y económicas; de tal manera que la labor periodística en este país que, aunque es reconocida por su liderazgo y capacidad de incidencia, siendo estas algunas características que favorecen los cambios necesarios en el país, ejercer la labor periodística es un acto que va más ligado a la vocación que al lucro de la misma (Carrasco, 2021)

#### **Factores sociales:**

El componente social se convierte en un factor fundamental para el desarrollo de los medios digitales. Gracias a la misma comunidad es posible conocer las diferentes problemáticas que se evidencian en el territorio. Y es que cuando un medio de comunicación tiene alianzas para no dar la información completa o darla de manera segmentada observándose un mutismo que favorece de cierta manera a un grupo social determinado lleva por coadyuvar a las alianzas que pueden ser de tipo criminal y que como que se reflejan en las causas históricas que han afectado la estructura periodística y los han vuelto vulnerables en el control de la información, todo esto gestado por intereses propios gracias al control de la información (Vázquez, 2022)

Si bien, la misma sociedad hace parte de ese ejercicio social que denuncia sobre ciertas situaciones, también se ha evidenciado una problemática en lo que tiene que ver con las noticias falsas (Ávila, 2021). La mayoría de personas cuentan con un celular. A través de este dispositivo electrónico pueden dar a conocer la información que deseen bajo la subjetividad común. Esta situación, sin duda, afecta el desarrollo de la información verás en un territorio, y con esto, la labor de los medios de comunicación digitales.



Durante la pandemia, este fue uno de los hechos más comunes. Constantemente en redes sociales se compartían mitos, experiencias individuales con una aplicación general sin sentido. De alguna manera, el caos del momento hizo que cualquier tema que tuviera que ver con el Covid-19 se convertía casi que en una sentencia frente a la duda y a la incertidumbre. Tanto así que, un equipo interdisciplinario del grupo de investigación COLEV de la Universidad de los Andes creó el Museo de la Desinformación, un proyecto buscaba recopilar más de 50 noticias falsas relacionadas con COVID-19 en Colombia (Rodríguez, 2021)

Es así como el componente social llega, en parte, a afectar la veracidad de los medios de comunicación. De alguna manera, obliga a la labor periodística a ser mucho más responsable y a cuestionarse hasta aquello que puede ser muy obvio para no desertar en la información.

### **Factores tecnológicos:**

En los últimos años ha crecido el uso de las redes sociales y las plataformas digitales como canales de información, esto quiere decir que las audiencias son quienes hoy necesitan información fácil, rápida e innovadora.

Sin embargo, los avances tecnológicos también obligan a los medios digitales innovar cada día, enterarse de las últimas tendencias y responder de manera continua y acertada a una comunidad digital que cada día requiere más soluciones y cercanía con la virtualidad; ya que la carencia de los medios tecnológicos afecta directamente al funcionamiento óptimo de las TIC que son indispensables en el éxito de la virtualidad y es por esto que cada día más personas acceden a este recurso como su principal modalidad informativa y educativa (Miranda et al, 2022)

Otro de los factores en el ámbito virtual que ha afectado de alguna manera la labor de los medios digitales, son los influencers (Kim y Kim, 2021). Esta nueva forma de comunicar a través de redes sociales ha hecho que hoy, especialmente el sector comercial, se vea obligado a dar a conocer sus recursos a través de aquellas personas con amplias audiencias digitales. Esta situación ha impactado de alguna manera a este gremio que siempre fue el primer difusor de la información.

### **Factores ecológicos:**

Uno de los factores más relevantes en materia de ecología, son las iniciativas que diferentes colectivos ambientales han propuesto para evitar el uso excesivo del papel. Hay que

mencionar que la búsqueda de información a través de los medios digitales se convierte en un factor positivo porque de alguna manera se evidencia responsabilidad ambiental a la hora de dar a comunicar la información e inclusive la educación (Conejo y Nemesio, 2022).

Por otro lado, el gobierno infunde a los medios de comunicación la importancia de ser un canal que precisamente promueve iniciativas ambientales. Según el *Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente*, Decreto 2811 de 1978, artículos 15 y 16, del 18 de diciembre de 1974 (Colombia) “por medios de comunicación adecuada, se motivará a la población para que formule sugerencias y tome iniciativas, a la protección ambiental y para el mejor manejo de los recursos naturales, y se adelantarán programas de divulgación y adiestramiento en la identificación y manejo de sustancias nocivas al ambiente”.

### **Factores legales:**

En el ámbito legal, La Sociedad Interamericana de Prensa, debe existir cierta protección y respeto hacia la labor periodística independiente. La Ley 1016 de 2006 “se adoptan normas legales, con meros propósitos declarativos, para la protección laboral y social de la actividad periodística y de comunicación a fin de garantizar su libertad e independencia profesional”

Este decreto le permite a los medios de comunicación digitales poder ejercer sus funciones periodísticas y comunicativas con responsabilidad pero con plena libertad e independencia.

### **Análisis del microentorno (Las 5 fuerzas Porter)**

#### **1. Poder de los clientes:**

##### **Alto: Quindío Noticias tiene una relación cercana a su audiencia:**

La audiencia del medio digital Quindío Noticias permite que se logre ejecutar una labor periodística. De igual manera, los usuarios son quienes consumen a la final el contenido, lo califican, responde a sus necesidades o no, pero de alguna manera, el público cuenta con un gran poder dentro de esta labor.

Asimismo, se evidencia un contacto cercano a través de los diferentes canales tecnológicos: mensajes DM de Instagram, Messenger, comentarios en las publicaciones y WhatsApp Business.

## **2. Poder de negociación con proveedores:**

### **Media:**

- **Existe un poder de negociación medio con quienes proporcionan la información.**

Es importante mencionar que un proveedor dentro de un medio digital se convierte en esa entidad o persona que brinda la información. De esta manera, se podría analizar que hay un nivel medio, puesto que no siempre es fácil acceder a algún tipo de información.

- **Plataformas digitales como proveedores:**

Si bien, cualquier persona puede tener sus redes sociales, también es importante mencionar que es esta la herramienta principal de un medio digital junto a un dominio en una página web. Existe un poder de negociación medio con estas plataformas digitales puesto que son prácticamente universales. Además, parte de su funcionamiento, en lo que tiene que ver con el algoritmo de cada una, afecta positiva o negativamente el funcionamiento y el desarrollo de los contenidos publicados.

Ejemplo: Facebook constantemente restringe contenidos porque los considera inadecuados. Difícilmente se puede negociar en una situación así.

Dentro de las soluciones se podría

## **3. Amenaza de nuevos competidores:**

**Alta: Aunque Quindío Noticias tiene la mayor audiencia, muchos medios digitales continúan creciendo.**

El departamento del Quindío es el más pequeño de Colombia. Es por esta razón que se pueden observar la mayoría de estrategias que implementan otros medios digitales. En ese sentido, la desorganización en las funciones y labores de los colaboradores del medio digital ha hecho que el contenido digital sea muy inestable y sin una continuidad. Otros medios digitales se convierten en altos competidores porque cuentan con una mejor estructura y recurso humano que les permite ser más entregados, de alguna manera, a la realización de contenidos.

Ejemplo: se ha evidenciado una disminución en la realización de transmisiones en vivo por parte de Quindío Noticias. Por otro lado, La Crónica del Quindío, uno de sus más grandes

competidores, ha sido más constante en la realización de este tipo de contenidos mejorando su posicionamiento en lo digital.

En cuanto a la página web, son muchos los medios de comunicación que cuentan con mayor tráfico y vistas que Quindío Noticias. Esto significa que hay una alta competencia, puesto que actualmente, el medio digital que se está analizando no está ocupando los primeros lugares aun cuando cuenta con todo el potencial para hacerlo.

Será necesario, dentro de este punto, alcanzar los primeros lugares siempre a través de la constancia en los contenidos y la presencia en las redes sociales. Quindío Noticias debe ser el medio que más genere contenido a través de sus plataformas.

#### **4. Amenaza de productos sustitutos:**

##### **Alta:**

Es evidente que existe un movimiento a lo digital. La mayoría de medios de comunicación ya tienen sus plataformas digitales. En el Quindío, las emisoras radiales cuentan con redes sociales para comunicar de manera inmediata a sus audiencias. Aunque Quindío Noticias fue el primer medio en este territorio en creer en el potencial de las redes sociales para el acceso a la información, esto ya no representa mayor avance porque cada día son más los medios de comunicación que informan a través de las plataformas digitales.

Una propuesta sería sin duda innovar, no solo usando la comunicación digital, sino aplicando nuevas tendencias y herramientas para la difusión de la información; de tal manera que se destaque sobre otras plataformas digitales.

#### **5. Rivalidad Competitiva:**

##### **Alta:**

Podemos considerar que el medio cuenta, en la actualidad, con grandes posibilidades de enfrentarse a competencias fuertes. Existen plataformas que cada vez crecen más digitalmente, siendo este aspecto un punto que se vuelve cada vez más elemental y fundamental entre los medios de información.

Sin duda debe existir mayor orden, constancia e intencionalidad en los contenidos. Existe potencial, sin embargo, hace falta establecer organización e innovar los productos que ya se tienen para que así puedan ser destacados y de mayor facilidad y acceso para las audiencias.

## Benchmarking

A través de la herramienta Similarweb, se conocieron diferentes resultados sobre la competencia del medio digital Quindío Noticias. Gracias a este informe se evidenció que hay varios medios de comunicación que cuentan con plataforma web y están por encima del medio Quindío Noticias en cuanto a alcance, tráfico, etc.

Uno de estos periódicos es La Crónica del Quindío, el diario regional más importante del departamento que también ha ido creciendo en el ámbito digital. Comparando los dos medios estos son los resultados que arrojan:

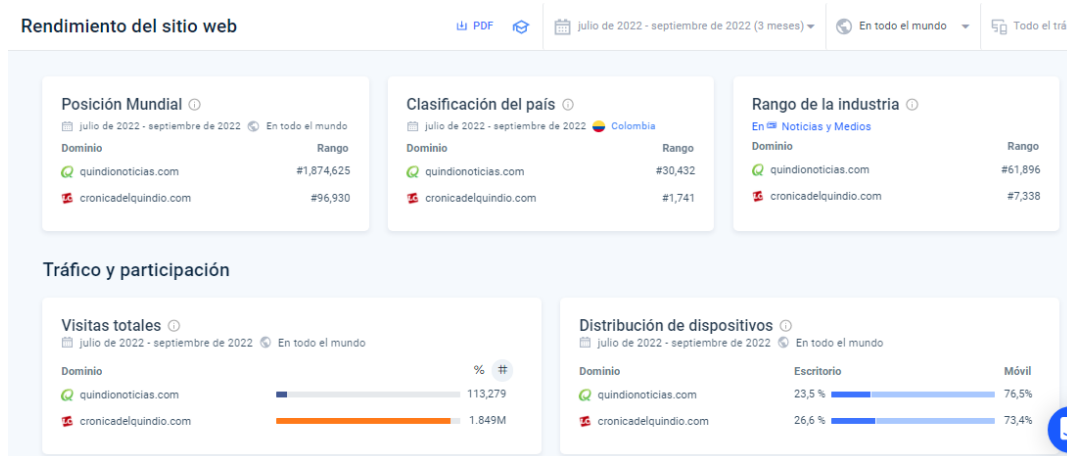
**Figura 6.** Sitio web de La Crónica (O Nueva Crónica, como ahora fue nombrada)



Fuente: Sitio Web de La Crónica

Como lo muestra la figura 6, se puede observar el banner principal del sitio web de La Nueva Crónica (es decir, la Crónica del Quindío). Esta página de inicio cuenta con categorías donde se encuentran las diferentes noticias e informes especiales. Así mismo, un llamado a la acción como imagen principal, donde se invita a los usuarios a leer y descargar el periódico digital; un punto que sin duda se podría contar como una buena estrategia de usabilidad para los usuarios.

**Figura 7.** Comparación de Quindío Noticias y La Crónica en Similarweb.



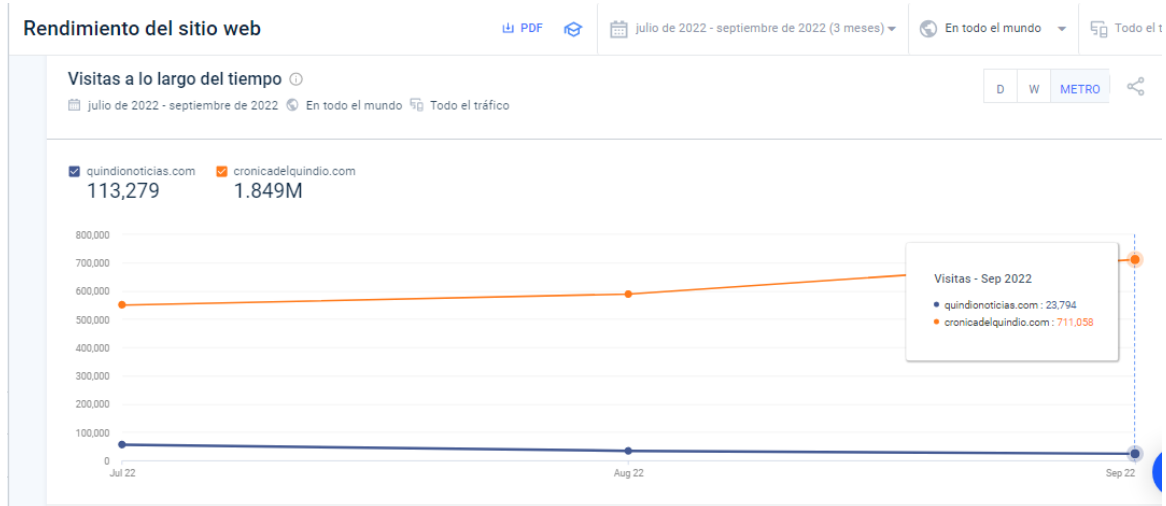
Fuente: Comparación de sitios web Similarweb, 2022.

**Figura 8.** Compromiso rendimiento de la web, Quindío Noticias y La Crónica en Similarweb



Fuente: Compromiso rendimiento del sitio web, Similar web, 2022

**Figura 9.** Visitas a lo largo del tiempo, La Crónica y Quindío Noticias



Fuente: Visitas a lo largo del tiempo, Similarweb, 2022

**Figura 10.** Canales de marketing, La Crónica y Quindío Noticias



Fuente: Resumen de canales, Similarweb, 2022

### Lectura general

Sin duda La Crónica del Quindío registra un mejor posicionamiento en cuanto a su sitio web, pues sobrepasa al medio Quindío Noticias en la mayoría de ítems. Aun así, se evidencia una diferencia en los canales de Marketing, específicamente en Social. En este punto Quindío Noticias cuenta con un porcentaje del 52,40%, mientras que el otro medio tiene un 3,51%. Esto evidencia que la mayor parte del tráfico de la página web de Quindío Noticias llega a través de las redes sociales.

### 2.3. Diagnóstico de la situación

Para el diagnóstico de la situación se realizará una matriz DOFA con el objetivo de analizar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del medio digital Quindío Noticias. Asimismo, se expondrá un análisis CAME para dar respuesta a esos aspectos nombrados en la matriz DOFA.

#### Matriz DOFA:

Figura 11. Matriz DOFA

FORTALEZAS  <b>F</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Conocimiento de buenas estrategias digitales.</li> <li>-Buen ambiente laboral.</li> <li>-Buenas herramientas de trabajo para la realización de las diferentes actividades.</li> <li>-Recurso humano juvenil.</li> <li>-Presencia en todas las redes sociales.</li> <li>-Presencia en la web.</li> </ul>
OPORTUNIDADES  <b>O</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Labores sociales que benefician a la comunidad.</li> <li>-Trabajo articulado con autoridades para la difusión de proyectos de cultura ciudadana.</li> <li>-Creación de contenido de valor y positivo (en medio del caos que traen algunos hechos noticiosos)</li> <li>-Se resaltan diferentes labores y acciones que realiza la misma comunidad (protagonismo de los quindianos)</li> <li>-Comunicación directa con la comunidad.</li> <li>-Comunicación con las diferentes fuentes que permiten la labor periodística.</li> </ul>
DEBILIDADES  <b>D</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Si bien, el medio cuenta con un equipo de trabajo, no hay claridad en las funciones de cada miembro. Constantemente hay ambigüedad entre las tareas que realizan. No hay una buena organización.</li> <li>-No se plantea constantemente una parrilla de contenidos a publicar en las diferentes plataformas digitales.</li> <li>-Hay dificultades en las secciones, tanto de las redes sociales como en la página web, no hay una constancia o un orden que le permita al usuario acceder con mayor facilidad a la información.</li> </ul>
AMENAZAS  <b>A</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Los medios de comunicación convencionales se están trasladando a lo digital.</li> <li>-Las oportunidades de pauta comercial existen. Sin embargo, cada vez es más difícil acceder a estas.</li> <li>-Para los medios digitales la aparición de influencers se puede convertir en una amenaza. Cada vez será más necesaria la innovación en la producción de los contenidos; la competencia es alta.</li> <li>-El crecimiento de la información falsa que hace que la comunidad pierda credibilidad en los medios de comunicación.</li> </ul>



### **Análisis CAME:**

#### **Corregir debilidades:**

- Fortalecer el equipo de trabajo y establecer las funciones de cada miembro. Es necesario la presencia de un líder que se apersona de este trabajo con el recurso humano. Cuando hay muchos jefes, no es posible que exista un orden en cuanto a los trabajadores.
- Destinar un día a la semana para la realización de una parrilla de contenidos con: hechos noticiosos del día a día, contenidos especiales y campañas.
- Mejorar la experiencia del usuario en la página web a través de la organización de las secciones con las que cuenta el medio digital. Asimismo, será importante llevar a cabo un orden en los contenidos que se publican en las redes sociales.

#### **Mantener fortalezas:**

- Continuar con el aprendizaje continuo de estrategias digitales. Implementar la publicidad digital como parte de esas estrategias.
- Mantener un ambiente laboral sano, mejorando la comunicación entre los miembros del equipo.
- Realizar un mantenimiento adecuado de las herramientas de trabajo para que continúen funcionando de manera efectiva en la labor.
- Será relevante continuar con personal juvenil que fortalezca las ideas y la innovación a la hora de comunicar.

#### **Afrontar amenazas:**

- La innovación será elemental para afrontar el traslado de los medios convencionales a lo digital. Será necesario marcar la diferencia y presentar contenidos informativos únicos que se ajusten a las verdaderas necesidades de estas audiencias.
- Será necesario crear nuevas estrategias de pauta y novedosas campañas que motiven tanto al sector público, como privado, a mostrar sus gestiones, servicios o actividades a través del medio digital Quindío Noticias.

- Sin duda la labor de los influencers es relevante dentro del mundo digital. Es posible aprender de ellos y aun así será relevante continuar fortaleciendo esa línea periodística que no hace parte de sus contenidos. De esta forma se marcará la diferencia.
- El medio digital deberá crear estrategias que le permitan desmentir la información falsa a través de la articulación entre los recursos digitales y las fuentes oficiales. De esta manera se buscará fortalecer la credibilidad del medio y así, se logrará su posicionamiento como una plataforma verás.

**Explotar oportunidades:**

- Continuar con la realización de campañas sociales que benefician a las comunidades más vulnerables.
- Es necesario aumentar las articulaciones con las autoridades para que los procesos de difusión en lo que tiene que ver con cultura ciudadana sean más efectivos y contribuyan al desarrollo del territorio.
- Compartir noticias positivas siempre será necesario. En medio del caso es muy importante ofrecerle a los usuarios y seguidores contenidos de valor que sean novedosos y muestren eventos y situaciones positivas. Para explotar este punto se podría crear un banco de buenas noticias que incluyan todos estos contenidos.
- La comunidad debe seguir siendo protagonista. Las buenas acciones, triunfos, logros e iniciativas deben seguir siendo resaltadas. Para esto se podría crear una sección especial que busque potencializar más todas estas buenas noticias.
- Para explotar la cercanía con la comunidad se creará una nueva sección para informar a los usuarios sobre cómo el medio de comunicación se convierte en un aliado que busca responder ante sus necesidades.

### 3. Definición del público objetivo

Con el objetivo de conocer con mayor profundidad la audiencia del medio digital Quindío Noticias se realizará un análisis de los clientes actuales y sus características en cuanto a género, edad y locación. Esto permitirá que las estrategias creadas más adelante estén acordes a la audiencia actual.

Por otro lado, será necesario definir cuáles son los clientes potenciales a través de herramientas claves como el buyer persona, un mapa de empatía y finalmente el customer journey. Cada diagrama o análisis mostrará de alguna u otra manera a ese público al que queremos informar acorde a sus necesidades reales.

#### 3.1. Análisis de clientes actuales

El medio de comunicación Quindío Noticias es la plataforma digital que cuenta con la audiencia más amplia en redes sociales. A través de la herramienta Metricool, se conocieron diferentes datos sobre la demografía de la audiencia actual del medio.

#### Redes sociales

- **Facebook:**

**Figura 12.** Metricool, demografía en Facebook (Género y edad)



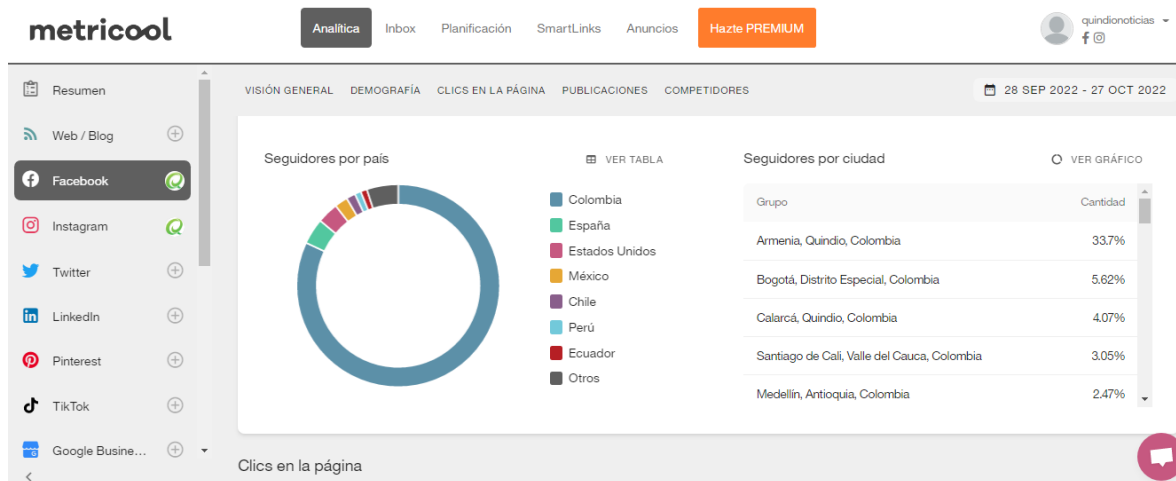
Fuente: Estadísticas Facebook, Metricool (2022)

Como se puede observar en la figura, la mayor parte de seguidores son mujeres, que corresponden al 53,84% del total; por otro lado, el 45,53% corresponde a hombres. En cuanto

a las edades, se evidencia que la mayor parte de la audiencia es joven, pues los usuarios se encuentran entre los 25 y 34 años de edad y continúa de la siguiente manera:

- 25 - 34 años: 35.52%
- 35 - 44 años: 24%
- 45 - 54 años: 13.43%
- 18 - 24 años: 11.41%
- 55 - 64 años: 9.04%
- Más de 65 años: 6%

**Figura 13.** Metricool, demografía en Facebook (locaciones)



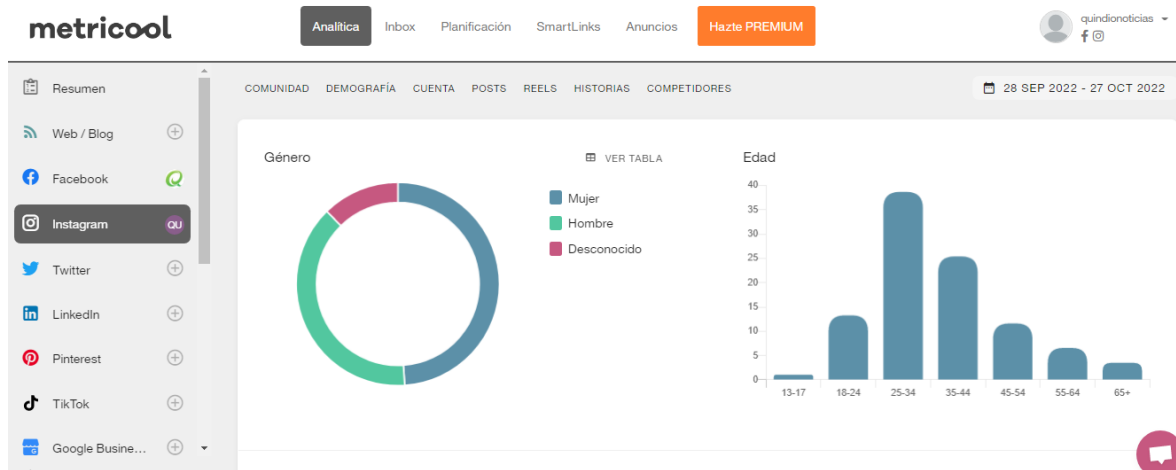
Fuente: Estadísticas Facebook, Metricool (2022)

En cuanto a la ubicación, por lógicas razones la mayor parte de la audiencia se encuentra en Quindío, Colombia. Sin embargo, este medio digital recorre otros territorios del país y del mundo, lo que quiere decir que un grupo de personas de diferentes departamentos y del exterior, aún con un mínimo porcentaje, se informan a través de Quindío Noticias.

Es importante mencionar que el medio digital, gracias a su estratégico nombre, es seguido por quindianos que están en otro país o departamento, es por esto que se evidencia una pequeña presencia en otros lugares diferentes al Quindío y a Colombia.

- **Instagram:**

**Figura 14.** Metricool, demografía en Instagram (Género y edad)



Fuente: Estadísticas Instagram, Metricool (2022)

Así como en Facebook, las mujeres comprenden la mayor parte de la audiencia de Quindío Noticias con un 48.98%; y el 38.75% lo ocupan los hombres.

En cuanto a las edades se evidencia la misma tendencia de Facebook, el público joven sigue predominando:

- 25-34 años: 38.62%
- 35-44 años: 25.44%
- 18-24 años: 13.23%
- 44-54 años: 11.63%
- 55-65 años: 6.57%
- Más de 65 años: 3.48%

**Figura 15.** Metricool, demografía en Instagram (locaciones)

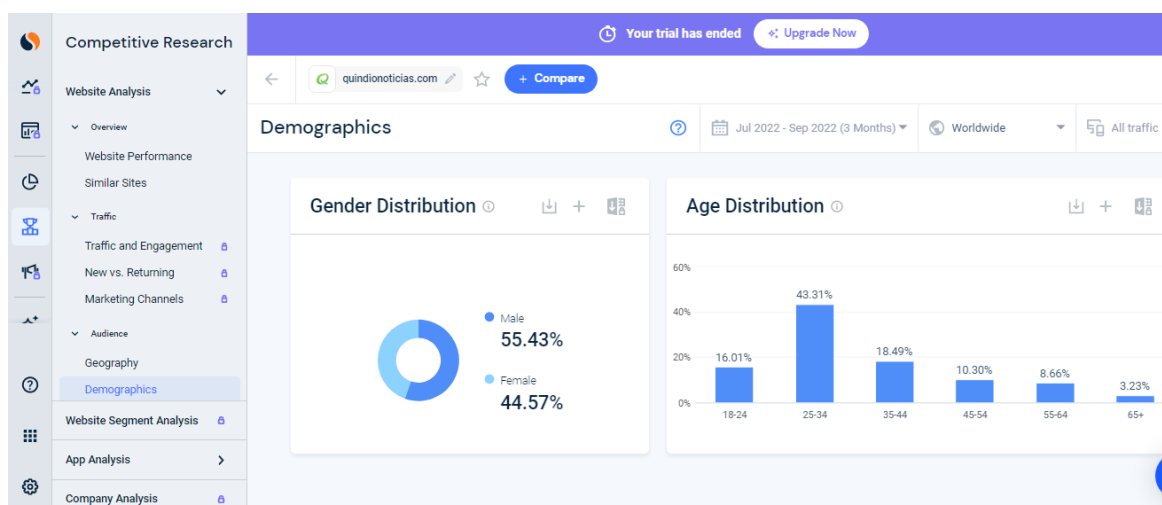


Fuente: Estadísticas Instagram, Metricool (2022)

Por otro lado, se evidencia un cambio de tendencia en la red social de Instagram. Si bien, el primer lugar lo ocupa Colombia, hay un cambio en el segundo; Estados Unidos es el país que está sobre España y otros. Asimismo, luego de la ciudad Armenia, continúa Bogotá como capital, y de allí en adelante, otros territorios como Valle del Cauca y Antioquia. Es importante mencionar que otros municipios del Quindío están por debajo de estos departamentos debido a la densidad de la población.

- **Página web:**

**Figura 16.** Audiencia en página web, cifras de SimilarWeb



Fuente: Demografía página web Quindío Noticias, SimilarWeb (2022)

La página web registra una mayor presencia de usuarios de género masculino con un 55.43%; y las mujeres con el 44.57%. En cuanto a las edades, se evidencia nuevamente una tendencia de usuarios jóvenes:

- 25-34 años: 43.31%
- 35-44 años: 18.49%
- 18-24 años: 16.01% (*cambio en la tendencia*)
- 45-54 años: 10.30%
- 55-64 años: 8.66%
- Más de 65 años: 3.23%

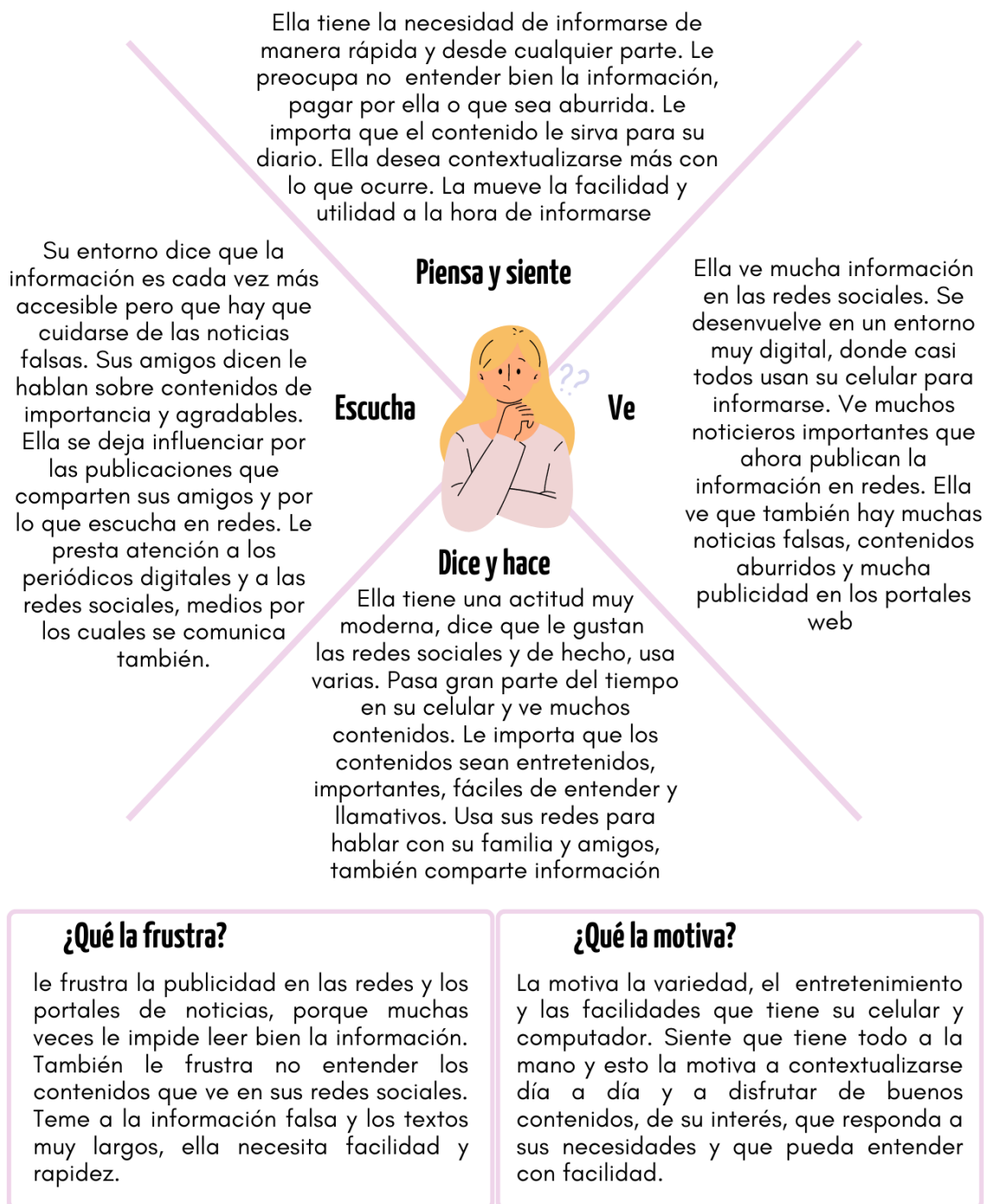
Tal como lo muestra la figura, se evidencia un cambio de tendencia en relación a las redes sociales, donde los usuarios de 18 a 24 años representaban el porcentaje más pequeño. En este caso, esta población ocupa el tercer puesto dentro del público objetivo con un 16.01%.

### 3.2. Definición de clientes potenciales

Luego de conocer la audiencia actual del medio digital, Quindío Noticias, será necesario definir cuál es ese tipo de cliente potencial que se convertirá en el prototipo para diseñar las estrategias. Para esto, se realizará un mapa de empatía que busca conocer los sentimientos del cliente, su percepción, cómo ve, qué escucha, qué lo motiva y qué lo frustra. Asimismo, se realizará un buyer persona con el fin de crear el cliente ideal de Quindío Noticias. Finalmente, se realizará un customer journey map para analizar la experiencia del cliente potencial en relación con el servicio del medio digital, que en este caso es informar de manera sencilla, clara, llamativa y verás.

- **Mapa de empatía:**

**Figura 17.** Mapa de empatía, cliente potencial de Quindío Noticias



Fuente: Elaboración propia (2022)



- **Buyer persona**

**Figura 18.** Buyer Persona de Quindío Noticias

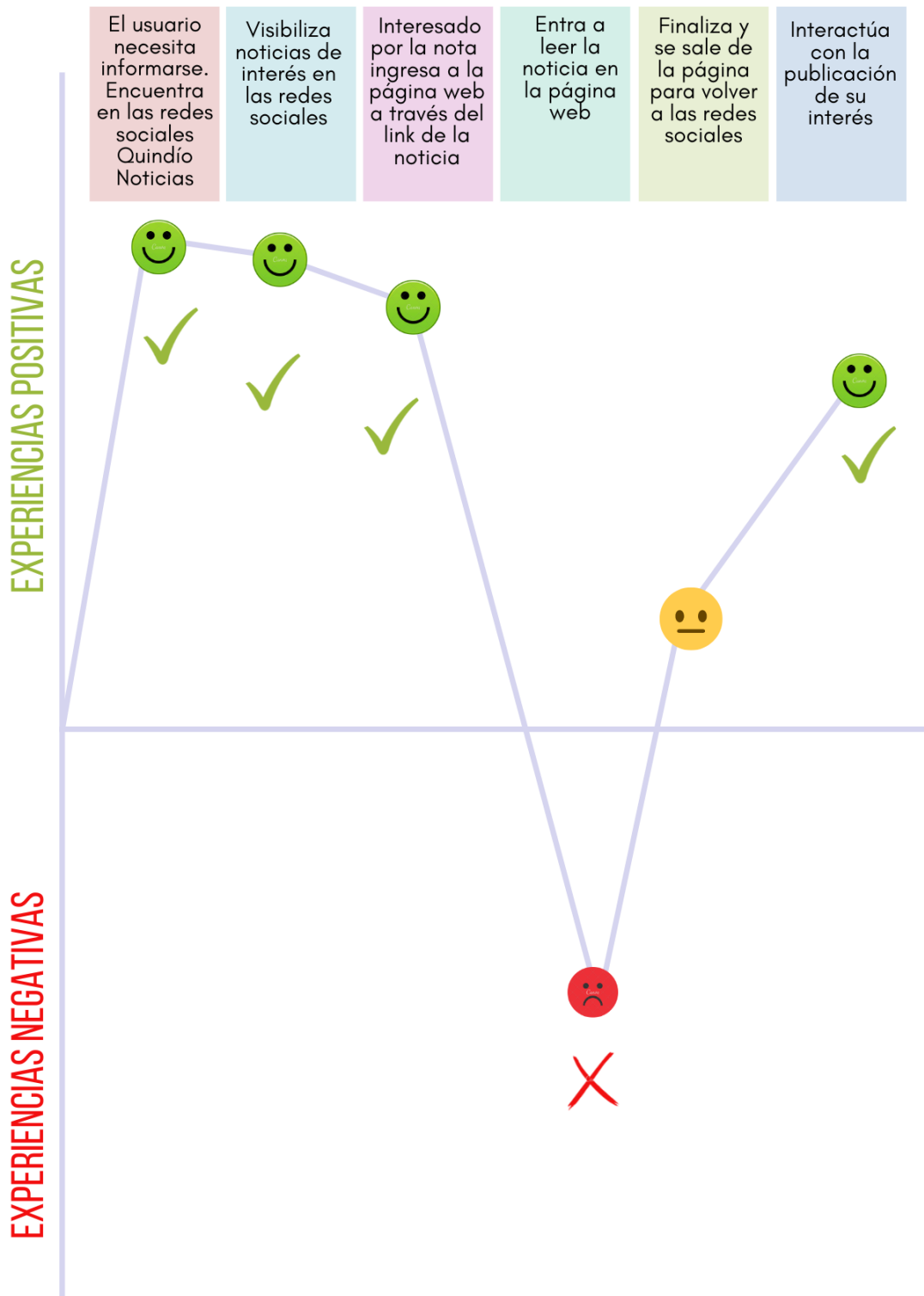
## Valentina Tabares



Fuente: Elaboración propia (2022)

- **Customer journey map**

**Figura 19.** Customer journey map



Fuente: Elaboración propia (2022)

### **Análisis Customer Journey Map**

Al crear el customer journey map para analizar el recorrido del cliente o usuario desde que descubre en medio digital Quindío Noticias hasta que termina su navegación, se puede deducir lo siguiente.

- 1- El usuario comienza a buscar noticias de interés, en este caso, sobre el Quindío. El medio digital en estudio cuenta con un nombre estratégico que permite que sea encontrado fácilmente.
- 2- Cuando llega a las redes sociales del medio se encuentra con titulares llamativos, con temas de interés y un llamado a profundizar en la noticia.
- 3- En cuando llega a la página web se encuentra con publicidad excesiva que no le permite ver bien la información, y esto hace que, finalmente decida retirarse y de quede solo con el contenido que vio en las redes sociales.

## 4. Fijación de objetivos del Plan de Marketing

### Objetivo de la empresa

**El macroobjetivo de Quindío Noticias es llegar a 800.000 usuarios únicos en el próximo año.**

Es importante mencionar que actualmente Quindío Noticias cuenta con aproximadamente 500.000 usuarios únicos en la página web. Este objetivo es alcanzable teniendo en cuenta que cada vez más el mundo se digitaliza más. Asimismo, se buscará el cumplimiento del macroobjetivo planteado a través de los objetivos de marketing.

### Objetivos de marketing

- **Objetivo 1: aumentar en un 15% las visitas en la página web en los primeros 5 meses del 2023.** Este es uno de los objetivos que le permitirán al medio digital Quindío Noticias llegar a su meta principal. La página web es la plataforma principal para alcanzar este macroobjetivo.
- **Objetivo 2: mejorar en un 20% el alcance de las publicaciones en redes sociales en los primeros 5 meses del 2023.** Sin duda las redes sociales son actualmente la casa de la mayor audiencia. Gracias a Facebook e Instagram es posible generar tráfico a la página web, es por esto que, potencializar el trabajo allí será relevante para cumplir la meta principal.
- **Objetivo 3: aumentar en un 10% las ventas de publicidad en los primeros 5 meses del 2023.** Para llegar a esta meta se necesita recursos. Es por esta razón que será muy importante mejorar la estrategia de ventas de publicidad en el medio digital, para así, invertir en talento humano, dominio, publicidad, SEM, y otras herramientas que darán cumplimiento al macroobjetivo.

## 5. Planificación de estrategias y tácticas

### 5.1. Estrategias y tácticas

#### **1- En cumplimiento al objetivo 1: Alcanzar más visitas en la página web**

A través de esta estrategia se dará cumplimiento al objeto 1. Si bien, la meta es alcanzar más visitas en la página web será elemental implementar un nuevo y más modernizado diseño que le permita al usuario **mejorar su experiencia** cuando navegue en la plataforma digital. Por otro lado, se realizará una **estrategia SEO On page** para conseguir mejores resultados en los diferentes motores de búsqueda de manera orgánica.

#### **Estrategia propuesta de mejora diseño UX:**

En este punto se diseñará una nueva página web que sea más atractiva y fácil de entender para los usuarios que llegan allí. Sin duda, será elemental establecer principios de usabilidad y utilidad para crear una experiencia más óptima. La razón principal por la cual se lleva a cabo esta estrategia es porque por más que se realice un buen contenido, la presentación de dicho contenido es lo que le permitirá al usuario disfrutar del sitio web y responder a sus necesidades.

#### **Táctica:**

- Se implementará un diseño total de la página principal (banner principal) con contenido visual (fotográfico y de video) que llame más la atención. Asimismo, se organizarán las secciones de una manera más estratégica. Esto permitirá que el usuario pueda encontrar los temas de su interés de una manera más sencilla y clara. Por otro lado, se incluirá un botón de llamado a la acción, para motivar a los usuarios a dejar su correo y que se conviertan en leads. De esta forma podrán recibir nuestras noticias.

**Figura 20.** Página principal del sitio web de Quindío Noticias **ANTES**



Fuente: Quindíonoticias.com (2022)

**Figura 21.** Página principal del sitio web de Quindío Noticias **DESPUÉS**



Fuente: Elaboración propia (2022)

### Estrategia SEO On page

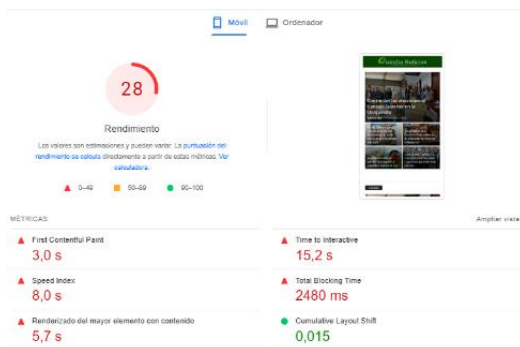
El mayor problema que registran las estadísticas del medio digital Quindío Noticias tiene que ver con el tráfico en la página web. Para atacar este punto se realizará una estrategia On page; el objetivo es optimizar de manera eficaz el SEO dentro de la página web.

**Táctica:**

Se llevarán a cabo diferentes actividades que permiten la optimización del sitio web.

**Velocidad de carga:** para este punto se analizó la velocidad del sitio a través de la herramienta Page Speed Insights, este fue el resultado en el móvil, el puntaje más bajo:

**Figura 22.** Velocidad en Page Speed Insights



Fuente: Page Speed Insights (2022)

Acciones de mejora en velocidad:

- Eliminar los recursos que bloqueen el renderizado.
- Reducir el contenido Java Script que no se use.
- Publicar imágenes con formatos de próxima generación. (WebP y AVIF)
- Mejorar la calidad de las imágenes para generar una mejor experiencia para el usuario.
- Mejorar el tamaño de los elementos táctiles
- Publicar recursos estáticos con una política de caché eficaz
- Asegurar que el texto permanezca visible mientras se carga la fuente web.

**Optimización de palabras claves:**

Para este punto será importante, en primera instancia, realizar un estudio keyword research, que permitirá analizar las palabras claves que funcionan para la optimización del sitio web. Actualmente este es el balance de Quindío Noticias en cuando a palabras claves

**Figura 23.** Palabras claves Ubersuggest

TOP PAGES BY COUNTRY							
🇨🇴 CO / ES [7,859]		🇺🇸 US / EN [260]		🇪🇸 ES / ES [200]		🇲🇽 MX / ES [11] MORE ▾	
KEYWORD	VOLUME	POSITION	EST. VISITS	CPC	PAID DIFFICULTY	SEO DIFFICULTY	
quindio noticias	6,600	1	3,280	\$0	1	67	
quindio noticias	2,400	1	1,199	\$0	1	70	
quindionoticias	2,400	1	1,008	\$0	1	68	
noticias quindio	6,600	2	520	\$0	1	67	
quindio noticias hoy	1,000	1	457	\$0	1	64	

Fuente: Palabras claves Ubersuggest (2022)

Por otro lado, se investigó sobre las palabras claves que más suenan actualmente alrededor del tema noticioso en el Quindío.

**Figura 24.** Palabras más buscadas Answer the Public

**cómo** Imagen Ocultar

ultimas noticias del quindio hoy  
 ultimas noticias del quindio  
 noticias del quindio de hoy  
 como va quindio

**cual** Imagen Ocultar

quindio noticias armenia  
 quindio noticias

**cuando** Imagen Ocultar

ultimas noticias del quindio  
 ultimas noticias del quindio hoy  
 quindio noticias armenia

**dónde** Imagen Ocultar

ultimas noticias del quindio hoy  
 ultimas noticias del quindio  
 noticias del quindio de hoy  
 noticias del departamento del quindio

**por qué** Imagen Ocultar

noticias del departamento del quindio  
 noticias del quindio de hoy  
 noticias del quindio  
 noticias del deportes quindio hoy  
 ultimas noticias del quindio hoy

**What** Imagen Ocultar

ultimas noticias del quindio  
 ultimas noticias del quindio hoy  
 las noticias del quindio  
 noticias del quindio de hoy

Fuente: Palabras claves Answer The Public (2022)

De igual manera también será relevante organizar de una manera más estratégica los títulos (Etiqueta H1, H2 Y H3). Deben incluir las palabras, claves y una descripción única para cada página; esto nos permitirá aumentar el CTR. En cuanto a las imágenes se realizará una etiqueta, es decir, un texto alternativo que le permita a Google entender la temática de la imagen alrededor de la nota periodística y así, que sea más visible.



## 2- En cumplimiento al objetivo 2: Diseñar una nueva estrategia en redes sociales.

Se creará un plan para Facebook e Instagram; con este punto se busca que los contenidos en estas redes sociales sean más constantes y fidelicen la identidad corporativa del medio digital.

### Táctica

**División de secciones:** se creará una parrilla de contenidos con el objetivo de organizar más los productos y generar constancia durante los días de la semana. Estas serán las secciones, excluyendo el contenido noticioso y periodístico que se publica a diario.

- Resumen de la semana: los días viernes se publicará un resumen de las noticias más importantes de la semana en formato de video (Facebook) y en formato reel (Instagram)
- La Gente de mi Quindío: a través de esta sección (que se publicará una vez por semana) buscamos que la audiencia se sienta identificada con esas personas típicas de los diferentes municipios que todos conocen y que se destacan en medio de la comunidad.
- Noticias en formato reel: sin duda este formato permite alcanzar a más público. Por lo anterior, se escogerá un tema relevante y que fue de impacto durante la semana para contarlo en este formato. Se incluirán aspectos como: subtítulos, audios en tendencia, tomas de apoyo (si son necesarias) y serán presentadas por una persona, para generar más cercanía con los seguidores.
- Servicio Social: el objetivo de esta sección es fortalecer las relaciones con la comunidad. Este será un espacio para la comunidad, allí se publicarán personas desaparecidas, mascotas perdidas y otras labores sociales y de apoyo a la audiencia.
- Encuesta del día: en Facebook se realizará una encuesta sobre el tema de interés del día. Ejemplo: ¿Está de acuerdo con la reforma tributaria? Por otro lado, en Instagram se llevará a cabo el mismo ejercicio, pero a través de las historias y sus herramientas. De esta manera se podrá generar opinión y una importante participación en las redes sociales.

**\*Nota importante:** en todas las secciones y noticias se realizará el call to action que redirigirá a la audiencia a los contenidos en la página web.

## **Social ads**

En este caso se realizará pauta publicitaria en Facebook e Instagram. El objetivo es obtener mayor alcance e interacción en las publicaciones, así como conseguir más seguidores en ambas redes sociales. Para esto se destinará un presupuesto de 5.000 pesos diarios; sin embargo, se realizará una constante optimización de las campañas para conocer aquello que funciona y lo que no, de esta manera se podrá alcanzar la meta principal.

### **3- En cumplimiento al objetivo 3: Diseñar una estrategia de pauta y publicidad.**

La estrategia, que dará cumplimiento al objetivo 3, será diseñar una nueva estrategia para las personas interesadas en pautar su empresa, producto o servicios en el medio digital Quindío Noticias.

## **Táctica**

Los pasos a seguir para llevar a cabo la estrategia serán:

- Diseñar un documento llamativo que incluya el número de audiencia que tiene Quindío Noticias, y asimismo, el alcance tanto en el Quindío como en otras regiones. De esta manera se demostrará con datos y cifras reales el impacto que puede llegar a tener una publicación en el medio.
- Se incluirán diferentes paquetes para que los clientes puedan escoger entre lo que más les conviene para promocionar su servicio; si se trata de publicaciones e piezas o videos en redes sociales, publrreportaje en la página web y en redes, Facebook live, reels o banners en el sitio web. El objetivo en sí, es tener diferentes opciones para los interesados.
- Adicional a esto, se ofrecerá un servicio especial que se denominará **“Buenas Noticias”**; será una forma muy estratégica, personalizada y pensada para la empresa interesada. El objetivo es que se hable de ese producto o servicio se una manera creativa; encontrar el lado positivo e impactante.

Figura 25. Prototipo estrategia de publicidad

## QUINDÍO NOTICIAS PAUTA CON Nosotros

### ¿Quiénes somos nosotros?

Damos gracias a Dios porque somos el primer medio digital del departamento que creyó en el poder de las redes sociales  
**¡Somos el medio de comunicación digital más seguido del Quindío!**

**Nuestra querida audiencia:**

- Facebook: **Más de 330.000 seguidores**
- Instagram: **Más de 64.000 seguidores**

**¡Estamos para servirte y ayudarte a tu empresa!**

Propuesta Universidad Santo Tomás

**1. Nota en página web con publicación en Facebook e Instagram**  
El objetivo es contar las buenas noticias a través de un titular y un texto llamativo.

Ejemplo

**Valor:**  
**\$350.000**

## ESTRATEGIA → Conectados!

### 1. Buenas Noticias

Hemos demostrado que las buenas noticias son de impacto en el Quindío y fortalecen la imagen de una organización. Es por eso, que a través de esta sección buscaremos **resaltar las fortalezas de tu empresa o proyecto** como generador de empleo, acciones de solidaridad y labor social, beneficios y oportunidades. Quindío Noticias se encargará de toda la producción audiovisual o escrita. Mira algunos ejemplos y estadísticas de Facebook e Instagram:

## 2. Publicaciones

### ● FACEBOOK LIVE

Estas transmisiones permiten que las personas accedan de manera rápida a una información relevante. En este caso la empresa podría decidir el tema a tratar.

### ● PUBLICIDAD

Quindío Noticias realizará la publicación en redes sociales y página web de piezas gráficas y de publicidad de la empresa u organización. En la página web las personas podrán acceder a la información en cuanto ingresen a leer nuestro contenido noticioso

Impresiones en esta nota: 20.187

### Costos: Redes sociales

Producto	cantidad	valor
Publicación contenido publicitario multimedia en página de Facebook. (Más de 330.000 seguidores)	1	\$200.000
Publicación contenido publicitario multimedia en perfil de Instagram. (Más de 64.000 seguidores)	1	\$130.000
Publicación contenido publicitario multimedia en perfil de Twitter. (Más de 23.000 seguidores)	1	\$100.000
Combo publicación multimedia Facebook, Twitter e Instagram.	1	\$400.000
Publicación artículo patrocinado página web y redes sociales.	1	\$450.000
Transmisión #EnVivo de activación de marca	1	\$500.000

### Costos: Pagina web

Producto	cantidad	valor
Banner fijo página principal	PRESENCIA FIJA MES (Min 600K IMP)	A CONVENIR
Banner fijo página de contenidos	PRESENCIA FIJA MES (Min 600K IMP)	A CONVENIR
Banner rotativo página de contenidos	1.000 IMPRESIONES	\$14.000

Fuente: Elaboración propia (2022)

## Resumen de la estrategia

**Tabla 1.** Resumen de la estrategia del Plan de Marketing

Objetivos	KPI	Estrategias	Tácticas/Acciones
Aumentar en un 15% las visitas en la página web en 5 meses.	# de visitas en el sitio web	Estrategia propuesta de mejora diseño UX	Diseño total de la página principal (banner principal) con contenido visual (fotográfico y de video) que llame más la atención.
		Estrategia SEO On page	Velocidad de carga y optimización de palabras claves.
Mejorar en un 20% el alcance de las publicaciones en redes sociales en 5 meses.	Alcance general en las redes sociales	Diseñar una nueva estrategia en redes sociales.	División de secciones creativas y Social Ads
Aumentar en un 10% las ventas de publicidad en el medio en 5 meses.	# de clientes nuevos para publicidad	Diseñar una estrategia de pauta y publicidad.	Diseñar un documento llamativo.  Incluir diferentes paquetes para que los clientes puedan

			<p>escoger entre lo que más les conviene para promocionar su servicio</p> <p>Servicio especial: Buenas Noticias</p>
--	--	--	---

Fuente: Elaboración propia (2022)

## 5.2. Presupuesto

**Tabla 2.** Presupuesto del Plan de Marketing

PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING					
ITEM	DESCRIPCION	OBJETIVO	CANTIDAD	VR UNITARIO X MES	VR TOTAL AÑO
Comunicador social y Periodista	Personas encargadas de realizar, editar, construir y recopilar el contenido periodístico y noticioso	cumplimiento de los objetivos 1,2 y 3	2	\$ 1.500.000,00	\$ 36.000.000,00
Profesional en Diseño Gráfico	Persona encargada de realizar todos los diseños gráficos. Asimismo, realizará todo lo relacionado a la imagen e identidad del medio.	Cumplimiento de los objetivos 1,2 y 3	1	\$ 1.500.000,00	\$ 18.000.000,00
Profesional en Marketing Digital	Persona encargada de la publicidad digital y el posicionamiento SEO	Cumplimiento del objetivo 1 y 2.	1	\$ 2.500.000,00	\$ 30.000.000,00

Desarrollo Web y Soporte Técnico	Persona encargada del soporte técnico.	Cumplimiento de los objetivos 1,2 y 3	1	\$ 1.500.000,00	\$ 18.000.000,00
Gerente Comercial	Persona encargada de la parte comercial, de pauta y publicidad	Cumplimiento del objetivo 3	1	\$ 1.500.000,00	\$ 18.000.000,00
Espacio Coworking	Alquiler de un espacio donde los empleados puedan trabajar y realizar sus tareas	Cumplimiento de los objetivos 1,2 y 3	1	\$ 800.000,00	\$ 9.600.000,00
Gastos Logísticos	Transporte, alimentación y gastos que se requieran para el trabajo periodístico	cumplimiento de los objetivos 1,2 y 3	1	\$ 300.000,00	\$ 3.600.000,00
Hosting Web	Servicio de alojamiento web para los archivos y bases de datos que permitirán el funcionamiento del sitio web	Cumplimiento del objetivo 1.	1	\$ 245.000,00	\$ 2.940.000,00
Dominio Web	Nombre identificador del sitio web en internet	Cumplimiento del objetivo 1	1	\$ 10.000,00	\$ 120.000,00
Social Ads	Publicidad en Facebook e Instagram	Cumplimiento del objetivo 2	1	\$ 150.000,00	\$ 1.800.000,00
Herramientas de Trabajo	Elementos para la realización del trabajo periodístico (trípode, solaperos, plan de datos)	cumplimiento de los objetivos 1,2 y 3	1	\$ 100.000,00	\$ 1.200.000,00
<b>VALOR TOTAL</b>					<b>\$ 139.260.000,00</b>

Fuente: Elaboración propia (2022)

### 5.3. Previsión de ventas

Durante 11 meses del año 2022 Quindío Noticias, como medio digital, recibió en pauta y publicidad aproximadamente \$80.000.000 (ochenta millones de pesos).

Con los objetivos expuestos anteriormente se espera recibir al año un total de \$252.000.000 millones, es decir, ventas promedio mensuales de \$21.000.000 millones. Estos ingresos llegarán gracias a la publicidad que se ofrecerá en los diferentes formatos y con la nueva estrategia de publicidad aplicada en las diferentes empresas, organizaciones y entidades interesadas en la publicidad en el medio.

## 6. Monitorización y reporte

Para cumplir con cada uno de los objetivos será relevante mantener una constante monitorización de las cifras, resultados y estadísticas que arroje cada una de las estrategias a implementar. Así se realizará este punto:

**Tabla 3.** Monitorización, KPI y canales

Objetivos	KPI	Canales
Aumentar en un 15% las visitas en la página web en 5 meses.	# de visitas en el sitio web totales. # visitas al sitio web mensuales # visitantes únicos mensuales Tiempo de duración de la visita % tasa de rebote	Google Analytics SemRush Similar Web
Mejorar en un 20% el alcance de las publicaciones en redes sociales en 5 meses.	# likes en la página # seguidores en Facebook e Instagram # impresiones en redes sociales #visitas a la página	Metricool Meta Bussiness

	Alcance Engagement	
Aumentar en un 10% las ventas de publicidad en el medio en 5 meses.	# de clientes nuevos para publicidad	

Fuente: Elaboración propia (2022)

Finalmente se calculará todo a través de la fórmula del ROI:  $\text{ingresos-inversiones}/\text{inversiones} \times 100$ .

**ROI=  $\$252.000.000 - 139.260.000,00 / 139.260.000,00 = 80,95\%$**



## 7. Conclusiones

Como se planteó en un principio, Quindío Noticias es uno de los medios digitales más grandes del Quindío; sin embargo, gracias a la exposición de los problemas planteados y a las diferentes matrices de análisis, se pudo deducir que este medio tenía una gran necesidad de modernizarse y ajustarse a las nuevas tendencias. Para esto se definió el objetivo de diseñar un plan de marketing que le permitiera al medio de comunicación posicionarse más y seguir siendo el primero en la región.

De esta manera, se concluye entonces que, para responder a la necesidad de modernizar su página web, se estableció un nuevo modelo basado en los principios de utilidad y usabilidad que nacen a partir del Diseño Centro en el Usuario. Es así como se llega a la solución de una problemática que, como se analizó en el mapa de empatía, era uno de los puntos débiles que evidenciaban los usuarios en el proceso de leer una noticia.

Por otro lado, se diseñó una nueva estrategia para las redes sociales. Tanto Facebook como Instagram son los principales canales de información del medio; y aunque se cumple con lo necesario en cuanto a la divulgación de la información, se identificaron diferentes problemáticas alrededor de la organización y constancia en las publicaciones. Como solución se planteó la implementación de secciones con contenidos creativos que se ajusten a las tendencias de las redes sociales y a las nuevas formas de comunicar. De igual manera se estableció un tipo de cronograma con todas las secciones para garantizar el orden y posicionar cada uno de los productos al interior del medio. Es importante mencionar que los contenidos responden a las necesidades de la audiencia: información concreta y eficaz, experiencias o personajes con los cuales los seguidores se sientan identificados. Asimismo, se crearon estrategias con enfoque social. Lo anterior logra que se cree una conexión más cercana con la audiencia para generar fidelización. Finalmente, el uso de una estrategia de social ads fortalecerá la difusión y reconocimiento de la marca; es así como se obtiene un mayor posicionamiento del medio digital.

Por último, la creación de una nueva estrategia de pauta publicitaria respondió a una de las problemáticas más grandes que durante años han afectado la economía y el sostenimiento

del medio. Anteriormente se ofrecían los diferentes servicios publicitarios sin ninguna estrategia. Gracias a la implementación de productos que responden, de manera específica y casi personalizada, a las necesidades de quienes están interesados en publicitar, se cierra la brecha que no permitía una constancia y continuidad en los acuerdos. Destacar las buenas noticias y resaltar las fortalezas de cada empresa o entidad, son algunos de los factores que cambian la perspectiva de la pauta digital en el medio de comunicación.

En conclusión, este trabajo investigativo dispone de tres estrategias en diferentes áreas y tareas del medio que responde a unos objetivos planteados que fueron diseñados con base a los problemas y puntos débiles que se evidenciaron, gracias a los análisis realizados.

## 8. Limitaciones y prospectiva

Como escritora de este trabajo investigativo encontré limitaciones a la hora de desarrollar la estrategia del plan de marketing digital. Fue complicado diseñarlo para un medio de comunicación digital que, en sí, no ofrece servicios que le proporcionen unos ingresos comunes. El objetivo principal de Quindío Noticias es informar; la pauta publicitaria es solo una función y una forma de obtener recursos, sin embargo, no es su razón principal. A la hora de realizar presupuesto costaba un poco por esta razón,

Por otro lado, evidencí ciertos inconvenientes en la realización de los diferentes análisis, puesto que lastimosamente, el medio no cuenta con una organización ni una forma de funcionar concreta; por fortuna, muchos de estos problemas fueron solucionados en la ejecución del trabajo.

Por otro lado, evidencí limitaciones a la hora de utilizar las diferentes herramientas para analizar información (Semrush, SimilarWeb, Metricool), si bien, son plataformas gratuitas y con muchas opciones, hay otra información que puede resultar bastante efectiva para los análisis, pero en la que se requiere pagar.

En cuanto a la prospectiva, el objetivo de este Trabajo Final de Máster es implementarlo en el medio de comunicación, realizar un análisis de los resultados y generar unos nuevos objetivos para el año 2024 que aporten al crecimiento de Quindío Noticias.

## Referencias bibliográficas

- Ávila Izquierdo, P. E. (2021). Influencia de las noticias falsas en redes sociales en el contexto de la Covid-19. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.44>
- Capoano, E., Martini, M. R., & Alencar, V. D. (2021). Identidades, perfiles y procesos: elementos que componen los periodistas de la Agência Mural Jornalismo das Periferias.
- Congreso de la República. (24 de febrero de 2006). Por la cual se adoptan normas legales, con meros propósitos declarativos, para la protección laboral y social de la actividad periodística y de comunicación a fin de garantizar su libertad e independencia profesional. Colombia. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=83477>
- Carrasco, G. (2021). Situación del periodismo en Venezuela: de la aproximación cuantitativa a la cualitativa. REVISTA INVECOM "Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad"/INVECOM JOURNAL" Transdisciplinary studies in communication and society/Depósito legal ZU2021000004/ISSN 2739-0063, 1(1), 62-80.
- Conejo, B. L., & Nemecio, J. L. (2022). El papel de la educación en línea para alcanzar sustentabilidad. Desafíos socio-ecológicos e inteligencia emocional. Sociedad & Tecnología, 5(S2), 431-442. <https://doi.org/10.51247/st.v5iS2.281>
- CONGRESO DE LA REPUBLICA DE COLOMBIA (1974, diciembre 18). Decreto 2811. Código Nacional de Recursos Naturales Renovables y de Protección al Medio Ambiente. D.O.: 34.243. Bogotá: Imprenta Nacional
- Fernandez Vincés, C. A. (2021). Mercado diversificado como estrategia empresarial, retos y relaciones con la comunicación digital. Caso práctico: Empresa privada. <http://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/6322>
- Kim, D. Y., & Kim, H. Y. (2021). Trust me, trust me not: A nuanced view of influencer marketing on social media. Journal of Business Research, 134, 223-232.
- Miranda-Zavala, A. M., Cruz-Estrada, I., Ramírez-Torres, M., & Lobo-Rodríguez, M. O. (2022) Revista Internacional de Investigación e Innovación Tecnológica.

- Pereira, G. B., Quintero, J. D. F., & Montaña, M. O. A. (2021). Comunicación digital entre ediles y usuarios en Twitter: Oportunidad fallida en el fortalecimiento de imagen y vigencia en la esfera pública. *Ánfora: Revista Científica de la Universidad Autónoma de Manizales*, 28(50), 183-214. <https://doi.org/10.32870/cys.v2021.7615>
- Rodríguez Cuevas, W. U. (2021). Narrativa Interactiva Geo-temporal de los Inicios del Protestantismo en Colombia: la labor de James Diego Thomson (1824-1825) y Henry Barrington Pratt (1856-1878). <http://hdl.handle.net/1992/52937>
- Romero-Rodríguez, L. M., Tejedor, S., & Montealegre, M. V. P. (2021). Actitudes populistas y percepciones de la opinión pública y los medios de comunicación: Estudio correlacional comparado entre España y Colombia. *Revista latina de comunicación social*, (79), 43-66.
- Swanson, E., Barnes, M., Fall, A. M., & Roberts, G. (2017). Predictors of Reading Comprehension Among Struggling Readers Who Exhibit Differing Levels of Inattention and Hyperactivity. *Reading & Writing Quarterly*, 34(2), 132-146. doi:10.1080/10573569.2017.1359712
- Vázquez Valdez, J. A. (2022). Periodismo y criminalidad, relación que se estrecha bajo dinámicas neoliberales y de dominación. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 56, 164-177. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2022.i56.10>
- Zuccherino, S. (2021). *Social Media Marketing: la revolución de los negocios y la comunicación digital*. Editorial Temas.