



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS**

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

**“DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL
POSICIONAMIENTO DEL MEDIO VIRTUAL COTOPAXI
NOTICIAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE
COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DE COTOPAXI”.**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación Social.

Autor:

Corrales Vela Klever Stalin.

Directora:

Lic. Mónica Marcela Freyle Matiz.

Latacunga – Ecuador

Noviembre - 2015.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS

CARRERA COMUNICACIÓN SOCIAL

Latacunga - Ecuador

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL MEDIO VIRTUAL COTOPAXI NOTICIAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”. Son de exclusiva responsabilidad del autor.

Corrales Vela Klever Stalin.
050379161-8



UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS
Latacunga - Ecuador

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Directora del Trabajo de Investigación sobre el tema:

“DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL MEDIO VIRTUAL COTOPAXI NOTICIAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”, de CORRALES VELA KLEVER STALIN, postulante a licenciado en Comunicación Social, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis, que el Honorable Concejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Agosto del 2015.

La Directora de Tesis:

Mónica M. Freyle

.....
Lic. Mónica Marcela Freyle Matiz.

175394214-1



APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; Por cuanto, el postulante: **CORRALES VELA KLEVER STALIN** con el título de tesis: **“DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL MEDIO VIRTUAL COTOPAXI NOTICIAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**. Ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Noviembre del 2015.

Para constancia firman:


.....
Lcda. Magali Benalcázar.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL


.....
Lcdo. Alex Mullo.
MIEMBRO


.....
Lcda. Verónica Peñaherrera.
OPOSITOR

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mis agradecimientos muy sinceros al ser maravilloso que me ha permitido la vida, llamado Dios y a mis queridos padres que me han brindado todo el apoyo moral y económico sin el cual no hubiera alcanzado el éxito deseado ya que esto significa haberme realizado como un ente social y útil a la sociedad y a la Patria .

A mis estimados profesores que me supieron apoyar en el camino del triunfo brindándome parte de sus conocimientos y sabidurías.

A mis queridos compañeros y compañeras que de igual forma me supieron comprender dándome apoyo en este largo camino, camino que no fue fácil sino más bien lleno de obstáculos.

DEDICATORIA

Dedico a las personas que me han ayudado en el transcurso de mi vida, en especial a mi familia ya que desde niño me han ayudado en mis estudios, me han brindado la confianza de seguir adelante y cumplir mis metas, también me han guiado en el camino correcto para ser una buena persona inculcándome principios y valores lo cual es muy importante y se ve reflejado en nuestro patrón de vida.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS**

Latacunga - Ecuador

TEMA: “DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL MEDIO VIRTUAL COTOPAXI NOTICIAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”.

Autor: Corrales Vela Klever Stalin.

RESUMEN

El objetivo de esta tesis es posicionar a Cotopaxi Noticias a través de un plan de comunicación que permitirá incentivar el uso del medio virtual en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi para evidenciar el uso que le dan, el cual se lo realizará mediante estrategias comunicacionales que permitirán posicionar la imagen institucional del medio de comunicación y acaparar audiencia.

En el presente trabajo de investigación se da a conocer sobre el informativo virtual Cotopaxi Noticias, el uso que dan los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, además de la colectividad de la provincia de Cotopaxi es por ello que el medio de comunicación informa de manera rápida, eficaz los acontecimientos que suceden diariamente, es por lo cual dentro de los últimos años el periodismo digital se está adaptando a la sociedad de la Internet concibiéndole como un nuevo medio de comunicación, que se presenta de manera interactiva y dinámica.

Además se ha creído conveniente trabajar de manera cuantitativa a través de encuestas y cualitativa por medio de entrevistas, para determinar el posicionamiento del medio en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social para lo cual se realizara un plan de comunicación.

Palabras Claves: medio virtual, comunicación, periodismo digital.



COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY

ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE SCIENCES AND HUMANITIES

Latacunga - Ecuador

THEME: "DESIGN OF A COMMUNICATION PLAN FOR POSITIONING COTOPAXI VIRTUAL ENVIRONMENT NEWS STUDENTS CAREER SOCIAL MEDIA TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI".

Author: Klever Vela Corrales Stalin.

ABSTRACT

The objective of this thesis is to position Cotopaxi News through a communication plan which will encourage the use of the virtual environment in the students of the School of Communication at the Technical University of Cotopaxi to demonstrate the use given, which it was done through communication strategies that will position the corporate image of the media and grab audience.

In the present research work is disclosed on the virtual information Cotopaxi News, the use to which the students of the School of Communication at the Technical University of Cotopaxi, in addition to the community of the province of Cotopaxi is why the media reports quickly, efficiently events happening daily, is therefore within the last year digital journalism is adapting to society Internet viewing them as a new means of communication, presented interactively and dynamic.

It has also seen fit to work quantitatively through qualitative surveys and through interviews to determine the positioning of the medium in the students of the School of Social Communication for which a communication plan was made.



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por el Sr. Egresado de la Carrera de Comunicación Social de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas: **CORRALES VELA KLEVER STALIN**, cuyo título versa **“DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL MEDIO VIRTUAL COTOPAXI NOTICIAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI”**, Lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, 10 de Agosto del 2015.

Atentamente,

Lic. Marcelo Pacheco Pruna.

DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

c.c. 0502617350

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenidos	Pág.
Portada.....	i
Autoría.....	ii
Aval del director de tesis.....	iii
Aprobación del tribunal de grado.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	ix
Aval del docente del centro de idiomas.....	x
Índice de contenidos.....	xi
Introducción.....	xix
CAPÍTULO I	
Fundamentación Teórica.....	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.1.1 Problematización o problemática a investigar.....	3
1.2 Categorías Fundamentales.....	5
1.3 Marco Teórico.....	6
1.3.1 COMUNICACIÓN CORPORATIVA.....	6
1.3.1.1 Elementos del Proceso de Comunicación.....	6
1.3.1.1.1 Emisor.....	7
1.3.1.1.2 El Receptor.....	7

1.3.1.1.3 El Código.....	7
1.3.1.1.4 El Mensaje.....	7
1.3.1.1.5El Canal.....	8
1.3.1.2Comunicación.....	8
1.3.1.2.1Comunicación Interna.....	8
1.3.1.2.2Comunicación Externa.....	9
1.3.2 PLAN DE COMUNICACIÓN.....	9
1.3.2.1Objetivos del Plan.....	9
1.3.2.2Importancia del Plan.....	10
1.3.2.3Características del Plan.....	10
1.3.2.4Ventajas del Plan.....	10
1.3.2.5Desventajas del Plan.....	10
1.3.2.6 Objetivos de la Comunicación.....	10
1.3.3 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	11
1.3.3.1Las Redes Sociales y los Medios de Comunicación.....	11
1.3.4. HISTORIA DE LOS MEDIOS DIGITALES.....	12
1.3.4.1Historia del Periodismo.....	13
1.3.4.2Periodismo Digital.....	15
1.3.4.3El Periodista Digital.....	16
1.3.5 FUNCIONES Y CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISTA DIGITAL.....	17
1.3.5.1Labores Periodísticas.....	18
1.3.5.2Labores de Gestión.....	18
1.3.5.3Labores de Comunicación.....	18

1.3.5.4 Características de los Medios Digitales.....	19
1.3.5.4.1 Inmediatez.....	19
1.3.5.4.2 Omnipresencia.....	19
1.3.5.4.3 Mundial / Universalidad.....	19
1.3.5.4.4 Personalizado.....	19
1.3.5.4.5 Nueva Retórica.....	20
1.3.5.4.6 Actualizable.....	20
1.3.5.4.7 Multimedia.....	20
1.3.5.4.8 Hipertexto.....	21
1.3.5.4.9 Elemento Color.....	21
1.3.6 COTOPAXI NOTICIAS.....	21
1.3.6.1 Objetivos del medio.....	21
1.3.6.2 Visión.....	21
1.3.6.3 Misión.....	21
1.3.6.4 Localización geográfica.....	22
1.3.6.5 Historia del Medio Digital.....	22

CAPÍTULO II

2. Análisis e Interpretación de los Resultados.....	24
2.1 Breve Categorización del Objeto de Estudio.....	24
2.2 .1 Metodología	24
2.2.2 Unidad de Estudio	25
2.2.3 Entrevistas Medios Locales.....	27
2.2.4 Entrevista Cotopaxi Noticias.....	35
2.2.5 Análisis e Interpretación de Resultados a Estudiantes.....	42

CAPITULO III

3.	Diseño de la Propuesta.....	54
3.1	Datos Informativos.....	54
3.2	Justificación	54
3.3	Objetivos.....	55
3.4	Descripción del Plan.....	56
3.5	Plan de Comunicación.....	57
1.-	Resumen Ejecutivo.....	57
2.-	Descripción de la Empresa.....	57
2.1.-	Historia de la Empresa.....	57
2.2.-	Visión.....	59
2.3.-	Misión.....	59
2.4.-	Principios.....	59
2.5.-	Localización Geográfica.....	59
2.6.-	Público Objetivo.....	60
2.7.-	Productos y Servicios Ofrecidos.....	60
3.-	Organización de la Empresa.....	61
3.1.-	Estructura Organizativa.....	61
3.2.-	Equipo Humano.....	61
3.3.-	Equipo Técnico y de Infraestructura.....	62
4.-	Descripción de la Competencia, de la Posición Competitiva y del Mercado...	62
4.1.-	Sondeo de Mercado a Nivel Local.....	62
4.2.-	Análisis de Competencia.....	62
4.3.-	Metodología.....	64
4.4.-	Análisis FODA.....	68

4.5.- Tipo de Empresa	69
4.6.- Evaluación Financiera.....	69
5.- Estrategias de Crecimiento y Expansión (marketing y ventas).....	69
5.1 Plan estratégico de la Empresa.....	70
5.2.-Análisis de Factibilidad.....	70
5.3 Estrategias del plan de comunicación.....	71
5.3.1Guión Spot Radial.....	71
5.3.2Redes Sociales.....	75
5.3.3Tríptico.....	76
5.4 Recursos.....	78
Conclusiones.....	79
Recomendaciones.....	80
Referencias Bibliográficas.....	81
Anexo # 1.....	83
Anexo # 2.....	84
Anexo # 3.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA

Entrevista Medios Locales

Pregunta #1	27
¿Cómo define usted el periodismo digital?	
Pregunta #2	29
¿Considera usted que existen diferencias entre el periodismo tradicional y el periodismo digital? ¿Cuáles serían estas diferencias?	
Pregunta #3	31
¿Conoce medios digitales dentro de la provincia de Cotopaxi? ¿Cuáles?	
Pregunta #4	33
¿Qué opinión le merece el medio digital Cotopaxi Noticias? ¿Considera que es un referente válido dentro de la provincia de Cotopaxi?	
Pregunta #5	34
¿Cree que los medios digitales logran abordar a cabalidad noticias que sean de interés colectivo?	

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA

Entrevista a Cotopaxi Noticias

Pregunta #1	35
¿Cómo definiría usted el periodismo digital?	
Pregunta #2	36
¿Cuáles cree usted que son las características principales de un medio de comunicación digital? ¿En qué se diferencia Cotopaxi noticias de otros periódicos digitales?	
Pregunta #3	37
¿Cuáles son las herramientas más usadas por Cotopaxi noticias para la producción de contenidos informativos digitales?	
Pregunta #4	38
¿Cómo comprueba Cotopaxi noticias la veracidad de una información antes de publicarla en su página web, cuando no logra cubrir una noticia alguien de su equipo?	
Pregunta #5	39
¿Cree usted que el periodismo digital permite poner en práctica la investigación periodística, el análisis de coyuntura, la comprobación y verificación de la información, considerando que los medios digitales necesitan constantemente actualizar su información para tener un público cautivo?	
Pregunta #6	40
¿Considera usted que las universidades y centros de estudios están dando la debida importancia al periodismo digital entre los futuros comunicadores?	
Pregunta #7	41
¿Cómo se sustenta el medio de comunicación?	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICOS

Entrevista a Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social

GRÁFICO#1.....	42
¿Conoce usted algún medio digital dentro de la provincia de Cotopaxi?	
Interpretación.....	43
GRÁFICO #2.....	44
¿Considera usted que dentro del periodismo digital se publica contenidos de interés colectivo?	
Interpretación.....	45
GRÁFICO #3.....	46
¿Qué características usted considera que debe tener un periodista digital?	
Interpretación.....	47
CUADRO #4.....	48
¿Cuál cree que es el elemento más llamativo para publicar en la web?	
Interpretación.....	49
GRÁFICO #5.....	50
¿Considera usted que los medios digitales tienen espacio para la publicidad?	
Análisis e Interpretación.....	51
GRÁFICO #6.....	52
¿Recibe usted preparación académica sobre lo que es periodismo digital?	
Interpretación.....	53

INTRODUCCIÓN

La sociedad está llena de avances tecnológicos dentro de los últimos años esto ha llevado a grandes transformaciones en la vida del ser humano conjuntamente con el periodismo y los medios de comunicación, han tenido que acoplarse a las nuevas estructuras, y presentación de la información.

Ante esta situación el mundo de la comunicación vive cambios importantes con las nuevas herramientas periodísticas que se encuentran en desarrollo provocando transformaciones dentro de la profesión del comunicador, y gracias a esto surge el periodismo digital rebasando ciertas barreras de la comunicación y encargándose de consolidar procesos de comunicación multimedia.

La labor del periodista implica una nueva adaptación en los diferentes instrumentos tecnológicos en la estructuración, organización y presentación de la información, las noticias tienen que ser claras, concisas, precisas y sobre todo debe ser hechos actuales y de interés para la colectividad.

Actualmente las formas de comunicación en el ser humano son una actividad innata que se potencia en los diversos ámbitos como en el impacto que generan los procesos informativos en los medios locales y en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Los medios tradicionales han tenido que acoplarse a las nuevas herramientas tecnológicas y a su desarrollo en la información, facilitando una orientación más rápida y eficaz a la audiencia, Cotopaxi Noticias es un medio digital que se encuentra en la provincia de Cotopaxi es un medio de comunicación joven que le apuesta al periodismo digital otorgando permanentemente información actualizada con base a hechos de interés nacional y local.

Debido a lo anterior es que se manifiesta el problema de investigación ¿Cómo un plan de comunicación permitirá el posicionamiento del medio digital Cotopaxi Noticias y generará el uso en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de la provincia de Cotopaxi?

El objetivo general es establecer un plan de comunicación que permita posicionar la imagen del medio virtual Cotopaxi Noticias, mediante diversas herramientas tecnológicas que incentiven a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi a ser parte del entorno digital.

Además proponemos como objetivos específicos

- Reconocer los principales consumidores de información que posee el medio digital Cotopaxi Noticias.
- Determinar los procesos de comunicación digital como estrategia para mantener informados a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la UTC y a la colectividad de la provincia de Cotopaxi.
- Proponer un plan de comunicación a través del cual Cotopaxi Noticias pueda posicionar su imagen y el uso del informativo virtual en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad de la provincia de Cotopaxi.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Antecedentes

El periodismo digital tiene como fin establecer un plan de comunicación, mediante el cual se busca posicionar al medio digital dentro de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi que deseen conocer los acontecimientos que suceden en el entorno digital, es por lo cual el comunicador tiene que estar preparado para los nuevos retos a quien le implica dotarse de una buena preparación con las diversas herramientas tecnológicas y sobre todo tener creatividad ya que este periodismo como el tradicional, se debe conocer los acontecimientos

La presente investigación tiene relación con trabajos citados anteriormente como la tesis realizada por: Mariot Elisa Luna González, de la Universidad Central de Venezuela, en Caracas Octubre del 2007, cuyo tema versa la información en los diarios digitales en Venezuela, es por ello con la investigación realizada se busca posicionar al medio virtual Cotopaxi Noticias mediante diferentes estrategias comunicacionales.

El periodismo digital en Ecuador se encuentra marcado por la presencia de la Internet y las múltiples ventajas que posee en la difusión de la información y comunicación destacándose con ello a un grupo social que se encuentra en el entorno donde el periodista debe aprender a navegar las diferentes herramientas tecnológicas.

El periodismo en la vida del ser humano ha sido uno de los pilares fundamentales junto con la era tecnológica ya que ha llevado al mismo, a una evolución y

transformación constante, tanto tecnológicamente como en los diversos aspectos de la vida en sus mismos comportamientos pero a la vez ha sido una de las herramientas fundamentales para mantener informados a los seres humanos, y para su educación pero en los últimos años han sido de gran importancia, no debemos olvidar que el periodismo digital es un medio de expansión ya que una de las principales preocupaciones de los periodistas es saber el exceso de información que tiene a su alcance los medios digitales cada vez son mayor ya que se incrementan a un paso acelerado.

El adelanto de la tecnología y las nuevas barreras de comunicación en si la Internet es uno de los factores de nuevo reto para adaptarse a los profesionales tradicionales y esto genera un cambio desde el mismo ámbito de estudio y de auto preparación por parte de los nuevos profesionales ya que el mundo se vuelve cada vez más competitivo.

El periodismo sea digital o tradicional es una tarea que implica de investigación, profundización y no solo el conocer el hecho y sobre todo tener mucha creatividad. En este trabajo consta de tres capítulos. El primer capítulo es una recopilación de autores que ayudan a conceptualizar bibliográficamente la importancia del periodismo digital en la vida de los seres humanos como nuevo formato de conocer los hechos que suceden alrededor.

En el segundo capítulo se desarrolló la metodología basada en dos enfoques: cualitativo y cuantitativo, los cuales ayudarán a conocer sobre el periodismo digital y como se está difundiendo a la sociedad para posicionar la imagen institucional y de esta manera acapara mayor audiencia el enfoque cuantitativo, el cual permitió recopilar datos, encuestar y tabular, además, de conocer ciertas inquietudes que se tenía sobre la labor de los medios digitales dentro de la sociedad.

En el tercer capítulo se trabajó en el desarrollo en el plan de comunicación del medio virtual el cual busca posicionar mediante estrategias comunicacionales.

1.1.1 Problematización o Caracterización General de la Problemática a Investigar.

El periodismo digital, es un formato que abarca ciertas características de la prensa, radio y televisión, como por ejemplo, el uso del sonido como en la radio y el uso de las imágenes como en la televisión. Además las herramientas tecnológicas permiten aprovechar servicios que facilitan una pronta información y a su vez, generar nuevos conocimientos a los seres humanos; no obstante, se debe tener en cuenta que las noticias deben ser verificadas y contrastadas antes de ser difundida.

En conjunto con los avances tecnológicos, los medios de comunicación permiten a las masas estar en contacto con la información de manera instantánea, siempre que se tenga acceso a los medios digitales.

Dentro de la provincia de Cotopaxi, el periodismo digital se hace presente a través del medio digital Cotopaxi Noticias, el cual se destaca por ser el pionero en este nuevo formato exclusivamente electrónico que busca fomentar el periodismo y la difusión de noticias a través de una página web, que para el momento en el que se inició la presente investigación solo cuenta con 1000 visitantes diarios según los contadores multimedia del informativo virtual.

La empresa Cotopaxi Noticias colocó el informativo virtual al servicio de la comunidad en general y se ha constituido como un medio de comunicación que brinda información oportuna y precisa sobre los acontecimientos locales y nacionales, así mismo, una de las principales políticas de este medio es autofinanciarse a través de los espacios destinados para la publicidad, estos constituyen el sostenimiento en sí de la entidad.

Según información proporcionada por Luis Alfonso Muñoz Villegas, creador del medio digital Cotopaxi Noticias, el número de lectores del informativo virtual ha variado y es necesario buscar alternativas para lograr el posicionamiento del medio de comunicación entre la población local, regional y nacional así como en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

Así mismo Villegas, comenta que es indispensable que las empresas de la provincia de Cotopaxi conozcan de la existencia del informativo virtual para que se interesen en colocar publicidad pagada en las áreas de productos y servicios y de esta forma poder cubrir los gastos de funcionamiento del medio y seguir brindando el servicio de informar a la comunidad de la provincia de Cotopaxi.

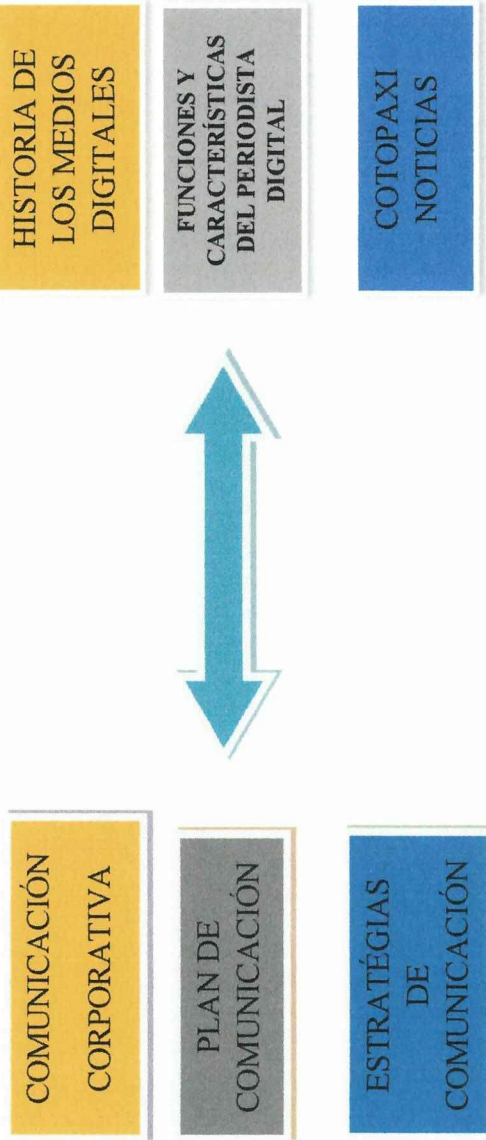
Por lo cual como tesista considero necesario la formulación de un plan de comunicación para el medio digital Cotopaxi Noticias con el cual se pueda dar a conocer los servicios que el medio de comunicación brinda a la sociedad tratando con ello de ser parte esencial en la vida de los estudiantes de la carrera de Comunicación de la Universidad Técnica de Cotopaxi y lograr con ello un mayor posicionamiento de su producto el informativo virtual.

1.2 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

VARIABLES

DEPENDIENTE: Medio Digital Cotopaxi Noticias.

INDEPENDIENTE: Plan de Comunicación.



Elaborado por: Klever Corrales

CUADRO N°1 Categorías



1.3 MARCO TEÓRICO

1.3.1 Comunicación Corporativa.

Es importante que exista comunicación corporativa ya que es la encargada de integrar la comunicación de una empresa en la que se relaciona personas e instituciones, en las empresas ya que esta se considera como un proceso dinámico por el cual se relaciona con el contexto como un aspecto fundamental de las instituciones que se encargan de crear una imagen manteniendo las adecuadas relaciones y comunicación de las empresas ya que esta sirve de nexo entre la empresa y la comunidad.

La comunicación corporativa es “el intercambio de información y la transmisión de significados, lo cual producirá la naturaleza, la identidad y el carácter de un sistema social o de una organización.” (RAMOS Padilla, 1991).

La comunicación corporativa en todas las organizaciones son muy importantes, ya que cada la empresa debe tener una buena relación entre sus colaboradores y la colectividad para de esta manera lograr cumplir las metas propuestas es como surgen aquí el manejo de los diferentes planes en los que se explica cómo se va a lograr los objetivos.

1.3.1.1 Elementos del Proceso de Comunicación.

Los procesos de comunicación se conforman a partir de una serie de acciones que tienen un principio, un objetivo y un final es por esto que comunicar “consiste, pues, en hacer pasar informaciones de lo que tenemos en mente” (BAYLON, 1996).

Existen varios elementos que intervienen en los procesos de comunicación; sin embargo se destacan tres de ellos para que se pueda llevar a cabo. El emisor, es el que inicia el mensaje que será transmitido y el receptor quien capta el mensaje. Existen elementos que aparecen en el trascurso de la comunicación como son el contexto, el ruido, el código, y el canal.

1.3.1.1.1 Emisor

Es la persona, sujeto que se encarga de los procesos comunicativos y tiene como objetivo transmitir un mensaje a la audiencia, además, al emisor se le denomina como un “comunicador y es el que informa a los demás: conocimientos, recuerdos, imágenes, juicios, deseos, sentimientos etc.” (BAYLON, 1996).

1.3.1.1.2 El Receptor

Es la persona a la que se encuentra dirigida el mensaje, ya que es la persona que debe decodificar, descifrar e interpretar lo que el emisor intenta transmitir en los actuales momentos se los conoce como destinatario del mensaje.

Es por lo cual con el pasar de los años, el concepto de receptor se transformó en “fase de recepción” (CASTILLO, 2004 pág. 111) se puede determinar que percibir la acción realizada por el receptor es según este autor, la capacidad de recoger la información necesaria para responder eficazmente al propio entorno.

1.3.1.1.3 El Código

El código es un sistema de signos y símbolos que el emisor utiliza para transmitir su mensaje, estos tienen que ser entendidos por el receptor para que exista comunicación.

Desde la perspectiva de la codificación lingüística, se puede decir que “el comunicador produce un mensaje, es decir, una serie de señales, pero lo elabora en función de un sentido al que el mensaje deberá corresponder.” (BAYLON, 1996 pág. 24). Si el mensaje no es codificado de forma que el receptor pueda decodificarlo o entenderlo, no se cumplirá el objetivo del emisor.

1.3.1.1.4 El Mensaje

El mensaje es la información que va a ser difundida por el emisor ya sea un conjunto de signos verbales, visuales, objetuales, que significa algo para alguien es por lo cual el mensaje no es el producto del proceso de comunicación, si no es la intervención que se constituye entre el emisor y receptor.

1.3.1.1.5 El Canal

El canal es el medio físico por el cual se transmite el mensaje desde el emisor hacia los receptores estos pueden ser los medios de comunicación.

1.3.1.2 Comunicación

Según De la Mota, Ignacio, en la enciclopedia de la comunicación manifiesta que “es la ciencia que estudia la transmisión de un mensaje directa o indirectamente de un emisor a un receptor y de éste a aquél, a través de medios personal o masivo” (De la MOTA, 1994 pág. 297), ya que dentro de las organizaciones es de vital importancia la comunicación y la información ya que constituyen un ambiente comunicativo y un clima laboral para el fortalecimiento de los medios, es por ello que las organizaciones deben desarrollar las metas, para estructurar los comportamientos internos como externos de los individuos, en el proceso de transmisión y recepción de ideas, información.

1.3.1.2.1 Comunicación Interna

La comunicación interna se lleva a cabo dentro de las organizaciones, es decir, busca logros organizacionales a través de mensajes es por ello que “La comunicación interna es, en buena medida, base de la comunicación externa, porque los miembros de la organización son transmisores de su imagen y son elementos de información hacia el exterior” (CAMACHO pág. 4).

De esta manera la comunicación interna se basa en los componentes del medio para con ello lograr un clima de integración entre las personas que se encuentren trabajando en el para así, alcanzar una máxima optimización de los recursos y mejorar la integración entre los individuos para el desarrollo de la comunicación interna, es decir, tener en cuenta la partida y el direccionamiento de la empresa para un desarrollo eficaz en el grupo el mismo que determinara el tamaño de la organización.

1.3.1.2.2 Comunicación Externa

Según Gary Kreps “la comunicación externa en las organizaciones implica dar y recibir información entre las organizaciones y sus entornos relevantes” (KREPS, 1995 págs. 254-257).

La comunicación externa informa desde una organización en la que genera opiniones dirigidos a construir mensajes en la que mantiene diferentes públicos objetivos se desarrollando dentro de la organización y se rige en función del cumplimiento de los objetivos, misión y visión, de la que se utiliza para proporcionar información.

1.3.2 Plan de Comunicación

El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, objetivos como comunicación interna y externa las que se propone, realizar una empresa ayudando a cumplir sus expectativas estas consisten en descripciones y en un proceso de planeación para poder cumplir con sus metas es así como un plan detalla los pasos a seguir por cada uno de las personas implicadas en el mismo.

Los planes son documentos en los que se explica cómo se van a alcanzar las metas, y por lo regular se delinea la asignación de recursos, calendarios y otras acciones necesarias para concretar las metas. (ROBBINS P. Stephen, 2007 pág. 160).

Es necesario elaborar estrategias de comunicación metodológicas para transmitir temas de interés colectivo relacionados con la misma institución tales como comunidades.

1.3.2.1 Objetivos del Plan

Es fundamental que un plan de comunicación se refiera a ciertas condiciones propuestas ya que son acciones específicas para ayudar a la organización al logro de metas, se debe tener en cuenta que un plan indica los detalles de los pasos a seguir por cada uno de los departamentos, secciones o personas implicados.

1.3.2.2 Importancia del Plan

Es de vital importancia el plan de comunicación como una herramienta que ayuda a desarrollar aptitudes y procedimientos que permiten prever cambios y dar respuestas rápidas a situaciones que se presenten en las instituciones.

1.3.2.3 Características del Plan

Un plan debe ayudar al cumplimiento de las metas para realizar un análisis interno y externo de una empresa para poder adecuar las amenazas y oportunidades.

1.3.2.4 Ventajas del Plan

Las ventajas del plan pueden sintetizarse en los siguientes puntos:

- Propicia el desarrollo de la empresa al establecer métodos de uso racional de los recursos.
- Reduce los niveles de incertidumbre que se puedan presentar en el futuro.
- Prepara a la empresa para hacer frente a las contingencias que se presenten.

1.3.2.5 Desventajas del Plan

- No se puede contar con datos precisos sobre el futuro.
- En algunos casos, su costo puede exceder a su utilidad.

1.3.2.6 Objetivos de la Comunicación

La comunicación dentro de la empresa pretende integrar en forma absoluta al empleado a los objetivos de la empresa. Esto quiere decir, que debe hacerse sentir como suyos los logros y éxitos de la institución, pero también sus problemas y fracasos, es por ello que cuenta mucho que los usuarios de los medios se sientan interactuados con ellos y tengan la confianza de poder darle una crítica para de esta manera fortalecer la empresa.



1.3.3 Estrategias de Comunicación

Las redes sociales, en la actualidad son una forma de interacción entre los seres humanos y los medios digitales es por esta manera que es esencial tener ciertas estrategias comunicacionales para el desarrollo y la competitividad entre ellos.

Por lo tanto, la comunicación ya no es solo un instrumento para el logro de ciertas metas, sino se considera como un organismo, que interviene en la percepción de conflictos que presenta la empresa a un futuro.

Es necesario dentro de una empresa, la veracidad, precisión y no manipulación de la información, para lograr cumplir una meta ya que la comunicación estratégica tiene como vínculo el entorno cultural, social y político para conseguir con ello una relación armoniosa y positiva. “Una estrategia comunicativa será cuando persiga un objetivo de comunicación, o bien cuando utilice fundamentalmente la comunicación para el logro de ese objetivo” (VIVES, 2003 pág. 552).

Es por esta manera necesario de una comunicación estratégica la cual busca proyectar la imagen de una empresa para crear cierto tipo de nexo de confianza entre el medio y el público objetivo para así, ser parte esencial en la vida de los seres humanos.

1.3.3.1 Las Redes Sociales y los Medios de Comunicación

Las redes sociales, en la actualidad son una forma de interacción entre los estudiantes universitarios, y los medios de comunicación por lo cual se ha convertido en un tema de interés, principal que tiene como objetivo la interacción en la sociedad ya que son utilizadas principalmente para conversar, organizar, y difundir información.

Es por lo cual la comunicación y las redes sociales, presentan vínculos de interrelación entre la información y lo que se crea en el medio ya que las redes sociales se han convertido en un escenario donde se publican contenidos de interés social y local.

Es por ello que las redes poseen características y diseños primordiales para la difusión de la información el triunfo de las redes sociales es que es una herramienta en la que se conjugan diversos elementos.

“La red social se define como el conjunto establecido y bien definido por actores, individuos, grupos, organizaciones, comunidades, etc. vinculados unos a otros a través de un conjunto de relaciones sociales. Las características de estos lazos como totalidad pueden ser usadas para interpretar los comportamientos sociales de las personas implicadas” (GARCIA pág. 15)

Las redes sociales empiezan a ocupar un puesto importante en las redacciones periodísticas, se trata de una nueva forma que tiene el periodista para dar a conocer ciertos hechos a la ciudadanía, la importancia de nuevas plataformas sociales, los cuales han encontrado nuevos recursos informativos para elaborar sus noticias, considerando que el internet es una fuente permanente de consulta para los profesionales que cada vez invierten más tiempo para navegar por la red.

1.3.4 Historia de los Medios Digitales

En un primer momento, los medios tradicionales sufrieron cambios por las herramientas tecnológicas en la difusión de la información y su procesamiento, más tarde la audiencia de los medios tradicionales, exige un cambio para transmitir la información ya que en un primer momento eran copias de las ediciones tradicionales para replicarlas a la audiencia y servía como un complemento a las personas que tenían acceso a la web, hoy en día están ligadas directamente con la Internet y las plataformas sociales.

En los momentos actuales momentos el periodismo digital tiene una alta ventaja con respecto al resto de los medios en lo que se refiere a la instantaneidad de la información. Dentro del periodismo digital ya no sólo es suficiente conocer el hecho, sino en que tiempo se tiene acceso a ese hecho y la información, además el profesional de la información está obligado a dotarse de una buena preparación tecnológica que le permita responder al nuevo perfil que demandan los medios

electrónicos, se debe tener en cuenta que no solo se considera periodismo digital ha documentos publicados en la página web, sino es algo más que esto es una interconexión entre usuario y receptor.

1.3.4.1 Historia del Periodismo

David Berlo en su texto “El proceso de la comunicación hace referencia al propósito y la importancia que tiene la comunicación en la sociedad desde que nacemos, en este sentido, sentencia que la comunicación es la base de esta interacción, de las relaciones de hombre a hombre” (BERLO, 1978 pág. 3).

El periodismo nace con el fin de informar a la sociedad hechos actuales de interés social, relevante y novedoso, que se difunde a través de los medios de comunicación. Al principio la información se transmitía de manera oral, más tarde surgen los manuscritos elaborados en papiros; pergaminos en el que las antiguas civilizaciones dejaron huella como los egipcios, persas y griegos en donde relataban los acontecimientos que sucedía a su alrededor. Debemos tener en cuenta que la cuna del periodismo fue Roma.

Los medios de comunicación son conocidos como Mass Medias, estos son: radio, prensa, televisión y la Internet, es por lo cual “Las Mass Media son conocidos como medios de comunicación son a la vez esos canales de difusión y medios de expresión que se dirigen no a un individuo o persona, sino a un “público-destinatario” (FERRERO, 1985 pág. 449).

Es decir, los medios de comunicación a través de la tecnología difunden información a miles de destinatarios en el mundo entero sin importar; raza, cultura, clase social y religión. En otras palabras, las Mass Medias son medios de difusión e información, generadoras de opinión pública.

La prensa es un medio de comunicación escrito que permite seleccionar contenidos nacionales, regionales o locales, este medio escrito tiene una gran acogida por el público adulto.

Seguido de la prensa hace su aparición la radio este medio de comunicación permite una interacción entre emisor y receptor de manera dinámica y entretenida. Se destaca por la sencillez en la utilización de ciertas herramientas tecnológicas y la inmediatez en la que transmiten información a la colectividad. Además, de su fácil acceso y la comodidad que las personas encuentran para transportar sus equipos teniendo en cuenta sus principales objetivos: informar, entretener y educar al público siendo compañía en la cotidianidad.

“El invento de la radio se relaciona con el de la telegrafía sin hilos. Partiendo de las experiencias de Henrich Hertz sobre emisión de ondas a partir de chispazos eléctricos (ondas hertzianas), el italiano Guillermo Marconi logró emitir una señal a través del Canal de la Mancha en 1897” (TRILLO, 2011 pág. 99).

Además la radio crea imágenes, sonidos, voces y personajes sin necesidad de mostrarlos es la magia del medio, además de dar a conocer los hechos noticiosos que suceden alrededor de la colectividad de manera rápida e instantánea con palabras sencillas que comprendan los receptores.

La televisión es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad, es por ello que fue creada con el fin de satisfacer las necesidades de información y entretenimiento, mediante un aparato las personas pueden ver lo que sucede alrededor del mundo.

“La televisión es un medio que narra con cinco aspectos: palabras, sonidos, silencios, imágenes y secuencias visuales. Su intención es contar historia donde se despliegan aspectos llamativos, espectaculares, sugestivos de la acción humana, institucional o colectiva” (ESTRELLA, 2001 págs. 51-52).

Con la aparición de la Internet en los años 90 genera un impacto en los medios de comunicación tradicionales; la prensa, la radio y la televisión, exige a estos medios adaptarse a la nueva tecnología, además, el uso de la Internet ha llevado a una interacción constante facilitando la vida de los seres humanos, gracias a las herramientas tecnológicas, podemos conocer los acontecimientos que suceden en el mundo en cuestión de segundos.

Por lo tanto con la llegada de la Internet los periodistas cambian las estructuras redaccionales; es decir, la extensión de la noticia conservando ciertos rasgos del periodismo tradicional como: textos, imágenes y fotografías que permitan un mejor entendimiento de los sucesos informativos.

Según Gil periodista, español y profesor del curso de postgrado de Periodismo Digital de la Universidad Abierta de Cataluña afirma que “el verdadero periodismo digital sería el periodismo en red, ya que éste “rompe con la comunicación lineal y unidireccional” e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional (GIL, 1999).

Cuando hablamos sobre periodismo digital lo asociamos con lo que sucede diariamente se publica en la web, por lo cual, necesariamente la información se construye mediante una investigación, contrastación de fuentes, para así difundirla a la audiencia de manera instantánea sobre los hechos noticiosos que sucede en el mundo.

Indudablemente, la escritura será el pilar fundamental dentro de la prensa digital informativa, sin dejar de lado los cambios que existen en el uso de los nuevos recursos tecnológicos en estos medios, creando con ello nuevos seguidores de información actualizada minuto a minuto a través de las ediciones digitales, teniendo, en cuenta que no existen limitaciones entre el tiempo y el espacio para el periodista para que pueda renovar los contenidos.

Actualmente las ediciones digitales ayudan a profundizar los hechos y facilitan llegar a las fuentes, creando cambios en la rutina periodística y generando con ello comunicadores operacionales y creativos.

1.3.4.2 Periodismo Digital

El periodismo, según la Real Academia de la Lengua Española, se define como la captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades. Pero el periodismo digital, es decir el uso de la Internet como su medio de difusión, permitió que los periodistas incursionen



en la red con el fin de ganar más lectores, ya que permite una comunicación no lineal, multimedia que atrae a la audiencia.

En el mundo actual, la tecnología de la información avanza a un ritmo acelerado. Las audiencias cada día se encuentran informadas, con ello nos solo implica grandes cambios sino exige a los periodistas una permanente actualización en sus conocimientos y métodos sobre la labor periodística.

Con la aparición de las redes sociales y ciertas herramientas tecnológicas permiten a las personas estar las 24 horas del día conectadas. Es así como todos los profesionales y particularmente los periodistas se han visto envuelto en este nuevo entorno digital el cual ha resultado amplio y diverso y a su vez riesgoso. Esto último apunta a transmitir información de manera verificada y contrastada.

En los últimos periodos, se ha presentado nuevas formas de periodismo, que denominamos periodismo digital según Ramón Salaverría puntualiza como "La especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos" (SALAVERRIA, 2001 pág. 393).

Los medios de comunicación, han tenido que acoplarse al desarrollo de las nuevas herramientas tecnológicas, permitiendo que la información llegue a la ciudadanía de manera rápida, eficaz, así como los contenidos presenten temas de interés social y colectivo, hablar de tecnología, es hablar de una revolución en la producción y distribución de la información en la que la audiencia participe de forma activa en los procesos comunicativos con las redes sociales en las que directamente con sus puntos de vistas, es por ello, que el periodismo digital se encuentra en constante actualización.

1.3.4.3 El Periodista Digital

El periodista digital no solo exige el uso de los nuevos instrumentos tecnológicos, sino, a la vez necesita de conocimientos tanto en la parte creativa y técnica por lo consiguiente un buen manejo en las redes sociales, esto genera con ello cambios en la vida del comunicador.

Señala Ignacio Ramonet menciona que " un periodista hoy en día, ya no debería llamarse periodista hoy en día. Debería llamarse instantaneísta, debido a que el periodista tiene cada vez más tendencia a convertirse en un simple vehículo. El comunicador no sabe analizar al instante, y al final, tiene cada vez más tendencia a convertirse en un simple vehículo. Es el canal que enlaza el suceso y su difusión" (RAMONET, 1999 pág. 3).

Dentro del periodismo digital, es de vital importancia el uso de las herramientas tecnológicas, para poder dar a conocer a la sociedad acontecimientos de interés social, colectivo generando cambios en la profesión periodística y tomando nuevas formas de difundir la información.

Para hablar de un término apropiado de lo que es periodismo digital, explica el (QUIM, 1999 pág. 34), periodista digital y profesor de la Universidad Abierta de Cataluña, quien señala "que el verdadero periodismo digital sería el periodismo en red, ya que éste rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional".

De esta manera podemos hablar sobre el periodista digital es el que se involucra mucho más en cuanto a la forma de seleccionar información y romper ciertas barreras para llegar de manera directa e instantánea a la audiencia mediante una nueva forma de replicar la información por la web agilizando el trabajo cotidiano.

1.3.5 Funciones y Características del Periodista Digital

El periodista digital debe tener un perfil en el marco de la tecnología y cumplir con las características propias que ofrecen los medios de comunicación para así de esta manera dar a conocer los acontecimientos que suceden cotidianamente y de manera inmediata.

1.3.5.1 labores periodísticas

1.3.5.2 labores de gestión

1.3.5.3 labores de comunicación

1.3.5.1 Labores Periodísticas

- Investigación de fuentes con personas, documentación, sitios virtuales, y sitios web, para crear contenidos propios.
- Redacción de la información diversa de los usuarios.
- Introducción de la información considerando el texto, audio, imágenes, foros, entre otros recursos para transmitir la información.
- Utilización de hipertextos para conceptualizar la información.
- Actualización constante de información y contenidos.
- Analizar contenidos y seleccionar la información de interés para la colectividad.

1.3.5.2 Labores de Gestión

- Diseñar los contenidos, y la estructuración para diferenciar: textos, imágenes, audio, fotografías para facilitar la comunicación.
- Delimitar en donde se almacena la información y el acceso a los archivos.
- Trabajar con personas especializadas en las diversas áreas como diagramadores, persona responsable de los sitios webs, maquetación para que tenga éxito el producto.

1.3.5.3 Labores de Comunicación

- Administrar la interactividad, creando espacios de participación.
- Interactuar con los usuarios dando cierta clase de información sobre algunas consultas de temas.

Los medios tienen que acoplarse a la era digital, creando ciertos tipos de interacción entre el digitador del medio, y el usuario, es aquí donde surge la interacción y da sus puntos de vista, el usuario da a conocer los aspectos más trascendentales en el aspecto social, económico, político, entre otros.

La tecnología ha sido uno de los sostenes fundamentales para el desarrollo del periodismo digital, la inmediatez es uno de los componentes ya que en segundos se tiene la información para que esté al alcance de los usuarios esta ha surgido

desde una discusión por parte del periodismo tradicional que han tenido que acoplarse a los nuevos avances.

1.3.5.4 Características de los Medios Digitales.

1.3.5.4.1 Inmediatez

La inmediatez de la información se concibe como la rapidez que se difunden las noticias por el medio de comunicación, debido a la instantaneidad ya que los medios digitales gozan de este privilegio.

Actualmente, el receptor de la información no debe esperar que el medio difunda la información bajo una programación establecida, tiene plena libertad de consultar las noticias del momento en el mismo instante en que se suscitan los acontecimientos.

1.3.5.4.2 Omnipresencia

Se conoce a la relación directa que tiene el medio digital con los usuarios, así de esta manera se puede tener una relación personal entre el redactor y el lector, el cual busca una respuesta ante las dudas que le pueda generar al informarse de un hecho.

1.3.5.4.3 Mundial / Universalidad

Se refiere al acceso de la información desde cualquier rincón del mundo ya que esto se da gracias a la Internet ya que con solo tener un computador y conexión se puede acceder a todas las noticias que presentan los medios digitales.

1.3.5.4.4 Personalizado

Según (DÍAZ, 2001 págs.77-100) En la Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación Menciona que “el medio digital es más que un conjunto o una página Web, es más bien una estructura diseñada para aquello que no existe sino cuando el usuario lo crea a través de su navegación por el sitio”.

A la hora de consultar en un medio digital el usuario puede introducirse a la página principal del medio y buscar los temas que le interesen o bien puede consultar solo el tema de su interés.

1.3.5.4.5 Nueva Retórica

En la actualidad hablar de un periódico con secciones, número de páginas limitadas se considera a la prensa tradicional, hoy en día el periodismo digital es una sección que almacena todas las noticias sin un límite de espacio.

1.3.5.4.6 Actualizable

La información se va actualizando constantemente mediante se producen los acontecimientos, contrariamente al periódico impreso que tiene que esperar hasta el otro día una de las características del medio digital no se limita solamente a dar la primicia noticiosa, sino que suma, segundo a segundo, los detalles más importantes de los acontecimientos.

Además los medios digitales están presentes en la Internet poseen un espacio estructurado por titulares organizados cronológicamente.

1.3.5.4.7 Multimedia

El periódico online es la suma de los tres medios masivos de comunicación: radio, televisión y prensa escrita, con la ventaja de cada uno. Lo que hoy conocemos como el periódico en línea se convertirá en un medio de comunicación que reúna la profundidad de la prensa escrita, la simultaneidad de la radio y la imagen de la televisión. Es la suma del texto, la voz, la música, la imagen fija, el video, los recursos de la infografía” (NAVARRO, 2015)

Permiten a los usuarios identificar diversos contenidos como audios, fotografías, o sonidos en los actuales momentos se crean aplicaciones sencillas y fáciles de utilizar es así como ganan más audiencia la información en la web, además, los medios de comunicación que están ligados directamente con la Internet presentan un excelente resolución tanto en el sonido como en imágenes.



1.3.5.4.8 Hipertexto

Son los bloques de información en los que se presentan los diferentes contenidos de secciones en la que se habla de un ejercicio periodístico, es aquí donde el usuario puede visualizar la información en el que permite avanzar en cualquier dirección sin tener ninguna secuencia, dentro del periodismo digital la construcción de estos textos amplía la información para navegar sin ninguna dificultad.

El hipertexto se presenta de distintas formas con infinitud de interconexiones.

1.3.5.4.9 Elemento Color

Este es uno de los elementos esenciales ya que el surgimiento de estos formatos requieren de colores llamativos es por ello que el diagramador del medio tiene que tener creatividad y una personalidad propia que le identifique el usuario.

1.3.6 Cotopaxi Noticias

1.3.6.1 Objetivos del medio:

- Ofrecer información oportuna y precisa.
- Ser espejo, vitrina y ventana de la región.

1.3.6.2 Visión

“Nuestra visión es constituirse en un espacio público para que nuestros lectores se interrelacionen alrededor de información oportuna y precisa”

1.3.6.3 Misión

“Nuestra misión es mantenernos permanentemente actualizados y atentos a lo que ocurre a nuestro alrededor, tanto a nivel nacional, local e internacional, para poder transmitirlo inmediatamente, contextualizando la información de acuerdo al entorno de nuestros lectores. Y aprovechar la tecnología como espejo, vitrina y ventana de la región central del país y herramienta para comunicar a sus habitantes que están dentro y fuera de sus provincias de origen.”

1.3.6.4 Localización geográfica:

El medio virtual Cotopaxi Noticias, se encuentra ubicado en la zona centro del país, haciendo posible su trabajo periodístico.

Se ubica en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, en Calle Guayaquil 2-68 y Avenida Amazonas, edificio esquinero blanco, tercer piso, oficina 11.

Latacunga - Ecuador

Teléfonos: 032 – 802 651

Página web: www.cotopaxinoticias.com Mail: info@cotopaxinoticias.com

1.3.6.5 Historia del Medio Digital

El medio virtual Cotopaxi Noticias se constituye el 01 de Febrero, del 2010, en la provincia del mismo nombre como uno de los pioneros en la multimedia al servicio de la comunidad, y destinada a autofinanciarse a través de la publicidad.

Es el primer periódico multimedia del centro del país creado en el año 2010 lleva en el mercado por cerca de 5 años, en el que ha tenido debilidades como fortalezas pero a pesar de eso ha podido superarse en los últimos años.

Cotopaxi Noticias es uno de los medios digitales que se encuentra en la provincia de Cotopaxi la misma que se encuentra al servicio más jóvenes que existe en la provincia de Cotopaxi con la convicción de ser un referente fundamental consolidándose como uno de los pocos diarios digitales que existen dentro de la misma, buscando ser líder y pionero al momento de informar a la audiencia y llegar con ese ánimo de ser parte esencial en la vida de cada uno de los cotopaxenses ya que se destaca en los temas de interés social, como uno de los pocos medio digitales de prensa busca ser un icono para el desarrollo de nuevos diarios que necesiten informar y mantener informado a su población.

Ante todo es un periódico al servicio de la comunidad mundial y a la vez una empresa destinada a autofinanciarse a través de la publicidad. En lo periodístico, queremos constituirnos en un espacio público para que nuestros lectores se interrelacionen alrededor de información oportuna y precisa. En lo publicitario,

ofrece a la audiencia, empresas espacios para que promocionen sus productos y servicios. Ambos ámbitos están claramente delimitados por la ética.

El medio de comunicación actualiza noticias del centro del país, coyuntura nacional, Galápagos, internacionales, análisis mundial, cultura, deportes, entretenimiento, gente, jóvenes, empresas, cantones, sector rural, turismo, fiestas, vivencias, en kichwa, especiales, opinión y mucho más.

Tiene como misión mantenerse permanentemente actualizado y atento a lo que ocurre a nuestro alrededor, tanto a nivel nacional, local e internacional, para poder transmitirlo inmediatamente, contextualizando la información de acuerdo al entorno de nuestros lectores. Y aprovechar la tecnología como espejo, vitrina y ventana de la región central del país y herramienta para comunicar a sus habitantes que están dentro y fuera de sus provincias de origen.

Como servicios complementarios ofrece la sección de clasificados, especiales de fiestas y ofertas comerciales y espacios publicitarios a precios convenientes para el anunciante.

La línea editorial se basa netamente en principios éticos, profesionales y de vocación al servicio colectivo. No tenemos vinculación partidista con ningún grupo político ni de propiedad con grupo económico alguno.

Cotopaxi Noticias es un periódico exclusivamente electrónico que le apuesta a las nuevas tecnologías como medio para fomentar el periodismo apegado a realidades locales, un campo descuidado, en algunos casos hasta el extremo.

La parte periodística está a cargo de Luis Alfonso Muñoz Villegas, un periodista con 17 años de experiencia en radio, prensa, televisión y ahora en la Internet.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

2.1 Breve Caracterización del Objeto De Estudio

La presente investigación recogerá información de dos tipos de actores, con las diferentes estrategias de investigación.

Los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, son uno referente importante las cuales se aplicarán la encuesta a los estudiantes de los ciclos sexto “G”, séptimo “B” y octavo “F” sumados nos da un total de 60 estudiantes.

Para las entrevistas se procederá a trabajar en un banco de preguntas y esta técnica se aplicará de forma individual a los gerentes de los medios de comunicación, como a periodistas de los espacios de noticias tanto radio, prensa y televisión.

2.2.1 METODOLOGÍA

TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la tesis se utilizaron dos tipos de actores, la investigación descriptiva (Cualitativa) y la Cuantitativa; que se refiere a la etapa preparatoria del trabajo que permite ordenar los resultados de las observaciones, las características, y hechos que se investigan. Por tal razón, se utilizó las diferentes técnicas y métodos para la elaboración de la investigación.

Para el cumplimiento de los diferentes objetivos se utilizó el método descriptivo complementado con las diversas herramientas y técnicas.

Técnicas

Encuestas: Es la formación de un conjunto de preguntas normalizada y dirigida a muestra representativa a población o entidades con resultado de conocer el grado de opinión o hechos determinados.

Es por lo cual las encuestas fueron aplicadas a los estudiantes de la Universidad Técnica de Cotopaxi, específicamente a la carrera de Comunicación Social del sexto "G", séptimo "B" y octavo "F", la cual determina el conocimiento que tienen sobre el periodismo digital.

ENTREVISTAS: serán aplicadas a los gerentes de los medios de comunicación de la provincia de Cotopaxi y a los periodistas que manejan el espacio informativo de cada uno de los medios.

Para el desarrollo del trabajo investigativo determinaremos la muestra de estudio de tomo como punto principal a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, además, se quiso indagar a los periodistas de los medios locales sobre el periodismo digital y se investigó el criterio de las personas que forman parte del medio digital Cotopaxi Noticias.

La observación es primordial para el transcurso investigativo, de tal modo nos permite conseguir más datos. En algunas ocasiones la observación ha dado mayor conocimiento al investigador para el proceso del trabajo investigativo y por ende la ciencia ha sido desarrollada mediante la observación y técnicamente para adquirir mayor información de todo aquello para un científico es metódico y sistemático.

2.2.2 UNIDAD DE ESTUDIO

Tamaño de la muestra

Se tomó como muestra los alumnos de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi en específico a los estudiantes de los ciclos pertenecientes al sexto "G", séptimo "B" y octavo "F" llegando a la totalidad de 60 estudiantes a los que se aplicó la encuesta.



Tomando en cuenta que la población a encuestar fórmula para obtener la muestra:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confiabilidad 95% → $0.95/2 = 0.4750$

Z= 1.96

P= Probabilidad ocurrencia 0.5

Q= Probabilidad de no ocurrencia $1 - 0.5 = 0.5$

N= Población 150

e = Error de muestreo 0.05 (5%)

Por lo tanto, luego de aplicar la fórmula anterior, se obtuvo el siguiente resultado:

$$n = \frac{(150)^2 * 0.5 * 1 * 0.4750}{150^2 * 0.5 * 1 + (0.05)^2} = 60$$

El tamaño de la muestra para la investigación es de 60 estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

DIARIO DIGITAL

➤ **COTOPAXI NOTICIAS**

GERENTE:

➤ **Luis Muñoz Villegas.**

➤ **Colaboradora del medio.**

MUESTRA DE ESTUDIO.

2 Entrevistas

2.2.3 ENTREVISTA MEDIOS LOCALES

Pregunta #1.

➤ **¿Cómo define usted el periodismo digital?**

Lic. Miguel Tello Jijón (Estéreo San Miguel 98.1)

Es importante el periodismo digital en la actualidad, ya que la gente se encuentra inmiscuida en las redes sociales como una herramienta necesaria e indispensable en la comunicación. Además ayuda a los medios tradicionales a llevar información rápida, inmediata y oportuna.

Lic. Wladimir Carrillo (Estéreo San Miguel 98.1)

Es una nueva forma que tienen los ciudadanos de poder acceder a la información. Está consagrada en la Constitución de la República del Ecuador; es decir, hombres y mujeres ecuatorianas y ecuatorianos tienen que estar debida y oportunamente informados. Cualquier tipo de mecanismo que vaya encaminado a informar a la gente siempre será bienvenido.

Lic. Henry Salazar (Radio Latacunga 102.1)

Periodismo digital es trabajar con medios a nivel de la Internet, pero en Ecuador nos falta reforzar el tema de la tecnología y de las herramientas para ejercer este nuevo género periodístico. Además no en todos los hogares poseen Internet, este es un factor para no poder lograr un desarrollo tecnológico y es por ello que aún se conserva la esencia del periodismo tradicional en los medios de comunicación.

Lic. Paulina Balseca (Radio Latacunga 102.1)

El periodismo digital es algo que está de moda y que ha abarcado principalmente en los últimos tiempos, especialmente en el país y en Cotopaxi es una forma diferente de hacer periodismo y dar a conocer las herramientas tecnológicas.

Vicente Toapanta (Stereo Saquisili 99.3 FM)

Actualmente nos encontramos en la era digital donde el periodismo evoluciona paulatinamente así podemos apreciar que la mayoría de periódicos han tenido que acoplarse a la versión digital como La Gaceta, diario La Hora, Cotopaxi Noticias. Al igual que estos medios, Radio Stereo Saquisili cuenta con una versión digital.

Lic. Luis Aimacaña TV MIC – Municipio de Saquisili.

Se considera como una herramienta absolutamente necesaria para crear una imagen positiva de las instituciones, además esto es un muy buen recurso para llegar a la colectividad.

Pregunta #2.

- **¿Considera usted que existen diferencias entre periodismo tradicional y el periodismo digital? ¿Cuáles serían estas diferencias?**

Lic. Miguel Tello Jijón (Estéreo San Miguel 98.1)

Si existen diferencias lo digital es moderno y utilizan herramientas tecnológicas, para difundir la información de manera instantánea, mientras que en lo tradicional se difunde los hechos noticiosos en los espacios destinados.

Lic. Wladimir Carrillo (Estéreo San Miguel 98.1)

Claro que existen diferencias la principal es el uso de las herramientas de la Internet y la tecnología, mientras que el periodismo tradicional lo hacemos más en el campo conversar día a día con la gente, con las autoridades y el tema de periodismo digital está enfocado a la población que tiene acceso exclusivamente al Internet, esa es la diferencia que puedo marcar.

Lic. Henry Salazar (Radio Latacunga 102.1)

El tema de cobertura es la misma, pero en el periodismo tradicional hay que esperar hasta al día siguiente para conocer los hechos noticiosos mientras que en la versión digital ingresas a una computadora y subes la información de manera instantánea.

Lic. Paulina Balseca (Radio Latacunga 102.1)

En lo que es cobertura yo no veo ninguna diferencia, las dos formas requieren el mismo manejo de la información tanto en el contraste como en el material. La diferencia está en la forma de publicación, con el periodismo digital es más fácil acceder a diferentes temas desde diversas partes del mundo.

Vicente Toapanta (Stereo Saquisili 99.3 FM)

Si existen diferencias entre el tradicional y el digital, en el tradicional tenemos que esperar a la versión del día siguiente para poder informarnos de la noticia

mientras en lo digital instantáneamente le van alimentando a las páginas web, y así podemos ver lo que está sucediendo en algún lugar del mundo.

Lic. Luis Aimacaña TV MIC – Municipio de Saquisilí.

Claro, existe una diferencia substancial principalmente por el público al que se llega es un público joven las personas que están relacionadas con la toma de decisiones como ejecutivos hoy vivimos la época de la comunicación instantánea y esto favorece obteniblemente y la diferencia establecida al público que se llega y el estrato de educación de medio alto .



Pregunta #3.

➤ **¿Conoce medios digitales dentro de la provincia de Cotopaxi? ¿Cuáles?**

Lic. Miguel Tello Jijón (Estéreo San Miguel 98.1)

Cotopaxi Noticias es el medio que usualmente nosotros como medio de comunicación estamos revisando cotidianamente, existen otros medios a nivel nacionales. Hoy como se sabe el periódico ya no tiene el mismo auge frente a la versión digital, sino más bien se ingresa al computador para revisar las noticias de diferentes instituciones que así lo elaboran.

Lic. Wladimir Carrillo (Estéreo San Miguel 98.1)

Conozco que existen 1 o 2 medios pero a ciencia cierta no conozco cual es trabajo que ellos realizan en la parte periodística, he escuchado a Cotopaxi Noticias y Al Día On Line.

Lic. Henry Salazar (Radio Latacunga 102.1)

El que ha sobresalido es Cotopaxi Noticias, fue el pionero en hacer esto y creo que esto también ha fortalecido a los diferentes medios de comunicación para en esa visión también nosotros comenzar a realizarlo pero en Cotopaxi las radios no estamos haciendo aquello, en Quito ya lo hacen radio FM Mundo y Sonorama pero acá en Latacunga recién estamos intentando querer hacer las radios digitales y páginas web.

Lic. Paulina Balseca (Radio Latacunga 102.1)

Si en Cotopaxi hay varios medios digitales, Cotopaxi Noticias, Al Día On Line, radio Prensa Musical y otros medios son los que están abarcando no solo el medio escrito sino también a través de las radios, ya se está haciendo periodismo digital a través de las páginas web.

Vicente Toapanta (Stereo Saquisili 99.3 FM)

Si se conoce medios digitales como La Gaceta, diario La Hora, Cotopaxi Noticias, así como Radio Stereo Saquisili, pero el pionero en la provincia es Cotopaxi Noticias.

Lic. Luis Aimacaña TV MIC – Municipio de Saquisili.

Conozco medios digitales como Online, Cotopaxi Noticias y otros periódicos digitales que se puede ver en la web.

Pregunta #4.

- **¿Qué opinión le merece el medio digital Cotopaxi Noticias? ¿Considera que es un referente válido dentro de la provincia de Cotopaxi?**

Lic. Miguel Tello Jijón (Estéreo San Miguel 98.1)

Últimamente estaba revisando este medio y tiene noticias interesantes, y sobre todo inmediatas que de alguna forma ayudan a los medios hablados a llenar ciertos espacios que no se puede cubrir.

Lic. Wladimir Carrillo (Estéreo San Miguel 98.1)

Lo he podido escuchar como un referente más de información dentro de la provincia pero no he podido revisar la estructura de este espacio.

Lic. Henry Salazar (Radio Latacunga 102.1)

Creo que Cotopaxi Noticias fue el pionero y uno de los más importantes y aparte es el más leído a nivel nacional sobre lo que tengo entendido es el periódico que está en auge y fortaleciéndose constantemente ya pesar en el tema económico ha salido adelante frente a poca publicidad que existe así se ha mantenido y eso es lo importante hay que felicitar a la iniciativa que ha tendido quien dirige Cotopaxi Noticias.

Lic. Paulina Balseca (Radio Latacunga 102.1)

Es un referente dentro de la provincia no solamente por la forma de hacer periodismo, sino por la veracidad que este medio ofrece y también en la diversidad de información que presenta cotidianamente.

Vicente Toapanta (Stereo Saquisili 99.3 FM)

Si es un referente válido dentro de la provincia, el contenido que difunde nos permite estar informados de lo que sucede actualmente.

Lic. Luis Aimacaña TV MIC – Municipio de Saquisili.

Cotopaxi Noticias por ser pionero dentro del campo, del periodismo digital me parece que está aportando a la provincia de Cotopaxi.

Pregunta #5.

- **¿Cree que los medios digitales logran abordar a cabalidad noticias que sean de interés colectivo?**

Lic. Miguel Tello Jijón (Estéreo San Miguel 98.1)

No se puede cubrir todas las expectativas, pero los medios digitales, han sido un complemento fundamental para llenar las expectativas de la audiencia.

Lic. Wladimir Carrillo (Estéreo San Miguel 98.1)

Ningún medio informativo logra cubrir todas las expectativas de la audiencia, siempre se busca donde retroalimentarse y replicar la información.

Lic. Henry Salazar (Radio Latacunga 102.1)

Todos los medios de comunicación, no logramos cubrir los hechos noticiosos, es por ello que los medios digitales han sido un apoyo para la replicación de información.

Lic. Paulina Balseca (Radio Latacunga 102.1)

Se pueden abordar muchos temas de interés colectivo que incluso se puede contrastar a nivel del país, y se puede conocer fuera de las fronteras cómo se está abordando la información por ejemplo información de Ecuador.

Vicente Toapanta (Stereo Saquisilí 99.3 FM)

Si logran abordar temas de interés colectivo así como los diferentes ámbitos sociales y colectivos.

Lic. Luis Aimacaña TV MIC – Municipio de Saquisilí.

No cubren todos los hechos noticiosos, ya que como medios de comunicación siempre falta cubrir la trinchera informativa.

2.2.4 ENTREVISTA COTOPAXI NOTICIAS

Pregunta #1.

➤ ¿Cómo definiría usted el periodismo digital?

Luis Muñoz (Cotopaxi Noticias)

El periodismo digital debe ser ágil pero a la vez tiene un reto, el de no anunciar primicias ya que estas se encuentran actualmente en las redes sociales como: Facebook, twitter.

El reto de los periódicos digitales viene a ser triple; es decir, en primer lugar, entrar con hechos actuales, en segundo lugar con algo nuevo a la conversación y, por último, algo verificado y comprobado. Es por ello, que el periodismo digital necesita agilidad mental y operacional.

En este sentido, el periodismo digital es más dinámico y flexible, entretenido, pero frente a los medios tradicionales la esencia no cambia lo que cambia es la forma y las ventajas, por ejemplo la televisión muestra imágenes mientras que la radio hacer imaginar acontecimientos la diferencia principal se encuentra en la interactividad.

Jessica Yáñez (Cotopaxi Noticias)

Periodismo digital es una manera de informar a la ciudadanía de los hechos o acontecimientos que ocurren en la sociedad, es una manera más instantánea de emitir información.



Pregunta #2.

- **¿Cuáles cree usted que son las características principales de un medio de comunicación digital? ¿En qué se diferencia Cotopaxi noticias de otros periódicos digitales?**

Luis Muñoz (Cotopaxi Noticias)

El medio se diferencia en hacer noticias y no propaganda en comparación no solamente con otros periódicos digitales, sino con medios tradicionales, pero vale la pena hacer estas comparaciones, se busca un tratamiento adecuado más no el si le va a gustar o no va a gustar al lector del medio se trata de buscar los intereses de la colectividad.

En la forma se puede diferenciar por una información muy sencilla, concisa y entendible para el usuario, además el medio tiene una redacción pulcra sin dejar de desconocer que si existen ciertos errores ortográficos pero el mensaje que queremos transmitir es claro.

En cuestión de fondo siempre tratamos de entender la noticia, contextualizarla para así de esta manera no exista tergiversaciones ni malas interpretaciones en los lectores, no buscamos ni afectar ni beneficiar a alguna persona sino redactamos pensando en las necesidades de nuestro lector y el resultado ya no depende de nuestras manos sino ya depende de los actores, buscamos contextualizar la noticia.

Jessica Yáñez (Cotopaxi Noticias)

El medio de comunicación busca noticias de interés colectivo, destacándose en informar noticias y no hacer propagandas políticas, ni favorecer a grupos, esa es la diferencia primordial, y por ser un medio digital en el transcurso de todo el día se está alimentando de información a la página web con los acontecimientos más relevantes que sucede minuto a minuto.

Pregunta #3.

- **¿Cuáles son las herramientas más usadas por Cotopaxi noticias para la producción de contenidos informativos digitales?**

Luis Muñoz (Cotopaxi Noticias)

Igual que los medios tradicionales realizamos reporteria, también monitoreamos otros medios de comunicación tanto nacionales e internacionales que publican notas de interés para los lectores. La interactividad es uno de los recursos más usados con el público, tanto como las redes sociales y correos electrónicos que manejamos cotidianamente si bien monitoreamos twitter y Facebook existen una cantidad de noticias es para llenar un periódico pero solo monitoreando, nuestro fuerte como medio de comunicación es salir a las calles a investigar los hechos noticiosos.

Las herramientas técnicas que utilizamos para procesar son: programa de videos, edición de audio, edición de fotografía y computadores.

Jessica Yáñez (Cotopaxi Noticias)

Las herramientas que se utiliza cotidianamente son programas de edición: audio, video, fotografías, infografías y otros recursos tecnológicos que nos brinda la tecnología.

Pregunta #4

- **¿Cómo comprueba Cotopaxi noticias la veracidad de una información antes de publicarla en su página web, cuando no logra cubrir una noticia alguien de su equipo?**

Luis Muñoz (Cotopaxi Noticias)

Igual que otros medios de comunicación, verificamos la información si la noticia es monitoreada en medios de comunicación, redes sociales nos toca salir a investigar para contrastar y verificar la información.

Jessica Yáñez (Cotopaxi Noticias)

Dentro de la labor periodística, en ocasiones no podemos ir a cubrir ciertas noticias, en esos momentos nos ayudamos con otros medios sin embargo cuando consideramos que no existen las versiones claras salimos a investigar el hecho para contrastarlo y publicarlo en la página web.

Pregunta #5.

- **¿Cree usted que el periodismo digital permite poner en práctica la investigación periodística, el análisis de coyuntura, la comprobación y verificación de la información, considerando que los medios digitales necesitan constantemente actualizar su información para tener un público cautivo?**

Luis Muñoz (Cotopaxi Noticias)

A veces se entiende mal al periodismo digital, no es solo es tener una página web, sino el investigar y reportear en la web es como antes nos quemábamos suela y hasta ahora hay que multiplicar esfuerzos unos reportearan en la calle, otros reportearan en un escritorio pero en las redes sociales existe un abanico de información.

Jessica Yánez (Cotopaxi Noticias)

Dentro del periodismo digital se logra poner en práctica la investigación periodística, ya que se investiga los hechos noticiosos para publicarlos en la web.

Pregunta #6.

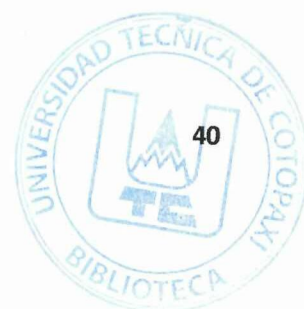
- **¿Considera usted que las universidades y centros de estudios están dando la debida importancia al periodismo digital entre los futuros comunicadores?**

Luis Muñoz (Cotopaxi Noticias)

Los centros educativos tienen ciertas virtudes, pero les falta acoplar un poco más sobre los elementos tecnológicos, con esto no quiero generalizar sobre la educación que ofertan las diferentes universidades por ejemplo; La Central se ha destacado por formar periodistas analíticos, La San Francisco innovan productos comunicacionales mientras que la UTC – UTA les falta el frente tecnológico.

Jessica Yáñez (Cotopaxi Noticias)

Las universidades en la actualidad no toman en cuenta este nuevo formato en el que se puede difundir los acontecimientos, se debe poner más en práctica el uso de los recursos tecnológicos.



Pregunta #7.

➤ ¿Cómo se sustenta el medio de comunicación?

Luis Muñoz (Cotopaxi Noticias)

Somos un periódico al servicio de la comunidad cotopaxense y de la colectividad en general destinada a autofinanciarse a través de la publicidad, es por ello, que se ofrece a las empresas para que promocionen sus productos y servicios tenemos la sección de clasificados, especiales de fiestas, ofertas comerciales y espacios publicitarios a precios convenientes para el anunciante.

Jessica Yáñez (Cotopaxi Noticias)

El medio de comunicación se financia mediante la publicidad pero, en los últimos periodos no se ha podido abarcar una gran cantidad de clientes que publiquen sus servicios o productos tratamos de buscar más adeptos para que se mantengan informados de información rápida y oportuna así como de los servicios que ofrece el medio.

2.2.5 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Análisis e interpretación de resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

1. ¿Conoce usted algún medio digital dentro de la provincia de Cotopaxi?

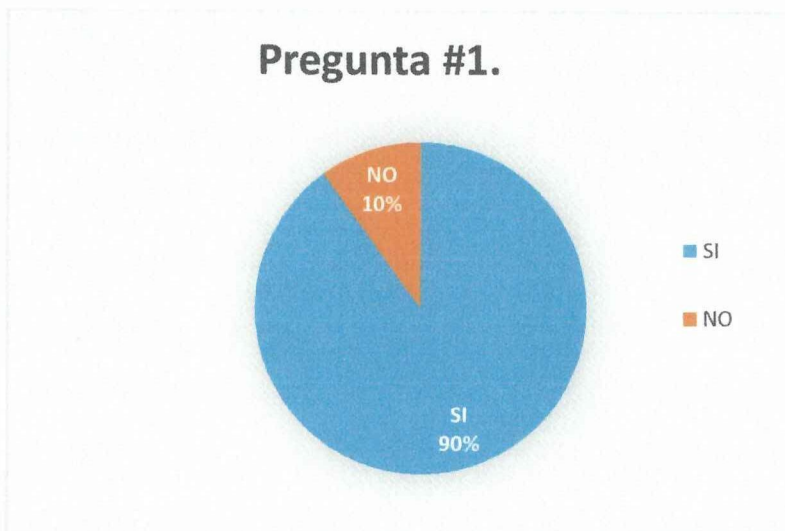
Tabla # 1.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	54	90%
NO	6	10%
TOTAL:	60	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Gráfico #1.



Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Interpretación de los Resultados

La encuesta fue aplicada a 60 estudiantes de la carrera de Comunicación Social, 54 de ellos es decir, el 90% manifiesta que si conocen medios digitales dentro de la provincia de Cotopaxi; mientras que 6 de ellos que equivalen al 10% manifiestan que los desconocen dentro de la provincia de Cotopaxi.

Estos datos permiten determinar que la mayoría de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi conocen medios digitales dentro de la provincia y están informados de los avances tecnológicos y de los medios de comunicación que existen dentro de la provincia y se encuentran ligados directamente con la tecnología.

2.- ¿Considera usted que dentro del periodismo digital se publica contenidos de interés colectivo?

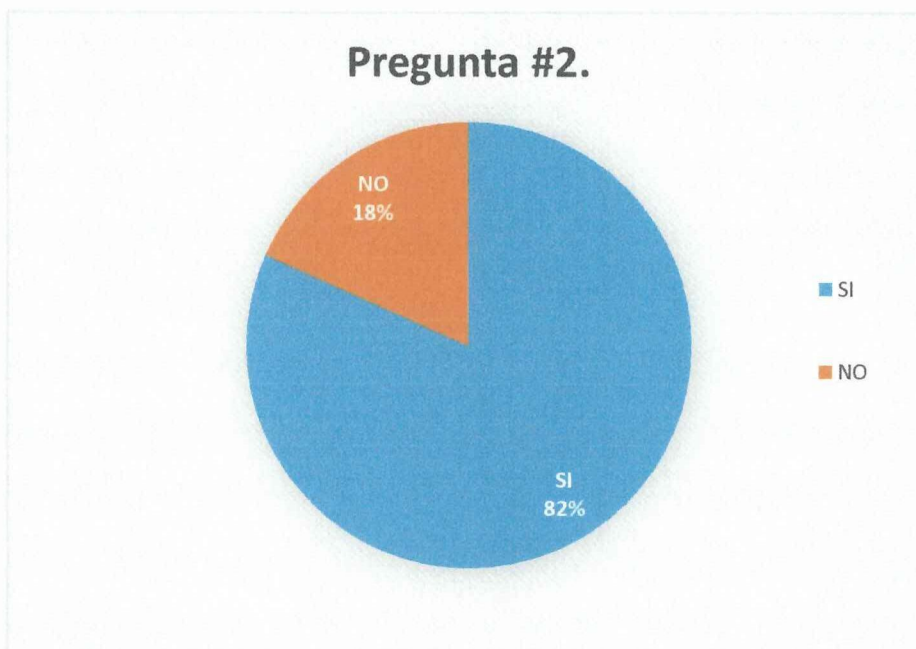
Tabla # 2.

Alternativas	Encuestas	Porcentaje
SI	49	82%
NO	11	18%
TOTAL:	60	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Gráfico #2.



Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Interpretación de los Resultados

La encuesta fue aplicada a 60 estudiantes de la carrera de Comunicación Social, 49 de ellos es decir, el 82% manifiesta que dentro del periodismo digital se publican contenidos de interés colectivo; mientras que 11 de ellos que equivalen al 18% manifiestan que no se publican contenidos de interés colectivo

Estos datos permiten determinar que la mayoría de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi consideran que dentro del periodismo digital se presentan contenidos de interés colectivo que son de ayuda para conocer las molestias que suceden cotidianamente a nivel de la provincia y de esta manera los periodistas son los encargados de dar a conocer los temas de interés que sean de importancia en la vida de las personas.



3.- ¿Qué características usted considera que debe tener un periodista digital?

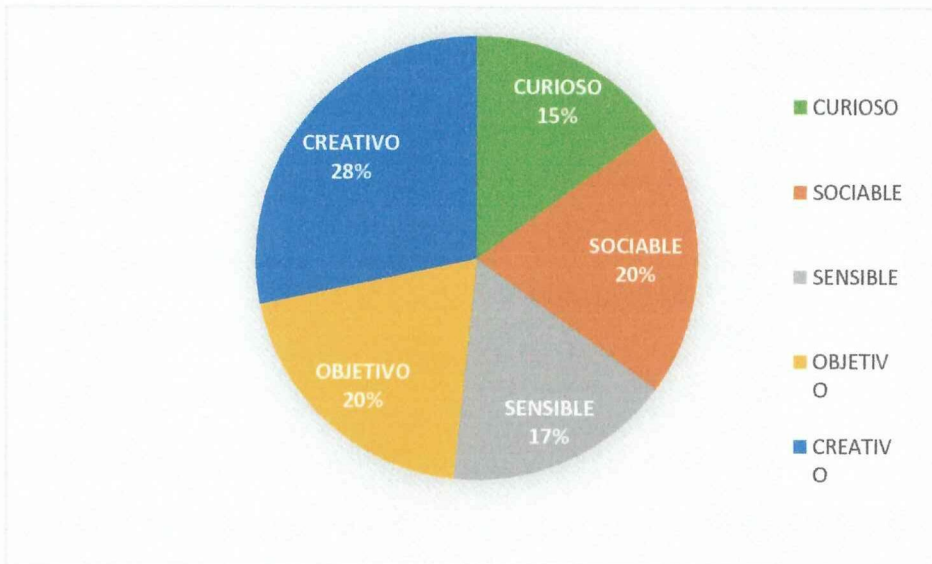
Tabla # 3.

Alternativas	Encuestas	Porcentaje
Curioso	9	15%
Sociable	12	20%
Sensible	10	17%
Objetivo	12	20%
Creativo	17	28%
TOTAL:	60	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Gráfico #3.



Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Interpretación de los Resultados

La encuesta fue aplicada a 60 estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi 17 de ellos es decir el 28% manifiestan que la característica de un periodista digital debe ser creativo, 12 de ellos es decir el 20% manifiestan que la característica de un periodista digital debe ser sociable y objetivo, 10 de ellos es decir el 17% manifiestan que la característica de un periodista digital debe ser sensible, mientras que 9 de ellos, es decir el 15% manifiestan que la característica de un periodista digital debe ser curioso .

Estos datos permiten determinar que la mayoría de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi consideran que la característica principal de un periodista digital debe ser creativo y objetivo ya que al momento de dar a conocer un acontecimiento debe utilizar términos adecuados para no tergiversar las cosas y ser neutral en lo que difunde a la sociedad.

4.- ¿Cuál cree que es el elemento más llamativo para publicar en la web?

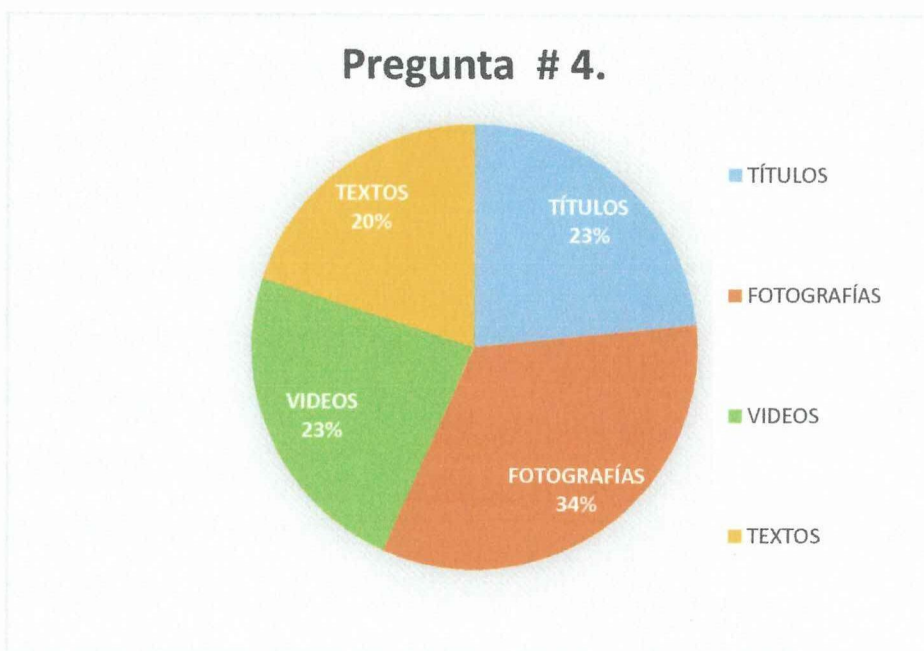
Tabla # 4.

Alternativas	Encuestas	Porcentaje
El Título	14	23%
Fotografías	20	34%
Videos	14	23%
Textos	12	20%
TOTAL:	60	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Gráfico #4.



Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Interpretación de los Resultados

La encuesta fue aplicada a 60 estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi 20 de ellos es decir el 34% consideran que el elemento más llamativo para publicar en la web son las fotografías, 14 de ellos es decir el 23%, mientras 12 consideran que el elemento más llamativo para publicar en la web son videos y títulos de las noticias, 12 de ellos es decir el 20% consideran que el elemento más llamativo para publicar en la web son los textos.

Estos datos permiten determinar que la mayoría de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi consideran que el elemento más llamativo para publicar en la web son las fotografías ya que de esta manera se podrá recrear mediante imágenes lo que sucedió en un determinado tiempo y lugar pero para un grupo minoritario consideran importante al texto ya que relata los hechos noticiosos de manera concisa.

5.- ¿Considera usted que los medios digitales tienen espacio para la publicidad?

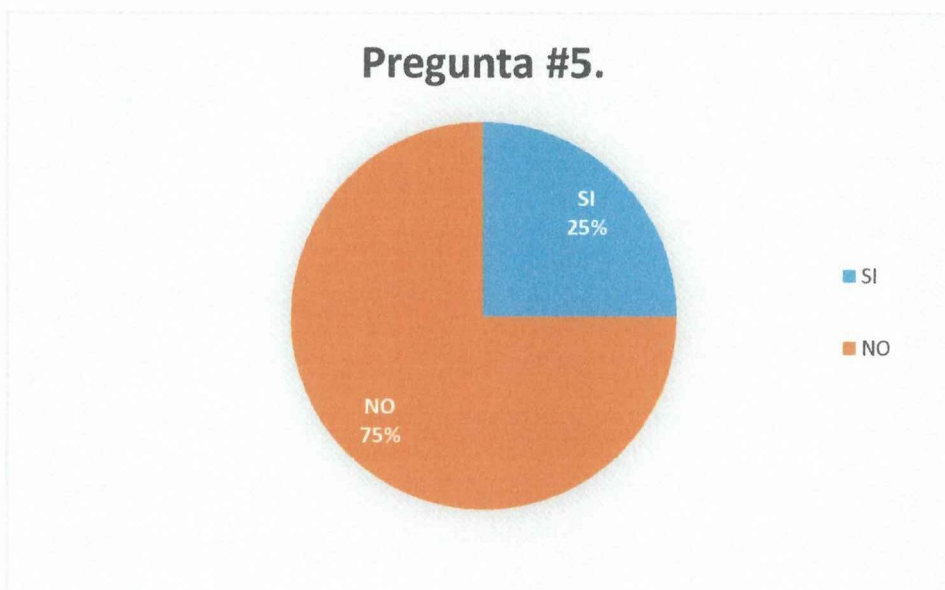
Tabla # 5.

Alternativas	Encuestas	Porcentaje
SI	15	25%
NO	45	75%
TOTAL:	60	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Gráfico #5.



Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.



Interpretación de los Resultados

La encuesta fue aplicada a 60 estudiantes de la carrera de Comunicación Social, 45 de ellos es decir, el 75 % manifiesta que no se encuentra informado que los medios digitales tienen espacio para la publicidad; mientras que 15 de ellos que equivalen al 25 % manifiestan que tiene conocimiento que los medios digitales tienen espacio para la publicidad.

Estos datos permiten determinar que la mayoría de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi no tienen conocimiento sobre los espacios que tienen los medios digitales para la publicidad ya que desconocen de la estructura de un medio digital para dar a conocer los servicios que brindan a la colectividad de manera directa o indirecta.

6.- ¿Recibe usted preparación académica sobre lo que es periodismo digital?

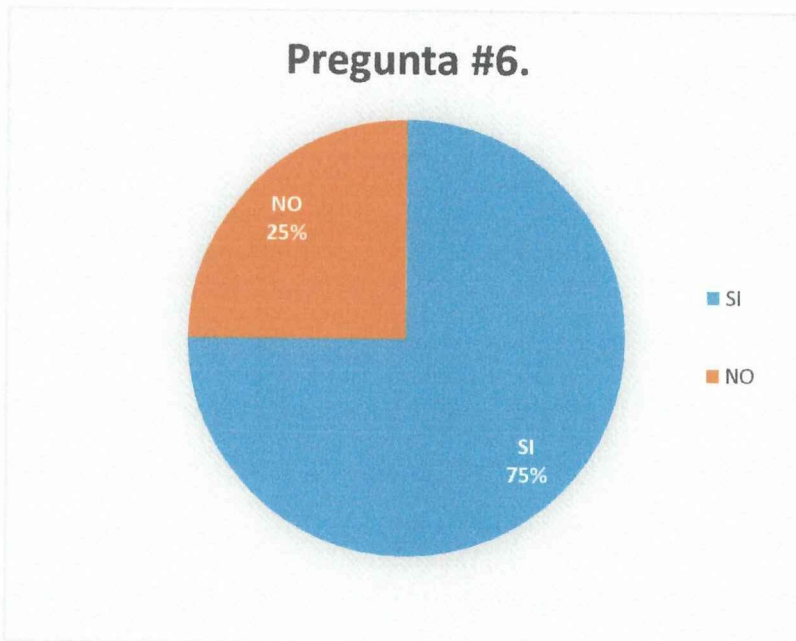
Tabla # 6.

Alternativas	Encuestas	Porcentaje
SI	33	75%
NO	27	25%
TOTAL:	60	100%

Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Gráfico #6.



Fuente: Estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

Realizado por: Klever Corrales.

Interpretación de los Resultados

La encuesta fue aplicada a 60 estudiantes de la carrera de Comunicación Social, 33 de ellos es decir, el 75 % manifiesta que si reciben preparación académica sobre periodismo digital; mientras que 27 de ellos que equivalen al 25 % manifiestan que no reciben preparación académica sobre periodismo digital, ya que no existe una asignatura en el pensul de estudios.

Estos datos permiten determinar que la mayoría de los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi tienen conocimiento sobre la nueva era tecnológica y la preparación que reciben en las aulas, actualmente existe una materia que se llama convergencia digital a pesar de que no se da a conocer muchos aspectos sobre el periodismo digital es de vital importancia para el conocimiento de los estudiantes y tener cierta clase de pautas sobre lo que es un medio digital, además, es necesario que exista una materia en la que se dé a conocer a los estudiantes.

CAPÍTULO III

3. DISEÑO DE LA PROPUESTA

3.1 Datos Informativos

Título:

APLICACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN PARA POSICIONAR AL MEDIO DIGITAL COTOPAXI NOTICIAS EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI.

- ✓ **Beneficiarios:** Estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.
- ✓ **Ubicación:** Provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, parroquia Latacunga.
- ✓ **Técnico responsable:** Corrales Vela Klever Stalin.
- ✓ **Tutor:** Directora de tesis, Freyle Matiz Mónica Marcela, docente de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

3.2 Justificación

Es necesario contar con un plan de comunicación, el cual servirá para posicionar, sustentar, proyectar la imagen corporativamente el medio virtual Cotopaxi Noticias, siendo parte en la vida cotidiana de la gente logrando de esta manera acaparar más audiencia.

El manejo con base a un plan de comunicación es importante debido a que se proyectará como un instrumento, de apoyo generando de esta manera credibilidad y confiabilidad y rentabilidad, de esta forma se tratar de ser parte esencial en la vida de las personas que acceden a las nuevas herramientas tecnológicas.

Dentro de los aspectos socioculturales, el plan de comunicación implica el posicionamiento de la imagen del medio virtual Cotopaxi Noticias, en la que la

colectividad se encuentren directamente ligados con el mismo, permitiéndoles ser parte de ellos, teniendo en cuenta que una imagen bien posicionada generara una identidad con el público receptor y mayor aceptación.

Este plan dentro de la empresa informativa, permitirá a su vez vender más, generando estabilidad financiera, en este aspecto la venta de publicidad se hará más eficiente, las personas o audiencia vera con buenos ojos y comprara lo que se ofrece.

Lo que resalta el medio virtual Cotopaxi Noticias con la población es el vínculo que tiene con la sociedad, por ello, el sentido de pertenencia es importante y para ello el trabajo bien estructurado y ejecutado, permitirá posesionar también la imagen corporativa y generar dentro de los individuos un sentido más íntimo de pertenencia e identidad concentrada.

Dentro del plan se incluye el trabajo constante de renovación de las nuevas herramientas tecnológicas de la empresa informativa, de acuerdo al contexto para desenvolverse, el mismo que a su vez, no se quedará solo ahí, ya que se busca acercar a las nuevas generaciones y hacerlas participes de sus actividades.

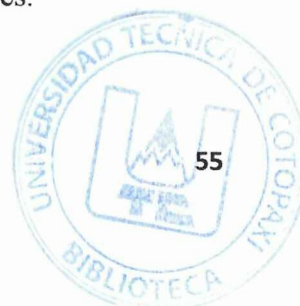
3.3 OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL.

Establecer un plan de comunicación que permita posicionar la imagen del medio virtual Cotopaxi Noticias, entre los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Ayudar a posicionar el medio virtual Cotopaxi Noticias en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social.
- Definir estrategias de comunicación y difusión para el posicionamiento del medio virtual Cotopaxi Noticias en la provincia de Cotopaxi.
- Posicionar al medio digital mediante estrategias comunicacionales.



3.4 Descripción del Plan

La comunicación es de vital importancia en la sociedad ya que gracias a ello es posible interactuar con el mundo con ayuda de los medios de comunicación, y en los actuales momentos con la Internet, como medio de comunicación masiva es una herramienta para lograr que un solo emisor se comunique de forma inmediata con miles de receptores en el mismo tiempo, es por lo cual se considera que se debe crear un plan de comunicación para dar a conocer al medio virtual Cotopaxi Noticias.

El presente plan de comunicación tiene como objetivo posicionar el medio virtual Cotopaxi Noticias, tanto en las personas que visitan las redes sociales como el público que desconoce este medio, fortaleciendo la imagen y el posicionamiento de la misma en el entorno local y nacional.

En el desarrollo de este plan se tomó varios puntos en cuenta como el de llegar a las personas con la finalidad de impactar y hacerles partícipes, es así, como medio virtual Cotopaxi Noticias ofrece información oportuna y precisa buscando con ello atraer más audiencia, destacándose en temas de interés para la sociedad, convirtiéndose en un instrumento de consulta permanente en los periodistas de los medios locales.

Este plan de comunicación es importante, porque permitirá, posicionar al medio de comunicación, corrigiendo ciertas debilidades que posee, para así de esta manera fortalecer y generar una imagen positiva con ello atraer más audiencia y generar rentabilidad económica, a través, de la publicidad que existe en el medio, además, favoreciendo a la imagen institucional y con ello cumpliendo los fines de la comunicación en la sociedad.

El presente plan tiene como objetivo ayudar, definir y ejecutar el posicionamiento de la audiencia, para dar a conocer a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, es por lo cual las estrategias de comunicación son de importancia para el posicionamiento del medio.

3.5 PLAN DE COMUNICACIÓN

INTRODUCCIÓN

El presente plan tiene como objetivo posicionar la imagen corporativa de Cotopaxi Noticias, en los estudiantes de la carrera de comunicación social.

Para este plan se tomó muchos puntos en cuenta, para llegar a las personas; con la finalidad de impactar y hacerles partícipes, del medio.

Este plan es importante, porque permitirá, ir posicionando al medio, corrigiendo debilidades que posea para así fortalecer la empresa comunicacional, generando a su vez una imagen positiva del medio virtual, este también tiene repercusiones buenas, ya que estando en la vida de las personas, se podrá vender publicidad, a un gran grupo, siendo bueno para el medio, ya que con el posicionamiento, le generar rentabilidad económica.

1.- Resumen ejecutivo:

Para los medios de comunicación es importante contar con un plan, para posicionar, sustentar, proyectarla corporativamente, adentrándose en la cotidianidad de la gente y haciéndolos parte de él, logrando de esta manera acaparar más audiencia.

se quedara solo ahí, ya que se busca acercar a las nuevas generaciones y hacerlas partícipes de sus actividades y programaciones del medio.

2.- Descripción de la empresa:

Este es un medio de comunicación audiovisual, es decir es una televisora, que se encuentra dentro de la nueva modalidad de comunicación, medios

2.1.- Historia de la empresa

Objetivos del medio:

- ✓ Ofrecer información oportuna y precisa.
- ✓ Ser espejo, vitrina y ventana de la región.

Somos ante todo un periódico al servicio de la comunidad mundial y a la vez una empresa destinada a autofinanciarse a través de la publicidad. En lo periodístico, queremos constituirnos en un espacio público para que nuestros lectores se interrelacionen alrededor de información oportuna y precisa. En lo publicitario, ofrecemos audiencia a las empresas para que promocionen sus productos y servicios. Ambos ámbitos están claramente delimitados por la ética.

Tenemos noticias actualizadas de Cotopaxi, centro del país, coyuntura nacional, Galápagos, internacionales, análisis mundial, cultura, deportes, entretenimiento, gente, jóvenes, empresas, cantones, sector rural, turismo, fiestas, vivencias, en kichwa, especiales, opinión y mucho más.

Nuestra misión es mantenernos permanentemente actualizados y atentos a lo que ocurre a nuestro alrededor, tanto a nivel nacional, local e internacional, para poder transmitirlo inmediatamente, contextualizando la información de acuerdo al entorno de nuestros lectores. Y aprovechar la tecnología como espejo, vitrina y ventana de la región central del país y herramienta para comunicar a sus habitantes que están dentro y fuera de sus provincias de origen.

Como servicios complementarios tenemos la sección de clasificados, especiales de fiestas y ofertas comerciales y espacios publicitarios a precios convenientes para el anunciante.

La línea editorial se basa netamente en principios éticos, profesionales y de vocación al servicio colectivo. No tenemos vinculación partidista con ningún grupo político ni de propiedad con grupo económico alguno.

Cotopaxi Noticias es un periódico exclusivamente electrónico que le apuesta a las nuevas tecnologías como medio para fomentar el periodismo apegado a realidades locales, un campo descuidado, en algunos casos hasta el extremo.

La parte periodística está a cargo de Luis Alfonso Muñoz Villegas, un periodista con 17 años de experiencia en radio, prensa, televisión y ahora en Internet.

2.2.- Visión

“Nuestra misión es mantenernos permanentemente actualizados y atentos a lo que ocurre a nuestro alrededor, tanto a nivel nacional, local e internacional, para poder transmitirlo inmediatamente, contextualizando la información de acuerdo al entorno de nuestros lectores. Y aprovechar la tecnología como espejo, vitrina y ventana de la región central del país y herramienta para comunicar a sus habitantes que están dentro y fuera de sus provincias de origen.”

2.3.- Misión

“Nuestra visión es constituirse en un espacio público para que nuestros lectores se interrelacionen alrededor de información oportuna y precisa”

2.4.- Principios:

- Crítico: Transparenta procesos de la realidad que enfrenta la población.
- Positivo: Un medio motivador, emprendedor e innovador que difunde temas de interés para la colectividad.
- Inmediato: Comunica desde las plataformas digitales para el servicio de la sociedad.

2.5.- Localización geográfica:

Este medio virtual, se encuentra ubicado en la zona centro del país, en la provincia de Cotopaxi haciendo posible su trabajo periodístico.

Se ubica en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, en Calle Av. Amazonas y Guayaquil.

Latacunga - Ecuador

Teléfonos: 032 – 802 651

Página web: www.cotopaxinoticias.com

Mail: info@cotopaxinoticias.com

2.6.- Público objetivo:

El público objetivo es la colectividad y de hecho los periodistas de los medios locales que deben replicar la información que se publica en Cotopaxi Noticias.

2.7.- Productos y servicios ofrecidos

Dentro del medio de comunicación ofrecemos una gran variedad de noticias actualizadas de Cotopaxi, generando con ello interés de la sociedad en general para así de esta manera dar a conocer este pequeño lugar del país como uno de los generadores importantes de acontecimientos y siendo parte del público para llegar a más público objetivo.

Publicidad:

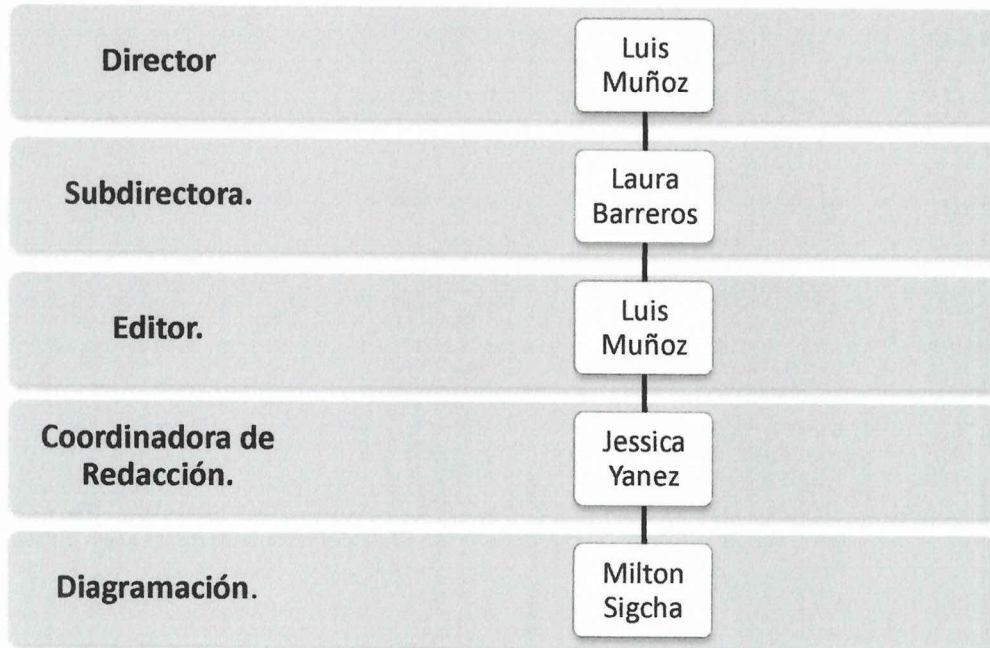
Este medio se financia mediante la publicidad con el fin de vender productos e ideas a la audiencia, por ello, se puede considerar como un servicio, ya que busca vender algo a la audiencia.

Cada uno de estos productos se diferencian por el tratamiento y básicamente por el talento humano que ha destinado el medio de comunicación para generar un buen contenido en sus productos ya sean esto incluso publicidad, por ello son diferentes, los productos audiovisual que se presentan siempre buscando dar a conocer con la ética periodística.



3.- Organización de la Empresa:

3.1.- Estructura organizativa:



3.2.- Equipo humano:

El equipo humano que se encuentra al frente del medio digital en las distintas áreas, tiene como objetivo desempeñar de manera eficiente su trabajo, el cual se le ha asignado, para de esta manera ser un diario que se encuentre organizado e innovador.

Cada integrante del medio de comunicación para el desenvolvimiento dentro de la empresa informativa, tiene como responsabilidad cumplir determinadas actividades en la que gracias a su experiencia, preparación y profesionalismo pueden realizar sin ningún problema, la misma que llegará con una información clara, veraz y verificada.

3.3.- Equipo técnico y de infraestructura:

El medio digital cuenta actualmente con el equipo técnico y tecnológico adecuado, tal es la situación en este aspecto, ya que el equipamiento que tiene es el adecuado con las diversas herramientas tecnológicas.

Entre el equipo tecnológico podemos encontrar; cámaras, computadoras, softwares de edición, etc.

4.- Descripción de la competencia, de la posición competitiva y del mercado:

El medio de comunicación debe buscar nuevas estrategias para salir de la monotonía que ofrecen la competencia, y brindar información de calidad para su audiencia es por ello que Cotopaxi Noticias es un periódico al servicio de la comunidad y servir de buena manera a su público tratando de ganar más consumidores.

4.1.- Sondeo de mercado a nivel local:

El medio de comunicación tiene una característica básica que la diferencia del resto de los medios, y es el público, al que se dirige este apunta a la población joven ya que es el que se encuentra conectado con la Internet, y se puede integrar a la colectividad virtual.

Otra diferencia que marca este medio de comunicación, son los contenidos que se publican y que se apegan a la realidad de la gente, mientras que los otros medios solo difunden ciertos hechos noticiosos.

4.2.- Análisis de competencia:

Cotopaxi Noticias, por ser uno de los pioneros en realizar este tipo de periodismo en la red, presenta pocos competidores en el entorno, así se puede mencionar que su principal competidor es: Al Día On Line cada uno maneja diferentes formas de publicación en la red lo único que les une son el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas que sirven para publicar los hechos a la sociedad.

ALCANCE

Este documento servirá para posicionar al medio virtual Cotopaxi Noticias, mediante los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad

Técnica de Cotopaxi y con ello dar a conocer sus servicios, que presta en la labor periodística por parte del medio de comunicación y la interactividad que existen tanto entre el usuario con el redactor.

COMUNICACIÓN INTERNA

La comunicación interna implica definir un conjunto de procedimientos que se despliegan para posicionar al medio y proyectarse mediante diferentes canales de comunicación, facilitando:

- ✓ La promoción de la comunicación entre el medio virtual y la colectividad.
- ✓ Facilitar la integración entre los usuarios y personal del medio
- ✓ Contribuir a la creación de espacios para saber qué criterios tienen sobre el medio virtual.
- ✓ Posicionar la imagen del medio virtual en el ámbito local, regional, nacional.

El plan de comunicación, permitirá el posicionamiento, difusión, aceptación del medio virtual Cotopaxi Noticias.

Uno de los objetivos del plan de comunicación es definir estrategias de comunicación y difusión para el posicionamiento del medio virtual Cotopaxi Noticias en la provincia de Cotopaxi. De este modo, la comunicación favorece a la participación de la colectividad en general y la creatividad que el medio posee para difundir si información.

Hablar de comunicación implica definir un conjunto de acciones y procedimientos mediante los cuales se despliegan una variedad de recursos de comunicación para apoyar el posicionamiento del medio virtual. Estableciendo ciertas estrategias orientadas a conocer al medio de comunicación y la participación activa será determinante para el logro pretendido. Establecer una campaña, en la que se dará a conocer al medio.

Medios De Comunicación Internos.

De acuerdo al plan de comunicación se puede definir claramente los diferentes medios que el plan estratégicamente ha definido para el fortalecimiento de la comunicación interna:

- ✓ E-mail
- ✓ Facebook
- ✓ Medios externos

COMUNICACIÓN EXTERNA.

De acuerdo al diagnóstico el plan de comunicación se puede propagar claramente mediante un estudio previo al posicionamiento de la imagen corporativa del medio, con ello se pretende mejorar el fortalecimiento en la parte externa, además creando estrategias comunicacionales que sirvan para llegar a la colectividad y posicionarla en la vida diaria de cada una de ellas.

Es por ello que con la ayuda de la comunicación externa busca posicionar y ser parte en la vida cotidiana de los seres humanos, acaparando con ello nueva audiencia que se encuentre conectada en la red y utilice los diferentes servicios que presta el medio de comunicación, es por lo cual se creara algunas tácticas para dar a conocer al medio virtual Cotopaxi Noticias.

Medios de Comunicación Externos.

- ✓ Los medios de comunicación (Se utilizara la radio para difundir un spot publicitario y dar a conocer con ello que existe este medio.)
- ✓ Medios impresos (elaboración de trípticos)
- ✓ Los medios digitales interactivos (se enviara los links para que conozcan al medio y lo repliquen)
- ✓ Correos electrónicos se enviara los links para que conozcan al medio y lo repliquen a sus contactos.

4.3 Metodología.

Para la elaboración del plan de comunicación se puede mencionar los elementos que se utilizara y será de apoyo para dar a conocer a la colectividad en general.

- Se utilizaran algunas herramientas tecnológicas y canales de comunicación con los que se cuenta, es así, que se utilizaran correos electrónicos, redes sociales: Facebook y Twitter los cuales serán considerados como el instrumento principal para dar a conocer a la colectividad de manera eficaz, inmediata y objetiva, los hechos que difunde el medio virtual Cotopaxi Noticias a la audiencia.

- Mediante el logo que cuenta el medio de comunicación, se dará a conocer a la colectividad, la misma que servirá para difundir en las diferentes redes sociales: Facebook, Twitter y en la repartición de trípticos para que se informen de la existencia del medio de comunicación, la que se detallara información fundamental del medio virtual Cotopaxi Noticias.

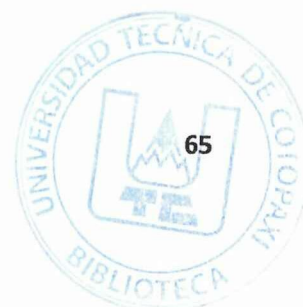
DISEÑO PLAN DE MEDIOS.

Con este plan de comunicación se pretende posicionar al medio de comunicación mediante diferentes estrategias con lo cual se busca generar un impacto visual, auditivo en el ámbito local, regional y nacional de la colectividad y esta sea parte esencial del medio virtual, además, se tratara de posicionar al medio virtual mediante la radio, redes sociales y trípticos que serán entregados a la colectividad de forma directa, debemos tener en cuenta que no se modificara el logo del medio de comunicación se conservara la misma imagen , solo se tratara de acaparar más audiencia y ganar con ello más seguidores que visiten mediante la web al medio virtual y mantenerse informados tanto la colectividad como periodistas de los diferentes medios locales y que sea referente de consulta en temas de consultas sobre la realidad de la provincia de Cotopaxi y sus alrededores.

El plan de medios, inicia en identificar las cinco (5) EMES que orientan todo el plan: Mercados, Medios, Mecanismos, Moneda, Metodología:

- **Mercado:** Número de personas a las cuales les llega el mensaje publicitario; es un grupo objetivo claramente definido mediante el estudio de segmentación.
- **Medios:** Vehículos de comunicación existentes para dar a conocer el posicionamiento del medio.
- **Mecanismos:** Especificaciones de los recursos que serán utilizados para dar a conocer a la sociedad de la existencia del medio virtual.
- **Moneda:** Concesión presupuestal para el plan y ejecución de la campaña de posicionamiento del medio virtual.
- **Metodología:** Estrategia global de campaña medida tiempos y resultados; forma en la cual se desarrollara el plan de medios.

Mercado



El segmento de mercado del Plan de Comunicación, está dirigido a la colectividad en general.

Medios

Los medios de comunicación tienen una gran importancia por ello dentro de la estrategia global de campaña tomamos los medios digitales interactivos (Internet: Correo electrónico- Facebook); los medios electrónicos (radio, y televisión); y los medios Impresos (trípticos), es decir, con ello se podrá posicionar el medio en la sociedad.

Mecanismos

Los mecanismos que se emplearan para la ejecución del Plan de comunicación se detallan a continuación:

Radio:

Pautaremos en una radio un spots de 30 Segundos.

Fortalecer el plan de comunicación.

Trípticos

Contendrá los objetivos del medio así como la visión, misión y el fin con el que fue creado el medio además se incluirá el logo del mismo.

Internet:

Página web: se dará a conocer al medio virtual Cotopaxi Noticias.

Redes sociales: Facebook, enlaces, se invitara a conocer el medio.

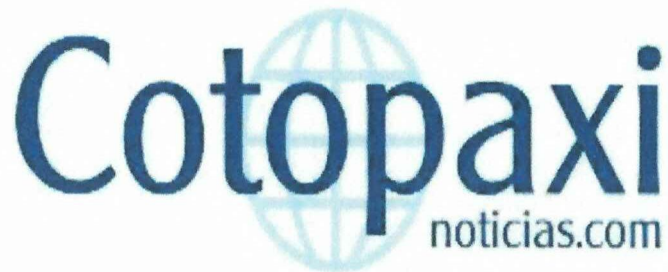
Correos electrónicos: Mediante este medio se difundirá links para dar a conocer al medio virtual Cotopaxi Noticias.

Moneda

Presupuesto para plan y ejecución de la campaña de posicionamiento del medio virtual.

Diseño de la marca: posicionamiento del medio virtual Cotopaxi Noticias.

Logotipo del medio virtual Cotopaxi Noticias.



POSICIONAMIENTO DE LA MARCA

El plan de comunicación de posicionamiento del medio virtual Cotopaxi Noticias, se difundirá de manera oportuna en todos los procesos estableciendo canales de comunicación que permitan llegar a la población y al medio así de esta manera poder acaparar un mayor número de audiencia, corrigiendo la comunicación tanto interna y externa, a través de los siguientes medios de comunicación: Facebook, correo electrónico, radio, trípticos y twitter.

4.4.- Análisis FODA:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Sentido de pertenencia con la comunidad. • Presenta información precisa, veraz y oportuna. • El medio presenta una redacción impecable e integra en su contenido periodístico. • Confianza, apoyo y trabajo por parte de sus dirigentes, personas y trabajadores que se encuentran al frente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de audiencia. • El medio cuentan con la debida aceptación por parte de la comunidad internauta. • Posee los recursos humanos, tecnológicos para el funcionamiento y publicación en la web. • Ha servido de vínculo entre los migrantes de la tierra laticungueña para mantenerse informado en cuestión de segundos.
DEBILDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Mal manejo de la imagen del medio virtual Cotopaxi Noticias. • Falta de un plan de comunicación. • Falta de publicidad en el medio digital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mal manejo de la información exclusivamente en su estructura de información. • Falta de capacitación al personal del medio. • Problemas al momento de dar a conocer los hechos más importantes.

4.5.- Tipo de empresa:

Cotopaxi Noticias, es un medio informativo su finalidad es la de comunicar a la ciudadanía cotopaxense, de los acontecimientos más relevantes que ocurren diariamente dentro y fuera de la Provincia, ya que a pesar de ser una empresa joven se concibe el objetivo que la información tiene que ser oportuna y veraz.

Dentro del medio se registran aproximadamente 1500 lectores diariamente a través de su página web y se espera seguir cada día llegando a más usuarios del centro del país y la colectividad cotopaxense, convertido en un nexo fundamental entre los migrantes y su tierra natal.

4.6.- Evaluación financiera:

La empresa informativa de nombre Cotopaxi Noticias, financieramente depende de la venta de publicidad y es por esta situación que el medio ha logrado solventarse económicamente, y a su vez mantenerse en la sociedad no como se debe pero tiene algunos réditos económicos.

5.- Estrategias de crecimiento y expansión (marketing y ventas):

Las estrategias dentro de esta empresa informativa, permite el crecimiento y expansión de la misma acaparando mayor audiencia, y con ello ofrecer más publicidad, y generar mayor rentabilidad.

Los medios de comunicación tradicionales tanto radio, prensa, televisión y ahora la Internet han presentado diversos enfoques en los contenidos periodísticos y le han dado una forma diferente de dar a conocer los acontecimientos, pero, ahora con los aparatos tecnológicos es posible estar conectados en cuestión de segundos y saber lo que sucede en el mundo, es por lo cual es necesario contar con un plan de comunicación y de marketing para ofrecer nuestros los servicios que tiene el medio de comunicación como son la publicidad y la información.

El medio tiene una característica que la diferencia del resto de los medios es la audiencia ya que toda persona puede acceder a esta información de manera inmediata.

Otra diferencia que el medio de comunicación, presenta son los contenidos ya que se apegan a la realidad de la gente, mientras que los otros solo realizan cosas convencionales, a diferencia de estos Cotopaxi Noticias, rompe ese esquema, y busca vincularse con la sociedad, y mostrarla dentro de sus publicaciones.

5.1.- Plan estratégico de la empresa:

Con este plan estratégico se busca es posicionar la imagen del medio de comunicación masiva, hemos dividido en públicos objetivos para llegar a ellos.

Público joven: 18 a 28 años de edad.

Público adulto: 28 a 35 años de edad.

5.2 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD:

Dentro de este aspecto se ha tomado en cuenta varios ítems para ver si es viable el plan de comunicación:

Humano:

El plan de comunicación es de vital importancia para el medio virtual Cotopaxi Noticias, y servirá de ayuda para su mejor posicionamiento en el mercado y se apoyara en las personas que tengan un interés sobre el medio y ellos mismos que serán de apoyo para ser parte de las estrategias comunicacionales.

Podemos enfrentar algunos inconvenientes en cuanto a materiales, es posible que enfrentemos la falta de motivación, de conocimiento y la ausencia de la cultura participativa de la gente.

Económico:

En este aspecto el plan cuenta con un presupuesto que alcanza para ejecutar las estrategias comunicacionales que se mencionan a continuación.

Sociocultural:

No existe ningún inconveniente, ya que el medio se adapta plenamente con la población, su tendencia ideológica e inclinación, y es aceptado por las comunidades a las que se dirige, por tanto posicionar y arraigarlo la imagen, será más factible y viable frente a este público.

Legal:



No existe impedimento legal para realizar esta campaña para posicionar, por ello se considera viable en este aspecto.

Con todo lo antes mencionado el plan de comunicación es viable, por lo tanto no tendrá ningún impedimento para su elaboración y ejecución.

5.3 Estrategias del Plan de Comunicación.

Objetivo:

Mostrar que este es un medio, forma parte de la colectividad.

Importancia:

Es importante porque ayudara a fortalecer el posicionamiento del medio digital Cotopaxi Noticias.

Spot radial de difusión del medio virtual Cotopaxi Noticias.	
GUIÓN LITERARIO.	Será elaborado de manera clara y con palabras sencillas que tenga una duración de 30 segundos.
GRABACIÓN Y EDICIÓN	Se la grabara con diferentes recursos tecnológicos y se lo editara en Adobe Audition 3.0
DIFUSIÓN	Se difundirán en los medios radiofónicos con mayor audiencia de la provincia de Cotopaxi.

5.3.1 Guión #1

Nro.	NOMBRE	DIÁLOGO
1	Control	Efecto de entrada
2	Klever	Estas cansado de salir a comprar el periódico.
3	Control	Efecto de cansancio
4	Klever1	Siiiiiii pero que puedo hacer necesito informarme
5	Control	Efecto sonido
6	Klever	No te preocupes mas
7	Control	Efecto sonido de suspenso
8	Klever	Solo con un clic en la web encuéntranos en www.cotopaxinoticias.com , y tendrás información oportuna y precisa, y sobre todo en la comodidad de tu casa.
9	Control	Efecto fondo musical

Responsable: Klever Corrales.

Guión #1

Guión #2

Nro.	NOMBRE	DIÁLOGO
1	Control	Efecto de entrada
2	Klever	Cotopaxi Noticias un diario digital al servicio de la comunidad.
3	Control	Efecto de cansancio
4	Klever1	Contáctanos en www.cotopaxinoticias.com , además, encuentras servicio de publicidad a bajos costos comunícate yaa al 032 – 802 651.
5	Control	Efecto preocupación
6	Klever	No te preocupes mas
7	Control	Efecto
8	Klever	Solo con un clic en la web encuéntranos en www.cotopaxinoticias.com , y tendrás información oportuna y precisa, y en la comodidad de tu casa.
9	Control	Efecto fondo musical

Responsable: Klever Corrales.

Guión #2

Objetivo:

Llegar de manera adecuada a la audiencia con los contenidos que se difunde en el medio.

Importancia:

Es importante porque ayudará a llegar a la gente y posicionar el medio.

Elaboración de Trípticos**Beneficios de la estrategia.**

Mantener informada a la colectividad de manera sencilla y ágil serán distribuidos a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi en las aulas de clases para de esta manera posicionar en la mente de los estudiantes y con ello acaparar mayor seguidores del medio digital.

Responsable:

Klever Corrales.

Creación de un Blog**Objetivo:**

Crear un blog para que se mantengan informado los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social, sobre los aspectos del periodismo digital.

Importancia:

Es de vital importancia ya que mediante esta red se puede interactuar de manera rápida y ágil.

Beneficios de la estrategia.

Con ello se buscara ganar más adeptos que sigan el medio de comunicación y estar ligado directamente la era tecnológica.

Responsable: Klever Corrales.

5.3.2 Redes Sociales.

Objetivo:

Utilizar las redes sociales para replicar los logos del medio de comunicación Cotopaxi Noticias, para de esta manera dar a conocer a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social que pueden acceder a este medio digital.

Importancia:

Es de vital importancia ya que mediante esta red se puede interactuar de manera rápida y ágil.

Es importante que conozcan los futuros comunicadores las ventajas de la Internet, en el campo periodístico y de esta manera tengan interacción con el medio virtual.

Beneficios de la estrategia.

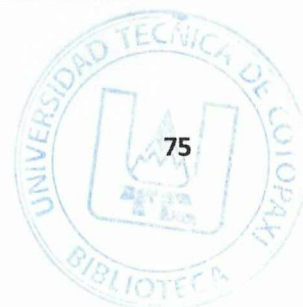
Busca con ello llegar de manera rápida al público y con ello ganar más seguidores para el medio de comunicación.

Logo que se enviara a redes sociales principalmente a Facebook de los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi.



Logo medio digital Cotopaxi Noticias.

Responsable: Klever Corrales.





Medio virtual que se encuentra ubicado en la zona centro del país, haciendo posible su trabajo periodístico y la conectividad con la colectividad en general.

Se ubica en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, en Calle Av. Amazonas y Guayaquil.

Latacunga – Ecuador

Teléfonos: 032 – 802 651

Página web:

www.cotopaxinoticias.com

Mail:

info@cotopaxinoticias.com

MISIÓN

Nuestra misión es mantenernos permanentemente actualizados y atentos a lo que ocurre a nuestro alrededor, tanto a nivel nacional, local e internacional, para poder transmitirlo inmediatamente, contextualizando la información de acuerdo al entorno de nuestros lectores. Y aprovechar la tecnología como espejo, vitrina y ventana de la región central del país y herramienta para comunicar a sus habitantes que están dentro y fuera de sus provincias de origen.



ESTAMOS AL SERVICIO DE
LA CIUDADANÍA
COTOPAXENSE.

VISIÓN

Nuestra visión es constituirse en un espacio público para que nuestros lectores se interrelacionen alrededor de información oportuna y precisa.



www.cotopaxinoticias.com

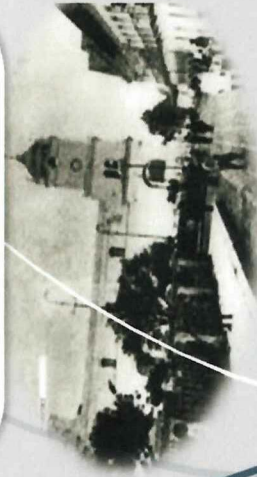
ENCUÉNTRANOS EN:

Objetivos del medio:

- ❖ Ofrecer información oportuna y precisa.
- ❖ Ser espejo, vitrina y ventana de la región.

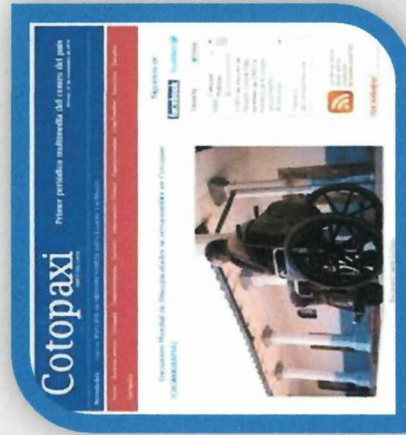
ANTECEDENTES.

Somos ante todo un periódico al servicio de la comunidad mundial y a la vez una empresa destinada a autofinanciarse a través de la publicidad. En lo periodístico, queremos constituirnos en un espacio público para que nuestros lectores se interrelacionen alrededor de información oportuna y precisa.



Siempre ágiles en la labor periodística.

Cotopaxi Noticias fomenta el periodismo apegado a realidades de la colectividad.



Línea editorial

Se basa netamente en principios éticos, profesionales y de vocación al servicio colectivo. No tenemos vinculación partidista con ningún grupo político ni de propiedad con grupo económico alguno.

Cotopaxi

noticias.com

Estructura del medio.

- ❖ Director: Luis Muñoz.
- ❖ Subdirectora: Laura Barreros.
- ❖ Editor: Luis Muñoz.
- ❖ Coordinadora de redacción: Jessica Yáñez.
- ❖ Diagramación: Milión Sigcha.

Con un solo clic encuentras información actualizada.
Encontrarnos en:
www.cotopaxinoticias.com

5.4 RECURSOS:

HUMANOS.- Se cuenta con el personal especializado en comunicación, que nos ayuda a trabajar y direccionar de mejor manera el mensaje, respondiendo en diferentes áreas como: elaboraciones de guiones, grabaciones, ediciones, de ésta manera apoyaran con su talento a la elaboración y ejecución.

ECONÓMICOS.- cuenta con los recursos económicos necesarios para llevar a cabo el plan, contamos con un presupuesto, que se irá aumentando o disminuyendo dependiendo de la situación en que nos desenvolvamos.

TECNOLÓGICOS Y MATERIALES.- se posee ciertos instrumentos para la elaboración de este plan de comunicación.

Hojas de papel

Impresiones

Copias

Transporte

Internet

CONCLUSIONES

Los medios digitales y tradicionales necesitan de la tecnología para ofrecer al usuario una información amplia para que de esta manera se encuentren actualizadas.

La Internet ha cambiado la actividad periodística en el mundo entero, es por eso, que los periodistas han tenido que transformar sus prácticas informativas para estar a la par del desarrollo tecnológico, sin duda la red se ha convertido en una herramienta fundamental para crear prensa.

El medio digital necesita innovaciones tecnológica y de ideas, para de esta manera genera cambios en bien de medio virtual y de su audiencia para satisfacer sus necesidades.

Falta de difusión en los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi para con ello lograr posicionarse para que sean parte del entorno digital.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Cotopaxi, que sientan la curiosidad por este mundo del periodismo, para realizar algún trabajo de investigación ya que un futuro comunicador debe tener conocimientos de las nuevas herramientas tecnológicas que sirven para comunicarse y difundir información.

La principal recomendación que se hace al medio de comunicación es que busque llegar a los futuros comunicadores para que tengan conocimiento de que es periodismo digital ya sea con charlas futuras.



BIBLIOGRAFÍA

BAYLON, Xavier, Christian & Migton. 1996. *La Comunicación*. Madrid. : Cátedra, 1996. s/n..

BERLO, David. 1978. *El proceso de la comunicacion*. Buenos Aires - Argentina : "El Ateneo", 1978. 9 edición.

CAMACHO, Markina. *Funciones de los gabinetes de comunicación en la*. s.l. : Revista Latina de Comunicación Social.

CASTILLO, Prieto Daniel. 2004. *Diagnóstico de Comunicación*. s.l. : "Quipus" CIESPAL, 2004.

De la MOTA, Ignacio. 1994. *Enciclopedia de la comunicación*. México : Noriega, 1994.

DÍAZ, Noci Javier. 2001. *¿Hacia dónde va el periodismo en Internet?* Murcia: Universidad Católica San Antonio : Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación, 2001.

ESTRELLA, Manuel. 2001. *Televisión: Pantalla e Identidad*. Ecuador : Editorial el Conejo, 2001.

FERRERO, Juan Jose. 1985. *Diccionario del saber moderno La comunicación y los Mass Media*. España : Ediciones Mensajero., 1985.

GARCIA, I. *Redes sociales educativas. Plataforma NING red de docentes de América Latina y del Caribe (REDDOLAC)*. [En línea] [Citado el: 20 de 05 de 2015.]

http://www.cognicion.net/index.php?option=com_content&task=view&id=319&Itemid=22.

GIL, Quim. 1999. Sala de Prensa. *Web para profesionales de la comunicación Iberoamericanos*. 2, 03 de 03 de 1999, Vol. II, 89.

Kreps, Gary L. 1995. *La Comunicación en las Organizaciones.* Estados Unidos : Addison -Wesley Iberoamericana, 1995.

KREPS, Gary L. 1995. *La Comunicación en las Organizaciones.* Estados Unidos : Addison -Wesley Iberoamericana, 1995.

NAVARRO, L. 2015. Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores. [En línea] 15 de 05 de 2015. <http://www.saladeprensa.org>..

QUIM, Gil. 1999. Diseñando el periodista digital. *Sala de Prensa.* [En línea] 11 de 1999. [Citado el: 18 de 02 de 2015.] <http://saladeprensa.org/art89.htm>..

RAMONET, Ignacio. 1999. La Factoria N-. 8 E l Periodismo del Nuevo Siglo. [En línea] Febrero de 1999. [Citado el: 17 de Febrero de 2015.] <http://www.lafactoriaweb.com/articulos/ramonet.htm>.

RAMOS Padilla, Carlos . 1991. La Comunicación. *Un Punto de Vista Organizacional.* s.l. : Trillas, 1991.

ROBBINS P. Stephen, Coulter, Mary. 2007. *Administración.* México : Pearson Edication., 2007.

SALAVERRIA, Ramón. 2001. Aproximaciones al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. *Estudios sobre el mensaje periodístico.* s.l. : Universidad Complutense, 12 de 2001. 7.

TRILLO, Omar. 2011. Radio y Televisión. *Radio y Televisión.* [En línea] 2011. [Citado el: 25 de 04 de 2015.] http://inventos.hypermart.net/radio_y_television1.htm.

VIVES, Antonio y PEINADO – VARA,. 2003. “*La Responsabilidad Social de la empresa como instrumento de competitividad*”. Panama : Anales, 2003.



ANEXO #1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENTREVISTA MEDIOS LOCALES

- ¿Cómo define usted al periodismo digital?

- ¿Considera usted que existen diferencias entre periodismo tradicional y el periodismo digital? ¿Cuáles serían estas diferencias?

- ¿Conoce medios digitales dentro de la provincia de Cotopaxi? ¿Cuáles?

- ¿Qué opinión le merece el medio digital Cotopaxi Noticias? ¿Considera que es un referente válido dentro de la provincia de Cotopaxi?

- ¿Cree que los medios digitales logran abordar a cabalidad noticias que sean de interés colectivo?



ANEXO #2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

ENTREVISTA COTOPAXI NOTICIAS

- ¿Cómo definiría usted el periodismo digital?
- ¿Cuáles cree usted que son las características principales de un medio de comunicación digital? ¿En qué se diferencia Cotopaxi noticias de otros periódicos digitales?
- ¿Cuáles son las herramientas más usadas por Cotopaxi noticias para la producción de contenidos informativos digitales?
- ¿Cómo comprueba Cotopaxi noticias la veracidad de una información antes de publicarla en su página web, cuando no logra cubrir una noticia alguien de su equipo?
- ¿Cree usted que el periodismo digital permite poner en práctica la investigación periodística, el análisis de coyuntura, la comprobación y verificación de la información, considerando que los medios digitales necesitan constantemente actualizar su información para tener un público cautivo?
- ¿Considera usted que las universidades y centros de estudios están dando la debida importancia al periodismo digital entre los futuros comunicadores?
- ¿Cómo se sustenta el medio de comunicación?

ANEXO # 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS.

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA

- **OBJETIVO:** Reconocer los principales consumidores de información que posee el medio digital Cotopaxi Noticias.

INSTRUCCIONES:

- ✓ Lea detenidamente las preguntas antes de responder
- ✓ Cualquier inquietud pregunte a los encuestadores

1.- ¿Conoce usted algún medio digital dentro de la provincia de Cotopaxi?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

2.- ¿Considera usted que dentro del periodismo digital se publica contenidos de interés colectivo?

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Qué características usted considera que debe tener un periodista digital?

Curioso	<input type="checkbox"/>
Sociable	<input type="checkbox"/>
Sensible	<input type="checkbox"/>
Objetivo	<input type="checkbox"/>
Creativo	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Cuál cree que es el elemento más llamativo para publicar en la web?

El Título	<input type="checkbox"/>
Fotografías	<input type="checkbox"/>
Videos	<input type="checkbox"/>
Textos	<input type="checkbox"/>

5.- ¿considera usted que los medios digitales tienen espacio para la publicidad?

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

6.- ¿Recibe usted preparación académica sobre lo que es periodismo digital?

<input type="checkbox"/>	SI
<input type="checkbox"/>	NO

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.



